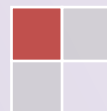


2017

*Збірник наукових статей
за матеріалами III Всеукраїнської
науково-практичної конференції*

**«АКТУАЛЬНІ ПРОБЛЕМИ
СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНИХ
СИСТЕМ В УМОВАХ
ТРАНСФОРМАЦІЙНОЇ
ЕКОНОМІКИ»
13 – 14 квітня 2017 р.**

**ЧАСТИНА 2
Секції 3, 4, 5**



МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ

Інститут модернізації змісту освіти

Національна металургійна академія України

Українська інженерно-педагогічна академія

Одеський національний університет імені І.І. Мечникова

(Навчально-науковий інститут інформаційних та соціальних технологій)

Тернопільський національний економічний університет

***Збірник наукових статей
за матеріалами III Всеукраїнської науково-практичної
конференції***

**«АКТУАЛЬНІ ПРОБЛЕМИ СОЦІАЛЬНО-
ЕКОНОМІЧНИХ СИСТЕМ В УМОВАХ
ТРАНСФОРМАЦІЙНОЇ ЕКОНОМІКИ»**

13-14 квітня 2017 р.

м. Дніпро

Лист МОН України від 06.03.2017 №1/9-125

УДК 330.111.66:316.422

Актуальні проблеми соціально-економічних систем в умовах трансформаційної економіки: Збірник наукових статей за матеріалами III Всеукраїнської науково-практичної конференції (13 – 14 квітня 2017 р.). Частина 2. – Дніпро: НМетАУ, 2017. – 654 с.

У збірнику містяться матеріали доповідей III Всеукраїнської науково-практичної конференції «Актуальні проблеми соціально-економічних систем в умовах трансформаційної економіки» (13-14 квітня 2017 р.). Для науковців, викладачів, фахівців-практиків, студентів економічних спеціальностей

Програмний комітет конференції:

Ковальчук К.Ф., д.е.н., професор, декан факультету економіки та менеджменту Національної металургійної академії України

Прохорова В.В., д.е.н., професор, завідувач кафедри економіки та організації діяльності суб'єктів господарювання Української інженерно-педагогічної академії

Журавльова Т.О., к.е.н., професор, завідувач кафедри економіки та моделювання ринкових відносин Навчально-наукового інституту інформаційних та соціальних технологій Одеського національного університету імені І.І. Мечникова

Кириленко О.П., д.е.н., професор, завідувач кафедри фінансів ім. С.І. Юрія Тернопільського національного економічного університету

Сокиринська І.Г., к.е.н., доцент, завідувач кафедри фінансів Національної металургійної академії України

Мушнікова С.А., к.е.н., доцент кафедри фінансів Національної металургійної академії України

Божанова О.В., к.е.н., доцент кафедри фінансів Національної металургійної академії України

Сорокіна О.В. к.е.н., доцент кафедри фінансів Національної металургійної академії України

За додержання норм авторського права, достовірність наведених фактичних даних, посилань на джерела, імена та назви несе відповідальність автор матеріалів.

© Національна металургійна академія України, 2017

Секція 3

АКТУАЛЬНІ ПИТАННЯ ІННОВАЦІЙНО-ІНВЕСТИЦІЙНОГО РОЗВИТКУ ЕКОНОМІЧНИХ СИСТЕМ

<i>Андрощук М.С., Дейнега І.О.</i> Комунікаційні інновації освітніх організацій як базова складова їх розвитку в умовах трансформаційної економіки.....	10
<i>Апарова О.В.</i> Маркетингове забезпечення інноваційного розвитку телекомунікаційних підприємств.....	14
<i>Бабенко К.Е.</i> Развитие академических бизнес-инкубаторов как перспективное направление инновационной деятельности в Украине...	23
<i>Багдасарьян К.А., науковий керівник Бесчастна Д.О.</i> Сучасний стан енергетичного ринку в Україні.....	27
<i>Беновська Л.Я.</i> Стимулювання розвитку територіальних громад державним фондом регіонального розвитку.....	32
<i>Бідненко В.О., науковий керівник Федотова Т.А.</i> Систематичний вихід із кризи.....	36
<i>Білоцерківець В.В., Завгородня О.О., Душина А.В.</i> Інноваційні пріоритети політики конкурентоспроможності.....	40
<i>Бойко В.В.</i> Горизонтально-вертикальна диверсифікація господарської діяльності в АПК у контексті зміцнення економічної безпеки.....	47
<i>Боліла С.Ю.</i> Інноваційні засади підвищення ефективності галузі птахівництва на регіональному рівні.....	50
<i>Bondarenko Yu.H., Tsymbalista N.A.</i> Domestic investment as the basis for economic development of Ukraine.....	56
<i>Ванькович Л.Я.</i> Використання теорії графів для дифузії результатів інноваційної діяльності машинобудівних підприємств.....	61
<i>Вербицька Г.Л.</i> Проблеми врахування інвестиційних ризиків при реалізації проєктів.....	64
<i>Вишневська М.К.</i> Теоретичні аспекти дослідження сучасних інноваційних моделей.....	69
<i>Власенко Н.А.</i> Інноваційна стратегія на коксохімічному підприємстві...	73
<i>Глушков Д.В., науковий керівник Огліх В.В.</i> Аналіз динаміки ставок за депозитами фізичних осіб та його зв'язок з обліковою ставкою НБУ та ставкою кредитів для фізичних осіб.....	78
<i>Гордієнко В.П.</i> Система індикаторів інноваційно-інвестиційної безпеки регіону.....	83
<i>Григорьева В.С., науковий керівник Федотова Т.А.</i> Проблемы и перспективы инновационного развития экономики Украины.....	87
<i>Гулик Т.В., Гулик В.А.</i> Організація рекламної діяльності торговельного підприємства.....	92
<i>Дергалюк М.О.</i> Створення інноваційної інфраструктури агропромислових комплексів регіонів.....	95
<i>Дорошенко Д.О., науковий керівник Семенюк В.С.</i> Пріоритетні	99

напрямки зменшення матеріаломісткості продукції.....	
<i>Жданова Л.Л.</i> Відтворення і нагромадження основного капіталу в економіці сучасної України.....	104
<i>Жемба А.Й.</i> Проблеми інноваційної реструктуризації національної економіки в трансформаційних умовах.....	110
<i>Кербікова А.С., Хитько М.М.</i> Стан зовнішньоекономічних відносин України.....	116
<i>Кісіль А.Е., науковий керівник Федорова Ю.В.</i> Розвиток академічного підприємництва в Україні.....	122
<i>Колєдіна К.О.</i> Світовий досвід фінансової підтримки інноваційного розвитку підприємств.....	127
<i>Корнілова І.М.</i> Вибір стратегії інтелектуальної власності підприємства: методичні аспекти.....	132
<i>Кривоногова І.Г., Мужайло В.Д.</i> Фактори формування інноваційно-інвестиційного потенціалу підприємства і його ресурсне забезпечення.....	137
<i>Куліш І.М.</i> «Дахові ферми» як результат впливу пермакультури.....	143
<i>Кухарская Н.А.</i> Проблемы научно-технологической безопасности Украины и пути их преодоления.....	147
<i>Литвин О.Ю.</i> Перспективність інвестицій в житлове будівництво.....	151
<i>Лупак Р.Л.</i> Транскордонне співробітництво регіонів у контексті реалізації державної політики імпортозаміщення.....	154
<i>Малєєва М.С., науковий керівник Гіржва О.М.</i> Інноваційна стратегія як засіб стабілізації розвитку підприємства.....	158
<i>Малішевська Б.О., науковий керівник Процак К.В.</i> Інноваційний розвиток туризму в українських реаліях сьогодення.....	163
<i>Марченко О.В., Голобородько О.П.</i> Шляхи розвитку інноваційної інфраструктури регіонів України.....	168
<i>Меджибовська Н.С., Кліменко А.Є.</i> Моделювання стратегії поведінки продавця в електронних закупівлях.....	171
<i>Мельник Л.Г., Дегтярьова І.Б., Шевельова Д.С.</i> Конкурентні стратегії підвищення енергоефективності економіки України: досвід ЄС.....	176
<i>Мироненко Н.А., Кириченко А.В., Свиренко С.И.</i> Особенности перехода на концепцию бережливого производства в условиях ПАО «ДТЭК Днепрооблэнерго».....	182
<i>Негру А.В., научный руководитель Федорова Ю.В.</i> Ловушки на пути инновационного развития Украины.....	187
<i>Новікова І.В., науковий керівник Дрогомирецька М.І.</i> Стартап як нова форма розвитку інноваційної підприємницької діяльності.....	192
<i>Новікова Н.С., науковий керівник Третьякова О.В.</i> Сучасні фінансово-економічні проблеми функціонування та розвитку підприємств, установ та організацій.....	196
<i>Павленко О.П.</i> Стратегічні напрями розвитку інвестиційної діяльності аграрного сектору економіки.....	199
<i>Петренко Н.А., науковий керівник Федотова Т.А.</i> Інноваційна політика підприємства.....	204

<i>Піддубна В.Г., науковий керівник Коваленко В.В. Вплив інформаційної економіки на розвиток маркетингового комплексу банків.....</i>	208
<i>Поліщук Т.А. Проблеми і можливості підвищення інноваційної чутливості промислових підприємств в процесі технологічних змін...</i>	213
<i>Пурій Г.В. Економічний розвиток в умовах трансформації.....</i>	219
<i>Рассадинова С.І. Інвестиційна політика в сфері природокористування: теоретичні та прикладні проблеми.....</i>	225
<i>Сидор Г.В. Інвестиційне забезпечення пріоритетних галузей економіки</i>	230
<i>Сорокіна А.М. Актуальність інноваційної діяльності та проблеми регулювання.....</i>	235
<i>Стець Ю.Г., науковий керівник Лучко Г.Й. Інвестування інноваційного розвитку підприємств України.....</i>	241
<i>Стригун В.Ю., науковий керівник Дрогомирецька М.І. Формування туристичних кластерів як інструмент розвитку внутрішнього туризму в Україні.....</i>	245
<i>Тенета В.М. Основні методи формування ставки дисконтування.....</i>	251
<i>Тульчинський Р.В. Стратегічне управління забезпеченням економічної безпеки регіонів України.....</i>	257
<i>Фалат І.О., науковий керівник Нікишич С.М. Теоретичні й методологічні засади розвитку підприємництва в сільському зеленому туризмі.....</i>	260
<i>Федотова Т.А., Завгородня А. Основні проблеми працевлаштування молоді в Україні.....</i>	264
<i>Федотова Т.А., Олефірова І.С. Диференціація доходів населення за умов сучасної кризи.....</i>	268
<i>Федотова Т.А., Шип Д. Вторинна зайнятість студентської молоді України.....</i>	271
<i>Фрунза С.А. Сучасний стан та напрямки реалізації аграрної політики в інвестиційній сфері.....</i>	276
<i>Чаплиціна Д.В., науковий керівник Пурій Г.В. Використання світового досвіду впровадження інновацій в Україні.....</i>	281
<i>Червінська Л.П., Червінська Т.М. Соціальні аспекти інноваційних процесів.....</i>	286
<i>Шехлович А.М., науковий керівник Волошин В.І. Інструменти створення ефективної системи комерціалізації об'єктів інтелектуальної власності.....</i>	291
<i>Шпортько Г.Ю. Показники аналізу та оцінки інвестиційної привабливості підприємства.....</i>	295

Секція 4

МЕТОДИ ТА ТЕХНОЛОГІЇ ОБЛІКУ, АНАЛІЗУ ТА УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВАМИ В УМОВАХ ТРАНСФОРМАЦІЙНОЇ ЕКОНОМІКИ

<i>Бабенко В., науковий керівник Сокиринська І.Г.</i>	АВС-аналіз як інструмент раціонального управління та оптимізації запасів.....	301
<i>Безверхня Ю.В.</i>	Контролінг в умовах глобалізації: управлінський аспект.....	307
<i>Бержанір І.А., Скиба А.І.</i>	Напрями вдосконалення обліку розрахунків з постачальниками і підрядниками.....	311
<i>Бігарі Л.І., науковий керівник Ліба Н.С.</i>	Місце внутрішнього контролю інвестицій в загальній системі управління підприємством...	314
<i>Бігун У.В.</i>	Принципи узгодження економічних інтересів суб'єктів енергоринку у процесі інтеграції з ЄС.....	320
<i>Бідзіля І., науковий керівник Максименко Д.В.</i>	Інформаційна база управлінського обліку.....	324
<i>Бобалік К.О., науковий керівник Ліба Н.С.</i>	Облікова інформація як основа задоволення сучасних потреб управління.....	328
<i>Бондар Ю.А.</i>	Стандартизація та аудит в системі управління організацією.....	333
<i>Ведмідь О.Г., науковий керівник Бондарчук Н.В.</i>	Теоретичні аспекти обліку доходів.....	338
<i>Гайдаєнко О.М.</i>	Оптимізація структури капіталу за критерієм мінімізації рівня фінансового ризику.....	342
<i>Гільorme Т.В., Єлісєєв Є.Ю.</i>	Удосконалення методики обліку виплат працівникам.....	347
<i>Гордєєва-Герасимова Л.Ю.</i>	Вплив інвестицій на економіку регіонів та ключові напрямки їх подальшого впровадження.....	352
<i>Грибовська Ю.М., Савченко А.М.</i>	Використання нерозподіленого прибутку підприємства.....	357
<i>Грибовська Ю.М.</i>	Фінансові інструменти: визнання та оцінка за МСФЗ.....	361
<i>Гриценко О.М.</i>	Необхідність оперативного обліку в системі управління вітчизняних суб'єктів господарювання.....	367
<i>Данилова В.Є., Гільorme Т.В.</i>	Проблемні питання щодо обліку переоцінки основних засобів на промисловому підприємстві.....	371
<i>Даниш Н.І., Турок М.М., науковий керівник Максименко Д.В.</i>	Методи обліку витрат і калькулювання собівартості продукції.....	374
<i>Довбня С.Б., Чабанець Т.М.</i>	Методичний інструментарій діагностики результативності діяльності підприємства.....	378
<i>Дубовик С.Г.</i>	Результативність діяльності підприємства.....	382
<i>Єгорова О.В.</i>	Методика економічного аналізу якості продукції.....	386
<i>Єрмолаєва М.В., Лега І.А.</i>	Відображення інформації про розрахунки за кредитами банку у фінансовій звітності.....	390
<i>Журавель Ю.В., Старик Р.Я.</i>	Стратегічне планування.....	395

конкурентоспроможності підприємств харчової промисловості.....	
<i>Зелікман В.Д., Цибаненко М.В.</i> Напрями удосконалення організації обліку витрат на будівельному підприємстві.....	401
<i>Ілляшенко К.В.</i> Проблеми складання статистичної звітності в бухгалтерському обліку.....	406
<i>Кобець С.П., Власенко Н.С.</i> Методи діагностики ймовірності настання банкрутства підприємства у сучасних умовах.....	410
<i>Коваленко О.О., науковий керівник Лисенко В.В.</i> Прийняття управлінських рішень в менеджменті та їх оптимізація на сучасному етапі в Україні.....	416
<i>Козенкова Н.П.</i> Формування системи управління виробничими витратами.....	421
<i>Коломієць А.І., науковий керівник Дрогомирецька М.І.</i> Сучасний стан та перспективи розвитку стратегічного управління в Україні.....	427
<i>Корчагіна В.Г.</i> Облікові особливості відображення забезпечень наступних витрат і платежів підприємства.....	431
<i>Крамаренко С.О., науковий керівник Костякова А.А.</i> Стратегічний підхід до управління витратами.....	435
<i>Крамська Д.О., науковий керівник Лисенко В.В.</i> Коучинг – інструмент впливу на діяльність працівників підприємств.....	439
<i>Кривошей Т.М., Кротова Л.В., Гільorme Т.В.</i> Організація обліку розрахунків з контрагентами в умовах кризи неплатежів.....	444
<i>Кугій А.А., науковий керівник Корогодова О.О.</i> Ефективне управління агропромисловими підприємствами України на шляху транснаціоналізації.....	448
<i>Лазановський П.П.</i> Застосування логістичного підходу в операційному управлінні матеріальними потоками поліграфічного підприємства.....	452
<i>Лега О.В., Мироненко О.В.</i> Особливості придбання паливно-мастильних матеріалів за талонами.....	458
<i>Лепеха Д.В., Король Г.О.</i> Напрями удосконалення обліку виробничих запасів.....	463
<i>Лисенко Д.Д., науковий керівник Лисенко В.В.</i> Ефективність управління персоналом – запорука успіху сучасної організації.....	468
<i>Лобода Н.О.</i> Лізинг як інвестиційний концепт: обліково-аналітичний дискурс.....	474
<i>Лонь Д.С., науковий керівник Гайдаєнко О.М.</i> Порівняння методик визначення кредитоспроможності позичальника.....	479
<i>Максименко Д.В.</i> Організація збалансованої системи показників на підприємстві.....	485
<i>Молодецька О.М., Цибуля Ю.К.</i> ПДВ як ціноутворюючий фактор.....	489
<i>Мотринєць К., науковий керівник Максименко Д.В.</i> Управлінський облік витрат.....	493
<i>Муштай В.А.</i> Стратегічне планування та організація збутової діяльності підприємства.....	497

<i>Нехай В.В. Методи усунення організаційних проблем збуту продукції сільськогосподарського машинобудування.....</i>	502
<i>Паладій А.Є., науковий керівник Корчагіна В.Г. Вплив якості аудиту на ефективність управління підприємством.....</i>	506
<i>Панасенко Д.О., Гільorme Т.В. Організація внутрішнього аудиту витрат промислового підприємства</i>	511
<i>Петренко А.В. Маркування біотехнологічної та органічної продукції як маркетинговий інструмент підприємницької діяльності.....</i>	515
<i>Пінчук Ю., науковий керівник Волкова Н.А. Кореляційний аналіз як метод стохастичного факторного аналізу.....</i>	518
<i>Плекан У.М., Панухник О.В. Сучасні тенденції розвитку інструментів корпоративної благодійності: зарубіжний досвід та особливості використання в Україні.....</i>	523
<i>Синиціна Ю.П. Модель координації організаційних рішень.....</i>	527
<i>Ліпський Р.В., Тараненко Я.Г. Облік реалізації продукції в площині використання інформаційних технологій.....</i>	531
<i>Тесленко А.В., Гільorme Т.В. Організація управлінського обліку виробничих запасів підприємства.....</i>	536
<i>Федорчук О.М. Щодо оцінки ефективності функціонування елементів виробничої інфраструктури аграрного сектору.....</i>	539
<i>Худенко М.В., науковий керівник Гончаренко М.Л. Методологія оцінки конкурентоспроможності підприємства.....</i>	545
<i>Черненко К.В., Рудченко О.О. Документальне забезпечення витрат на виробництво продукції рослинництва.....</i>	549

Секція 5

СТАН ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ІНФОРМАЦІЙНО-АНАЛІТИЧНОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ В УМОВАХ ТРАНСФОРМАЦІЙНОЇ ЕКОНОМІКИ

<i>Буркат О.М., науковий керівник: Костякова А.А. Теоретичні основи обліково-аналітичного забезпечення управління розрахунками з контрагентами</i>	555
<i>Водник В., науковий керівник: Волкова Н. А. Місце економічного аналізу в системі наук</i>	559
<i>Волошин В.С. Концептуальні інформаційні моделі управління машинобудівним підприємством</i>	564
<i>Єлізарова К. С., Коваленко І. В. Переваги та недоліки впровадження електронного кабінету платників податків</i>	568
<i>Каминський П.Д., Різва О. С. Теоретичні аспекти кредиторської заборгованості та особливості оподаткування розрахунків із постачальниками та підрядниками в Україні</i>	572
<i>Книш А. В., науковий керівник: Костякова А.А. Теоретичні аспекти стратегічної управлінської звітності та підходи до її побудови</i>	576
<i>Козенкова В.Д. Основні підходи до моделювання репутаційних</i>	580

активів	
<i>Костякова А.А.</i> Становлення та розвиток стратегічного управління обліку	586
<i>Кушнір Т.М.</i> Аналіз проблем та обґрунтування доцільності використання послуг інститутів інформаційно-аналітичної інфраструктури в маркетинговій діяльності підприємства	589
<i>Нетребя І.О.</i> Теоретичні засади побудови маркетингової інформаційної системи на підприємстві в сучасних умовах	594
<i>Параскеєва А.М., Шиков Н.Н.</i> Способ коректировки номенклатури товарних поставок	597
<i>Попадинець Н. М.</i> Інформаційне забезпечення регулювання ринку споживчих товарів	603
<i>Попель С.А.</i> Інформування громадян з питань дотримання митних правил	608
<i>Прус Л.Р.</i> Інформування та консультування як сервісна функція митної адміністрації	612
<i>Руда Т.В.</i> Особливості нормативного врегулювання автоматизації процедур митного контролю та митного оформлення водних транспортних засобів в Україні	616
<i>Севрук Є. М.</i> Інформаційна база управління фінансуванням оборотних активів підприємства	622
<i>Сокиринська І.Г.</i> Використання показників грошового потоку для діагностики платоспроможності та ефективності діяльності підприємства	626
<i>Трушкіна Н.В.</i> Підвищення ефективності організації збутової діяльності вугледобувних підприємств на основі інформаційно-комунікаційних і логістичних технологій	632
<i>Фрадинський О.А.</i> Система попередньої інформації про пасажирів (API) та система реєстрації пасажирів (PNR) як джерела інформації для здійснення митного контролю	636
<i>Хомин П. Я.</i> Вітчизняна теорія бухгалтерського обліку на тлі запозичень із зарубіжної	640
<i>Залуцька Х.Я.</i> Процеси та бізнес-процеси: змістовне наповнення та етіологія	644
<i>Секирож Я.</i> Особливості побудови механізму формування інноваційного забезпечення стійкого розвитку машинобудівних підприємств	647
<i>Шкуренко О.В.</i> Державна підтримка інноваційної діяльності: зарубіжний досвід	649
<i>Dubiei Yu.</i> Technological innovations: essence and forms	652

СЕКЦІЯ 3. АКТУАЛЬНІ ПИТАННЯ ІННОВАЦІЙНО-ІНВЕСТИЦІЙНОГО РОЗВИТКУ ЕКОНОМІЧНИХ СИСТЕМ

*Андрощук М.С.,
економіст
Дейнега І.О., к.е.н.,
доцент кафедри менеджменту
Рівненський державний гуманітарний університет
2005dey@rambler.ru*

КОМУНІКАЦІЙНІ ІННОВАЦІЇ ОСВІТНІХ ОРГАНІЗАЦІЙ ЯК БАЗОВА СКЛАДОВА ЇХ РОЗВИТКУ В УМОВАХ ТРАНСФОРМАЦІЙНОЇ ЕКОНОМІКИ

Для взаємодії із ринком освітні організації класично використовують так званий комплекс маркетингових комунікацій. Маркетингові комунікації часто ототожнюють із поняттям просування, яке є одним із елементів комплексу маркетингу. Маркетингові комунікації являють собою концепцію, трохи ширшу, ніж просування. Суб'єкти комунікації є учасники ринку не тільки в області рекламної діяльності, а й у всій діяльності організації, в тому числі і в управлінні продуктами, ціноутворенні і процесі розподілу. Традиційні методи просування, що спрямовані на інформаційну взаємодію організації із навколишнім середовищем включає в себе такі заходи, як зв'язки з громадськістю, рекламу, стимулювання збуту, особисті продажі і прямий маркетинг. Однак, оскільки зв'язок із навколишнім середовищем є динамічним явищем, можна спостерігати систематичний розвиток нових форм маркетингових комунікацій, пов'язаних із розвитком електронних засобів зв'язку, починаючи від Інтернет-комунікацій і мобільних пристроїв, закінчуючи нестандартними формами спілкування з клієнтом, такими як вірусний маркетинг, маркетинг «із вуст у вуста» (або Buzz - маркетинг), партизанський маркетинг, маркетинг навколишнього середовища, ведення блогу, реклама у відеоіграх, позиціонування товару тощо.

Однією із найбільш швидко зростаючих в останні роки є така форма маркетингових комунікацій як мобільний маркетинг – будь-які рекламні заходи, що реалізуються із використанням мобільних телефонів. Мобільний зв'язок істотно змінив спосіб спілкування з клієнтами, не прив'язуючи отримання інформації до місця, де знаходиться одержувач, що дозволяє досягти повнішого охоплення аудиторії і точнішої її оцінки, ніж, наприклад, при використанні засобів масової інформації [1, с. 130].

Основною формою маркетингу за допомогою мобільних телефонів SMS (Short Message Service) є сервісна функція, що дозволяє надсилати короткі текстові повідомлення. З розвитком технології і підвищенням доступності мобільних телефонів, що мають функції комп'ютера, ширшій аудиторії (від засобів масової інформації в веб-браузер) нові форми мобільного маркетингу, такі як мобільні додатки, QR-коди і кампанії, що проводяться за допомогою технології Bluetooth.

Особливого значення в освітній сфері має використання так званого маркетингу «із вуст в уста», який використовується у практиці маркетингу тільки декілька років і суттєво відрізняється від традиційного маркетингу. Його засобами є добровільні, спонтанні і незалежні розмови потенційних, діючих, а іноді колишніх споживачів. Основний принцип цього маркетингу полягає у тому, щоб стимулювати споживачів говорити про організацію через створення цікавих тем для обговорення, тому що тільки питання, котрі представляють інтерес із точки зору їх одержувачів можуть викликати феномен «із вуст в уста» та розповсюдження інформації. Важливим для споживачів також є те, щоб розділити конкретні можливості і інструменти, які вони можуть використовуватися для надання інформації про, наприклад, створення соціальних мереж, таких як форуми або блоги.

Не менш важливим аспектом і часто ключем до успіху в області маркетингу «із вуст в уста» є дотримання принципів ділової етики (наприклад, не подавати неправдиву інформацію про діяльність або продукти конкурентів), так як тільки така дія може створити стійкий зв'язок зі споживачами,

побудувати їх довіру до бренду і, таким чином, внести свій вклад в успіх маркетингової діяльності організації [2, с. 193-200].

Серед усіх вітчизняних освітніх закладів найбільшу увагу комплексу маркетингових комунікацій приділяють ВНЗ, котрі включають в нього переважно такі елементи (рис. 1).

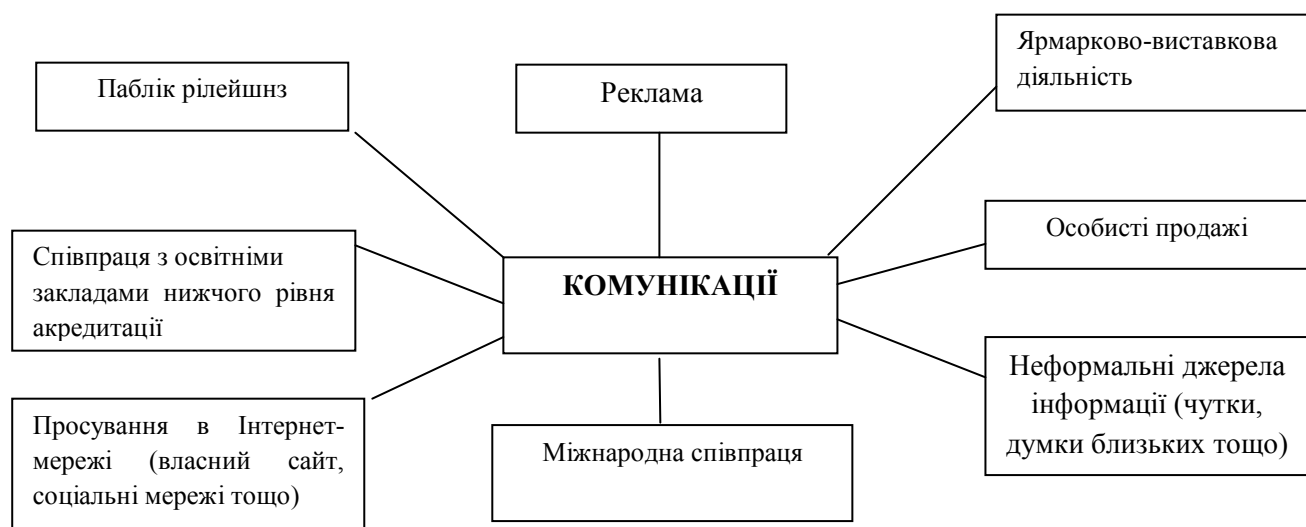


Рисунок 1 - Елементи маркетингових комунікацій,
що найчастіше застосовують ВНЗ
Джерело: напрацювання власне

Для просування своїх освітніх послуг ВНЗ м. Рівного використовують такі елементи комунікаційного міксу: рекламу (друковану: буклети, листівки, візитки, календарі кишенькові та настінні; в газетах, на радіо і телебаченні; зовнішню (на навчальних корпусах, білборди тощо)); паблік рілейшнз (висвітлення в місцевих ЗМІ інформації про основні події, які відбуваються у ВНЗ; офіційний сайт; участь викладачів у соціальних проектах, проектах, що фінансуються міжнародними організаціями, держбюджетом України та обласною радою тощо); особисті продажі (відкриті заняття, профорієнтаційна робота); співпрацю із закладами нижчого рівня акредитації, працедавцями, міжнародними організаціями.

Пріоритетним і таким, що найкраще сприймаються цільовою аудиторією, є елементи комунікаційного міксу, які можуть бути реалізовані за допомогою Інтернет, в тому числі соціальних мереж. За таких умов важливе значення у

побудові комунікації між освітнім закладом і його споживачами має розробка і використання власних сайтів. Застосування Інтернет-ресурсів у комунікаційній діяльності є бажаним ще й тому, що дозволяє значно розширити охоплення цільової аудиторії, в тому числі і комунікувати із закордонними споживачами.

В майбутньому потрібно інтенсифікувати інформаційну роботу за кордоном, щоб переконати потенційних студентів у безпечності навчання в Україні. Для української вищої освіти розширення експорту освітніх послуг вигідне, по-перше, з економічної точки зору: підготовка фахівців для зарубіжних країн стає однією з найбільш вигідних статей доходу, особливо в умовах слабкого фінансування сфери освіти. По-друге, з точки зору підвищення якості освіти: прагнення залучити іноземних студентів спонукає українські ВНЗ до формування системи підготовки фахівців із урахуванням вимог світового ринку праці до якості освіти та напрямів підготовки фахівців [3].

Результати дослідження сайтів українських ВНЗ дозволили підтвердити дослідницьку гіпотезу, що вітчизняні ВНЗ через свої веб-сайти не надають повну інформацію про якість освітніх послуг, і не використовують різні типи форм поширення інформації. Дослідження також встановило, що такі фактори, як організаційно-правова форма ВНЗ, кількість напрямків навчання та ступінь акредитації, мають значний вплив на якість і кількість інформації про якість освітніх послуг, представлених на веб-сайті ВНЗ.

Важливо використовувати не одиничні комунікаційні заходи, а поєднувати їх у часі і просторі. Це дасть можливість отримати так званий ефект синергії, тобто підсилення єдино направлених заходів.

Ефект синергії виникає за рахунок об'єднання переваг, властивих кожному інструменту маркетингових комунікацій окремо. Якщо повідомлення паблік рілейшнз користуються більшою довірою з боку одержувачів маркетингової інформації, реклама дозволяє проінформувати і навчити використовувати товар масову аудиторію, а стимулювання збуту підштовхнути її до певних дій, то використовувані спільно, ці інструменти маркетингової комунікації здатні досягти всіх цих результатів відразу. Ефект синергії дозволяє

нівелювати недоліки кожного інструменту маркетингових комунікацій. Реклама в поєднанні з паблік рілейшнз і іншими заходами маркетингових комунікацій вже не буде така набридлива, а дорогі зусилля по організації особистих продажів спрямовані тільки на ту аудиторію, яка дійсно зацікавлена в цих контактах.

Інтегровані комунікації дозволяють виробникам з більшою ефективністю розпорядитися коштами з бюджету маркетингових комунікацій, так як ефект синергії передбачає досягнення високих результатів на кожную гривню, витрачену на інвестиції в маркетингові комунікації, або економію витрат і зниження інвестицій при тих же результатах [4, с. 10].

Список використаної літератури

1. Percy L. Strategic Integrated Marketing Communication Theory and Practice, Elsevier, Oxford, 2008.
2. Kelly L. Beyond Buzz. The Next Generation of Word-of Mouth Marketing, AMACOM, New York, 2007.
3. Лозовий В.С. Україна на міжнародному ринку освітніх послуг вищої освіти. Аналітична записка/ В.С. Лозовий // Національний інститут стратегічних досліджень [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://www.niss.gov.ua/articles/1695/>. – Назва з екрану.
4. Бернет Дж., Мориарти С. Маркетинговые коммуникации: интегрированный подход / Перевод с англ. под ред. С. Г. Божук. — СПб: Питер, 2001.

*Апарова О.В., д.е.н., доцент
професор кафедри менеджменту
Державний університет телекомунікацій
oksanova1502@i.ua*

МАРКЕТИНГОВЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ ТЕЛЕКОМУНІКАЦІЙНИХ ПІДПРИЄМСТВ

Масове використання інформаційно-телекомунікаційних технологій на основі прямих зв'язків без посередників сприяє свободі переміщення інформації і нематеріальних активів та створює значні переваги в суспільному розвитку.

Все вказує на те, що суспільство стає залежним від засобів телекомунікацій, які впливають на економіку та суспільство в цілому: використання телефонів, факсів електронної пошти, можливостей радіо-та телемовлення тощо. Звідси слідує, що галузь телекомунікацій в Україні відіграє важливу роль в економічному, соціальному та міжнародному розвитку держави. Вона об'єднує не тільки географічно розрізнені частини країни та економічні центри, а й усі ланки народного господарства (промисловість, сферу послуг тощо) і кінцевого споживача. Сучасні засоби телекомунікацій стали невід'ємною складовою культурного розвитку та ділових стосунків як усередині держави, так і між країнами.

Аналіз тенденцій розвитку телекомунікаційної галузі свідчить про те, що підприємствам в умовах сьогодення необхідними і важливими умовами виживання та збереження своїх позицій при постійно зростаючій конкуренції є впровадження інновацій в їхню діяльність та ефективне функціонування служби маркетингу. Взагалі, забезпечення належної роботи служби маркетингу на підприємстві, діяльність якої повинна забезпечувати підґрунтя конкурентоспроможного та стабільного існування підприємства у довгостроковій перспективі, є однією з головних умов сталого розвитку.

Напрямки інноваційної політики телекомунікаційних компаній визначаються наступними особливостями телекомунікаційної галузі:

- телекомунікаційна сфера надає ринку унікальний продукт, що сполучає в собі матеріальне виробництво, сферу послуг і технології;
- потенційним цільовим ринком телекомунікаційної продукції є більша частина населення, а ступінь його охопту залежить лише від фактора часу й нових технічних можливостей;
- в силу технічних характеристик продукції телекомунікаційних підприємств практично неможливо та недоцільно діяти тільки в національних рамках [3].

В сучасному світі в розвинених країнах з ринковою економікою підприємствам, націленим на довготривале існування і стабільний розвиток,

неможливо ігнорувати вимоги, які висуває до їхньої діяльності ринок. А вимоги ринку все більше стають пов'язані з наявністю інновацій. Однак для появи інновацій необхідні об'єктивні умови, зокрема, наявність:

- ринкового потенціалу (наявності підкріпленого купівельною спроможністю попиту або можливості формування попиту (для принципово нових продуктів));
- інноваційного потенціалу розробника інновацій (можливості втілення досягнень науки і техніки в конкретні продукти, здатні задовольнити запити споживачів);
- виробничо-збутового потенціалу (економічної можливості і доцільності підприємства-інноватора розробити, виготовити (або придбати) і просувати інновації на ринку) [5].

Управління розробкою та впровадженням інновацій повинно обов'язково підключати маркетинг ще й тому, що життєвий цикл інновації, як і будь-якого товару, починається з часу її виведення на ринок і закінчується виходом з ринку, тобто інноваційний цикл і життєвий цикл частково перетинаються.

Охарактеризувавши продукт виробництва галузі телекомунікацій з позиції життєвого циклу продукції, можна безпомилково дійти висновку, що галузь перебуває на стадії насичення. Оскільки екстенсивний розвиток даної галузі, пов'язаний із простим кількісним збільшенням випуску продукції за рахунок зростання затрат живої праці, сировини і матеріалів вичерпав себе, поява нових (в т.ч. революційних) технологій може продовжити стадію насичення. Таким чином, в галузі телекомунікацій для забезпечення своєї конкурентоспроможності фірмам необхідно здійснювати активну інноваційну політику, щоб виводити на ринок нові товари і послуги попри високу наукоємність даної галузі та коротший, ніж у інших галузях, життєвий цикл самого товару (послуги).

Крім того, постачальникам телекомунікаційних послуг необхідно докладати особливих зусиль на збереження вже існуючої бази клієнтів, щоб більш вигідні умови конкурентів не переманили їх на свій бік. Звідси слідує

висновок, що маркетинг майбутнього в телекомунікаціях має носити інноваційний і клієнтоспрямований характер.

Світова практика показує, що в періоди кризи та посткризові періоди не всі підприємства стають банкрутами, а тільки ті, що обрали неправильні орієнтири в своїй маркетинговій стратегії, не змогли гнучко відреагувати на мінливі умови економічного середовища. Тому основними принципами не тільки виживання, а й поліпшення частки сегменту на ринку є креативність та нестандартне мислення під час прийняття рішень щодо маркетингової стратегії підприємства, запровадження інновацій. Для деяких підприємств з добре налагодженою роботою системи маркетингу криза може стати помічницею в ліквідації конкурентів, які не встигли своєчасно відреагувати на її прояви і тим самим втратили своїх клієнтів [2].

Оскільки будь-яке господарське рішення повинно прийматися на підставі аналізу головних факторів ринку (рівня конкуренції, ступеня насиченості ринку даними послугами тощо), які впливають на успіх виробничої і ринкової політики підприємства, існує необхідність розробки спеціальної програми їх вивчення й оцінки. Звідси слідує, що виконання маркетингових досліджень зумовлене потребою в інформації для підприємств-інноваторів.

Маркетингові дослідження, які включають вивчення власних послуг, настроїв і очікувань споживачів, позицій конкурентів та законодавства проводять з метою забезпечення підприємств надійною і достовірною інформацією про ринок, структуру і динаміку попиту, асортименту, щоб відповідати вимогам ринку і задовольняти попит краще, ніж конкуренти. Дослідницька функція маркетингу стає визначальною в діяльності маркетингової служби підприємства, особливо, якщо мова йде про запровадження інновацій.

Для ефективного управління підприємствами та формування інформаційної бази по відповідним позиціям необхідні систематичні маркетингові дослідження, тому діяльність служби маркетингу має бути безперервною. Як наслідок, підприємства зможуть уникнути неточних оцінок,

ризиків і не виправданих витрат, а також скоротити час на прийняття управлінських рішень. Не менш важливою умовою є орієнтир на маркетинг з мінімальним бюджетом [1].

Продуктом сфери телекомунікацій є послуги. Для того, щоб маркетинг здійснювався з найбільшою ефективністю, необхідною умовою є врахування специфіки послуг. Ринки послуг абсолютно не схожі на інші ринки, тому маркетинг послуг відрізняється від маркетингу товарів.

Причинами такої відмінності є:

- послуга не існує до її надання, тобто продукт створюється в процесі надання послуги, що унеможливорює порівняння пропозицій двох різних продавців двох конкуруючих фірм навіть у тому випадку, коли продукти здаються ідентичними. Порівняння стає можливим тільки після отримання послуги. Єдине, що можна зробити на ринку послуг — порівняти вигоди очікувані та отримані;

- надання послуг вимагає спеціальних знань і майстерності, які споживачеві важко оцінити. Часто клієнт прагне працювати з одним і тим самим продавцем — інтернет-провайдером, туристичною фірмою тощо.

Ці загальні риси властиві практично всім ринкам послуг та в сукупності з особливостями самих послуг визначають специфіку маркетингу послуг.

Слід детальніше розглянути загальні характерні риси послуг, які їх відрізняють від товарів:

- 1) невідчутність (нематеріальний характер) послуг означає, що їх неможливо продемонструвати, побачити, спробувати або вивчити до отримання. Потенційному споживачеві важко розібратися та оцінити, що продається, до отримання послуги. Він вимушений вірити продавцеві на слово (або шукати продавця послуги за рекомендаціями знайомих). У той же час продавцеві складно показати клієнтам свій товар чи пояснити, за що вони платять гроші. Все це ускладнює процес ціноутворення і просування послуг на ринок;

2) нерозривність виробництва і споживання послуги, означає, що надавати (продавати) послугу можна лише тоді, коли надходить замовлення або з'являється покупець. Звідси випливає, що багато видів послуг невід'ємні від того, хто їх надає, а отже, продавець повинен проявляти турботу не тільки про те, що виробляти, але й як виробляти. Тому особливу увагу слід приділити правильному відбору і навчанню персоналу, що контактує з клієнтами;

3) мінливість якості надання послуги означає, що якість послуги істотно залежить від того, хто, де і коли її надає. Мінливість якості послуг може залежати від:

- рівня кваліфікації працівників – потрібно слідкувати, щоб один і той самий співробітник протягом робочого дня надавав послуги однаково;
- поведінки споживачів (адекватної чи не дуже) – потрібно враховувати психологічні аспекти при роботі з клієнтами.

Для зменшення мінливості послуг розробляються стандарти обслуговування;

4) нездатність послуги до зберігання означає, що послуги не можуть бути збережені для подальшого продажу: якщо попит стає більшим за пропозицію, ситуацію неможливо змінити, отримавши товар зі складу, або, якщо потужності з надання послуг перевищують попит на них, втрачається дохід. В цих випадках необхідно вживати особливих заходів щодо вирівнювання попиту і пропозиції, наприклад, встановлення диференційованих цін; застосування знижок; введення системи попередніх замовлень; збільшення швидкості обслуговування; поєднання функцій персоналу.

Сфера телекомунікацій подає на ринок унікальний продукт, який поєднує в собі матеріальне виробництво, сферу послуг і технології. Таким чином, оператори ринку телекомунікацій функціонують відразу в декількох сферах економіки – великий простір для впровадження інновацій. Крім того, потенційний цільовий ринок телекомунікаційної продукції – переважна частина населення; ступінь охоплення цього ринку залежить тільки від фактору часу та нових технічно-технологічних можливостей. Позитивним моментом є й те, що

в силу технічних характеристик продукції операторам ринку телекомунікацій практично можливо і доцільно діяти не тільки в національних межах, а й виходити на міжнародні ринки [6].

Телекомунікаційні послуги також володіють рядом особливостей:

1) номенклатура послуг відносно стійка, однак зміна технології і організації їхнього надання мають значний вплив на соціально-економічні характеристики і функції послуг;

2) має місце одночасне співіснування традиційних і передових технологій надання послуг та значні терміни переходу від одних до інших послуг;

3) застосування галузевого принципу створення послуг з переважаючим територіальним способом їх надання [6].

Розглянуті характеристики послуг збільшують купівельний ризик для покупця і утруднюють його оцінку. Тому підприємство, що надає послуги, повинне приділяти увагу цим ризикам, розробляти заходи щодо їх скорочення, що дозволить не тільки сформувати постійну клієнтуру, але й залучити додаткових споживачів.

Крім того, підприємство може здобути успіх на ринку за рахунок посилення участі споживачів у виробництві послуг. Прикладами є автоматичний міжміський телефонний зв'язок, організація продажу товарів за поштовими замовленнями, магазини, кафетерії, бензозаправні станції та інші послуги, що надаються за принципом самообслуговування. Пропонуючи споживачеві самому виконати якусь частину послуги, підприємство змінює тим самим і саму природу послуги.

Розглянуті особливості ринку послуг, специфічні характеристики самих послуг і особливості сприйняття їх споживачами дають можливість визначити специфіку маркетингу в цій сфері.

Маркетинг послуг — це діяльність із вивчення ринку, управління і регулювання надання послуг на основі інформації про кон'юнктуру ринку. Іншими словами, це система безперервного узгодження пропонованих послуг з послугами, які користуються попитом на ринку і які підприємство здатне

запропонувати з прибутком для себе і більш ефективно, ніж це роблять конкуренти. Головне завдання маркетингу послуг — допомогти споживачеві оцінити підприємство та його послуги.

Основними принципами маркетингу послуг є наступні.

1. Маркетинг — це не окрема дія, а система діяльності, послідовність дій підприємства для досягнення поставлених цілей.

2. Узгодженість дій всередині підприємства з умовами зовнішнього середовища.

3. Постановка та відповідь на питання:

– "що насправді являє собою послуга, яку пропонує фірма?" – примушує підприємство подивитися на свої послуги як з точки зору споживача;

– "що робить маркетинг для задоволення потреб споживача?" – мається на увазі не тільки те, що купує клієнт в даний момент, але також і те, що він купив би за інших обставин (наприклад, при збільшенні доходу), тобто, маркетинг повинен бути діяльністю передбачення (включати прогнозування оцінку, що може примусити потенційних споживачів стати клієнтами фірми).

4. Маркетинг дозволяє ідентифікувати і впроваджувати засоби збільшення прибутку – цілі підприємства повинні реалізовуватися за рахунок якісного задоволення потреб клієнтів у досить тривалому проміжку часу.

Отже, для успішної конкуренції в умовах ринкової економіки необхідно, щоб у центрі філософії підприємства був споживач – пропонувати на ринку ті послуги, які бажають отримувати споживачі, і робити це краще за конкурентів.

Сегментація ринку телекомунікаційних послуг може здійснюватися за різними критеріями, вибір яких залежить від призначення послуги. Беручи за критерій вид продукції, можна поділити ринок телекомунікаційних послуг на 3 сегменти:

- телекомунікаційних послуг;
- телекомунікаційних засобів і систем;
- програмного забезпечення [4].

Щоб на ринку була обрана послуга конкретного підприємства, а не інших підприємств, споживачі повинні сприймати її як відмінну і кращу за послуги конкурентів. Для цього треба підкреслювати унікальні особливості, властиві лише цій послугі. Тобто, потрібно грамотно управляти виведенням нової (інноваційної) послуги на ринок. Я правило, цей процес містить вісім основних кроків: народження ідеї; відбір ідей; розробка і перевірка концепції; розробка маркетингової стратегії; бізнес-аналіз; розробка послуги; пробний маркетинг; комерціалізація.

Звичайно, вдосконалити послугу можна і після її виходу на ринок. Однак, як тільки припиняється робота над удосконаленням послуги, вона одразу втрачає конкурентоспроможність.

Успішна діяльність підприємства на ринку – наслідок гармонійного поєднання багатьох складових, головними з яких можна вважати впровадження інновацій та безперервну і ефективну діяльність служби маркетингу. Без маркетингових досліджень, які б враховували особливості телекомунікаційної сфери та продукту підприємств телекомунікацій, можна стверджувати, що підприємство функціонує наосліп. Реалії сьогодення вимагають від підприємств гнучкості, інноваційності та орієнтації на мінливі запити споживачів. Тільки ті підприємства, які відповідають цим критеріям, можуть розраховувати на конкурентоспроможне і тривале існування в економічній системі України.

Список використаної літератури

1. Апарова О.В. Маркетингові дослідження та тенденції розвитку ринку телекомунікацій / Апарова О.В. // Матеріали VIII наук. конференц. [“Сучасні тенденції розвитку технологій в інфокомунікаціях та освіті”], (Київ, 24-25 лист. 2011р.). – К.: ДУІКТ, 2011. – С.98-99.
2. Апарова О.В. Особливості маркетингової стратегії для вітчизняних телекомунікаційних підприємств в сучасних умовах / Апарова О.В. // Нові технології в телекомунікаціях: V Міжнарод. наук.-техн. симпозіум. 17-21 січ. 2012р., зб. тез. – Карпати, Вишків: ДУІКТ, 2012. – С.184-186.
3. Дем'янчук М.А. Заходи та механізми активізації інноваційного розвитку сфери телекомунікацій: [Електронний ресурс] – Режим доступу: http://www.confcontact.com/2008dec/5_demyanchuk.php

4. Дяченко І.А. Удосконалення інноваційної діяльності підприємства галузі електрозв'язку / Дяченко І.А. // Технології і дизайн. – К.: КНУТД, 2014. – №1(10). – С.1-8.

5. Маркетинг і менеджмент інноваційного розвитку: [моногр.] / [ред. С. М. Ілляшенко]. — Суми: Унів. кн., 2006. — 728 с. — укр.

6. Татарников О. Перспективы развития средств связи и информационных технологий / Татарников О. // Компьютер Пресс. – 2006. – №1. – С.16-22.

*Бабенко К.Е., к.ф-м.н., доцент
доцент кафедры менеджмента
Украинская инженерно-педагогическая академия, г.Харьков
kristina_babenko@mail.ru*

РАЗВИТИЕ АКАДЕМИЧЕСКИХ БИЗНЕС-ИНКУБАТОРОВ КАК ПЕРСПЕКТИВНОЕ НАПРАВЛЕНИЕ ИННОВАЦИОННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ В УКРАИНЕ

Проблемам развития инновационной инфраструктуры Украины посвятили труды выдающиеся украинские ученые, среди которых В.М.Геец (обосновал необходимость повышения инвестиционной составляющей за счет кратного увеличения финансирования инфраструктурных проектов) [1], А.И.Амоша (обосновал необходимость создания государственных, региональных и отраслевых венчурных инвестиционных институтов) [2], Н.В.Осадчая (рассматривает проблемы создания научных и технологических парков в Украине) [3], В.И.Ляшенко (отстаивает позицию стимулирования духа предпринимательства, в частности среди молодежи, путем трансформации системы налогообложения) [4] и другие. В частности, проблемам создания и функционирования бизнес-инкубаторов в Украине посвятили работы такие ученые, как Л.М.Васильева, І.О.Дерид, А.Б.Немченко, Л.О.Рыбина и некоторые другие. Однако, хотя количество опубликованных работ по этому вопросу довольно велико, все еще не решена проблема создания и поддержки разветвленной сети бизнес-инкубаторов в научно-производственных регионах страны.

Известно, что развитие малого и среднего предпринимательства оказывает решающее влияние на экономику страны в целом, однако в Украине стратегия стимулирования и регулирования этого сегмента бизнеса до сих пор четко не определена. Уровень предпринимательства в Украине катастрофически не отвечает требованиям рыночной экономики и требует немедленного совершенствования и поддержки со стороны объектов инновационной инфраструктуры.

Как показывает мировой опыт, одним из успешных решений для развития и поддержки предпринимательства является инкубация бизнеса. Бизнес-инкубаторы помогают начинающим бизнесменам приобрести необходимый опыт, способствуют преодолению барьеров при создании бизнес-структуры. Бизнес-инкубаторы (БИ) - это структуры, оказывающие помощь новым компаниям на этапе их организации и становления. Бизнес-инкубаторы занимают важное место в инновационной инфраструктуре. Цель бизнес-инкубатора - обеспечение благоприятных организационно-экономических условий для развития малого и среднего бизнеса, ускорение создания малых предприятий, повышение их жизнестойкости, устойчивости и конкурентоспособности.

В зависимости от поставленной цели, особенностей региона и возможностей организаторов могут создаваться разные типы бизнес-инкубаторов. Так, в США на сегодняшний день действуют инкубаторы искусств (сдают в аренду площади и оказывают помощь молодым художникам и артистам), сельскохозяйственные инкубаторы (в которых малые фирмы перерабатывают продукцию земледелия и животноводства), инкубаторы для женщин, национальных меньшинств, инвалидов (имеющие целью вовлечение этих категорий граждан в активную предпринимательскую деятельность), промышленные инкубаторы, и, наконец, инкубаторы высоких технологий [5].

Университеты Украины сегодня вынуждены активно подтягивать уровень образовательных инноваций до мирового для сохранения конкурентоспособности в условиях интеграции в европейское сообщество.

Создание же бизнес-инкубаторов на базе образовательных учреждений позволяет эффективно использовать концентрацию студенческих идей и опыта профессорско-преподавательского состава, способствует согласованию интересов бизнеса и науки, существенно повысившая эффективность данного партнерства. Интересной особенностью данных научных бизнес-проектов является то, что это в большей мере социальные, а не коммерческие проекты.

3 июня 2014. в Харьковском национальном университете городского хозяйства им. А.Н.Бекетова открыт академический бизнес-инкубатор для предоставления помощи, в т.ч. бесплатной, в организации собственного бизнеса студентам от идеи до получения прибыли [6].

Главная цель создания академических бизнес-инкубаторов (АБИ) - формирование благоприятной экономической и социокультурной среды для генерирования идей и успешного их воплощения на региональном (общенациональном) уровне. В общем виде, академический бизнес-инкубатор - организационная инновационная структура, представляющий малым предприятиям следующий комплекс услуг и ресурсов [7]:

- консультации по бизнес-планированию, юридическим, налоговым и другим вопросам;
- аренда офисных, производственных, лабораторных и других площадей;
- технико-административное обслуживание, связанное с почтовыми услугами, доступом к Интернету, использованием телефона, факса;
- помощь в поиске инвесторов, привлечении кредитов, стартовом финансировании новых компаний;
- услуги бухгалтера, экономиста, маркетолога, менеджера и др.;
- проведение презентаций, выставок, конкурсов, конференций;
- помощь во внедрении новых технологий, ноу-хау, инновационных продуктов;
- проведение тренингов, курсов переподготовки/обучения по программе дисциплин, необходимых для ведения бизнеса;

- создание баз данных, использование информационных технологий, интернет-центров и пр.;
- помощь в поиске работы, внесение в базу данных профессий и вакансий, подготовка резюме, подготовка к собеседованию с работодателями;
- издание буклетов, рекламных проспектов, листовок, новейших методических разработок.

Партнерами академических бизнес-инкубаторов являются местные органы власти (присваивают соответствующий статус бизнес-инкубатору и обеспечивают поддержку), банки и другие кредитные учреждения (источник привлечения инвестиций), объединения предпринимателей (определяют приоритеты и перспективы развития экономики региона), научные учреждения и высшие учебные заведения (привлечение новых предпринимателей, высококвалифицированных специалистов, а также учреждений для проведения обучения и переподготовки кадров, обмен опытом, знаниями) [7].

Для Украины может быть интересен опыт Польши по созданию сети бизнес pre-инкубаторов, получившей название Академического инкубатора предпринимательства (АИП). На сегодняшний день польский Академический инкубатор предпринимательства – это сеть, объединяющая 31 университет в Польше и свыше 1400 развивающихся фирм. Основная миссия АИП – создание благоприятного климата для развития академического предпринимательства в стенах ВУЗов[8].

Активизация усилий в сфере академического предпринимательства безусловно положительно влияет на развитие региона и приводит (на основе анализа опыта Польши) к увеличению количества рабочих мест, занятости населения, развитию региональной инфраструктуры, повышению уровня жизни населения и увеличению поступлений в местный бюджет.

Список использованной литературы

1. Геець В. М. Посткризові перспективи та проблеми розвитку економік України й Росії (макроекономічний спектр) / В. М. Геець // Фінанси України. — 2011. — № 3. — С. 3-18.

2. Амоша О.І. Організаційно-економічний механізм активізації інноваційної діяльності в Україні [Текст] / О. І. Амоша // Економіка промисловості. — 2005. — № 5. — С.15-21.

3. Осадча Н. В. Активізація інноваційної діяльності в наукових і технопарках як виклик глобальної економіки [Текст] /Н. В. Осадча // Вісник економічної науки України. — 2015. — № 1. — С. 108–113 . — Те саме [Електронний ресурс]. — Режим доступу: електрон. чит. зал ПУЕТ. — На укр. яз.

4. Ляшенко, В. І. Вплив Податкового кодексу України на розвиток малого підприємництва: експертні оцінки на етапах обговорення, прийняття та внесення змін [Текст] / В. І. Ляшенко, А. А. Просуленко // Вісник економічної науки України. — 2011. — № 2. — С.93-111. — На укр. яз.

5. Т.Цихан. Инновационная инфраструктура: опыт создания бизнес-инкубаторов. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://patent.km.ua/rus/articles/i404> (дата просмотра 11.01.2017 р.). — Название с экрана.

6. Бізнес-інкубатор ХНУМГ ім. О.М. Бекетова. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.kname.edu.ua/index.php/ru/1679-бізнес-інкубатор-хнумг-ім-о-м-бекетова> (дата просмотра 11.01.2017 р.). — Название с экрана.

7. Сорока М. В. Маркетингове забезпечення діяльності академічних бізнес-інкубаторів як осередків малого бізнесу / М. В. Сорока, І. В. Петрик // Логістика : [збірник наукових праць] - Львів : Видавництво акціонального університету "Львівська політехніка", 2011. - С. 159-166. - (Вісник / Національний університет "Львівська політехніка" ; № 706).

8. Академический бизнес-инкубатор. Опыт Польши. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.univer.tv/tips/perspectiva/akademicheskij-biznes-inkubator-opyt-polshi/> (дата просмотра 11.01.2017 р.). — Название с экрана.

Багдасарьян К.А., студентка

*Науковий керівник: Бесчастна Д.О. викладач кафедри ЕСОІ
Дніпропетровського національного університету ім. О. Гончара
bagdasaryankate@gmail.com*

СУЧАСНИЙ СТАН ЕНЕРГЕТИЧНОГО РИНКУ В УКРАЇНІ

Загальновідомо, що зростання виробництва і споживання енергії нерозривно зв'язане з прогресом людського суспільства, яке на протязі всієї своєї історії, а особливо протягом останнього століття, постійно веде боротьбу за збільшення свого енергетичного багатства. Нині приділяється велика увага питанням економного використання енергоресурсів через різке збільшення

витрат на їх видобування і виробництво, а також високу вартість нафти та газу на світовому ринку.

Питанням пов'язані з дослідженням ринку, вивченням енергоринку паливно-енергетичними ресурсами, вторинною сировиною, відходами виробництва присвячені наукові праці роботах зарубіжних та вітчизняних вчених Ф. Лассалья, В. Репке, А. Шеффле, У. К. Мітчелля, К. Жюглара, Г. Менша, А. Л. Вайнштейна, Ф. Г. Піскоппеля, С. П. Нікітіна, Д. І. Опаріна, Л.О. Клименко, Г.М.Азаренкової, Д.Б.Вольфберга, В.Гайдука, В.М.Загорудька, А.Н.Златопольського, М.В.Качали, С.В.Розвода, О.М.Суходолі, В.В.Смиричинського, А.Г.Сухорукова, І.А.Шевчука та інших.

Останнім часом прийнято ряд урядових постанов про економію паливно-енергетичних ресурсів та розвиток нетрадиційних джерел енергії. Однак через їх недостатню економічну обґрунтованість і недосконалу політику цін бажаних результатів не досягнуто.

Протягом 2014 р. підприємствами й організаціями України на виробничо-експлуатаційні та комунально-побутові потреби було використано 116,5 млн.т умовного палива, що на 19% менше, ніж у 2013р. Протягом 2015р. на виробничо-експлуатаційні та комунально-побутові потреби було використано 104,6 млн.т умовного палива, що на 10% менше, ніж у 2014р [1].

У 2015 р. в Україні зберігалась тенденція до зниження фактичних питомих витрат палива, теплоенергії та електроенергії порівняно з фактичними питомими витратами попереднього року.

Основні витрати палива, теплоенергії та електроенергії припадали на промисловість – відповідно 94%, 80% і 78% загального обсягу їх витрат; транспорт, складське господарство, поштову та кур'єрську діяльність – відповідно 3%, 3% і 9%; сільське господарство, лісове та рибне господарство – відповідно 1%, 5% і 3%.

Зростання світових цін на нафту і нафтопродукти, скорочення надходження нафтової сировини та власного виробництва, підвищення мита на вивіз з Росії нафти та світлих нафтопродуктів призводять до виникнення на

українському ринку дефіциту бензинів і дизельного пального та зростання на них цін.

Динаміка роздрібних цін на бензин моделі А-95 та дизельне топливо і ціна на нафту BRENT представлена на рисунку 1.

У той час як ціна на світову марку BRENT зменшується, ціна на роздрібний бензин України збільшується, це визначається тим, що ціна формується із кількох факторів: світова вартість, податки, логістика, маржа і витрати які витрачаються на АЗС.

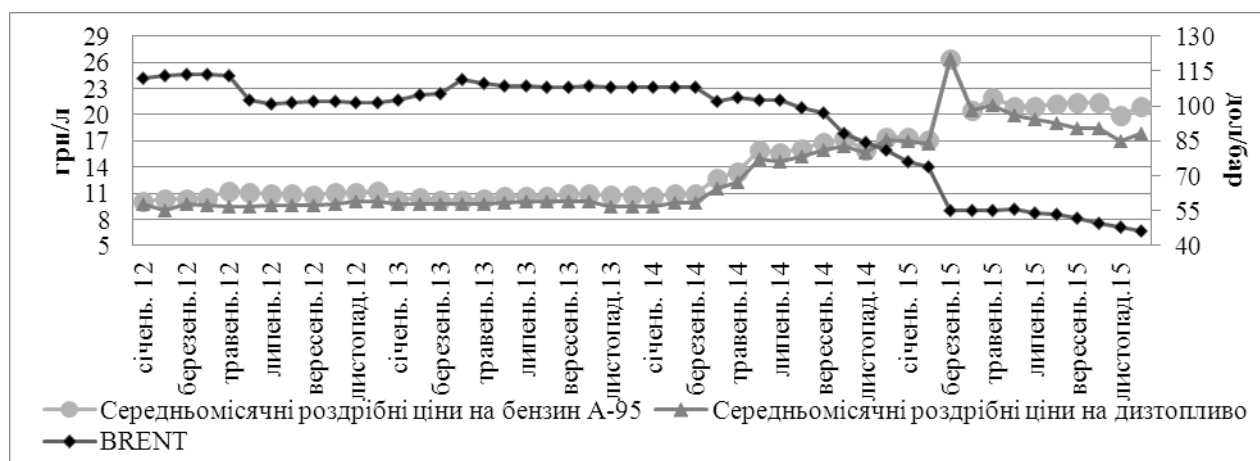


Рисунок 1 - Динаміка роздрібних цін на основні види нафтопродуктів в Україні та динаміка цін BRENT 2012-2015 рр.

*Складено автором за даними Державної служби статистики [2]

Пропорційно структура роздрібної вартості включає складові – вартість на світовому ринку (А-95 – 40%, ДТ – 39,6%), податки (А-95 – 44,3%, ДТ - 35,6%), логістика (А-95 – 6,2%, ДТ -16,3%), витрати на АЗС (А-95 – 8,8%, ДТ – 16,3%) [2]. Найбільша часта припадає на податки, так у вартості топлива моделі А-95 близько 40% складають податки, у той час як в інших країнах цей показник значно нижчий. У США податки формують тільки 20% роздрібної вартості палива, у Канаді – 32%.

Проаналізуємо фактори, що впливають на ціну бензину типу А-95 на ринку нафтопродуктів, а саме: світову ціну BRENT дол/бар; видобуток нафти

тис т., а також їх взаємозв'язок, форму та характер впливу на результуючу ознаку.

Після проведення кореляційно-регресійного аналізу було отримано наступне рівняння регресії:

$$Y = 37,56 - 0,05x_1 - 0,01x_2$$

де, x_1 - світова ціна BRENT, дол/бар; x_2 – видобуток нафти, тис т.

$F_{\text{розрахункове}} 61,93$ то коефіцієнт детермінації $R^2=0,96$ і рівняння загалом є статистично значущим.

Надалі наведено розрахунок коефіцієнтів еластичності для факторних ознак.

$$E_1 = a_1 \frac{\bar{x}_1}{\bar{y}} = -0,34$$

$$E_4 = a_4 \frac{\bar{x}_4}{\bar{y}} = -1,70$$

Отримані результати інтерпретується наступним чином: при зміні світових цін на один відсоток, ціна на бензин типу А-95 зменшиться на 0,34% а при збільшенні видобутку нафти на території України на один відсоток – зменшиться на 1,7%.

За даними групування підприємств за видами економічної діяльності та обсягами споживання енергетичних ресурсів за 2015 рік обчислено коефіцієнти локалізації (табл 1):

Таблиця 1

Коефіцієнти локалізації за видами економічної діяльності

	У % до підсумку		Коефіцієнт локалізації, % L_j
	Кількість підприємств d_j	Спожито паливно-енергетичних матеріалів D_j	
Промисловість	12,4	73,1	589,5
Сільське господарство	13,5	2,2	16,3
Будівництво	8,7	0,4	4,6
Транспорт	4,4	19	431,8
Оптова і роздрібна торгівля	27,6	3,5	12,7
Інші	34	1,8	5,3
Разом	100	100	x

*Складено автором за даними Державної служби статистики [2]

Коефіцієнти локалізації свідчать про нерівномірність використання енергетичних ресурсів на одне підприємство за різними видами діяльності.

Інформація про ринкову структуру дозволяє також визначати рівень концентрації обсягу продажу енергетичних ресурсів за регіонами за допомогою індексу Харфіндела – Хіршмана. Згідно проведених розрахунків індекс Харфіндела – Хіршмана становить 920,8%, що є меншим від 1000, тобто на даному ринку підтримується нормальна ринкова конкуренція, жоден з регіонів не займає більше 31% ринку, два регіони не займають більше 44%, три регіони не займають більше 54%, чотири регіони не займають більше 63% ринку, що вважається безпечною ситуацією на певному товарному ринку [3].

З метою удосконалення стратегії розвитку окремих регіонів України, енергетичні підприємства яких об'єднані в одне економічне ціле, виділено найбільш однорідні групи областей, що схожі між собою за рівнем споживання та виробництва паливно-енергетичних ресурсів [4].

Для досягнення цієї мети було зібрано дані про виробництво та споживання енергоресурсами підприємствами, які характеризували 24 регіонів України. Множиною ознак, за якими оцінювались об'єкти за даними споживання енергоносіїв у 2014 році.

В результаті проведеного дослідження у першу групу регіонів з найвищим рівнем споживання на ринку енергетичних ресурсів у 2014 році увійшла Дніпропетровська та Донецька область.

У другу групу із середнім та вище від середнього рівнем споживання енергоресурсів увійшли Луганська, Івано-Франківська та Запорізька область.

У третю групу із рівнем споживання енергетичних ресурсів нижче від середнього увійшли Львівська, Черкаська, Полтавська, Одеська області.

У групу із найменшим рівнем споживання енергетичних ресурсів увійшли Хмельницька, Рівненська, Миколаївська, Кіровоградська, Сумська, Житомирська, Тернопільська, Волинська, Херсонська, Закарпатська, Чернівецька, Львівська, Черкаська, Полтавська, Чернігівська область.

Отже, зростання цін внаслідок девальвації гривні та падіння промислового виробництва, підвищення податків в Україні на акциз палива значно вплинули на сучасний стан енергетичного ринку в Україні. Відповіддю ринку на зростаючі проблеми стало зростання тіньового сегмента. Використовуючи ефективно державну політику зменшення ціни на паливо можливо зменшити, через зменшення податків, корегування курсу гривні щодо долару, збільшення об'єму інвестицій та їх правильне використання зможе покращити ситуацію на ринку нафтопереробних продуктів, оскільки її покращення може вплинути на низку важливих секторів економіки області.

Список використаної літератури

1. ОПЕС – World Oil Outlook. – 2010. - С. 48. [Електронний ресурс]. - Режим доступу: http://www.opec.org/opec_web/static_files_project/media/downloads/publications/woo_2010.pdf
2. Державна служба статистики України. Паливно-енергетичні ресурси України. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua>
3. Statistical Review of World Energy. – 2014. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.bp.com/statisticalreview>
4. Єріна А.М. «Статистичне моделювання та прогнозування»: Навч. посіб-ник. — К.:КНЕУ - 2008.—170 с.

***Беновська Л.Я., к.е.н.,
старший науковий співробітник
ДУ «Інститут регіональних досліджень
ім. М.І. Долишнього НАН України», м.Львів
lbenovska11@gmail.com***

СТИМУЛЮВАННЯ РОЗВИТКУ ТЕРИТОРІАЛЬНИХ ГРОМАД ДЕРЖАВНИМ ФОНДОМ РЕГІОНАЛЬНОГО РОЗВИТКУ

Одним з найважливіших напрямів стимулювання державою розвитку територіальних громад є їх фінансування Державним фондом регіонального розвитку (ДФРР). У Бюджетному кодексі України прописано, що ДФРР створюється у складі загального фонду державного бюджету. Кошти ДФРР спрямовуються, згідно чинного законодавства, на виконання інвестиційних

програм і проектів регіонального розвитку (у тому числі проектів співробітництва та добровільного об'єднання територіальних громад), що мають на меті розвиток регіонів, створення інфраструктури індустриальних та інноваційних парків і відповідають пріоритетам, визначеним у Державній стратегії регіонального розвитку та відповідних стратегіях розвитку регіонів.

Відбір проектів, які фінансуються з ДФРР відбувається насамперед на обласному рівні і результати передаються на національний рівень в міжвідомчу комісію Мінрегіонбуду. Кошти розподіляються між областями за формулою, що враховує чисельність населення - (80%) та економічний стан регіону відповідно до показника ВРП в розрахунку на одну особу (для регіонів, у яких цей показник менше 75 % середнього показника по Україні) - (20%). Програми і проекти, що реалізуються за рахунок коштів ДФРР, підлягають співфінансуванню з місцевих бюджетів на рівні 10 % [1].

Проведене дослідження основних характеристик проектів ДФРР, процедури їх відбору та фінансування дозволяє виділити найвагоміші проблеми, що потребують першочергового розв'язання з метою підвищення ефективності регіонального розвитку.

1. *Відсутність інвестиційного характеру проектів ДФРР.* Більшість проектів, що фінансуються за рахунок ДФРР не містять інвестиційної складовою та не забезпечують економічний розвиток територій (не створюють можливості для розвитку бізнесу, нові робочі місця, не забезпечують збільшення податкових надходжень, зростання власних доходів територіальних громад). Натомість переважна більшість проектів має соціальне спрямування – будівництво, реконструкція, ремонт бюджетних установ (садочки, школи, лікарні, амбулаторії і.т.д.). Характерною є ситуація, коли територіальна громада, розпочавши будівництво спортивного залу, чи народного дому за рахунок коштів ДФРР, немає в майбутньому власних фінансових ресурсів, щоб закінчити розпочате та коштів на утримання таких установ. Як наслідок, вони стають тягарем для місцевого бюджету, створюють непродуктивні бюджетні робочі місця. Іншою групою проектів є ті, які забезпечують тепло-

енергоефективність бюджетних установ (заміна котлів, вікон, реконструкція водо-, теплопроводів і т.д.). Це важлива група проектів, що дозволяє економити бюджетні кошти в перспективі, проте вони не є інвестиційними проектами. Тому важливо відбирати якісні, концептуально сильні проекти, спрямовані на розвиток інфраструктури, підприємництва, що забезпечуватимуть мультиплікаційний ефект та розвиток регіону, а поточні ремонти слід фінансувати за рахунок коштів обласного бюджету та бюджетів територіальних громад, які суттєво зросли внаслідок бюджетної децентралізації.

Проекти ДФРР відбираються у трьох напрямках: проекти до плану заходів з реалізації стратегії регіонального розвитку, проекти добровільного об'єднання ОТГ, проекти співробітництва територіальних громад. Більшість проектів подається і затверджується за першим напрямком, який є дуже загальним, адже до плану заходів із реалізації стратегії можна прописати практично будь-який проект, у тому числі з мінімальним ефектом. Нажаль, немає нормативно затвердженої частки проектів за різними напрямками (економічно розвитку, соціального розвитку, інфраструктурних).

2. *Незадовільна якість представлених проектів.* Існує низька інституційна спроможність органів місцевого самоврядування у підготовці проектів регіонального розвитку, як наслідок - низький рівень якості підготовлених проектів. Приблизно 30% поданих на розгляд Міжвідомчої комісії програм і проектів, які претендують на кошти ДФРР, не відповідають визначеним Урядом умовам та критеріям відбору. Необхідно підвищити рівень написання проектів місцевими органами влади та можливості отримання кваліфікованої сторонньої допомоги у цих питаннях, проведення навчань з написання проектів тощо.

3. *Проблема формування регіональних комісій з відбору проектів.* Гострою є проблема непрозорості формування регіональних комісій та відбору проектів на регіональному рівні. Комісія з відбору проектів ДФРР формується, згідно розпорядження голови обласної адміністрації, з депутатів та чиновників, які дуже часто мають «конфлікт інтересів» - депутати просувають інтереси

свого виборчого округу, власного бізнесу, інтереси спонсорів, політичної партії; чиновники мають професійний «конфлікт інтересів» - екологи лобіюють екологічні проекти, освітяни - освітні і т.д [2]. Члени комісії, незважаючи на значні обсяги роботи, зазвичай працюють на громадських засадах. Не прописаними є критерії їх відбору. Тому існує необхідність підвищення вимог до формування складу комісій, залучення до них кваліфікованих проект-менеджерів, економістів, архітекторів, науковців, які не є зацікавленими сторонами та зможуть реально, а не формально виконувати свої функції.

4. *Недосконалість методики оцінювання проектів.* Мінрегіоном встановлено критерії оцінки проектів: актуальність проекту; соціальний та економічний ефект від реалізації проекту; інноваційний підхід до вирішення проблеми; термін реалізації проекту; фінансова, інституційна сталість результатів проекту; обґрунтованість вартості проекту. Кожен з проектів оцінюється балами від 0 до 3 (0-повна невідповідність, 1 – значна невідповідність, 2 – часткова відповідність, 3-повна відповідність). Однак для членів комісії суб'єктивною є та чи інша оцінка, адже немає чітко прописаних вимог, що є повною відповідністю чи невідповідністю по кожному з критерію.

5. *Відсутність контролю та покарання за недобросовісну роботу членів регіональних комісій* («конфлікт інтересів», свідоме заниження чи завищення оцінок) та не розроблена процедура перегляду та оскарження оцінок.

6. *Проекти, що відбираються, є маловагомими для вирішення найважливіших проблем регіону.* Проекти, що подаються до ДФРР, є дуже подрібленими та спрямованими на вирішення поточних проблем, що обмежує можливості вирішення найважливіших проблем регіонального розвитку. Тому існує необхідність введення межі мінімальної вартості проекту, що фінансується з ДФРР, на окремі групи проектів.

Список використаної літератури

1. Бюджетний кодекс України від 9. 07.2010р. №2456-VI. - [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon1.rada.gov.ua/laws/show/2456-17>.
2. Ковшенін К. Відбір проектів на ДФРР – доступ закритий. Режим доступу: <http://prorozvytok.com/2016/04/01/regional-development-fund-corruption/>

Бідненко В.О., студент

*Науковий керівник: Федотова Т.А., к.е.н., доцент
доцент кафедри економіки та управління національним*

господарством

Дніпропетровський національний університет ім. О. Гончара

Vlad.bidnenko@mail.ru

СИСТЕМАТИЧНИЙ ВИХІД ІЗ КРИЗИ

Головною ознакою теперішньої (фінансової, економічної, соціальної) кризи є не чітке встановлення напрямків соціально-економічних процесів та через це з'являється проблематика всіх сфер і рівнів життя, оскільки їх взаємозалежне співіснування не лише стимулює, але й, в негативних обставинах, ще й пригнічує усе їх оточуюче життя. Головною причиною цього є – зростання недостатності так званої “інформаційної компоненти” суспільного саморегулювання.

Слід зазначити, що спочатку термін “криза” використовувався в основному в медицині і в театрі. У першому випадку “криза” означає різку зміну перебігу хвороби, після якої хворий або видужував, або вмирав. У другому випадку криза – вирішальний момент, кульмінація театральної вистави [3].

Етимологічні словники [1,2] трактують термін “криза”, як момент, що розділяє все те, що було раніше, від того, що буде після; поворотна точка, поворотний момент (англ. “*Turning point*”); дуже небезпечна, повна загрози ситуація, що вимагає негайного вирішення.

Теоретичне дослідження визначення сутності терміну “криза” виявило значну суперечливість щодо його трактування у різних мовах світу.

Сучасні етимологічні словники пропонують інваріантні первинні значення терміну “криза”: у давньогрецькій мові термін “криза” означає просіювати, розподіляти, визначати, судити [2].

Взагалі, термін “криза” має грецьке походження (від грецького *“κρίσις”* – поворотний пункт, рішення) та означає різкий крутий перелом, скрутне становище [1]. В даному підтексті “криза” означає кризовий час.

Політична війна, яка раніше стимулювала науково-технічний та соціальний прогрес, з отриманням нових неймовірних за руйнівною силою озброєнь, вже не підштовхує до соціально-економічного розвитку. А форми перерозподілу сучасного світу все більше заводять західні моделі суспільної побудови і розвитку сучасного світу в глухий кут фінансового шахрайства та хабарництва.

Позитивним виходом з цього наростаючого суспільного обвалу є створення своєрідного “Інформаційного порталу”, поступової зміни структури, оздоровлення та взаємного підстроювання функціональної достатності та координаційної взаємодії всіх сфер суспільного життя. І якщо у державних і у громадянських структурах з’являтимуться такі необхідні для цього інформаційні органи, це – буде ще меншою “платою” за уникнення повного світового “обвалу”, що за обставин наростаючої екологічної кризи вже навіть не загрожує, а просто нависає над усім людством зростаючою небезпекою цивілізаційної загибелі.

Тим паче, коли думається про те, що робота можлива навіть без цих спеціалізованих інформаційно-оптимізаційних “органів” суспільства, що можна спокійно обійтися, залучивши до цього своєрідне “переформатування” соціально-економічної системи (не без, дольового економічного інтересу) вже віддавна сформований і, навіть, дещо задовго тонучий без справжнього соціального дійства всезростаючий клас науковців.

Отже, в цьому “світлі” пропонується. По-перше, для початку, як на рівні побутової свідомості, так і на рівнях бізнесу і держструктур – розділити головні “ешелони” суспільно-економічної діяльності. А вже потім випрацювати цілі,

методи, підходи і засоби їх внутрішньоструктурного та міжскладового відлагодження у їх чітко структурованій суспільно-економічній системності. Це наступні суспільно-економічні “ешелони” (“пласти” або рівні) соціально-економічної системи (рис. 1).

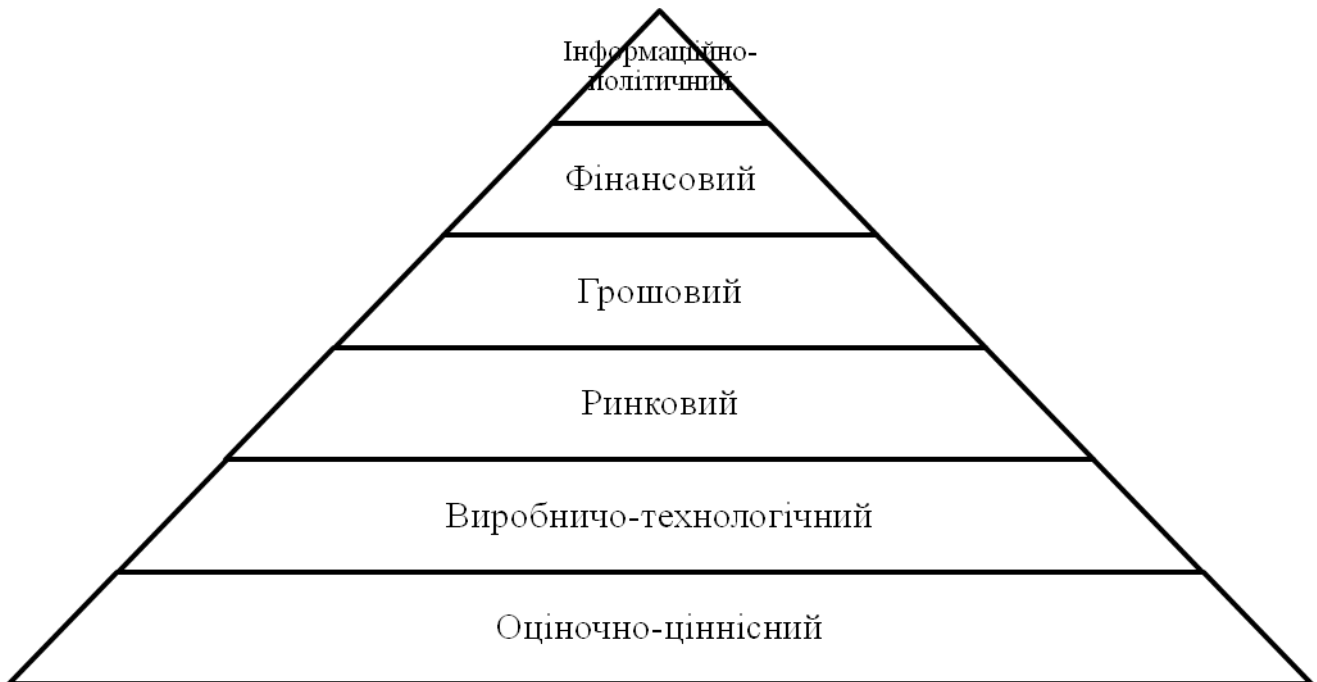


Рисунок 1 - Суспільно-економічні “ешелони” соціально-економічної системи

За однозначністю вагомості в економічній системі кожного із цих своєрідних “ешелонів” (пластів) економічної діяльності не слід забувати про фундаментальну залежність їх від природньо-сировинних обставин своєрідно “нижчих ешелонів” економіки та свідомо-управлінської гнучкості відносно верховенствуючих “ешелонів” в цій своєрідній соціоекономічній “піраміді”.

Це для нас означає принаймні той факт, що будь-які кризи в означених “вищих ешелонах” цілком не обов'язково є їх “внутрішніми” розлагодженостями, а бувають, як правило, навпаки, простим наслідком певної “відірваності” від їх “нижчих ешелонів”, або ще гірше, наслідком гіперболізації різноманітних неузгодженостей, помилок, проблем, злочинів більш “нижчих рівнів”, в тому числі, через необдуманість і навіть варварство щодо природо-сировинних ресурсів. Неправильне втручання відносно “вищих ешелонів” у

системно-економічні відносини “нижчих ешелонів” теж не менш руйнівно розлагоджує процеси, які вивчаються.

Тому усі наявні проблеми завжди слід чітко структурувати відносно їх першопричин і обумовленостей. В іншому випадку позитивне втручання в їх хід стає дуже проблематичним.

По-друге, слід чітко прослідковувати об’єктивно виникаючі в середині означених системно-економічних “ешелонів” прогресивно “оздоровлюючі” процеси та свідомо підсилювати їх злагодженими суспільними процедурами і “механізмами”. Так, у виробничо-технологічному (І-му найфундаментальнішому) “ешелоні”, як це вже частково практикується в розвинених країнах на рівні держпрограм, найвагомішою є постійна оптимізація технологічних ланцюгів дослідження.

Отже, для усіх кризових явищ принциповим є перегляд і максимальна оптимізація усіх існуючих технологій та зумовлених ними функціональних виробничих “ланцюгів” співвідносно наявних і визнаних на цей час потрібними природо-екологічними ресурсами. І економічно найфундаментальнішим, особливо для України, в цьому сенсі завжди виступає аграрно-земельний ресурс.

Усі ці передбачувані, програмовані і моніторингово-управлінські процеси якнайшвидше слід організовано передавати до найкращих фахівців техніко-природничих наук. А прогресивні досягнення цього техніко-виробничого рівня створюватиме досконалу “основу” для наступного відлагодження соціально-економічних процесів більш “вищого” “оціночного ешелону” соціально-економічної системи.

Цей соціально-економічний рівень (“оціночно-цінового ешелону”) основною своєю функцією має визначення і уточнення корисностей створюваних цінностей в повсякчас перемінних для їх виробництва в природо-екологічних і соціально-політичних умовах.

Конкретними механізмами функціонування цього системно-економічного рівня є стандартні маркетингові процеси, де не тільки перевіряються і

уточнюються варіанти технологічної оптимальності виробництва, а й готується техніко-економічне, організаційне та договірне підґрунття наступного “ешелону” суспільно-економічних відносин.

Наступні – ринковий та грошовий “ешелони” суспільно-економічної системи, хоча і є вже достатньо відпрацьованими самі по собі, але теж потребують прямої системної та контрольованої ув'язки їх ієрархічних координаційних функцій з реаліями попередніх системних “ешелонів”.

Інформаційна відповідність їм та з іншого боку постійна моніторингова оптимізація і відлагодження прогресивних тенденцій реально створюватиме підконтрольний суспільству своєрідний “інформаційний портал” дійсно самовідлагоджуваних ринково-грошових відносин. Ці ж аспекти стосуються системних впливів і взаємовпливів обох інших вказаних у схемі рівнів з цією лише особливістю, що вони відіграють цілком домінуючу роль.

Список використаної літератури

1. Великий енциклопедичний словник [Текст] : В 2-х т. / Гл. Ред. А. М. Прохоров. – Сов. энциклопедия, 1991. – Т.1. – 863 с.
2. Етимологічний словник української мови [Текст] : У 7 т. / [За ред. О. С. Мельничука – К. : Наукова думка, 1982–2006. – Т. 2.
3. Юрьева Т. В. Теория антикризисного управления [Текст] : учебно-практическое пособие / Т. В. Юрьева, В. Р. Веснин. – М. : ЕАОИ, 2010. – 214 с.

*Д.е.н., проф. Білоцерківець В.В.,
професор кафедри політичної економії, krumming@gmail.com,
д.е.н., доц. Завгородня О.О.,
професор кафедри політичної економії, elenzavg@gmail.com
Душина А.В., sdushina97@gmail.com,
студентка факультету економіки та менеджменту,
Національна металургійна академія України*

ІННОВАЦІЙНІ ПРІОРИТЕТИ ПОЛІТИКИ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ

Одним із найважливіших наслідків економічної глобалізації є радикальні якісні зміни в характері міжнародної конкуренції, а саме формування такого

екстериторіального феномена захоплення й перерозподілу економічної влади як глобальна конкуренція.

У глобалізованому середовищі суперництво економічних акторів за найкращу реалізацію своїх економічних інтересів набуває комплексного характеру (табл. 1), охоплюючи не тільки усі наявні підсистеми світової економіки, а й боротьбу за їх майбутні контури та чільне місце у цьому майбутньому.

Таблиця 1

Визначальні ознаки глобальної конкуренції

Ознака	Зміст
Об'єкти	- ринки збуту, зокрема майбутні; - ресурси (природні, матеріально-технічні, фінансові, людські, знаннєві, інформаційні); - сфери впливу; - людина (її свідомість та підсвідомість).
Домінуючі фактори та переваги конкурентоспроможності	- економічна творчість та інновації; - ефекти масштабу та різноманіття; - синергетична (мультифакторна) продуктивність факторів виробництва; - часткове заміщення абсолютно обмежених природних ресурсів на відновлювальні та штучностворені; - синергетичний ефект міжнародного розміщення виробництва та глобальних збутових мереж; - нові high-tech технології; - культура та традиції;
Просторова (геоекономічна) конфігурація конкурентних відносин	мережеві глобальні структури, що охоплюють усі стадії та форми руху валового продукту світу, відповідних ресурсних та товарно-грошових потоків
Організаційні форми конкуренції	- глобальний менеджмент та маркетинг на рівні транс- та мультинаціональних корпорацій; - комплексна фронтальна національна політика конкурентоспроможності; - національне та міжнародне регулювання процесів міграції ресурсів та дифузії інновацій; - інститути міждержавного та наддержавного регулювання

Імовірність перемоги у конкурентній боротьбі певних учасників безпосередньо визначається їх потенціалом конкурентоспроможності, підойми якої на початку XXI-го сторіччя закладаються піонерними інноваціями, а зміцнюються інноваційно-інвестиційними інститутами стратегічного розвитку.

Конкурентним відносинам процесам додатковий рушійний імпульс надають комплементарні тенденції креативізації та інтелектуалізації економічної діяльності, що разом узвичаюють інноваційність як спосіб буття економічних акторів. Серед чинників експансії економічної творчості та збільшення інтелектуальної компоненти різнорівневих відтворювальних процесів:

- виснаження ресурсно-технологічних резервів екстенсивного економічного розвитку в країнах – лідерах, що спонукає до активних пошуків нетрадиційних (інноваційних) способів підтримки позитивної економічної динаміки. Про наближення наявного технологічного базису до межі можливостей свідчить низхідний тренд темпів зростання як мультифакторної продуктивності праці в країнах ОЕСР, так і ВВП світу (рис. 1);

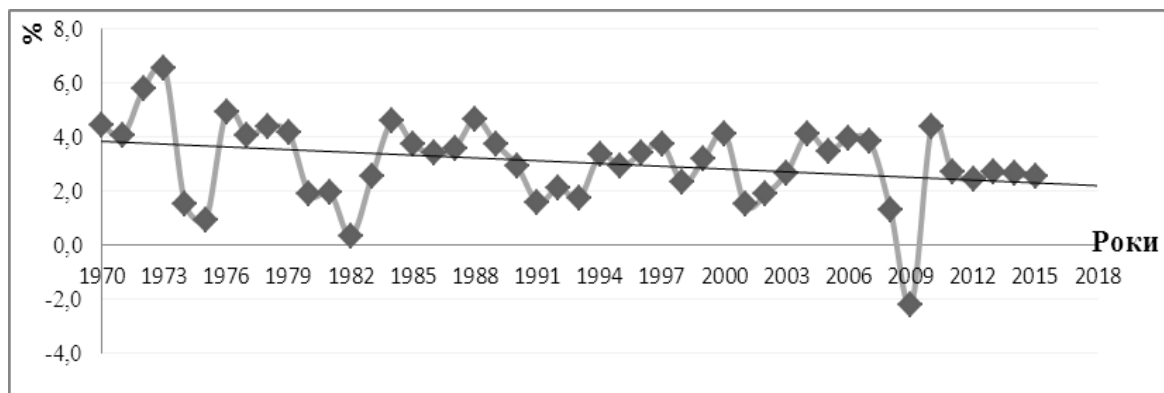


Рисунок 1 - Динаміка темпів зростання світового ВВП, у % за 1970 – 2015 рр.
[складено авторами за [1]]

- інформаційна революція, що прискорила інформаційні потоки, радикально реорганізувала комунікаційні взаємодії акторів, дозволила сформувати відкриту глобальну базу знань, інтенсифікувати дифузії інновацій, здешевити вартість тиражування та розповсюдження інформаційно-інтелектуального продукту, полегшити верифікацію його новизни та авторства;
- масова автоматизація виробничих циклів, що обмежила для людини вибір рутинних варіантів продуктивного використання й комерціалізації власних сутнісних сил;

- досягнутий рівень життя в розвинутих країн із відповідною орієнтацією виробництва на задоволення індивідуалізованих потреб споживача, безперервне оновлення номенклатури та диференціації спектру споживчих властивостей благ, що їх задовольняють. У цих умовах підвищення реального добробуту економічних суб'єктів відбувається за рахунок унікальних позацінових та позадоходних факторів. А суттєве розширення практики кастомізації – персоналізації продуктів та послуг – створює нові ринки і нові інноваційні альтернативи для отримання прибутку і надприбутку;

- певна девальвація економічної цінності традиційних факторів виробництва в умовах прискорення соціально-економічного та техніко-економічного часу. Перше характеризує збільшення кількості значимих подій в календарну одиницю часу – рік, друге – обумовлене моральним старінням скорочення життєвих циклів продуктів і технологій, швидкісне наближення системи до межі її виробничих можливостей.

Знання – результат інтелектуальної суспільної праці – є універсальним засобом трансграничного переходу акторів через наявні межі можливого (удосконалення і розширення простору особистої економічної активності, подолання ресурсно-технологічних обмежень автодинаміки, підвищення рівня конкурентоспроможності та адаптабельності). Ноофактори збагачують відтворювальні процеси корисною актуальною новизною, наділяють їх конкурентними перевагами, зменшують ресурсозалежність, підвищують продуктивність й ефективність. У багатьох розвинених країнах саме знаннєвий та інноваційний ресурс розвитку забезпечували відбуття позитивної економічної динаміки протягом останніх десятиліть (табл. 2). А країнам, що розвиваються, допомагали наздогнати лідерів та скоротити «технологічний розрив» (рис. 2).

Відтак, все потужніше проявляють себе стимули до ротації факторів конкурентоспроможності й виведення у домінанти ресурсу, що вирізняється:

Таблиця 2

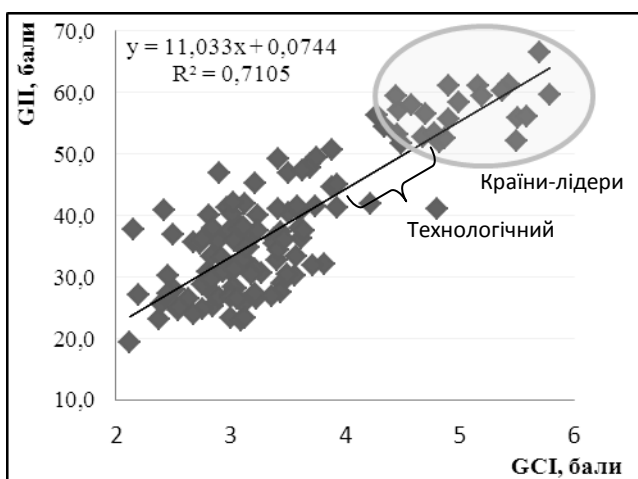
**Вплив знаннєвої та інноваційної детермінант
на поділ країн світу за рівнем економічного добробуту та рівнем
конкурентоспроможності, 2015 р.**

Показники	Одиниця вимірювання	Світ**	Групи країн за рівнем доходу			
			НІ-країни	УМ-країни	LM- країни	ЛІ-країни
Індекс економіки знань*	бали	5,07	7,90	4,99	3,19	1,86
Глобальний індекс інновацій*	бали	37,01	51,64	38,57	29,31	25,40
Населення	млн.	6934,5	1306,9	2400,3	2743,2	880,1
	%	100	18,85	34,61	33,85	12,69
ВВП, за поточним курсом	трлн. дол.	76774,2	51505,7	19251,9	4827,2	1189,4
	%	100	67,09	25,08	6,29	1,55
Середній ВВП на душу населення	дол. за ПКС	16971,99	36296,29	13243,46	4856,95	1576,80
Середня продуктивність праці*	дол. ВВП на 1 зайнятого	113054,9	329917,7	19710,08	6769,45	2209,96
Індекс людського розвитку*	бали	0,68	0,87	0,75	0,62	0,50
Глобальний індекс конкурентоспроможності *	бали	4,24	5,28	4,18	3,91	3,55
Умовний добуток 1 пункту інноваційного розвитку +1827,25\$ на душу населення Умовний добуток 0,1 пункту розвитку економіки знань +1563,68 \$ на душу населення						

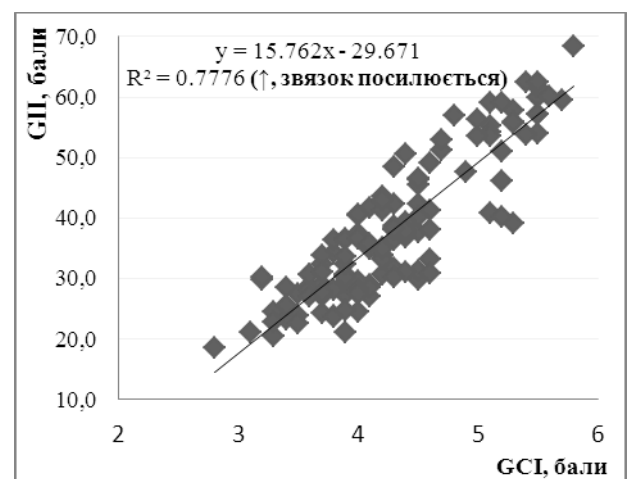
** обстежені країни; * - показник, середньозважений за часткою ВВП країн у групі.

НІ-країни - країни з високим рівнем доходу (ВВП на душу населення за ПКС ≥ 18000 \$); УМ-країни – країни з доходом вище середнього рівня ($8000\$ \leq$ ВВП на душу населення за ПКС < 18000 \$); LM-країни - країни з доходом нижче середнього рівня ($2750\$ \leq$ ВВП на душу населення за ПКС < 8000 \$); ЛІ – країни – країни з низьким рівнем доходу (ВВП на душу населення < 2750 \$)

Складено авторами за [1-5]



2012 р.



2016 р.

**Рисунок 2 - Кореляція між глобальним індексом інновацій (GII) та індексом
глобальної конкурентоспроможності (GCI) країн світу**
[розроблено авторами за [2-3]]

- високою адаптабельністю до флуктуацій середовища;
- здатністю забезпечувати наявні матеріальні та нематеріальні активи від морального старіння, протидіяти стрімкому вичерпанню джерел монопольної та диференційної ренти;
- множинними позитивними мережевими і зовнішніми ефектами;
- здатністю розширювати економічний простір та забезпечувати реалізацію експансіоністських стратегій, запобігаючи антагонізації еколого-економічних суперечностей.

Потужний фінансово-промисловий капітал, переконавшись під час фінансової кризи 2008-2009 рр. у неможливості обманути економічні закони та катастрофічних наслідках його фіктивного примноження у віртуальній реальності, вимушено підкорює свій кругообіг інноваційному капіталу. Підоймами самозростання останнього є:

- складна праця, відмінною ознакою якої є порівняно високі продуктивний і доходостворювальний потенціали;
- використання (експлуатація) унікальних за якостями висококваліфікованих трудових і високопродуктивних знанняємних засобів виробництва;
- генерація додаткового потоку доходів, пов'язаного із реалізацією прав власності на продукти інтелектуальні продукти;
- притягіння та концентрація навколо себе відносно вільних фінансово-кредитних ресурсів, приваблених порівняно високою рентабельністю інноваційного капіталотворення.

Для капіталу-власності стратегічне значення має покращення невідчужуваних результатів, яке дозволяє збільшити показники капіталізації власних матеріальних та нематеріальних активів, їх ринкову вартість. Йдеться про приріст потенцій і компетенцій, вдосконалення й осучаснення матеріально-технічної бази, підвищення професійно-кваліфікаційних характеристик людського капіталу, розробку нових придатних для комерціалізації об'єктів

інтелектуальної власності, добутки ділової репутації (goodwill) та престижності торгової марки тощо.

Інноваційні виклики глобальної конкуренції знаходять своє адекватне теоретичне й практичне відображення в концепції національних інноваційних систем, яка, по-перше, спирається на засновок про визначальну знань та інформації в економічному розвитку і, відповідно, про необхідність створення ефективної системи генерації, трансграничної дифузії та усупільнення знань. По-друге, втілює в собі найбільш сучасне розуміння інноваційної динаміки як суспільно-колективного процесу “товаризації” знань, створення інноваційних благ і налагодження їх виробничо-комерційного впровадження, інтенсивність якого обумовлюється гостротою й інтенсивністю конкуренції, а потужність кооперативних ефектів і результативність – дією інституційних чинників. По-третє, створює плідну основу для розробки промислової й інноваційно-інвестиційної політики, адекватної специфічним національним умовам.

Список використаної літератури

1. The World Bank data [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://data.worldbank.org>
2. Global Competitiveness Report [Електронний ресурс] – Режим доступу: http://www3.weforum.org/docs/WEF_GlobalCompetitivenessReport_2014-15.pdf
3. The Global Innovation Index [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://www.globalinnovationindex.org>
4. KEI [Електронний ресурс] – Режим доступу: http://info.worldbank.org/etools/kam2/KAM_page5.asp
5. UNDP. Human Development Report 2015 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://hdr.undp.org/sites/default/files/hdr15_standalone_overview_en.pdf

*Бойко В. В. , к.е.н., доцент
докторант відділу безпеки реального сектору економіки
Національний інститут стратегічних досліджень
v_boyko888@ukr.net*

ГОРИЗОНТАЛЬНО-ВЕРТИКАЛЬНА ДИВЕРСИФІКАЦІЯ ГОСПОДАРСЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ В АПК У КОНТЕКСТІ ЗМІЦНЕННЯ ЕКОНОМІЧНОЇ БЕЗПЕКИ

Безпекова роль диверсифікації господарської діяльності на сільських територіях полягає не лише суто в економічному (активізація конкурентного середовища в сільській місцевості, посилення інноваційного спрямування господарської діяльності, покращення якісних характеристик продукції та послуг, покращення інвестиційної привабливості сільських територій, підвищення внутрішнього платоспроможного попиту в селі, розширення переліку джерел надходження фінансових ресурсів у бюджети сільських територіальних громад, часткове подолання негативного впливу чинника сезонності виробництва в аграрному секторі економіки, що дозволяє підвищити ліквідність суб'єктів господарювання та вирівняти нерівномірне надходження грошових коштів протягом календарного року, підвищення строку окупності інвестиційних вкладень), але й соціальному (більш якісне задоволення базових інтересів і потреб сільського населення, зниження частки працівників, що оформленні на умовах сезонної зайнятості, підвищення престижності праці в сільській місцевості, покращення якості та професійно-кваліфікаційних характеристик людського капіталу, освоєння інноваційних умінь та навичок, розширення переліку компетенцій сільського населення, полегшення умов праці, внаслідок техніко-технологічної модернізації структурних ланок господарської діяльності) аспектах.

Для більшості сільських жителів диверсифікація є стратегічним напрямом удосконалення їх економічної діяльності. В умовах наростаючих трансформацій, змін і реструктуризації економіки, диверсифікація забезпечує

формування додаткових джерел створення засобів існування для сільського населення [1].

На розвиток процесів диверсифікації впливає ціла низка факторів, серед яких зовнішньоекономічні, що через призму макроекономічних взаємозв'язків визначають загальноекономічну ситуацію в державі, цінову політику, галузеву структуру національної економіки тощо; мікроекономічні фактори, які виражаються станом локального ринку праці, ринками збуту продукції, доступністю капіталу та інфраструктурним забезпеченням; фактори внутрішнього характеру людини, як особистості, що формалізуються на основі її рівня освіти, віку, соціальних зв'язків, системи життєвих поглядів та переконань, які в сукупності стимулюють до активізації підприємницької діяльності та прояву місцевих ініціатив на сільських територіях [2, с. 263].

Найбільш поширеним є поділ диверсифікації господарської діяльності на такі її види, як горизонтальна та вертикальна. Горизонтальна диверсифікація полягає в розширенні діапазону напрямів діяльності в межах однорівневих господарських взаємозв'язків. Своєю чергою, вертикальна диверсифікація передбачає створення нового продукту чи послуги, що є структурною складовою в багаторівневій системі міжгосподарських взаємовідносин виробничо-технологічного ланцюга. У процесі виконання дослідження запропоновано пріоритетні напрями горизонтальної та вертикальної диверсифікації господарської діяльності в аграрній сфері, що дозволить сформувати передумови для зміцнення економічної безпеки.

Пріоритетними напрями горизонтальної диверсифікації господарської діяльності в АПК повинні стати: розвиток органічного землеробства; відродження тваринницької галузі (насамперед, м'ясного та молочного скотарства, гусівництва, козівництва, конярства та вівчарства); формування власних джерел забезпечення органічних добрив; розвиток нетрадиційних видів сільськогосподарської діяльності (бджільництво, тютюнництво, льонарство тощо); вирощування кормових культур і формування власних джерел наповнення кормової бази в тваринництві; зменшення концентрації посівної

площі, зайнятої під вирощуванням технічних культур в загальній їх структурі, з метою забезпечення збалансованого відтворення природної родючості ґрунтів; раціональне вирощування сільськогосподарських культур на енергетичні цілі та потреби (енергетична верба, ріпак тощо).

Своєю чергою, стратегічними напрямками вертикальної диверсифікації господарської діяльності в аграрній сфері мають бути: переробка молока та виробництво готової молочної продукції; замороження ягід, плодів та овочів; будівництво млину для виробництва борошна; відкриття пекарень для випікання хліба та хлібобулочних виробів; будівництво малих цукрових заводів; відкриття консервних заводів; переробка м'яса та виробництво м'ясопродуктів; формування замкнутого циклу господарської діяльності, що передбачає переробку супутніх відходів (солома, стерня, шкіра та кістки сільськогосподарських тварин тощо); розвиток системи надання сільськогосподарських послуг населенню (обробіток ґрунту, збирання врожаю, складські, транспортні, логістичні, інформаційні послуги, калібрування насіння тощо); нарощення елеваторних потужностей; розбудова мережі машино-тракторних парків та ремонтних майстерень сільськогосподарської техніки; нарощення потужностей, що спроможні забезпечити належні ергономічні умови зберігання сільськогосподарської продукції; транспортування продукції до цільових пунктів призначення; переробка, овочів, плодів та ягід; розвиток мережі дрібнооптових аграрних ринків і збільшення кількості потенційних каналів збуту продукції; запуск технологічних ліній, що спеціалізуються на обробці, фасуванні та пакуванні сільськогосподарської продукції; виробництво комбікормів і кормових сумішей; розвиток мережі установ надання послуг із сільськогосподарського дорадництва для підприємців та сільського населення.

Проведення горизонтально-вертикальної диверсифікації господарської діяльності в АПК дозволить збільшити джерела надходжень до бюджетів сільських рад, активізує зайнятість сільського населення, забезпечить зростання його доходів, що в сукупності сформує передумови для зміцнення економічної безпеки розвитку сільських територій.

Список використаної літератури

1. Осташко Т. О. Ринкова трансформація аграрного сектору / Т. О. Осташко. – К. : Фенікс, 2004. – 280 с.
2. Теорія, політика та практика сільського розвитку / за ред. д-ра екон. наук, член-кореспондента НАНУ О. М. Бородіної, д-ра екон. наук, член-кореспондента УААН І. В. Прокопи ; НАН України ; Ін-т екон. та прогнозування. – К., 2010. – 376 с.

*Боліла С.Ю., к.с.-г.н., доцент
доцент кафедри менеджменту організацій
ДВНЗ «Херсонський державний аграрний університет»
bolelayasu@mail.ru*

ІННОВАЦІЙНІ ЗАСАДИ ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ГАЛУЗІ ПТАХІВНИЦТВА НА РЕГІОНАЛЬНОМУ РІВНІ

Для регіонального аграрного сектору важливим є визначення пріоритетних галузей, розвиток яких впливає на зростання економіки. Однією із таких галузей є птахівництво, що займає значне місце в аграрному секторі, оскільки забезпечує населення життєво необхідними продуктами харчування, багато з яких є стратегічними в потенціалі регіону. Унікальні властивості яєць, м'яса птиці та продуктів його переробки зумовлюють необхідність безперебійного забезпечення ними споживачів, що вимагає ефективного функціонування птахівничої галузі. У перспективі птахівництво повинно розвиватися на індустріальній основі. Відповідно до цього важливим є вивчення питань раціональної організації виробництва в галузі птахівництва на ринкових засадах та опрацювання існуючих методичних підходів з раціональної організації агропромислового виробництва з використанням передових інноваційних технологій.

Дослідження виробничої структури птахівничого підкомплексу дає змогу розробити комплекс заходів щодо ефективної структури взаємодії усіх його структурних ланок, створення конкурентоспроможних інтегрованих формувань ринкового типу.

Актуальність даної проблеми зумовлена потребою підвищення конкурентоспроможності вітчизняних виробників продукції галузі птахівництва та досягнення збалансованості розвитку аграрного сектору й сільських територій. Одним із підходів, у рамках якого можна узгодити питання досягнення конкурентоспроможності при забезпеченні збалансованості територіального розвитку, є підхід щодо формування територіальних агропромислових кластерів, у межах яких відбувається поєднання виробничих процесів із науково - інноваційною діяльністю і які зарекомендували себе як активні „точки зростання” економіки [1].

На жаль, формування агропромислових кластерів, в тому числі і в галузі птахівництва, в Херсонській області, до речі, як і в інших регіонах України, проходить досить пасивно, незважаючи на успішний світовий досвід. Разом із тим потрібно цілеспрямовано формувати не лише територіально-виробничі агропромислові кластери з високим рівнем спеціалізації та концентрації галузей агропромислового виробництва, а й на цій економічній базі розбудовувати соціально-економічні кластери для створення гідних умов життя селян та формування привабливого обличчя українського села.

У світовій практиці кластери розглядаються як одна з ефективних форм організації взаємодії підприємств різних галузей, об'єднань, наукових установ з метою підвищення конкурентоспроможності продукції, підприємств і регіонів.

Такий підхід не тільки є засобом досягнення поставлених цілей, які пов'язані зі структурними змінами, підвищенням конкурентоздатності, посиленням інноваційної спрямованості, але є і потужним інструментом стимулювання регіонального розвитку, що зрештою може мати мультиплікаційний ефект у збільшенні зайнятості, заробітної плати, відрахувань у бюджети різних рівнів, підвищенні стійкості й конкурентоздатності регіональної економіки [2].

Питання кластерного механізму, визначення терміна «кластер», ефективної дії кластерів розглянуто у роботах Т. Андерсена, М.П. Войнаренка, Л.С. Маркова, М.Є. Портера, І.В. Піліпенка, С. Соколенка та ін.. Проте, як

завжди в науці, такі складні питання потребують подальшого розвитку, а саме підвищення конкурентоспроможності аграрних галузей через розвиток конкурентних ринків, підвищення інноваційної активності, прискорений розвиток малого та середнього бізнесу, активізації взаємодії держави, бізнесу та науки.

Кластер у загальноекономічному сенсі є групою географічно взаємозалежних компаній-виробників, інфраструктури, науково-дослідних центрів, вузів й інших організацій, які доповнюють один одного в досягненні конкретного господарського ефекту й посилюють конкурентні переваги. На відміну від звичайних форм коопераційно-господарчих взаємодій малого, середнього й великого бізнесу, кластерні системи характеризуються такими особливостями: наявністю великого підприємства-лідера, що визначає довгострокову господарську, інноваційну й іншу стратегію всієї системи; територіальною локалізацією основної маси господарюючих суб'єктів - учасників кластерної системи; стійкістю господарських зв'язків господарюючих суб'єктів - учасників кластерної системи; довгостроковою координацією взаємодії учасників системи в рамках її виробничих програм, інноваційних процесів, основних систем управління контролю якості. Таке комплексне формування успішно конкурує на ринку, скорочуючи трансакційні витрати [3].

В кластерному підході головними компонентами є інноваційність, розвиток взаємодопомоги, поєднання кооперації з конкуренцією та поширення взаємообміну інформацією, знаннями, ноу-хау та патентами

У кластерних структурах полегшується доступ до капіталу, оскільки географічна концентрація компаній, що беруть у них участь, формує сприятливу основу для виникнення внутрішніх кредитних спілок, а також створює притягальну силу для залучення венчурного капіталу, прямих іноземних інвестицій і так званих «ангелів бізнесу». Суттєво те, що територіальна близькість великої кількості фірм полегшує обмін між ними ідеями і передання знань від фахівців фірм, що входять у кластер, до підприємців, що починають свою власну справу усередині кластеру.

У кластері виникає взаємна підтримка й координація. Основними передумовами формування цих об'єднань є: наближення до ринків; забезпечення спеціалізованою робочою силою; економія за рахунок масштабів виробництва; зниження вартості операції; можливості повного доступу до інформації; наявність постачальників капіталу й устаткування; доступ до 'специфічних природних ресурсів; наявність ефективної інфраструктури.

Оцінку можливостей розвитку птахівничого кластеру на рівні регіону слід проводити послідовно за етапами. Спочатку необхідно визначити привабливість кластеру. Для цього необхідно враховувати напрями господарської діяльності, що є найбільш характерними для певного регіону. За допомогою SWOT- аналізу оцінити внутрішні та зовнішні можливості розвитку агропромислового кластеру та зробити висновки щодо ступеня пріоритетності галузі для регіону з позицій базовості для регіону.

Далі створюється координаційний центр, залучаються зацікавлені особи, організації та інститути, що здатні забезпечити функціонування кластеру на рівні регіону або області, опрацьовується та затверджується регіональна стратегія розвитку кластерів. Пріоритет щодо ініціації створення кластеру зазвичай належить органам місцевої влади, які зацікавлені в стратегічному розвитку регіону, отриманні високого рівня конкурентоспроможної продукції та збільшенні її експортного потенціалу. В той самий час об'єднання в кластер здійснюється на добровільних засадах і досить часто за ініціативою знизу на принципах кооперації та взаємодоповнюваності, завдяки чому прибуток отримують всі учасники кластеру й забезпечуються рівні економічні умови господарювання.

Як показала світова практика, в якості інноваційних центрів до кластерних утворень можуть залучатися університети або групи науково – дослідних установ. Так, наприклад, для Херсонської області активним прихильником створення агропромислового кластеру може виступити Херсонський державний аграрний університет, який стане своєрідним науковим інноваційним центром. Даний вищий навчальний заклад має

достатній потенціал, щоб здійснювати наукове забезпечення функціонування птахівничого кластеру. Так, наприклад, для довідки, за участю співробітників біолого-технологічного факультету створена вітчизняна придніпровська породна група птиці м'ясо-яєчного типу для фермерських особистих підсобних господарств, створені бази даних і розроблені теоретичні основи контролю і управління селекційними процесами в птахівництві з використанням персональних комп'ютерів; впроваджено методи вирощування птиці в рівновагових угрупованнях, методи математичного моделювання і прогнозування біологічних процесів тощо.

На наступному етапі доцільно створити кластер та забезпечити інвестиції в відповідності з розробленою стратегією розвитку, здійснити реєстрацію товарного знаку, сертифікацію продукції, сформувати ділові зв'язки, укласти угоди на постачання продукції, створити web- сайту та Інтернет – магазин; сформувати торговельну мережу кластеру на внутрішньому та зовнішньому ринку.

При створенні агрокластерних утворень слід оцінити потенціал галузі та сукупності підприємств, на базі яких формуватиметься кластер. Необхідно оцінити «точки дотику» та «вузькі місця» у діяльності вибірки підприємств. Загальна схема виробничо-технологічної структури кластера здійснюється на основі завершених груп виробництв (вирощування сільськогосподарської птиці, переробка сільськогосподарської продукції, харчові виробництва) з одержання конкретного продукту. На базі цієї структури і формується технологічно-фінансова структура кластеру, яка разом з підприємствами аграрного виробництва та організаціями суміжними із сільським господарством (переробка, зберігання, реалізація, харчова сфера, організація реклами, тара-упакування, транспортна логістика, наукові та навчальні послуги) складає єдиний технологічний цикл.

При аналізі та виборі напрямків діяльності для кластерних структур враховується низка показників, таких як: продуктивність птиці, рентабельність виробництва, прибуток, значимість для регіону та ін. Таким чином організація

інноваційної діяльності потребує сучасного інформаційного забезпечення, що потребує створення інформаційно-інноваційної системи на базі Інтернет-технологій з метою активізації інноваційної діяльності суб'єктів аграрного ринку.

Для реалізації програми кластеризації галузі птахівництва на наступному етапі дуже важливим є забезпечити практичну організаційно-економічну підтримку функціонування кластеру зі сторони органів державної влади та здійснювати моніторинг ефективності впровадження кластерної моделі розвитку з метою внесення коректив у разі необхідності.

Таким чином питання впровадження механізмів кластеризації в аграрний сектор регіону є достатньо складним, але необхідним процесом, що потребує поетапного вирішення. У межах даного дослідження був лише окреслений механізм формування птахівничого аграрного кластеру регіону. У наших подальших дослідженнях будуть більш детально розкриті шляхи його реалізації за для зростання економічного потенціалу регіону на інноваційних засадах.

Список використаної літератури

1. Чужиков В. Кластери як об'єкт державного регулювання /В. Чужиков // Вісник УПДУ.-2001.-№4.-С.160-167.
2. Васильєва Н.К. Математичні моделі інноваційного розвитку в аграрній економіці: [монографія] / Н.К. Васильєва.- Дніпропетровськ: РВВ ДДПУ, 2007.- 348 с.
3. Войтаренко В.М. Концепція кластеру як шлях до відродження виробництва на регіональному рівні /М.Р. Войтаренко //Економіст.- 2000.- №1.-С. 29-31.

Bondarenko Yu. H.

Senior lecturer at the Department of management of organizations

National University "Lviv Politechnic"

yulia.bond@gmail.com

Tsymbalista N. A., PhD in economics

Researcher

State Institution "Institute of Regional Research named after M. I. Dolishniy of the

NAS of Ukraine"

cimbal.natalya@gmail.com

DOMESTIC INVESTMENT AS THE BASIS FOR ECONOMIC DEVELOPMENT OF UKRAINE

Activity and intensity of investment processes is directly linked with and dependent on the actual state of the economic situation and, on the other hand, it reflects the prospects and potential of development of any economic sector, region or the entire state. Investment is the basis for renovation and augmentation of industrial facilities, which leads to acceleration of economic growth. Thus, we consider that intensification of investment processes within the country is the most important instrument for overcoming economic crisis in the modern circumstances.

We fully agree with the opinion of some scholars that today in Ukraine a great importance is attached to foreign investments, but their significance for economic development of our country is often overestimated, while the domestic investment is considered to be less important [1, p. 116; 4; 6, p. 57]. At the same time according to the calculations carried out by the researchers of the Institute for social and economic research annual volumes of domestic investments exceeded the corresponding increase of the total amount of foreign investments in Ukraine by 3-7 times during the last ten years [4]. Moreover, evidence shows that because of more favorable conditions created in Ukraine for foreign investors (comparing to those applied to domestic investments) some Ukrainian companies shift their capital outside the country to the offshore zones for its subsequent allocation as a foreign investment in their business development in Ukraine (this can be true for example for foreign investments from Cyprus and Virgin Islands, etc) [5, p. 260; 6, p. 58].

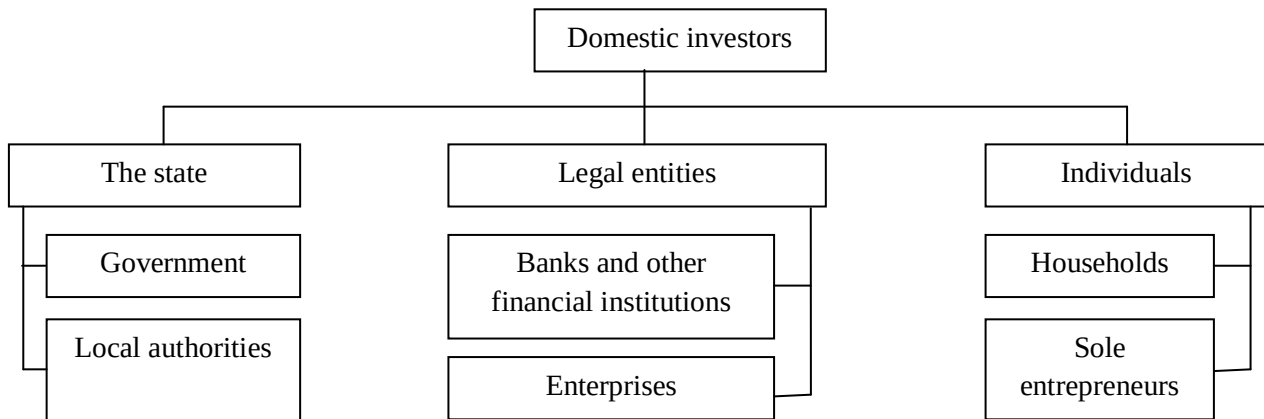
On the other hand, the higher level of activity of internal investment is the more foreign investors will a region or a country can attract. That's why we consider that in the modern difficult circumstances in Ukraine related first of all to the military actions on the East that affect all the economic processes and are detrimental for socio-economic development of our country, it is extremely important to encourage domestic investors.

In comparison with foreign investment, domestic investments constitute a more stable basis for economic development [6, p. 57]. Domestic investors are not likely to withdraw their capital outside the country in case of unfavorable economic situation on the internal market, and they are less dependent on economic, political and social problems that may occur in other countries. Financial results obtained by domestic investors in all probability will be used inside the country either for reinvestment, leading to the increase of capital assets and increment in the national income [3, p. 20], or to enhance welfare and purchasing power of the business owners, and thus can be reflected in the growth of demand on domestic market. Domestic investors, in particular those who represent small and medium business, are often more interested to make their production environmentally friendly, minimizing its negative ecological effects, and they are more willing to invest in the social sphere of the region they are located in. By contrast, foreign investors are not that focused on ecological issues and sustainable natural resource management and in this case the risk of establishment and expansion of environmentally hazardous industries on the territory of our country is considerably higher [2,p. 2].

Talking about domestic investments we should determine the list of entities who can become a domestic investor of the country's economic and social development (fig. 1). As shown on the figure, there are three main groups of domestic investors and all resources for domestic investments by ownership can be divided into state (budget funds and investment resources of the state enterprises and financial institutions) and private (individual savings, accumulated by the households; temporarily free funds of private legal entities and entrepreneurs). Joint

(compound) investments can take place, for example, within the frame of public private partnership.

Figure 1. The main groups of domestic investors



Source: designed by the authors based on [3, p. 30; 6, p. 58-60].

State investments are usually aimed at addressing the significant social and ecological issues across the whole country and determined by the objectives of the state policies in economic and social sphere and in the field of the state priorities of scientific and technical development of the country. In contrast, private investments are ultimately targeting to gain economic effect, increase profitability of business and thus improving welfare of the business owners and private investors.

Besides being an important subject of the investment processes as an investor, the state also regulates the terms and conditions of investment processes and carries out monitoring and supervision of investors and other participants of investment activity. According to the law preferential conditions should be created for those who invest in the most vital spheres of social and economic life in order to meet the most significant social needs [7]. Unfortunately we have to ascertain the fact that today our state cannot cope with this task, moreover, in addition to political instability and military actions on the territory of our country Ukrainian government and parliament are increasingly adopting and introducing new regulations which make the conditions of doing business tougher and increase the level of investment risks due to frequent, inconsequent and unpredictable changes in legislation.

In this respect, in our opinion, the more and more significance in the current circumstances is acquired by public institutions (Non-Governmental Organizations), such as Ukrainian League of Industrialists and Entrepreneurs, European Business Association, Ukrainian Association of Investment Business, Ukrainian Public - Private Partnership Development Support Center, Association of Private Investors of Ukraine and others. In fact they should consolidate their efforts and use their influence on the state authorities in order to defend the rights and interests of investors. In this way they will become active participants of investment processes in Ukraine (table 1).

Table 1

Interdependence and complementarity of the investment process participants

Investment process participants	Basic motivation and interests	Functions and main tasks	The result from meeting the basic interest and accomplishment of functions and tasks
State and local authorities	Maintenance, enhancement and efficient use of all resources of the state; protection, comfortable life for the citizens; stability of the economic and political situation	creation of conditions: economic, legal, social, infrastructure development, financial and credit policy	economic growth of the state and its regions, employment growth, improvement of living standards
Business (domestic and foreign investors)	accumulation of additional resources: financial, tangible and intangible assets; economic security, favorable conditions for the operation and development	earning profit to increase welfare of the business owners	stable business development, market share expansion, profitability increase
Citizens (domestic investors)	high wages, the ability to make savings, affordability of housing and high-quality of food, recreation and health improvement	employment, consumption, savings accumulation	the need for professional development, high productivity of labor, improvement of living standards
Public institutions (Non-Governmental Organizations)	enhancement of activity and creative initiatives of citizens, monitoring the changes in state policies and using the NGO's influence on the state authorities in order to defend the rights and interests of investment process participants	the function of mediator in the implementation of the common interests of the citizens, business entities and the state: cultural, economic, regional, religious, professional, social, etc.	stable and successful development of the regions and the state as a whole

Source: developed by the authors.

From the table 1 it is obvious that the core of investment activity for all the participants lies in the flat of motivation factor. Based on the motivation criteria we can roughly distinguish two groups of investment process participants, which are characterized by common final goal: the first group includes state authorities and communities (citizen, public institutions) and it pursues the objective of sustainable development of the country, while the second group – investors and business – have the common need to gain profit for their own use.

Considering the above, the prospects of our future research will be focused on a deeper study of existing obstacles hindering investment processes (both, domestic and foreign) in Ukraine and on the development of proposals on possible mechanisms for enhancement of investment activity in our country.

References

1. Galas', O. I., Krutsyak, D. B. (2010). Home investment as stabilization tool of state economic development. Academic review, 1, 115-119. [In Ukrainian].
2. Klymova, I. H. (2009). System of interests of the investment process participants. Investment: practice and experience, 3, 2-5. [In Ukrainian].
3. Kovalchuk, S.P. (2016). Organizational and economic mechanism of state regulation of investment attraction. PhD thesis, Lviv University of Trade and Economics, Lviv. [In Ukrainian].
4. Kovalivska, S. (2016). Six myths about investment in Ukraine. Retrieved from : <http://news.finance.ua/ua/news/-/391895/shist-mifiv-pro-investytsiyi-v-ukrayini> . [In Ukrainian].
5. Novak, I. M. (2016). Effective investment of economy of Ukraine through the stock market instruments. Proceedings of Uman National University of Horticulture, Vol. 88(2), 57-65. [In Ukrainian].
6. Pilevych, D. S. (2014). The current state of the main sources of attraction of investments for the development of national economy. Scientific Bulletin of National University of State Tax Service of Ukraine (economics, law), 1, 56-63. [In Ukrainian].
7. Supreme Council of Ukraine. (1991). On Investment Activity. Law of Ukraine, adopted on 1991, September 18, 1560-XII. Retrieved from : <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/1560-12>. [In Ukrainian].

Ванькович Л. Я.
*старший викладач кафедри
 менеджменту і міжнародного підприємництва
 Національний університет «Львівська політехніка»
 liubomyr.y.vankovych@lpnu.ua*

ВИКОРИСТАННЯ ТЕОРІЇ ГРАФІВ ДЛЯ ДИФУЗІЇ РЕЗУЛЬТАТІВ ІННОВАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ МАШИНОБУДІВНИХ ПІДПРИЄМСТВ

Метою є показати, як з використанням графів можна коригувати процес дифузії результатів інноваційної діяльності машинобудівних підприємств на кожному з його етапів, відшукуючи найкоротший шлях (найдешевший спосіб).

Однією з можливостей регулювання процесу дифузії результатів інноваційної діяльності машинобудівних підприємств є застосування теорії графів, яка надає можливість: планувати процес дозування інформації; планувати процес поширення інформації серед первинних носіїв з метою визначити етапи процесу просування об'єктів дифузії, на яких відбуватиметься аналізування відгуків користувачів (споживачів) на запропоновані інновації [1].

Граф є сукупністю об'єктів і зв'язків між ними. З використанням графів стає можливим аналізування довжини зв'язків між графами, визначення її найбільшої чи найменшої величини тощо. Одним із прикладів графів є ланцюги Маркова (рис. 1).

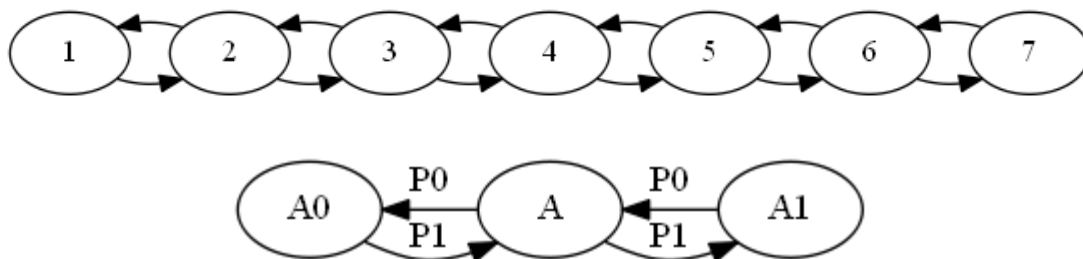


Рисунок 1 - Приклад ланцюга Маркова [2]

Нехай точка «А» може перебувати у семи позиціях, які відповідають умовам моделей дифузії. Такими моделями дифузії можуть бути експансивна дифузія, релокаційна дифузія, ієрархічна дифузія, двофазна дифузія, фокусована дифузія, вибухова дифузія; дифузія на основі реалізації гравітаційної моделі [3].

Якщо точка знаходиться в крайній позиції, то ймовірність пересування прирівнюється до нуля. Маючи розподіл ймовірностей, знаючи кількість та послідовність позицій, можливим є відповісти на питання: з якою ймовірністю точка «А» опиниться у певній позиції, та який найкоротший (найдовший) шлях між деякими двома позиціями. Так, якщо прийняти наступний розподіл ймовірностей: пересування вліво – $1/2$, пересування вправо – $1/5$, точка «А» не пересувається – $3/10$, то можна побудувати стохастичну матрицю ймовірностей:

$$S = \begin{vmatrix} 1 & 0 & 0 & 0 & 0 & 0 & 0 \\ 1/2 & 3/10 & 1/5 & 0 & 0 & 0 & 0 \\ 0 & 1/2 & 3/10 & 1/5 & 0 & 0 & 0 \\ 0 & 0 & 1/2 & 3/10 & 1/5 & 0 & 0 \\ 0 & 0 & 0 & 1/2 & 3/10 & 1/5 & 0 \\ 0 & 0 & 0 & 0 & 1/2 & 3/10 & 1/5 \\ 0 & 0 & 0 & 0 & 0 & 0 & 1 \end{vmatrix} \quad (1.1)$$

Матрицю S , зазвичай, називають матрицею переходу за один крок, а ймовірності пересування – ймовірності переходу за один крок. Таким чином, під ланцюгом Маркова розумітимемо пару (S, x) , де S – матриця переходу, x – вектор-рядок, який задає розподіл ймовірностей залежно від позиції точки «А».

Якщо розглядати не самі ймовірності, а тільки те, чи ці ймовірності є від'ємні чи додатні, то ланцюг Маркова на рис. 1 можна перетворити в орієнтований граф, вершини якого відповідають позиціям точки «А», а дуги вказують на можливий напрямок її пересування. Одержаний граф називають асоційованим орієнтованим графом заданого ланцюга Маркова (рис. 2).

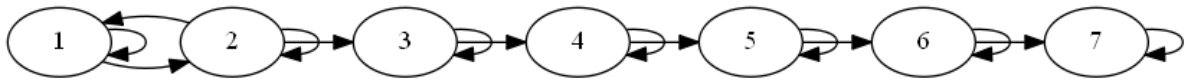


Рисунок 2 - Приклад асоційованого орієнтованого графа заданого ланцюга Маркова.

Очевидно, що у ланцюгу Маркова можна потрапити із однієї позиції в іншу тільки в тому випадку, якщо це можливо у відповідному йому асоційовану орієнтовану графі. Якщо можливим є пересування досліджуваної точки з деякого стану i у деякий стан j , то такий ланцюг називається незвідним. Асоційований орієнтований граф є сильно зв'язаним із відповідним йому незвідним ланцюгом Маркова.

Досліджувана умовна точка «А» може перебувати у позиціях, пересування в яких можливе тільки в одну із визначених напрямків. У таких точках ймовірність повернення буде рівна 1 або будь-якому числу меншому за 1, тому точка «А» може перебувати відповідно зворотному і незворотному станам. Якщо розглянути рис. 1, то незворотними можна визначити стани «1» і «7», всі інші стани точки «А» є незворотними.

Розглянемо приклад того, як за допомогою певного графа можна представити процес дифузії певного об'єкта, що просувається на ринку із використанням реклами. Так, нехай деяке підприємство «А» планує рекламувати інноваційний продукт із використанням N моделей дифузії. Дані моделі можуть використовуватись у різній послідовності та інтенсивності, повторно або не повторно, а також із зміною характеру рекламного повідомлення. Це дасть змогу сформувати систему альтернативних підходів до коригування процесу дифузії результатів інноваційної діяльності машинобудівних підприємств таким чином, щоб це було найбільш раціонально з точки зору вартості і тривалості бізнес-процесів. Так, на першому етапі підприємство може застосувати стратегію масової реклами, використовуючи всі заплановані моделі дифузії, а вже на наступних етапах застосувати тільки ті

методи, які забезпечили найбільшу кількість потенційних споживачів (користувачів) інноваційного продукту.

Послідовність етапів можна представити у формі ланцюгів Маркова, оскільки за умови неуспішного проведення одного із етапів, підприємство, яке реалізує стратегію просування товарів може реалізувати деякі етапи повторно або повертатись до попередніх етапів.

У контексті побудови системи альтернативних підходів до коригування процесу дифузії результатів інноваційної діяльності машинобудівних підприємства важливим є визначення критеріїв її завершення, а саме вибір цільових показників, на основі яких можна робити висновок про доцільність завершення або продовження реалізації певної стратегії просування товарів на основі конкретних моделей дифузії.

Список використаної літератури

1. Ванькович Л. Я. Побудова системи альтернативних підходів до коригування процесу дифузії результатів інноваційної діяльності підприємств / Л. Я. Ванькович // Вісн. Нац. ун-ту "Львівська політехніка". Серія: Логістика : зб. наук. пр. – 2017. – № 846. – Бібліогр.: 8 назв.
2. Жлуктенко В. І. Стохастичні процеси та моделі в економіці : навч. посіб. / В. І. Жлуктенко, Л. Г. Тарасова, Ю. В. Ігнатова. – К. : КНЕУ, 2014. – 230 с. – Бібліогр.: с. 225.
3. Экономическая оценка инновационного потенциала: монография под науч. ред. д.е.н., проф. Перервы П.Г.: Микольц-Харьков: Мишкольцкий университет. – 2013. – 166 с.

***Вербицька Г.Л., к.е.н., доцент**
доцент кафедри менеджменту і міжнародного підприємництва
Національний університет «Львівська політехніка»
galinaverbicka@ukr.net*

ПРОБЛЕМИ ВРАХУВАННЯ ІНВЕСТИЦІЙНИХ РИЗИКІВ ПРИ РЕАЛІЗАЦІЇ ПРОЕКТІВ

Однією з основоположних проблем української економіки на сьогоднішній день є проблема недостатності інвестиційних ресурсів та

боротьби за їхнє використання. Інвестиції є завжди орієнтованими на майбутнє і тому пов'язані зі значною невизначеністю економічної ситуації та поведінки людей, внаслідок чого фактичні результати конкретного рішення або виду діяльності можуть відхилятися від запланованих, а це призводить до виникнення високого рівня ймовірності невиконання інвестиційних планів з об'єктивних чи суб'єктивних причин.

У ринковій економіці ризик є невід'ємним атрибутом господарювання, так як планування і реалізація інвестиційних проектів відбувається в умовах невизначеності пов'язаної з відсутністю повної та достовірної інформації про умови реалізації проекту. Вкладання коштів в будь-який інвестиційний проект є завжди пов'язане з ризиком, оскільки доходи чи збитки від проекту є величинами випадковими, тобто невідомими на момент прийняття рішення про інвестування. Однією з вагомих причин, яка стримує збільшення зовнішніх джерел фінансування для здійснення інвестиційних проектів в умовах перехідної економіки є високі ризики вкладання інвестиційних ресурсів, що можуть призвести до недоотримання запланованого прибутку чи втрати вкладених коштів. Тому очевидно є потреба в ґрунтовних дослідженнях впливу інвестиційних ризиків на формування сприятливого інвестиційного клімату в Україні.

Вся різноманітність ризику взаємопов'язана. Однак в ієрархічній структурній системі ризиків початковим можна визнати інвестиційний ризик, бо якщо немає вкладень, то немає ризику їх втрати. Ефективність інвестиційної діяльності підприємства в значній мірі визначається класифікацією ризику, наукова обґрунтованість якої має важливе значення для одержання всебічної характеристики ризиків.

Інвестиційний ризик поділяють на дві великі групи – систематичний (ринковий) і несистематичний (індивідуальний) [1]. Систематичний ризик з'являється тоді, коли виникають несприятливі умови спільні для всіх сфер економіки. Його поява може бути зумовлена такими факторами: зміна стадій економічного циклу розвитку країни, або кон'юктурних циклів розвитку

інвестиційного ринку; значними змінами податкового законодавства у сфері інвестування та іншими аналогічними факторами, на які інвестор не може впливати при виборі об'єктів інвестування.

Несистематичний ризик пов'язаний з умовами конкретного проекту. Його виникнення може бути пов'язане з некваліфікованим керівництвом підприємства, посиленням конкуренції; нераціональною структурою інвестиційних коштів та іншими аналогічними факторами. Однак на відміну від систематичного ризику, його негативні наслідки можна усунути за рахунок ефективного управління інвестиційним процесом.

За характером наслідків розрізняють динамічний і статичний ризики [2]. Статичний ризик може призвести тільки до збитків і пролягає в можливості втрат реальних активів внаслідок нанесення збитків власності, а також доходу через недієздатність організації.

Причинами статичних ризиків можуть бути: смерть або недієздатність ключових працівників або основного власника підприємства, що призводить до труднощів підбору кваліфікованих кадрів або проблем з переданням прав власності; прийняття законодавчих актів, які є несприятливими для даного підприємства; вчинення будь-яких злочинних дій; негативний вплив на активи підприємства стихійних лих, війн.

Динамічний ризик може призвести як до втрат, так і до прибутку підприємства, тому його ще називають „спекулятивним” і ним дуже важко управляти. Незважаючи на те, що динамічні ризики можуть призвести до збитків одного підприємства, вони одночасно можуть принести вигоду для суспільства в цілому. Причинами динамічних ризиків можуть виступати: зміни кон'юнктури ринку; зміни курсів валют; зміни податкового законодавства.

Оскільки при реалізації інвестиційних проектів головне завдання підприємства полягає в тому щоб не зазнати банкрутства, то виділяють допустимий, критичний і катастрофічний ризики [3].

Допустимий ризик полягає в можливості повної втрати прибутку від реалізації того чи іншого інвестиційного проекту. В даному випадку

ймовірність втрат є можливою, однак вона не перевищуватиме очікуваного розміру підприємницького прибутку.

Критичний ризик пов'язаний з небезпекою втрат в розмірі проведених витрат на здійснення даного виду підприємницької діяльності. Розрізняють критичний ризик першої степені та критичний ризик другої степені.

Критичний ризик першого ступеню пов'язаний з небезпекою одержання нульового доходу, проте підприємство зможе повернути собі повністю виконані матеріальні витрати. Критичний ризик другого ступеню пов'язаний з повною втратою підприємством виручки, а отже виконані матеріальні витрати підприємству доведеться повертати за власні кошти.

Катастрофічний ризик є надзвичайно небезпечним, так як підприємство може повністю втратити своє майно.

За часом виникнення ризику розподіляються на ретроспективні, поточні і перспективні ризики. Аналіз ретроспективних ризиків, їх характеру і способу зниження дає можливість більш точно прогнозувати поточні і перспективні ризики.

За формами прояву інвестиційні ризики поділяються на ризики реального інвестування та ризики фінансового інвестування [4]. Ризики реального інвестування можуть бути пов'язані з такими факторами: вибір некваліфікованого або недобросовісного підрядчика та інші фактори, які затримують ввід об'єкта в експлуатацію; ріст цін на інвестиційні товари; перебої в постачанні матеріалів і обладнання. Ризики фінансового інвестування можуть виникати через непередбачений вибір фінансових інструментів; непередбачені зміни умов інвестування та ін.

За часом впливу розрізняють короткостроковий, середньостроковий і довгостроковий ризик. За частотою впливу виділяють: постійний ризик, який існує постійно; періодичний ризик, який виникає час від часу; разовий ризик, який виникає в разі нестандартної ситуації.

Всі ризики поділяються на зовнішні і внутрішні. Зовнішні ризики виникають у зовнішньому відносно підприємства середовищі і не пов'язані з

його діяльністю. До них відносять: політичні, законодавчі, природні, регіональні, галузеві, макроекономічні. Внутрішні ризики виникають у внутрішньому середовищі підприємства. На їх рівень впливає ділова активність керівництва підприємства, вибір оптимальної маркетингової стратегії, політики і тактики, виробничий потенціал, технічне оснащення, рівень спеціалізації, рівень продуктивності праці, техніки безпеки. Внутрішні ризики розподіляють на три види: виробничі, інвестиційні, комерційні.

В залежності від частоти реалізації розрізняють: високі ризики – це ризики для яких характерна висока частота реалізації, тобто висока ймовірність настання збитку; середні ризики – це ризики для яких характерна середня частота реалізації ризику, тобто середня ймовірність настання збитку; малі ризики – це ризики для яких характерна мала частота реалізації ризику, тобто мала ймовірність настання збитку.

Виділяють прогнозовані ризики, тобто ризики, які можна передбачити і непередбачені, ступінь їх впливу оцінити неможливо [4]. В залежності від рівня виникнення ризики бувають: ті що виникають на мікрорівні; галузевого походження; міжгалузевого походження; регіональні; державні; глобальні.

Так як всі учасники інвестиційного проекту зацікавлені в тому щоб виключити можливість повного його провалу, то в загальному випадку вибір інвестиційного проекту є компромісом між намаганням отримати прибуток і врахуванням його реалістичності. Умови економічної невизначеності, в яких змушені діяти інвестори, спричиняють вплив тих чи інших факторів ризику на їх майбутні прибутки. Інвестиційні ризики загрожують зменшенням прибутків або ймовірними збитками. Тому при прийнятті рішень з питань щодо інвестиційної діяльності керівництво підприємств має обов'язково враховувати вплив всіх видів інвестиційних ризиків.

Інвестиційні ризики об'єктивні для всіх суб'єктів економіки, які займаються інвестиційною діяльністю. Для того щоб інвестиційна діяльність була ефективною всі можливі види інвестиційних ризиків повинні бути старанно вивчені економічним суб'єктом, так як невиправданий ризик може

привести до банкрутства підприємства, а перестраховання – до втраченого зиску і навіть до втрати ринку.

Список використаної літератури

1. Коломієць Н.О. Інвестиційні ризики: сутність та методи оцінки / Н.О. Коломієць // Вісник ХНАУ. – 2013. – №8. – С. 110-119.
2. Крилов Д.В. Інвестиційні ризики в процесі розвитку організаційно-економічного механізму реалізації інвестиційних проектів на промислових підприємствах / Д.В. Крилов // Науковий вісник Херсонського державного університету. – 2015. Вип. 11. Ч.3. – С. 67-70.
3. Морщенок Т.С. Прийняття та обґрунтування інвестиційних рішень в умовах ризику / Т.С.Морщенок//Економіка промисловості.– 2009.–№4.–С.109-114
4. Петренко І.І. Інвестиційні ризики в економічній системі підприємства та способи їх мінімізації / І.І. Петренко // Вісник Полтавської державної аграрної академії. – 2010. – №1. – С. 191-196.
5. Сириченко Н.С. Економічна сутність і класифікація інвестицій в умовах глобальних трансформацій / Н.С. Сириченко // Науковий вісник Мукачівського державного університету.–2015. –Вип. 2.–Частина 1.–С. 263-269.

Вишневська М.К., к.т.н.

доцент кафедри менеджменту

Національна металургійна академія України

vishnevskaya@i.ua

ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ ДОСЛІДЖЕННЯ СУЧАСНИХ ІННОВАЦІЙНИХ МОДЕЛЕЙ

Поява тих чи інших концепцій та теорій пов'язана з об'єктивними умовами, вимогами та інтересами економічної практики. Сучасні теорії інноваційного регіонального розвитку містять специфічне поєднання предмету та концептуального ядра.

Так, ендегенні інноваційні процеси в регіонах виступають предметом досліджень у теоріях інноваційних регіональних кластерів та регіонального розвитку з ендегенним технологічним прогресом, інноваційних мереж, регіональних інноваційних систем. Натомість регіональна нерівномірність представляється предметом теорії динамічної конвергенції.

У конструкціях теорій регіонального інноваційного розвитку можна

спостерігати наявність двох ядер:

- традиційної лінійної моделі інноваційного процесу – в теоріях інноваційних регіональних кластерів та регіонального розвитку з ендегенним технологічним прогресом;
- інтерактивної моделі – в теоріях інноваційних мереж, регіональних інноваційних систем.

Порівняльна характеристика інноваційних моделей наведена у табл. 1.

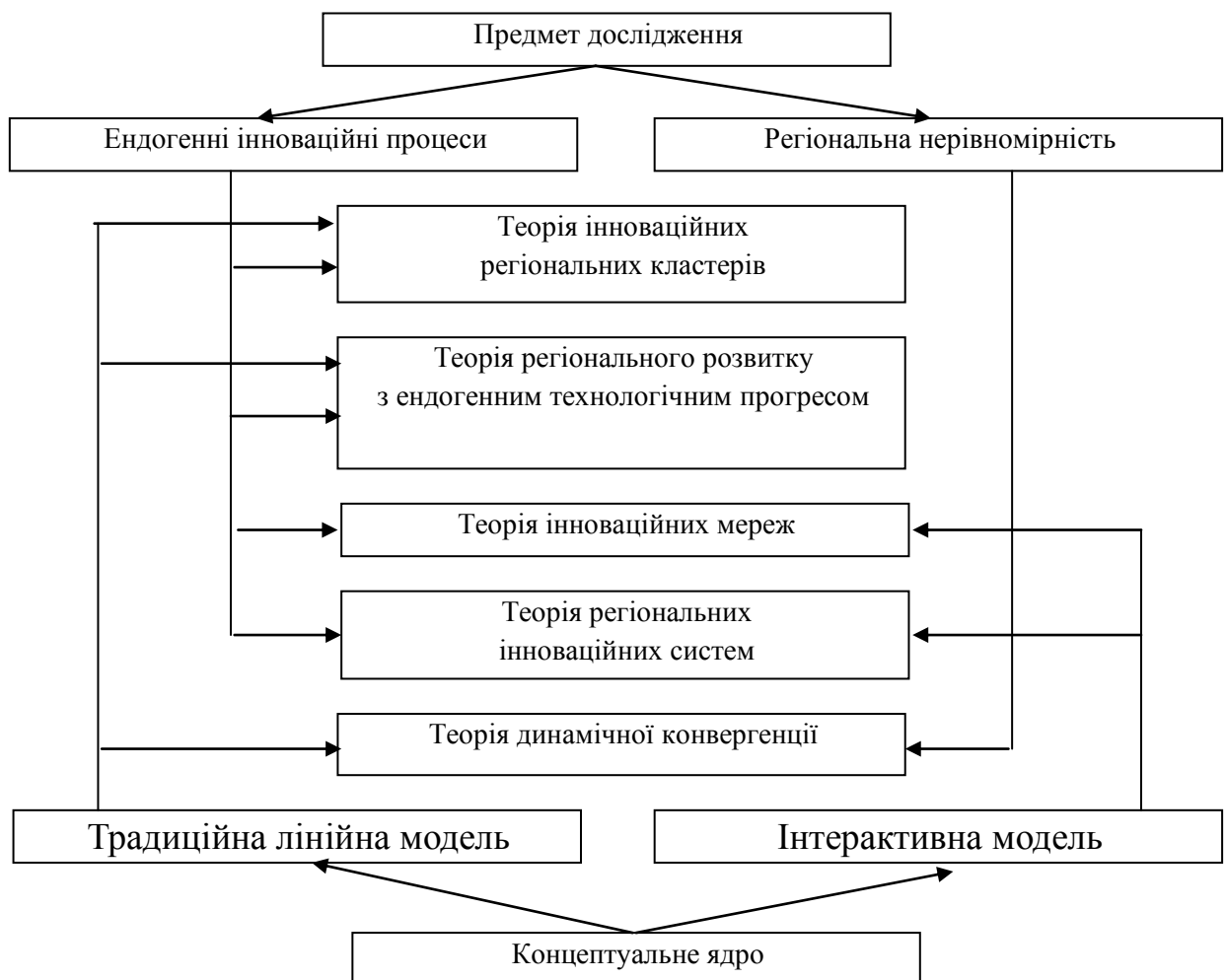


Рисунок 1- Класифікація теорій інноваційного регіонального розвитку

Таблиця 1

Порівняльна характеристики інноваційних моделей

Характеристики	Лінійна інноваційна модель	Інтерактивна інноваційна модель
Важливі учасники інноваційного процесу	великі фірми та науково-дослідний сектор	малі та великі фірми, науково-дослідний сектор, клієнти, постачальники, органи влади
Важливі фактори інноваційного процесу	наукові дослідження та розробки	наукові дослідження та розробки, ринкова інформація, технологічна спроможність, інформаційні практичні знання
Географічна компонента	інноваційна активність сконцентрована в центральних ареалах	інноваційна активність більш рівномірно географічно розповсюджена
Основні задачі регіональної інноваційної політики	сприяти науковим дослідженням та розробкам у менш розвинутих ареалах	розвивати регіональні інноваційні системи

Лінійна модель послідовно об'єднує ланцюг успішних взаємопов'язаних дій. Вони починаються з фундаментального наукового дослідження, проходять далі через прикладні дослідження, експериментальні розробки, виробництво, розповсюдження нової технології або продукту. Модель відображає взаємовідносини між довгостроковими науковими дослідженнями та промисловим економічним зростанням.

В інтерактивній моделі інновація – це комплексний нелінійний, інтерактивний та колективний процес, у якому для генерування та розповсюдження нових продуктів та процесів необхідними є комунікації, координації, кооперації різних учасників [1].

Інноваційний процес розуміється не тільки як технологічний, а також як соціальний, оскільки включає інтерактивне навчання учасників, які діють в інституційних та соціальних умовах, що приводять до формування тієї чи іншої регіональної траєкторії інноваційного розвитку. Мається на увазі, що інновації

переважно є результатом соціальних змін [2].

Інтерактивна модель вважається більш продуктивною, оскільки краще відображає основні специфічні риси, що притаманні інноваціям [3]:

1. Інновація включає суттєвий елемент невизначеності.
2. Сучасні інновації більше спираються на прогрес у наукових знаннях.
3. Значна кількість інновацій виникає шляхом “навчання у процесі виробництва” та “навчання у процесі використання”.
4. Інноваційний процес є кумулятивним видом діяльності.
5. Ідеї виникають та розробляються на всіх стадіях інноваційного процесу.

Порівнюючи дві інноваційні моделі, К. Сміт акцентує увагу на двох суттєвих недоліках концептуальної конструкції лінійної моделі інновацій: по-перше, “занадто висока оцінка наукових досліджень (особливо фундаментальних) як джерел інновацій”; по-друге, ”технократичний погляд на інновації як винятково технічну дію: виробництво нових технічних винаходів” [4].

Таким чином, теорії інноваційних мереж та регіональних інноваційних систем, ядром яких є інтерактивна модель, краще відображають особливості сучасного інноваційного процесу. Втім, плідність їх використання при формуванні регіональної інноваційної політики різна. Інноваційні мережі виступають спонтанним феноменом. Натомість регіональні інноваційні системи мають більш детерміновані та систематичні характеристики.

Перехід від мереж до інноваційної системи вимагає, перш за все, посилення інституційної інфраструктури. З огляду на це регіональні інноваційні системи можуть виступати інструментом для створення підтримуючої системи інновацій на рівні регіону в цілому.

Список використаної літератури

1. Asheim B. Location, agglomeration and innovation: towards regional innovation systems in Norway / B. Asheim, A. Isaksen // STEP-report. – Oslo: STEP-group, 1996. – № 13. – P.7.
2. Cooke P. Regional innovation and learning systems, clusters, local and global value chains / P. Cooke. – Kiel: Kiel institute of world economics, 2001. – P.8.
3. Nauwelaers C. Innovative regions? A comparative review of methods of evaluating regional innovation potential / C. Nauwelaers, R. Alasdair // European innovation monitoring systems. – Luxembourg: European Commission, 1995. – P.36.
4. Smith K. New directions in research and technology policy: identifying the key issues / K. Smith // STEP-report. – Oslo: STEP-group, 1994. – №1. – P.2.

*Власенко Н.А., к.т.н., доцент
доцент кафедри менеджменту та маркетингу
Херсонський національний технічний університет
Vlasenko.anya@mail.ru*

ІННОВАЦІЙНА СТРАТЕГІЯ НА КОКСОХІМІЧНОМУ ПІДПРИЄМСТВІ

Головна передумова інноваційної діяльності підприємства полягає в тому, що все існуюче старіє. У сучасному економічному світі інновації виступають одним з ключових факторів, що визначають перспективи соціального та економічного розвитку підприємства [1– 4].

Для планування та впровадження інновацій розробляються інноваційні стратегії, які спрямовані на пошук найбільш перспективних напрямків розвитку підприємства, випуск нових видів продукції та послуг, або суттєве покращення вже існуючої, з використанням новітніх наукових досліджень, передових технологій, що забезпечують ефективне використання ресурсів [3]. Тому подальше дослідження інноваційних стратегій є актуальним в умовах мінливого навколишнього середовища.

Питанням впровадження інноваційних стратегій на підприємствах промислового сектору займався цілий ряд науковців, серед яких можна назвати Д.П. Дойла, Дж. Дассела, Б. Райзенберга, Т. Скоуна, І.А. Басманова, Р.Я. Вейцмана, І.А. Либермана, О.А. Орлова, В.Ф. Паля, І.І. Поклада, Г.М.Тарасюк,

М.І. Трубочкину, Г.В. Савицкую, Ю.С. Цал-Цалко, Л.І. Шваб, та інших. Але питання доцільності впровадження інноваційної стратегії, що забезпечує ефективне використання ресурсів потребує подальших досліджень.

Ціль роботи – дослідження ефективності впровадження інноваційної стратегії на коксохімічному підприємстві.

Стратегії взагалі, зокрема інноваційні, спрямовані на розвиток і використання потенціалу підприємства, для укріплення його конкурентоспроможності і розглядаються як реакція на зміну навколишнього середовища. Різноманіття інноваційних стратегій обумовлюється складом внутрішніх перемінних підприємства та впливом прямих і непрямих факторів навколишнього середовища.

Відносно внутрішнього середовища коксохімічного підприємства інноваційні стратегії підрозділяються на декілька великих груп:

- продуктові (портфельні, ділові, або бізнес - стратегії, спрямовані на створення і реалізацію нової продукції, технологій і послуг);
- функціональні (науково-технічні, виробничі, маркетингові, сервісні);
- ресурсні (фінансові, трудові, інформаційні, матеріально-технічні);
- організаційно-управлінські (технології, структури, методи, системи управління).

Напрями вибору інноваційної стратегії з врахуванням ринкової позиції (контрольована частка ринку і динаміка його розвитку, доступ до джерел фінансування та сировини, позиції лідера чи послідовника в галузевій конкурентній боротьбі) показані в табл. 1 [5].

За функціональним призначенням і областю застосування промислові інновації можна класифікувати на:

- Науково-технічні (продуктові) інновації (пов'язані з розробкою та виробництвом продукції з новими або покращеними властивостями);
- Технологічні інновації (призначені для вдосконалення способів виготовлення продукції на базі новітніх технологій, досягнень в галузі науково-

технічного прогресу, впровадження нового обладнання, автоматизації та комп'ютеризації).

Таблиця 1

Напрями вибору інноваційної стратегії

Ринкова позиція	Сильна	Придбання іншою фірмою	Стратегія слідування за лідером	Інтенсивні НДДКР, технологічне лідерство
	Сприятлива	Раціоналізація	$\uparrow$ $\leftarrow ? \rightarrow$ $\downarrow$	Пошук вигідних сфер додатка технології
	Слабка	Ліквідація бізнесу	Раціоналізація	Організація «ризикового» проекту
		Слабка	Сприятлива	Сильна
	Технологічна позиція			

Інноваційна стратегія, розглянута в роботі, стосується технологічної інновації виробництва бензольних вуглеводів, які можна виділити з коксового газу в процесі абсорбції. Дана інноваційна стратегія за областю застосування є технологічною, а за видом технологічних інновацій – технологічно вдосконаленою. Вона заснована на застосуванні нового більш ефективного обладнання для виробництва названої продукції з метою підвищення ефективності діяльності коксохімічного підприємства. Для обґрунтування вибору стратегії було проведено комплексний аналіз доцільності заміни абсорбера з дерев'яною хордовою насадкою на абсорбер з металевою спіральною насадкою. В процесі роботи було виявлено, що застосування нового абсорбера з металевою спіральною насадкою збільшує продуктивність процесу абсорбції по газу на 20 – 30 тис. м³/годину, також заміна обладнання приводить до зменшення питомих витрат поглинального масла. Разом з заміною абсорбера пропонувалась заміна насоса для досягнення кращих показників виробництва (заміна відцентрового насосу типу НК 200/120 на ПК 250/150, що дозволяло зменшити енергоспоживання насосу з 2,2 кВт до 1,8 кВт). Порівняльна характеристика обладнання наведена у табл. 2.

В результаті аналізу доцільності впровадження запропонованої інноваційної стратегії були отримані техніко-економічні показники ефективності представлені в табл. 3.

Головна внутрішня мета діяльності коксохімічного підприємства, що функціонує в умовах ринкової економіки, полягає в максимізації прибутку, головного чинника його економічної стійкості. Інноваційна діяльність відіграє у цьому вирішальну роль. Як свідчать дані табл. 3 при впровадженні інноваційної стратегії прибуток збільшується на 8,85 %, відбувається покращення наведених у таблиці показників ефективності, що свідчить про економічну доцільність впровадження обраної стратегії на коксохімічному підприємстві.

Таблиця 2

Порівняльна характеристика обладнання

Найменування обладнання	Матеріал	Технічна характеристика старої моделі	Технічна характеристика нової моделі
Абсорбер	Сталь	Номінальна продуктивність по газу – 90 тис. м ³ /год.	Номінальна продуктивність по газу – 120 тис. м ³ /год.
Відцентровий насос для подачі олії на абсорбцію	Сталь	Тип – НК 200/120. Продуктивність – 150 м ³ /год. Напір – 120 м. Швидкість обертання – 2950 об/хв. Потужність – 2,2 кВт	Тип – НК 200/120. Продуктивність – 150 м ³ /год. Напір – 130 м. Швидкість обертання – 3150 об/хв. Потужність – 1,8 кВт

Таким чином можна виявити, що запропонована інноваційна стратегія є джерелом забезпечення сталого розвитку підприємств та підвищення його конкурентоспроможності.

Будь-який результат інновацій у вартісному виразі узагальнюється економічним ефектом. Економічний ефект інноваційної діяльності оцінюється прибутком від:

- реалізації інноваційної продукції,
- впровадження нового технологічного процесу,
- покращення використання виробничих потужностей,

- впровадження винаходів, корисних моделей, промислових зразків, тощо.

Таблиця 3

Зведена таблиця техніко-економічних показників ефективності

Найменування показників	До впровадження	Після впровадження	Абсолютне відхилення	Відносне відхилення
1. Потужність, т/добу	65	74,6	9,6	14,77
2. Продуктивність праці в натуральному вираженні, т/чол·год	0,34	0,39	0,05	14,71
3. Продуктивність праці у вартісному вираженні, тис.грн/чол	108,33	124,33	16	14,77
4. Прибуток, тис. грн.	171871,1	187088,3	15217,2	8,85
5. Рентабельність продукції, %	19,19	20,46	1,27	
6. Рентабельність продажів, %	16,1	17,58	1,48	
7. Рентабельність виробництва, %	98,5	107,2	8,7	
8. Фондовіддача, грн.	8,15	9,5	1,35	16,56
9. Індекс прибутковості	2,32	2,51	0,19	8,19

В роботі було розраховано річний економічний ефект, який склав 14104,62 тис. грн., що також свідчить на користь впровадження обраної стратегії.

Резюмуючи вище сказане, можна зробити висновок, що сьогодні конкурентоспроможність підприємства все більше залежить від тієї продукції, в основі якої лежить нове знання. Одним з основних чинників підвищення рівня конкурентоспроможності суб'єктів господарювання є використання інноваційних стратегій в процесі їх діяльності. В результаті проведеної роботи було встановлено, що впровадження запропонованої інноваційної стратегії на коксохімічному підприємстві приводить до покращення наведених техніко-економічних показників. Враховуючи названі зміни, можна зробити висновок, що впровадження інноваційної стратегії, пов'язаної з заміною обладнання, є економічно доцільною.

Список використаної літератури

1. Шнипко О. Інноваційне становище України: Проблеми та перспективи / О. Шнипко // Вісник Національного банку України. – 2008. – № 2. – С. 22
2. Александрова В. П. Законодавча база і розвиток інноваційної сфери / В. П. Александрова, Т. І. Щедріна // Проблеми науки. – 2005. – № 12. – С. 40–46.
3. Груба Г. І. Реалізація стратегії управління інноваційною діяльністю./ Г.І. Груба. – К.: - Заповіт, 2002. – 380 с.
4. Вергал К. Ю. Комплексна модель стратегічного інноваційного розвитку підприємства / К. Ю. Вергал // Економіка: проблеми теорії та практики : зб. наук. пр. – Випуск 240: в 5 т. – Дніпропетровськ : ДНУ, 2008. – Т. І. – С. 41–47.
5. Краснокутська Н.В. Інноваційний менеджмент./Н.В. Краснокутська. – К.: КНЕУ, 2003. – 504 с.

Глушков Д. В., студент

*Науковий керівник: доц. канд. фіз.-мат. н. Огліх В. В.,
Дніпровський національний університет ім. О. Гончара
denys.hlushkov@gmail.com*

АНАЛІЗ ДИНАМІКИ СТАВОК ЗА ДЕПОЗИТАМИ ФІЗИЧНИХ ОСІБ ТА ЙОГО ЗВ'ЯЗОК З ОБЛІКОВОЮ СТАВКОЮ НБУ ТА СТАВКОЮ КРЕДИТІВ ДЛЯ ФІЗИЧНИХ ОСІБ

Одним з найважливіших факторів розвитку економічної системи країни є стан фінансових ринків. Оскільки в Україні досить слабо розвинуті фінансові біржі, то ключову роль на ринку фінансових інструментів відіграє саме банківська система. Основним джерелом ресурсів банківської системи є депозити.

Національний Банк України протягом останніх двох років продовжує політику зниженні облікової ставки. Це пов'язують з покращенням макроекономічної ситуації в країні, та з необхідністю зменшення вартості кредитів, які банки видають населенню.

Національний Банк України визначає облікову ставку як один із монетарних інструментів, за допомогою якого Національний банк України встановлює для банків та інших суб'єктів грошово-кредитного ринку орієнтир

щодо вартості залучених і розміщених грошових коштів на відповідний період [1].

Таким чином, саме обліковою ставкою має визначатися ставка за депозитами та за кредитами. Варто звернути увагу, що облікова ставка характеризується як орієнтир, а не зобов'язання, тому варто перевірити наявність реального зв'язку між обліковою ставкою, ставкою за депозитами та ставкою по кредитам.

За даними агентства "Thomson Reuters" динаміка зміни українського індексу ставок за депозитами фізичних осіб за період з січня 2014 по березень 2017 зображено на рис. 1 [2].

Максимальне значення індексу складає 22,09% і відповідає приблизно середині досліджуваного інтервалу – 25.09.2015. І починаючи з цього моменту відсоткова ставка неухильно йде до низу. Останнє значення на 22.03.2017 знаходиться на позначці 16,36%, що нижче за значення початкового періоду (02.01.2014 17,24%).

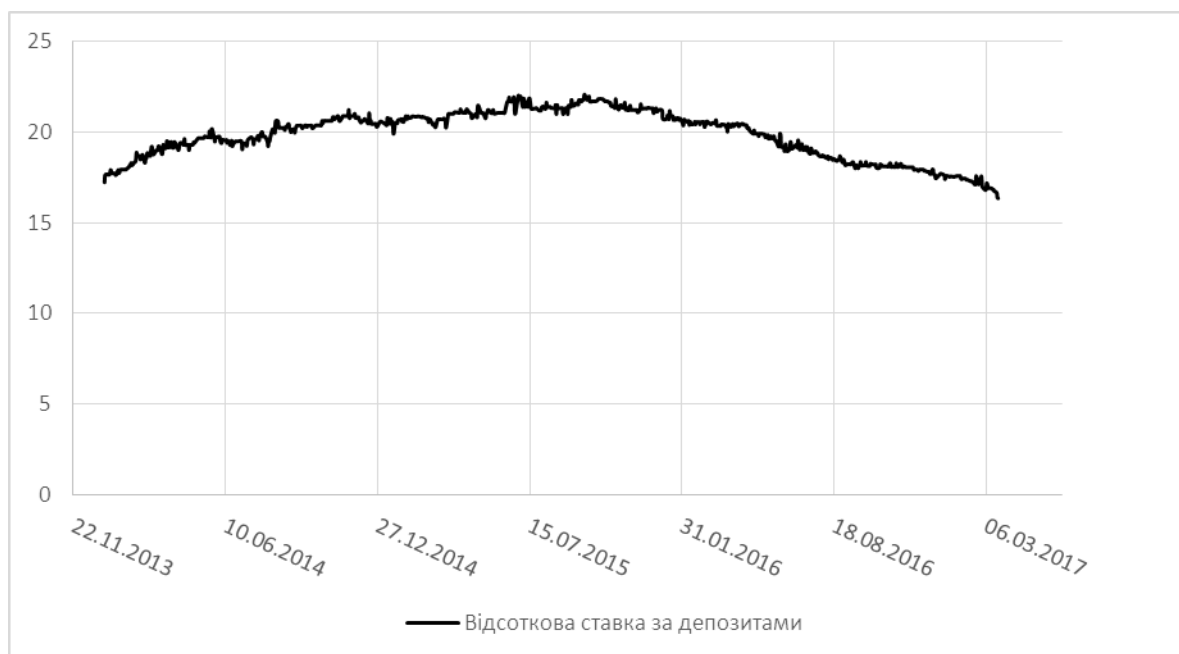


Рисунок 1 - Відсоткова ставка за депозитами

Якщо до наявних даних застосувати ідею багатократного згладжування, що полягає у послідовному застосуванні моделі Брауна до ряду вихідних даних кілька разів, то цей метод дозволить спрогнозувати подальшу зміну відсоткової ставки. Метод поліноміального експоненційного згладжування найкраще підходить для масивів даних, у яких відсутні різкі коливання та які мають достатньо велику кількість спостережень. Результат згладжування та будування прогнозу графічно зображено на рис. 2.

Таким чином можна зробити висновок, що відсоткова ставка за депозитами у найближчий час продовжить знижуватися до рівня 16% річних і нижче. Подальша динаміка залежить у першу чергу від політики Національного Банку. Більшість банкірів прогнозують подальше зменшення облікової ставки, що буде підштовхувати банки зменшувати відсоткову ставку за депозитами.

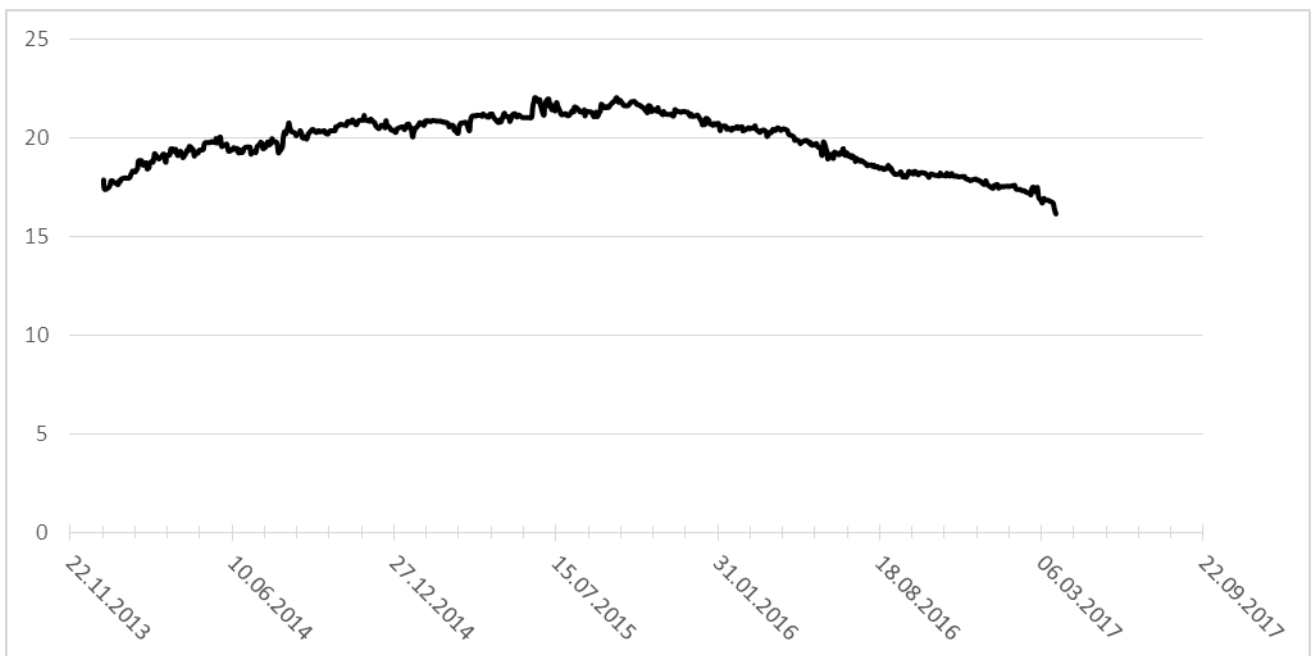


Рисунок 2 - Прогнозування методом поліноміального експоненційного згладжування

Щоб перевірити, чи дійсно зниження облікової ставки матиме такий вплив на ставку за депозитами та кредитами, на одному графіку (рис. 3) зобразимо динаміку зміни українського індексу ставок за депозитами фізичних

осіб, ставки кредиту та облікової ставки НБУ за період з січня 2014 по березень 2017.

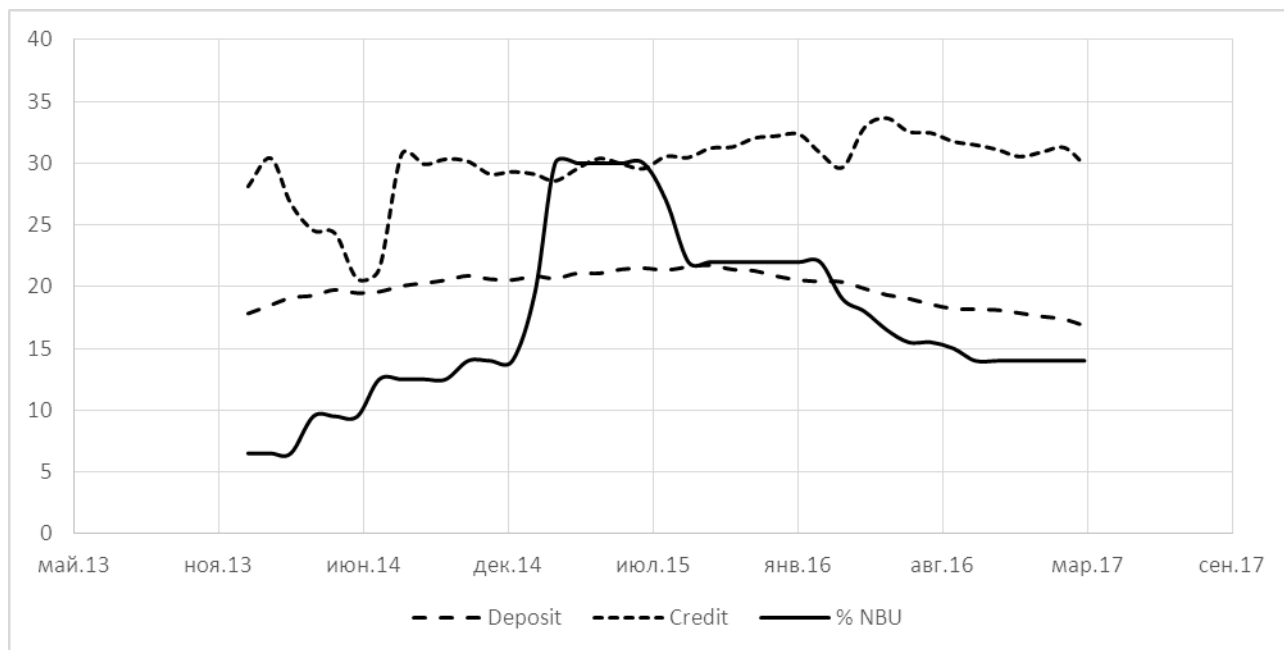


Рисунок 3 - Відсоткова ставка за депозитами

Для перевірки зв'язку між досліджуваними параметрами варто звернути уваги на кореляційну матрицю (табл. 1), яка була побудована за допомогою програмного пакету STATISTICA 7.

Таблиця 1

Кореляційна матриця досліджуваних показників

	Deposit	Credit	% NBU
Deposit	1	0,03	0,65
Credit	0,03	1	0,34
% NBU	0,65	0,34	1

Найбільш тісний зв'язок визначається між обліковою ставкою та ставкою за депозитами. Тому можемо казати про те, що зменшення облікової ставки призводить до зменшення ставки за депозитами. А ось зв'язок між обліковою ставкою та ставкою кредиту хоч і присутній, проте доволі слабкий. Цікаво

відмітити, що зв'язок між ставкою за депозитами та ставкою кредиту відсутній, не дивлячись на те, що ці параметри вважаються взаємозалежними.

Зменшення облікової ставки зменшує дохідність депозитних сертифікатів НБУ, що має стимулювати банки більш активно працювати з кредитами для фізичних осіб. Проте графічне зображення динаміки показників та коефіцієнти кореляції показують інакшу ситуацію. Причиною цього є досить великі інфляційні очікування та високі кредитні ризики через все ще нестабільну економічну ситуацію. Так, економіка України крок за кроком відновлюється, проте цього недостатньо, щоб повернути рівень кредитування к докризовому.

Таким чином можна зробити висновок, що політика Національного Банку України що до зменшення облікової ставки є досить неоднозначним рішенням. Ставка за депозитами фізичних осіб мають досить сильну кореляцію з обліковою ставкою, що призводить до зниження цього показника. Проте зв'язок облікової ставки з відсотковою ставкою за кредитами є слабким і тому вартість кредиту для населення залишається на досить великому рівні. Це призводить до того, що майже не імітуються грошові кошти, досить низький зріст споживання, брак коштів у малому та середньому бізнесі.

Список використаної літератури

1. "Глосарій банківської термінології" [Електронний ресурс] // Національний Банк України – Режим доступу до ресурсу: https://bank.gov.ua/control/uk/publish/article?art_id=123143.
2. Український індекс ставок за депозитами фізичних осіб [Електронний ресурс] // Thomson Reuters – Режим доступу до ресурсу: <https://bank.gov.ua/files/UIRD.xls>.

Гордієнко В.П., к.е.н., доцент
доцент кафедри управління та фінансово-економічної безпеки
Навчально-науковий інститут бізнес-технологій «УАБС»
Сумського державного університету
gordienkovp15@gmail.com

СИСТЕМА ІНДИКАТОРІВ ІННОВАЦІЙНО-ІНВЕСТИЦІЙНОЇ БЕЗПЕКИ РЕГІОНУ

Україна обрала інноваційно-інвестиційну модель розвитку економіки, яка спрямована на здійснення фундаментальних наукових досліджень та пошук інвестиційних ресурсів для фінансування найбільш перспективних інноваційних проектів і впровадження їхніх результатів у виробництво. У свою чергу активізація інноваційної діяльності потребує залучення значних інвестиційних ресурсів, без яких новітні технології неможливо впровадити у життя. Це обумовлює тісний взаємозв'язок між інноваційним та інвестиційним потенціалами території. Інноваційний потенціал через його складові, такі як інтелектуальний, кадровий, потенціал матеріально-технічної бази, інформаційний, потенціал інноваційної інфраструктури та інші впливає на процеси формування, розподілу та використання інвестиційного потенціалу. Інноваційний потенціал визначає можливості території продукувати та залучати інновації з метою подальшого їх використання. Впровадження інновацій суб'єктами господарської діяльності підвищує продуктивність праці, зменшує матеріаломісткість та енергомісткість виробництва. Це у свою чергу зменшує витрати на виробництво і реалізацію продукції, збільшує обсяги виробництва і в кінцевому результаті – прибутки та рентабельність підприємства. У свою чергу збільшення прибутків підприємства, внаслідок впровадження інноваційних рішень, дає змогу більшу їх частину реінвестувати у виробничу сферу економіки регіону, тим самим збільшити величину інвестиційного потенціалу території. Ефективне відтворення інвестиційного та інноваційного потенціалів багато в чому залежить від рівня забезпечення інвестиційної та інноваційної безпеки території.

Інвестиційна безпека регіону може розглядатися як стан захищеності інвестицій від внутрішніх і зовнішніх загроз, який запобігає їх втратам та зменшенню прибутковості в умовах допустимого рівня ризикованості. Ризики, що впливають на рівень інвестиційної безпеки у регіоні обумовлені певними факторами. По-перше, це невідповідність попиту на інвестиційні ресурси за їх кількісним і якісним складом, потребам у фінансуванні регіональних інвестиційних проектів і програм. Регіональна фінансово-економічна система не забезпечує у повній мірі відтворення власних та залучених зовнішніх інвестиційних ресурсів, що у подальшому призводить до зменшення чистих грошових потоків. По-друге, зростають вимоги інвесторів щодо доходності інвестицій у економіку регіону. Так, при надмірному попиті на дефіцитні інвестиційні ресурси зростає їх ціна, відповідно знижуються доходи інвесторів. Такий же вплив проявляється при надмірній пропозиції інвестиційних ресурсів і необхідності знижувати відсоткову ставку. На інвестиційну безпеку регіону впливає також інвестиційний клімат. Якщо інвестиційний клімат у регіоні є несприятливим для ведення прибуткової інвестиційної діяльності відбувається зниження захищеності інвестицій від внутрішніх та зовнішніх загроз, зменшуються чисті грошові потоки та відтворювальні можливості інвестиційного потенціалу регіону.

Потребує уточнення поняття інноваційної безпеки регіону. У загальному вигляді її можна визначити як сукупність захищеності інноваційного потенціалу регіону від внутрішніх та зовнішніх загроз у процесах продукування інновацій та їх ефективного використання у соціально-економічній системі регіону.

Враховуючи єдність та взаємообумовленість процесів відтворення інвестиційного та інноваційного потенціалів регіону виникає необхідність визначення поняття «інноваційно-інвестиційної безпеки» регіону, яка має свою структурно-логічну сутність, відмінну від сутності виокремлених понять інноваційної та інвестиційної безпеки. У відповідності до «Методичних рекомендацій щодо розрахунку рівня економічної безпеки України» під

інноваційно-інвестиційною безпекою розуміється такий стан економічного середовища у державі та регіоні, який стимулює вітчизняних та іноземних інвесторів вкладати кошти у розширене відтворення, сприяє розвитку високотехнологічного виробництва, інтеграції науково-дослідної та виробничої сфери з метою зростання ефективності, поглиблення спеціалізації національної економіки при створенні продукції з високою часткою доданої вартості [1].

Таке трактування інноваційно-інвестиційної безпеки дозволяє обґрунтувати склад індикаторів, який доцільно використовувати на регіональному рівні та допустимі межі для них, що забезпечують необхідний рівень захищеності інвестицій та інновацій від внутрішніх та зовнішніх загроз.

На сьогодні існує декілька науково-методичних підходів до оцінювання рівня інноваційно-інвестиційної безпеки, які можуть застосовуватися як на загальнодержавному, так і регіональному рівнях. Ці підходи відрізняються складом показників, які визначають інноваційні та інвестиційні ризики та загрози. До показників, які характеризують інноваційно-інвестиційну безпеку відносяться: валове нагромадження основного капіталу; відношення вартості нововведених основних засобів до обсягу капітальних інвестицій; інтегральний індекс інвестиційної сприятливості бізнес-середовища; відношення чистого приросту прямих іноземних інвестицій до ВВП; частка продукції, що була реалізована на конкурентних ринках у загальному обсязі реалізованої продукції; питома вага ВВП України у світовому обсязі ВВП; співвідношення обсягу виконаних науково-технічних робіт та ВВП країни; частка витрат на проведення науково-дослідних робіт, що фінансуються за рахунок державного бюджету; питома вага спеціалістів науково-технічної сфери діяльності у загальній чисельності зайнятого населення; питома вага підприємств, які впроваджують інновації у виробничій діяльності [1].

Наведений вище перелік індикаторів є певною мірою не повним, а відтак не враховує інвестиційні ризики та загрози, що виникають в процесі функціонування соціально-економічної системи регіону. Нами пропонується існуючу систему індикаторів інноваційно-інвестиційної безпеки доповнити

такими: співвідношення темпів зростання інвестицій в основний капітал та темпів зростання ВРП; співвідношення обсягів інвестицій в основний капітал і прибутку від операційної діяльності; рентабельність операційної діяльності підприємств; питома вага коштів місцевих бюджетів у загальному обсязі фінансування інвестицій в основний капітал; питома вага інвестицій, що мають інноваційну спрямованість у загальному обсязі інвестицій в основний капітал; питома вага банківських довгострокових кредитів у загальному обсязі фінансування інвестицій в основний капітал; співвідношення притоку та відтоку прямих інвестицій у регіоні; співвідношення темпів зростання прямих іноземних інвестицій та темпів зростання інвестицій в основний капітал; співвідношення обсягів прямих іноземних інвестицій і ВРП.

В цілому індикатори, що визначають рівень інноваційно-інвестиційної безпеки регіону, можна поділити на дві групи: перша – це індикатори, що характеризують первинні інвестиційні та інноваційні ризики та загрози і безпосередньо відображають потенційну ефективність процесу інвестування та інноваційної діяльності; друга – це індикатори вторинних інвестиційних та інноваційних ризиків, що характеризують умови інвестування та інноваційної діяльності у регіоні. Вибір конкретних індикаторів обумовлений їх репрезентативністю до інноваційно-інвестиційної безпеки регіону.

Список використаної літератури

1. Методичні рекомендації щодо розрахунку рівня економічної безпеки України: Наказ Міністерства економічного розвитку і торгівлі України від 29.10.2013 №1277 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://cct.com.ua/2013/29.10.2013_1277.htm.

Григорьева В.С., студентка
Науковий керівник: Федотова Т.А., к.е.н., доцент
доцент кафедри економіки та управління національним
господарством
Дніпропетровський національний університет ім. О. Гончара
leragrigoreva.dnepr@mail.ru

ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ ИННОВАЦИОННОГО РАЗВИТИЯ ЭКОНОМИКИ УКРАИНЫ

Согласно Закону Украины «Об инновационной деятельности», инновации - это вновь примененные и усовершенствованные конкурентоспособные технологии, продукция или услуги, а также организационно-технические решения производственного, административного, коммерческого или иного характера, которые существенно улучшают структуру и качество производства и социальной сферы [3].

Инновационной считается деятельность, направленная на использование и коммерциализацию результатов научных исследований и разработок, обуславливающих выпуск на рынок новых конкурентоспособных товаров и услуг [4].

Инновационный тип развития характеризуется переносом акцента на использование принципиально новых прогрессивных технологий, переходом к выпуску высокотехнологичной продукции, прогрессивными организационными и управленческими решениями в инновационной деятельности по микро- и макроэкономическим процессам развития (создание технопарков, технополисов, проведение политики ресурсосбережения и интеллектуализации всей производственной деятельности) [4].

Проблемами инновационного развития привлекают внимание многих исследователей. Значительный вклад по изучению этих процессов внесли следующие отечественные ученые: С.С. Арутюнян, В.М. Геец, В.А. Гросул, Н.В. Даник, А.В. Ключник, И. Мерников, Л.И. Федулова и другие. Большинство из которых считают, что именно от активности государственной

политики зависит инновационное развитие экономики. Однако разработка мероприятий по инновационному развитию экономики и формированию его стратегических направлений в контексте трансформационных преобразований экономики остаются актуальными.

Согласно международным рейтингам для предпринимательской деятельности Украины занимает не лучшие позиции. Так, согласно рейтингу ведения бизнеса Украина находится на 145 позиции из 181 возможной и на 152 из 179 позиций соответственно [2]. Такие условия ведения предпринимательской деятельности в Украине, как: легкость открытия компании, регистрация собственности, получение кредита, защита интересов инвесторов, деловая, финансовая, денежно-кредитная, инвестиционная, финансовая, свобода от правительства, от коррупции, защищенность прав собственности не соответствуют международным стандартам ведения бизнеса, создает препятствия в привлечении как внешних, так и внутренних инвестиций в экономику страны.

До сих пор практически не реализовывались основные принципы государственной политики по вопросам обеспечения развития национальной инновационной системы. Такое пренебрежение важными вопросами привело к снижению уровня технологического и инновационного потенциала национальной экономики. Теряются перспективы обеспечения расширенного воспроизводства, снижается конкурентоспособность отечественных товаропроизводителей. Согласно статистическим данным, уровень инновационной активности украинских предприятий является сравнительно низким. В целом с 2005 г. имеют место незначительные колебания доли инновационно-активных предприятий в пределах 11-14%. По сравнению с 90-ми годами, Украина в значительной мере утратила свой инновационный потенциал и отстала от стран Восточной Европы: в 1990 г. доля предприятий, занимающихся разработкой и внедрением новой или усовершенствованной продукции, составляла 60-70%, а к 2005 г. она сократилась до 11,9% по сравнению с 70% в развитых странах и с 30% в Польше [1, с.45].

Анализируя источники финансирования технологических инноваций, видим влияние мирового кризиса, когда объемы иностранных инвестиций в 2008 году резко сократились. Как следствие, объемы финансирования инноваций за счет иностранных инвестиций снизились более чем в 2,5 раза и составили всего 115,4260 млн. грн. Государство довольно пассивно в финансировании инновационного развития в течение последних лет, за счет государственных средств финансируются лишь 1-2% инновационных процессов в экономике [7, с. 88].

К главным проблемам в государственной инновационной политике в Украине относятся:

- Недостаточное качество бизнес-среды, плохие условия для развития конкурентоспособности на рынке, а также недостаток государственной поддержки.

- Много препятствий для распространения в экономике новых технологий, обусловленных отсутствием государственной технологической политики и неэффективным отраслевым регулированием, включая таможенное и налоговое администрирование.

- Недостаточность усилий власти по улучшению условий для инновационной деятельности.

- Взаимодействие государства и бизнеса в формировании и реализации инновационной политики носит нерегулярный характер, не обеспечивает устойчивости различных инновационно-активных предприятий, в частности в новых секторах.

17 июня 2009 Кабинет Министров Украины утвердил Концепцию развития национальной инновационной системы [5], целью которой является определение основных принципов формирования и реализации сбалансированной государственной политики по вопросам обеспечения развития национальной инновационной системы, направленной на повышение конкурентоспособности национальной экономики.

Разработанный проект Стратегии инновационного развития Украины на 2010-2020 годы в условиях вызовов глобализаций, который представляет собой комплексную модель инновационного развития Украины на основе четко определенных стратегических и ключевых мероприятий, до сих пор не утвержден [6]. Главная цель Стратегии имеет конкретное количественное определение: обеспечить в указанный срок (до 2020 года) повышение влияния инноваций на экономический рост Украины в 1,5-2 раза по сравнению с настоящим временем. В Стратегии заложены следующие основные приоритеты:

- Адаптация инновационной системы Украины в условиях глобализации и повышения ее конкурентоспособности.
- Переориентация системы продуцирования инноваций на рыночный спрос и потребителя.
- Создание привлекательных условий для создателей инноваций, стимулирование инновационной активности предпринимательства.
- Системный подход в управлении инновационным развитием, информатизация общества.

Особую актуальность приобретают вопросы привлечения внешних инвестиций, ведь в сочетании с внутренними они ускорят инновационное развитие Украины.

Стратегия должна быть утверждена и внедрена в кратчайшие сроки, что позволит повысить конкурентоспособность национальной экономики, достичь приоритетов развития науки и техники.

После изучения данной проблемы можно сделать такие выводы, что на современном этапе инвестиционно-инновационный сектор Украины характеризуется снижением активности, дефицитом финансовых ресурсов, падением платежеспособного спроса на научно-техническую продукцию, что вызвано значительными недостатками при разработке и выполнении государственных целевых программ. Инвестиционно-инновационная политика должна быть сбалансированной и направленной на гармоничное дополнение

внутренних инвестиций внешними, где определяющим фактором будут национальные интересы государства, его инновационное развитие. Дополнительными мерами по привлечению внешних инвестиций, которые будут направляться в приоритетные инновационные проекты, являются:

- Дополнение существующей законодательной базы и разработка новой, предусматривающие льготы для иностранных инвесторов, которые намерены вкладывать средства именно в развитие наукоемких отраслей.
- Обеспечение высокого уровня подготовки инвестиционных проектов инновационного характера в соответствии с международными стандартами.
- Активное сотрудничество с международными инвестиционными и финансовыми структурами.
- Эффективное информационное обеспечение потенциальных иностранных инвесторов о возможностях реализации инновационных проектов в Украине.

Более детальных исследований требует изучение роли государства в управлении инновационными процессами на региональном уровне, ведь инновационная активность регионов является основой инновационного развития страны.

Список использованной литературы

1. Борщ Л.М. Інновації та інвестиції в реальному секторі економіки: перспективи розвитку / Л.М. Борщ // Економіка ринкових відносин. – 2008. – № 2. – С. 44–51.
2. Офіційний сайт Державного агентства України з інвестицій та інновацій [Електронний ресурс]. – Режим доступу: www.in.gov.ua.
3. Закон України "Про іноваційну діяльність" від 16.10.2012 р. N 5460-VI.
4. Марченко А. В. Определение необходимых и достаточных условий для инновационного развития предприятия / А. В. Марченко // Актуальные проблемы экономики. - 2008. - № 6. - С. 158-164.
5. Розпорядження КМУ «Про схвалення Концепції розвитку національної інноваційної системи» від 17 червня 2009 р. № 680-р.
6. Проект Стратегії інноваційного розвитку України на 2010–2020 роки в умовах глобалізаційних викликів [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://kno.rada.gov.ua/komosviti/doccatalog/document?id=48722>.

7. Федулова Л. Концептуальна модель інноваційної стратегії України / Л. Федулова // Економіка і прогнозування. – 2012. – №1. – С. 87–100.

*Гулик Т.В., к.е.н., доцент
доцент кафедри економіки та підприємництва*

*Гулик В.А., магістрант
Національна металургійна академія України
anua73@mail.ru*

ОРГАНІЗАЦІЯ РЕКЛАМНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ТОРГІВЕЛЬНОГО ПІДПРИЄМСТВА

Сучасний етап розвитку нашої країни відрізняється динамізмом і якісними змінами у всіх сферах громадського життя. Процес радикалізації, відновлення торкнувся усі без винятку політичні, економічні і соціальні інститути. У період переходу народного господарства країни до ринкової економіки, коли багато виробничих підприємств, об'єднання, концерни й інші організації стали незалежними, нормальне їхнє функціонування в цих економічних умовах практично неможливо без добре організованої комплексної маркетингової діяльності. Реклама продукції і діяльності підприємства - це найважливіша складова частина комплексу маркетингових заходів, своєрідний інформаційний вихід на споживача.

При правильній організації реклама дуже ефективна і сприяє швидкій та безперебійній реалізації виробленої продукції. При цьому прискорюється повернення оборотних коштів підприємств, установлюються ділові контакти виробників з покупцями і споживачами продукції, попит зростає і перевищує пропозицію, що, у свою чергу, є об'єктивною основою розширення виробництва і підвищення ефективності господарської діяльності.

Реклама товарів - це не примха. Це природний інструмент економіки і важливий регулятор ринкової системи. Прийнятий курс на інтенсифікацію економіки, зміцнення ринкових принципів, гостра необхідність у вирішенні соціальних проблем, підвищення якості і розширення асортименту продукції, що випускається, поставили в сфері рекламної діяльності конкретні задачі,

рішенню яких сприяє організація комплексу рекламних заходів [1]. Організація комплексу ефективних рекламних заходів - це дуже складна задача, для реалізації якої потрібно чітка і злагоджена робота кваліфікованих фахівців торговельно-збутових, маркетингових чи спеціальних рекламних підрозділів підприємств.

Грунтуючись на багатому досвіді зарубіжних країн в сфері реклами, можна стверджувати, що рекламна діяльність - це особлива наука, де є свої правила і закони. Ця наука використовує пізнання психології, соціології і дослідження ринку для вирішення економічних проблем підприємства.

Важливе значення для кожного підприємства займає ефективний збут власної продукції. Тому створюються всі необхідні умови для стимулювання збуту, це - запровадження постійної рекламної кампанії для підтримки своєї продукції. З одного боку, рекламу можна використовувати для створення довгочасного стійкого образу товару, а з іншого боку - для стимулювання швидкого збуту. Тому необхідно розробити стратегію рекламної кампанії.

Стратегія рекламної кампанії базується на характеристиках цільової аудиторії. При цьому враховуються соціально-демографічні характеристики, чинники поведінки споживачів, психографічні фактори.

Рекламна кампанія, будь-якої виробничо-торгівельної фірми спрямована на досягнення наступних цілей [2]:

- збільшення обсягів продажів;
- популяризація торгової марки;
- зміна поведінки споживача через інформування їх про присвоєння продукції фірми сертифіката якості ISO-9001.

На підприємстві використовуються різні види рекламних засобів та заходів, їх можна об'єднати у наступні групи:

- інформаційно-рекламні матеріали;
- виставки, презентації, семінари;
- реклама в періодичній пресі;
- пряма поштова реклама;

- усна реклама;
- зовнішня реклама;
- реклама в комп'ютерних мережах.

Проведення рекламної кампанії має базуватись на чіткому розумінні використовуваних цільовою аудиторією джерел інформації. Для того, щоб рекламна кампанія була ефективною, необхідно враховувати можливі способи знаходження сервера відвідувачами.

Бюджет рекламної кампанії на підприємстві може розраховуватись методом обчислення "у відсотках до суми продажів": в визначеному процентному відношенні або до суми продажів (поточних або очікуваних), або до ціни реалізації товару. Цей метод змушує керівництво враховувати взаємозв'язок між витратами на рекламу, ціною реалізації товару і сумою прибутку в розрахунку на товарну одиницю.

Ефективність реклами є наслідком її впливу на обсяг збуту, рівень доходів і інші показники діяльності оптового підприємства. Обсяг цієї ефективності незмірно вище витрат на рекламу. Його точне визначення практично неможливо, однак навіть самі приблизні оцінки дозволяють говорити про колосальний розмірі ефективності. За своєю економічною природою реклама є послугою. Завдання торгової реклами полягає в передачі інформації в потрібному місці і в потрібний час. Тільки в цьому випадку вона досягає своєї мети і буде вважатися ефективною.

Список використаної літератури

1. Галіцин В.К., Демяненко В.В. Оптимальне планування процесу розміщення рекламних повідомлень. // Маркетинг в Україні. - 2008. - №1. - с. 16-19.
2. Головкина Н.В. Рекламні стратегії: дослідження існуючих підходів до розробки міжнародних кампаній // Маркетинг в Україні. -2004. - №5. - С. 16-20.
3. Дем'яненко В.В., Потапенко С.Д. Оптимізація розподілу бюджету рекламної компанії для поширення рекламних повідомлень // Маркетинг в Україні. - 2003. - №3. - С. 10-12.
4. Дмитрук М. Стратегічний маркетинг: данина моді високих понять чи інструмент конкурентної боротьби // Маркетинг и реклама. - 2003. - №5-6. - С. 32-37.

5. Оністрат О.В. Ефективність рекламної діяльності підприємств. // Актуальні проблеми економіки. - 2008. - №7. - с. 127-132.

*Дергалюк М.О.
аспірантка кафедри економіки і підприємництва
Національний технічний університет України «Київський політехнічний
інститут ім. Ігоря Сікорського»
[m a r t a 17@mail.ru](mailto:mar_t_a_17@mail.ru)*

СТВОРЕННЯ ІННОВАЦІЙНОЇ ІНФРАСТРУКТУРИ АГРОПРОМИСЛОВИХ КОМПЛЕКСІВ РЕГІОНІВ

У сучасних умовах світового економічного розвитку виробництво конкурентоспроможної продукції неможливо без використання інноваційних технологій. Проблеми використання інноваційних технологій особливо гостро стоять перед агропромисловим комплексом, оскільки у сільському господарстві спостерігається незадовільний стан виробничо-технічного забезпечення. До агропромислового комплексу відноситься інфраструктура, у тому числі інноваційна, що здатна забезпечувати ефективне впровадження результатів науково-технічної діяльності у агропромислове виробництво, виступаючи однією з форм забезпечення інноваційного розвитку агропромислового комплексу.

Необхідно відзначити, що проблеми розвитку інноваційної інфраструктури агропромислового комплексу за рахунок створення освітньо-наукових агропромислових формувань залишаються недостатньо розкритими та розробленими.

Розвиток інноваційної інфраструктури є засобом удосконалення взаємозв'язків освіти, науки і виробництва. Залученню інноваційних технологій світового рівня та продукуванню власних інновацій сприятиме розвиток інноваційної інфраструктури створення освітньо-наукових агропромислових формувань та їх взаємодії між собою.

Освітньо-наукові агропромислові формування представляють собою вертикально інтегровані науково-освітні структури із інноваційно-спрямованими виробничими підприємствами агропромислового комплексу. Вони утворюються на базі вищих навчальних закладів, сприяють мультидисциплінарності наукових розробок, залученню студентів, викладачів, підприємців до інноваційного процесу, відповідно до потреб регіональних агропромислових комплексів. Такі формування дають можливість зацікавити та скоординувати діяльність різних господарсько-правових структур у інноваційному напрямку розвитку агропромислових регіональних комплексів.

Взагалі сама ідея такого об'єднання не є новою. Ще у 70-80-х роках минулого століття створювалися науково-виробничі об'єднання, районні агропромислові об'єднання кооперативного типу, агропромислові міжгосподарські підприємства в меліорації, агрохімії, насінництві тощо. Але розрізненість інтересів з часом нівелювала переваги таких формувань та призвела до їх самоліквідації. У сучасних умовах економічного розвитку інноваційна спрямованість спроможна сприяти розвитку інноваційної інфраструктури за рахунок створення освітньо-наукових агропромислових формувань.

Створення освітньо-наукових агропромислових формувань відповідає державним напрямам розвитку агропромислового комплексу та інноваційної інфраструктури, що зазначені у Концепції формування державної системи сільськогосподарського дорадництва [9], а також Законом України «Про інноваційну діяльність» [3], «Про освіту» [4], «Про державне регулювання діяльності у сфері трансферу технологій» [2] тощо.

Необхідно відзначити, що на сьогоднішній день в Україні вже створені певні складові інноваційної інфраструктури у вигляді освітньо-наукових агропромислових формувань. Такими прикладами можуть бути створені на базі:

- Київського національного економічного університету ім. Вадима Гетьмана – Інститут економіки та менеджменту агропромислового комплексу [5];

- Національного університету біоресурсів і природокористування України – Український науково-дослідний інститут сільськогосподарської радіології; Науково-дослідний та проектний інститут стандартизації і технологій екобезпечної та органічної продукції та Українська лабораторія якості і безпеки продукції агропромислового комплексу [8];

- Миколаївського національного аграрного університету – Н науковий парк «Агроперспектива» [6].

Перераховані заклади є навчальними закладами IV рівня акредитації, що мають статус закладів дослідницького типу на базі яких і створено освітньо-наукові агропромислові формування. Розвиток інноваційної інфраструктури та створення таких освітньо-наукових агропромислових формувань дозволяють ефективно використовувати науковий, матеріально-технічний, кадровий потенціал вищих навчальних закладів, сприяють комерціалізації результатів наукових досліджень, а також збільшують надходження до місцевих та загальнодержавного бюджетів.

Окрім зазначених освітньо-наукових агропромислових формувань на базі інших вищих навчальних закладів функціонують різні наукові центри та лабораторії, прикладом яких можуть бути:

- Львівський аграрний національний університет, на базі якого створено «Інноваційний центр» з метою забезпечення ефективного взаємозв'язку освіти і науки з виробництвом у сфері сільського господарства [6];

- Вінницький аграрний національний університет, на базі якого створено два науково-дослідних інститути, а саме Науково-дослідний інститут біопалив, біомас та ефективності їх використання та споживання та Науково-дослідний проектно-конструкторський технологічний інститут [1];

- Херсонський державний аграрний університет, на базі якого функціонує «Проблемна науково-дослідна лабораторія еколого-меліоративного моніторингу агросистем сухостепової зони ім. проф. Д. Г. Шапошникова» [10].

Але, необхідно відзначити, що існуюча в Україні освітньо-наукова база щодо створення освітньо-наукових агропромислових формувань є набагато ширшою.

Створення освітньо-наукових агропромислових формувань допоможе охопити усі ланки освітньо-наукового та інноваційного процесу, об'єднати суб'єктів регіонального агропромислового комплексу, спрямувати зусилля не тільки на передачу знань у вищих навчальних закладах, а й на практичне їх використання.

Отже, на сьогоднішній день в Україні освітньо-наукові агропромислові формування недостатньо поширені та розвинені. Розвиток інноваційної інфраструктури за рахунок створення освітньо-наукових агропромислових формувань сприятиме об'єднанню інтересів та ресурсів вищих навчальних закладів, місцевих органів влади, підприємств агропромислового комплексу та фінансово-кредитних установ, що, у свою чергу, вплине на розвиток регіональних агропромислових комплексів.

Список використаної літератури

1. Вінницький аграрний національний університет – Режим доступу: http://www.vsau.org/web/vsau/vsau.nsf/webgr_view/GrHZCSV
2. Закон України «Про державне регулювання діяльності у сфері трансферу технологій» від 14.09.2006 р. №143-V // Відомості ВР України, 2006. – № 45. – ст. 434.
3. Закон України «Про інноваційну діяльність» від 04.07.2002 р. №40-IV // Відомості ВР України, 2002. – № 36. – ст. 266.
4. Закон України «Про освіту» від 23.05.1991 р. № 1060-XII // Відомості ВР України, 1991. – № 34. – ст. 451.
5. Інститут економіки та менеджменту агропромислового комплексу Київського національного економічного університету ім. Вадима Гетьмана. – Режим доступу: https://kneu.edu.ua/ua/science_kneu/ndi/institut_ekonomiky_ta_menedzmentu_agro_promyslovogo/

6. Львівський аграрний національний університет – Режим доступу: <http://lnau.lviv.ua/lnau/index.php/uk/nd/nc.html>

7. Миколаївський національний аграрний університет – Режим доступу: <http://www.mnau.edu.ua/ua/index.html>

8. Національний університет біоресурсів і природокористування України. – Режим доступу: <https://nubip.edu.ua/about>

9. Розпорядження Кабінет Міністрів України «Про схвалення Концепції формування державної системи сільськогосподарського дорадництва» // Концепція від 31.10.2011 № 1098-р <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/1098-2011-%D1%80?test=dCCMfOm7xBWM5NWEZirGAxRPHI4Cks80msh8Ie6>

10. Херсонський державний аграрний університет – Режим доступу: <http://www.ksau.kherson.ua/>

*Дорошенко Д.О. , магістр
Науковий керівник: Семенюк В.С.,
старший викладач кафедри економіки та підприємництва
ім. Т.Г. Беня
Національна металургійна академія України
dasha2s5@mail.ru*

ПРІОРИТЕТНІ НАПРЯМКИ ЗМЕНШЕННЯ МАТЕРІАЛОМІСТКОСТІ ПРОДУКЦІЇ

Одним з напрямків підвищення ефективності металургійного виробництва в сучасних умовах є зниження його матеріаломісткості. Необхідність дослідження проблеми зниження матеріаломісткості виробництва пояснюється наступними причинами: по-перше, високим рівнем витрат матеріалізованої праці в собівартості і, отже, в обсязі виробництва; по-друге, зниження матеріаломісткості при одночасному зростанні обсягу виробництва є важливим фактором зростання прибутку – (основного джерела існування та розвитку організацій в умовах конкуренції); по-третє, в недостатньому використанні або повною відсутністю в організаціях важелів впливу на зниження матеріаломісткості виробництва.

Зменшення матеріаломісткості тягне за собою значно більшу за масштабами економію живої праці, оскільки це пояснюється тим, що в процесі перетворення в готовий виріб вихідний матеріал послідовно обростає

витратами праці. Скорочення витрат матеріальних ресурсів на випуск запланованого обсягу продукції призводить до більш дбайливого використання природних багатств країни.

Вирішенню завдань економії і зниженню матеріаломісткості продукції присвятили свої роботи такі економісти як М. Г. Бейгельзімер, А. П. Жевтяк, Л. Л. Зусман, Д. П. Іванов, Г. Я. Кіперман, А. З. Комаровський, АА Корінний, ОА Кролі, К. Б. Лейкина, І. П. Пашко, А. М. Поляк, АС Сидоров, К. А. Смирнов, Г. А Соколовська, Е. Т. Яковенко та інші. В їх роботах висвітлено теоретичні підходи до визначення сутності цього поняття (матеріаломісткість), обґрунтовано необхідність зниження матеріаломісткості в металургійному господарстві. Також їх дослідження були спрямовані на розробку практичних рекомендацій щодо реалізації методологічних основ планування та управління процесами ресурсозбереження, економічної оцінки різних напрямків даного процесу.

У постперебудовний період багато аспектів зменшення матеріаломісткості та ресурсозбереження знайшли відображення в працях таких зарубіжних і вітчизняних авторів, як Р. Акофф, І. Ансофф, Б. Берман, Я. Варпере, А. Е. Карлик, Г. Керцнер, А. Н. Логвин, М. А. Матушкин, М. М. Мельник, Г. М. Покарон, Ж. Рішар, Л. А. Шевченко, РА Фатхутдінов, Ю. В. Яковець та інших. Обґрунтовані ними теоретичні положення є основою вдосконалення економічних важелів управління процесом ресурсозбереження [1].

Тому метою даної роботи є розробка пріоритетних напрямків раціонального використання матеріальних ресурсів та зниження матеріаломісткості виробництва.

В умовах розвитку сучасної ринкової економіки та обмеженості ресурсів нашої планети одним з найактуальніших питань постає питання забезпеченості підприємств матеріальними ресурсами (сировиною, паливом тощо) та їх ефективного використання для отримання максимальної матеріаловіддачі та економічного ефекту від кожної одиниці цих матеріалів. Так як конкуренція на

ринку є дуже жорсткою, ефективно проведений аналіз та правильно визначена стратегія мають неабияке значення для зростання та процвітання будь-якого підприємства.

В металургії однією із особливостей є матеріаломісткість продукції, тому дуже важливо її зменшувати.

Зниження матеріаломісткості продукції дозволить підприємству:

- істотно поліпшити своє фінансове становище за рахунок зменшення собівартості продукції та збільшення прибутку, що залишається в його розпорядженні;
- збільшити випуск продукції з однієї і тієї ж кількості сировини і матеріалів;
- більш успішно конкурувати з іншими фірмами на ринку продажів, особливо за рахунок зниження продажної ціни на свою продукцію;
- зменшити нормативну величину оборотних коштів, необхідних підприємству для нормального функціонування;
- накопичити достатні власні фінансові кошти для впровадження нової техніки і технології і розширеного відтворення;
- суттєво знизити ризик свого банкрутства [2].

Отже зниження матеріаломісткості дозволить отримати більшу кількість продукції, що випускається з тих же матеріальних ресурсів, зниження собівартості продукції та витрат на розвиток металургійної галузі.

Досягти зниження матеріаломісткості продукції можливо за рахунок раціонального розкрою металу, скорочення браку і відходів, впровадження маловідходної і безвідходної технології виробництва, комплексне використання сировини на підприємстві, поліпшення якості продукції, більш якісна підготовка сировини і матеріалів до виробництва, створення досконалої нормативної бази на підприємстві, виховання працівників підприємства в дусі раціонального використання матеріальних ресурсів, підтримання техніки і технології в хорошому робочому стані і суворе дотримання технологічних процесів та ін.

Конкретні шляхи зниження матеріаломісткості повинні визначатися виходячи з ретельного аналізу і виявлення справжніх причин незадовільного використання матеріальних ресурсів на підприємстві. Найбільш відчутні результати у вирішенні проблеми зниження матеріаломісткості продукції можна отримати на основі розробки і реалізації довгострокової програми по ресурсозбереженню на підприємстві.

Зазвичай матеріаломісткість підприємства оцінюють таким показником як матеріаломісткість (формула 1.1).

$$M_T = \frac{\sum MB}{ВП} \quad (1.1)$$

де: MB – сума матеріальних витрат;

ВП – вартість випущеної продукції.

Як правило одного показника не достатньо для оцінки рівня використання ресурсів, тому використовуються інші показники, в прокатному виробництві, трубному, такі як витратний коефіцієнти металу - відношення кількості вихідної сировини й матеріалів до кількості отриманого готового продукту; вихід придатного(зворотній показник витратному коефіцієнту) він показує скільки придатної труби отримується з 1 тони заданого в виробництво заготовки

Крім цього можуть застосовуватися такі узагальнюючі показники як: матеріаловіддача, прибуток на тонну матеріальних витрат, коефіцієнт співвідношення темпів зростання обсягу виробництва і матеріальних витрат, питома вага матеріальних витрат у собівартості продукції.

Очевидно, що всі ці показники необхідно розглядати в комплексі як цілу систему.

Отже, матеріаломісткість продукції - це відношення суми матеріальних витрат до вартості виробленої продукції тобто показує, скільки матеріальних витрат необхідно зробити або фактично доводиться на виробництво одиниць продукції [3].

Рівень матеріаломісткості є одним з основних критеріїв при оцінці ресурсозберігаючих технологій виробництва продукції в металургійному підприємстві.

Зниження матеріаломісткості воно економічно необхідне для кожного конкретного підприємства, так як призводить до: збільшення прибутку, що залишається в розпорядженні власників організації і, отже, до появи можливості не тільки в простому, але і розширеному відтворенні; появи можливості для матеріального стимулювання і вирішення багатьох соціальних проблем колективу; поліпшенню економічного стану організації та зниження ступеня ризику банкрутства; можливості зниження продажної ціни на продукцію, що дозволяє підвищити її конкурентоспроможність і збільшити обсяг продажів. Рівень матеріаломісткості є одним з вирішальних критеріїв при виборі ресурсозберігаючих технологій отримання продукції в сільському господарстві.

Список використаної літератури

1. Сальников В. А. Конкурентоспособность отраслей промышленности: текущее состояние и перспективы / В. А. Сальников, Д. И. Галимов // Проблемы прогнозирования. – 2006. – № 2. – С. 55–82.
2. «Економіка підприємства». підручник. під редакцією доктора економічних наук, професора Н. А. Сафронова. Рецензенти: Д-р екон. наук, проф. – Режим доступу до ресурсу: <http://bibliograph.com.ua/economika-predpriyatiya-5/106.htm>
3. Економіка підприємства. Розділ: Економіка. 2. Визначення потреби підприємства в оборотних коштах. Чуєшов В.І., Хохлова Л.М., Ляпунова О.О. та ін. – Режим доступу до ресурсу: <http://ua-referat./Матеріаломісткість>

*Жданова Л.Л., д-р екон. наук, доцент,
професор кафедри загальної економічної теорії та економічної політики
Одеський національний економічний університет
l_zhdanova@ukr.net*

ВІДТВОРЕННЯ І НАГРОМАДЖЕННЯ ОСНОВНОГО КАПІТАЛУ В ЕКОНОМІЦІ СУЧАСНОЇ УКРАЇНИ

Економіку розвинутих країн дослідники все частіше визначають як індустріальну, а сучасний етап її розвитку характеризують як нову індустріалізацію. Одночасно нову індустріалізацію визначають як необхідну модель розвитку і для трансформаційної економіки України. Сенс нової індустріалізації пов'язують з процесами суттєвих, радикальних змін у продуктивних силах, які прискорилися у останнє десятиріччя.

Серед рис, що характеризують розвиток продуктивних сил, головною вважають радикальну зміну технологій. Така зміна потребує спочатку значних ресурсів, інвестованих у фундаментальну та прикладну науку, а потім величезних інвестицій у новий основний капітал. Виграють у конкурентній боротьбі ті виробники, економіки та країни, які встигають своєчасно підготуватися до майбутніх змін у динаміці та структурі сукупного попиту.

Зміна технологічних та інституційних основ виробництва в процесі нової хвилі індустріалізації вплине і на вітчизняну економіку. Цілком логічною підготовкою до таких змін має бути підвищення наукової складової у структурі ВВП і зростання масштабів нагромадження основного капіталу.

Динаміку валового нагромадження основного капіталу в економіці України за останні десять років представлено у табл. 1 [1]. Як видно з таблиці, криза 2008 року призвела до зниження норми нагромадження основного капіталу з 27,5 % ВВП у 2007 році до 18,3% у 2009 році і 17,0 % у 2010 році. З 2011 року почала формуватися тенденція до зростання норми нагромадження, але у 2013 вона була перервана, і з того часу норма нагромадження знизилася до 13,5% у 2015 році.

Таблиця 1

Валове нагромадження основного капіталу, % у ВВП*

2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015
22,0	24,6	27,5	26,4	18,3	17,0	17,6	19,0	16,9	14,2	13,5

* За 2010-2013 дані наведено без урахування тимчасово окупованої території Автономної Республіки Крим і м. Севастополя, за 2014-2015 роки - також без частини зони проведення антитерористичної операції.

Деталізує реальні можливості змін у продуктивних силах структура валового нагромадження основного капіталу, а саме частка машин та обладнання у його складі. Як видно з таблиці 2 [2], криза 2008 року негативно вплинула і на структуру валового нагромадження основного капіталу. У 2005 році частка машин та обладнання у його складі була максимальною – 46,6 %. У наступний рік після кризи знизилася до 35,2% і з тих пір більше не досягала 40%, коливаючись на рівні 38%

Таблиця 2

Машини та обладнання у валовому нагромадженні основного капіталу, %

2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015
46,6	43,3	43,8	44,7	35,2	35,5	38,9	38,7	38,1	37,2	38,3

Наведені дані щодо частки валового нагромадження основного капіталу у ВВП, та частки машин і обладнання у складі валового нагромадження основного капіталу не цілком коректно відображають реальний стан справ. Пов'язано це з тим, що структура ВВП розраховується на базі витрат, визначених у національній валюті, отже, не береться до уваги диспаритет у співвідношенні цін на різні групи товарів по відношенню до вільно конвертованих валют. Цей диспаритет викликаний тим, що імпортовані товари оплачуються вільно конвертованою валютою, потім їх ціна перераховується для національного ринку за офіційним обмінним курсом. В результаті, на

вітчизняному ринку усі товари оцінені в національній валюті, але в силу ряду причин (насамперед, національного рівня цін, галузевої структури економіки, різної продуктивності праці та ефективності виробництва, а також соціально-економічної політики держави та курсової політики центрального банку), купівельна спроможність національної валюти по відношенню до вільно конвертованих валют в різних секторах економіки виявляється неоднаковою. Вона ближче до офіційного обмінного курсу там, де вище частка імпорتنих товарів, і навпаки, вона далека від офіційного обмінного курсу в секторах і галузях, де імпорتنі товари відсутні або їх частка невелика.

Зіставні показники розраховуються національними статистичними службами у рамках Програми міжнародних зіставлень ООН один раз у 5 років. Україна бере участь у Програмі Міжнародних зіставлень з початку 90-х років ХХ століття, проте, показники економіки України, розраховані за цими порівняннями, у вітчизняний публічний простір майже не виходять і, що того гірше, не враховуються при розробці економічної політики. А втім саме ці показники дозволяють отримати комплексне достовірне уявлення про реальний стан справ у економіці. Так, у 2005 році паритет купівельної спроможності гривні відносно долара США у середньому по економіці складав 1,68 гривень за один долар США, тоді як офіційний обмінний курс був 5,12 грн. за один дол. США. При цьому паритет купівельної спроможності гривні у секторі фактичного кінцевого споживання домашніх господарств складав 1,40 грн. за один дол. США, а у секторі валового нагромадження основного капіталу – 2,81 [3, р. 25, 32]. В результаті, у структурі ВВП, розрахованій на базі паритету купівельної спроможності гривні частка валового нагромадження основного капіталу у 2005 році склала лише 13,1%. Одночасно в аналітичній групі «машини та устаткування» паритет купівельної спроможності гривні склав 5,11 грн. за один дол. США, тобто був лише на одну копійку нижче офіційного курсу обміну гривні на долар. Це означає, що практично всі машини та устаткування, як іноземного виробництва, так і вітчизняного, продаються на внутрішньому ринку України за світовими цінами. Подальші розрахунки

показують, що відтак, за паритетом купівельної спроможності частка машин та устаткування склала лише 25,6% від обсягу валового нагромадження [там само, р. 62-63].

У 2011 році, на який зроблені останні офіційні розрахунки, паритет купівельної спроможності гривні відносно долара США у середньому по економіці складав 3,434 гривни за один долар США, тоді як офіційний обмінний курс був 7,968 грн. за один дол. США. При цьому паритет купівельної спроможності гривні у секторі фактичного кінцевого споживання домашніх господарств складав 2,852 грн. за один дол. США, а у секторі валового нагромадження основного капіталу – 6,877 [4, р.26]. В результаті у структурі ВВП, розрахованій на базі паритету купівельної спроможності гривні, частка валового нагромадження основного капіталу у 2011 році склала лише 9,3 %. Одночасно в аналітичній групі «машини та устаткування» паритет купівельної спроможності гривні склав 8,760 грн. за один дол. США, тобто був на 79,2 копійок вище офіційного курсу обміну гривні на долар. Таке перевищення стало наслідком того, що вітчизняна техніка продається на внутрішньому ринку за світовими цінами, а у ціни імпортованої техніки включено ще мита, транспортні та страхові витрати. Це означає, що практично всі машини та устаткування, продаються на внутрішньому ринку України за цінами, вищими, ніж світові. Подальші розрахунки показують, що відтак, за паритетом купівельної спроможності частка машин та устаткування склала лише 30,1% від обсягу валового нагромадження [там само, р. 70-71].

Зіставлення цих даних з аналогічними даними розвинутих країн та країн наздоганяючого типу розвитку свідчать, що з кількісного боку фонд нагромадження складає занадто малу частину ВВП. Також занадто малу його частину складають витрати на машини й устаткування. Саме цим, кількісною недостатністю та нераціональною якісною структурою фонду нагромадження можливо пояснити дуже повільне зростання обсягів ВВП. Вітчизняна економіка не нагромаджує інвестиційні ресурси, необхідні для подальшого розвитку та модернізації економіки.

Наслідком низького рівня нагромадження основного капіталу виявилась висока ступінь його зносу. Як видно з даних таблиці 3 масштаби перенавантаження вітчизняної економіки фізично та морально застарілим обладнання неухильно зростають [5]. Деяким винятком з цієї тенденції став 2015 рік, але не завдяки покращенню ситуації у сфері інвестування, а лише завдяки змінам у методиці обліку.

Таблиця 3

Ступінь зносу основних засобів в 2000–2015* pp., %

2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015 ^{1,2}
49	51,5	52,6	61,2	60	74,9	75,9	76,7	77,3	83,5	60,1

¹ Включаючи вартість земельних ділянок, інвестиційної нерухомості, тварин (які використовуються в іншій, ніж сільськогосподарська діяльність) та вартість основних засобів бюджетних установ (головних розпорядників бюджетних коштів), що не розподіляються за видами економічної діяльності. Не включено вартість основних засобів місцевих органів виконавчої влади та органів місцевого самоврядування.

² Враховано зміни, що відбулись у зв'язку із прийняттям постанови Кабінету Міністрів України від 25.06.2014 № 200 "Про утворення публічного акціонерного товариства "Українська залізниця" у частині передачі/надходження та оцінки основних засобів.

Для якісної модернізації основного капіталу у сучасних умовах велике значення має науково-технічний прогрес. Проте, як свідчать статистичні дані, ступінь впливу науково-технічного прогресу на розвиток вітчизняного виробництва зменшується. Особливо наочною стала ця тенденція у останнє десятиріччя. Як видно з даних таблиці 5, хоча загальний обсяг виконаних наукових та науково-технічних робіт у грошовому виразі у фактичних цінах зростає, але при цьому питома вага обсягу виконаних наукових і науково-технічних робіт у ВВП знижується [6].

Таблиця 4

Обсяг виконаних наукових та науково – технічних робіт

	Всього, у фактичних цінах, млн. грн.	Питома вага обсягу виконаних наукових і науково-технічних робіт у ВВП, %
2005	4818,6	1,09
2006	5354,6	0,98
2007	6700,7	0,93
2008	8538,9	0,90
2009	8653,7	0,95
2010	9867,1	0,90
2011	10349,9	0,79
2012	11252,7	0,80
2013	11781,1	0,80
2014*	10950,7	0,69
2015*	12611,0	0,64

*дані наведені без урахування тимчасово окупованої території Автономної Республіки Крим, м.Севастополя та частини зони проведення антитерористичної операції.

Зіставлення питомої ваги обсягу виконаних наукових і науково-технічних робіт у ВВП України з аналогічним показником розвинутих країн та країн наздоганяючого типу розвитку показує, що вітчизняна економіка суттєво відстає за цим показником, відтак не формує ресурси, необхідні для якісних змін у продуктивних силах.

З проведеного дослідження випливає висновок: незначний обсяг та нерациональна структура нагромадження основного капіталу прирікають вітчизняну економіку на низькі темпи зростання та виробництво застарілою продукції.

Список використаної літератури

1. Валове нагромадження основного капіталу. [Електронний ресурс]// Режим доступу до ресурсу: <http://www.ukrstat.gov.ua>
2. Машина та обладнання у валовому нагромадженні основного капіталу [Електронний ресурс]// Режим доступу до ресурсу: <http://www.ukrstat.gov.ua>
3. Global Purchasing Power Parities and the Real Expenditures. 2005 International Comparison Program//by the International Bank for Reconstruction and Development/ The World Bank, 2008. – 231 p.

4. Purchasing Power Parities and the Real Size of World Economies. A Comprehensive Report of the 2011 International Comparison Program// World Bank Group, 2015. – 328 p.

5. Ступінь зносу основних засобів. [Електронний ресурс]// Режим доступу до ресурсу: <http://www.ukrstat.gov.ua>

6. Обсяг виконаних наукових та науково-технічних робіт [Електронний ресурс] // Режим доступу до ресурсу: <http://www.ukrstat.gov.ua>

Жемба А.Й., к.е.н., доцент
доцент кафедри міжнародної економіки
Національний університет водного господарства та природокористування
a.i.zhemba@nuwm.edu.ua

ПРОБЛЕМИ ІННОВАЦІЙНОЇ РЕСТРУКТУРИЗАЦІЇ НАЦІОНАЛЬНОЇ ЕКОНОМІКИ В ТРАНСФОРМАЦІЙНИХ УМОВАХ

Стрімкі темпи науково-технічного прогресу та загострення конкуренції на сучасних глобалізованих ринках однозначно визначають пріоритетність інноваційного шляху розвитку економік, галузей та окремих підприємств.

Проголошена інноваційна модель економічного розвитку України передбачає реалізацію стратегії розвитку національної економіки, спрямованої на істотне підвищення її ефективності, зростання ВВП шляхом цілеспрямованої діяльності зі створення, освоєння у виробництві і просування на ринок технологічних та організаційно-управлінських інновацій.

Глобалізаційні процеси зумовили переорієнтацію світового виробництва на експорт високотехнологічної продукції, формування нових напрямів економічних відносин, таких як обмін науково-технологічними досягненнями, трансфер інновацій та створення високотехнологічних кластерів. Основою здійснення економічних трансформацій та побудови якісно нової моделі національної економічної системи має стати перехід України на інноваційний шлях розвитку, детермінантою якого на сьогоднішній день виступають високотехнологічні інновації.

Сучасний етап розвитку національної економіки характеризується актуалізацією процесів підвищення ефективності виробничої структури, розвитку внутрішнього ринку та експортоорієнтованої діяльності, протікання яких має відбуватися з огляду на стратегію інформаційно-інноваційної конкурентоспроможності і переходу країни до наступного технологічного укладу, що обумовлює для України безальтернативність впровадження нових технологій та перехід на інноваційний тип розвитку. Основними передумовами розвитку науково - інноваційної сфери в Україні є вичерпаність можливостей існуючої, в основному, низькотехнологічної і ресурсовитратної економіки й необхідність забезпечення більш високого рівня економічного зростання; наявність науково-технічного потенціалу, а також наукових досягнень і сучасних технологічних доробок, які за умов суттєвого зростання попиту на інновації з боку економіки і підвищення комерційного потенціалу науки можуть забезпечити її інноваційний розвиток; стратегічний курс України на євроінтеграцію, необхідність розбудови суспільства знань, що потребує приведення вітчизняної наукової сфери до якісно нового стану.

Метою дослідження є обґрунтування теоретичних та практичних підходів щодо інноваційної реструктуризації вітчизняної економіки, шляхів та механізмів реалізації даного процесу з метою забезпечення конкурентоздатності країни на глобальному рівні.

Інноваційну реструктуризацію економіки визначаємо як запровадження системи економічних, інституціональних, науково-технічних, організаційних та інших заходів, які мають забезпечити прогресивні інституційні, структурні та технологічні зміни в галузевій, міжгалузевій, регіональній, технологічній структурі національної економіки за напрямом переходу на передову інноваційну технологічну базу, випуск інноваційної продукції, усунення структурних деформацій, а також підготовку, перепідготовку та підвищення кваліфікації кадрів для роботи на підприємствах з метою забезпечення її інноваційного розвитку, конкурентоспроможності, інтеграції у світове виробництво, а також спроможності в умовах інтеграції та

глобалізації вирішувати основні завдання соціально-економічного розвитку та утвердження України як високотехнологічної держави.

Зазначені напрями інноваційної реструктуризації збігаються з цілями інноваційної, інвестиційної, промислової, структурної, кадрової політики у сфері промисловості, для досягнення яких використовуються відповідні інституціональні механізми. Запровадження інноваційної реструктуризації передбачає синергетичну інтеграцію механізмів цих політик для досягнення їх цілей, підпорядкованих загальній місії - забезпечення конкурентоспроможності вітчизняного промислового виробництва. Звідси випливає, що поняття інноваційної реструктуризації виступає також інтегрованою інституціональною категорією в предметних галузях зазначених політик.

Розвиток економіки країни визначається ступенем розвитку матеріального виробництва, в першу чергу промисловості як провідної міжгалузевої структури, що вирізняється серед інших міжгалузевих структур високим рівнем ефективності функціонування, особливою роллю в господарській системі і значним впливом на розвиток та ефективність діяльності інших господарських структур та економіки в цілому.

Промисловість України має значний потенціал виробничих потужностей і розвинену інфраструктуру. Необхідні умови для розвитку промислового виробництва об'єктивно створює сприятливий природно-ресурсний потенціал країни (географічне розташування України, мінерально-сировинні, земельні, а також висококваліфіковані трудові ресурси). Слід згадати також значні резерви незадіяних виробничих потужностей, що на сьогодні у середньому по промисловості становлять майже 40% [1, с.36]. Стагнаційні процеси в економіці та невважена політика держави відносно фінансування науки призвели до значного руйнування наукових центрів, наукових шкіл та їх інфраструктури, а також до деформацій у структурі галузевої науки, пов'язаних із загальним зростанням загальної кількості усіх галузевих наукових установ.

Економічні проблеми функціонування промислового комплексу пов'язані з факторами, що стримують розвиток промисловості, серед яких відсутність

достатнього платоспроможного і ємного внутрішнього ринку промислової продукції; брак у підприємств власних обігових та інвестиційних коштів, а також незначні обсяги залучених інвестицій, якими підприємства забезпечені лише на третину від обсягу їх потреб; значне загальне податкове навантаження на підприємства, а також диспропорція в цінах на продукцію та послуги природних монополій (майже в 2 рази і більше); низький рівень стимулювання, підтримки і захисту власного виробника. Крім того, 15,5% обстежених підприємств зазначили свою несприйнятливість до нововведень [2].

Реалізація інноваційної реструктуризації промислового комплексу потребує надійного інвестиційного забезпечення. Так, запровадження інноваційної реструктуризації промислового комплексу тільки за напрямками технічного оновлення основних виробничих фондів, поліпшення галузевої структури промисловості з наближенням її до оптимальної структури згідно з світовими даними, зростання частки інноваційної промислової продукції до 30-35% потребує залучення значних інвестиційних та фінансових ресурсів. Орієнтовний обсяг фінансування має становити 1429,3 млрд грн., з них за рахунок: державного бюджету - 104,4 млрд грн., місцевих бюджетів - 46,1 млрд грн., власних коштів підприємств (включаючи амортизаційні відрахування) - 418,4 млрд грн., кредитів - 780,1 млрд грн., інших джерел - 80,4 млрд грн.. При цьому очікувані обсяги надходжень від промислового комплексу за цей час до бюджетів різних рівнів і державних цільових фондів мають разом становити 1100,6 млрд грн. [3]. Джерелами фінансування заходів інноваційної реструктуризації мають стати: власні кошти підприємств і організацій - порядку 30%, державні інвестиційні ресурси - 7,3%; кошти місцевих бюджетів - 3%; ресурси фінансово-кредитної сфери - 55%; інші джерела - 6%. Зазначена пропозиція структури залучення інвестиційних та фінансових ресурсів враховує сучасні тенденції до вкладення інвестицій в основний капітал за умов державного регулювання.

Отже, виходячи з сучасної кон'юнктури світових товарних ринків, для України є безальтернативним реструктуризації як промислового комплексу, так

й економіки в цілому, з метою сталого економічного розвитку та підвищення міжнародної конкурентоспроможності за рахунок випуску інноваційної, високотехнологічної та конкурентоздатної продукції.

Головною метою реформування науково-інноваційної сфери України є приведення основних характеристик науково-технічного потенціалу у відповідність із потребами ефективного наукового забезпечення економічного зростання, утвердження високої духовності, досягнення європейських стандартів життя.

Систематизація даних елементів, визначення конкурентних переваг та потенціалу в тій чи іншій галузі країни, створює потужний механізм для випуску висококонкурентної продукції на міжнародному рівні. Даний процес підтверджує зарубіжний досвід. Яскравим прикладом можуть слугувати Скандинавські країни при виробництві та реалізації висококонкурентної продукції. Вони мають високорозвинений промисловий сектор, виробляючи практично весь асортимент складної високотехнологічної продукції, включаючи, бойові винищувачі, телекомунікаційне обладнання, автомобілі, нафтовидобувні платформи. Скандинавські компанії успішно конкурують на багатьох галузевих світових ринках. Так, виробники телекомунікаційного устаткування Ericsson і Nokia домінують на світовому ринку мобільних телефонів, норвезькі компанії Norsk Hydro і Maersk - на ринку морських нафтовидобувних платформ і логістичних послуг, шведський SAAB успішно конкурує з найбільшими світовими автомобільними концернами [4].

Світовий досвід розвитку передових країн переконує, що динамічне зростання витрат на інноваційні технології забезпечує нарощування й утримування ними конкурентоспроможного потенціалу. Відновлення економічного зростання нині неможливе без активного опанування інноваційного шляху розвитку. Забезпечення переходу до інноваційного типу розвитку є неодмінною умовою збереження економічного й політичного суверенітету нашої країни. Оскільки загальновизнано, що економіка, яка характеризується високим рівнем ресурсо- та енергозатрат своєї продукції, що

властиво для України, навіть без впливу інших зовнішніх факторів, приречена на поступове вичерпання резервів екстенсивного зростання та на подальше збільшення загроз економічної депресії. Тому реалізація синергетичного ефекту інноваційного розвитку стає для України безальтернативним способом зменшення технологічного й економічного відставання від розвинених країн. Реалізацію стратегії інноваційного розвитку слід розглядати як обов'язковий етап прагнень щодо досягнення європейських стандартів соціально-економічного розвитку в Україні.

Виходячи з досвіду розвинених країн та науково-практичних напрацювань вітчизняних учених, для активізації процесів інноваційної модернізації вітчизняної економіки, її реструктуризації необхідно здійснити реформи в таких напрямках: пільгового оподаткування коштів виробничих підприємств, які спрямовуються на освоєння високих технологій, науково-дослідних розробок, а також інноваційних підприємств на початкових стадіях освоєння ними нових технологій й організації випуску нової конкурентної на світовому ринку продукції; пільгового режиму амортизаційних відрахувань та інвестиційного кредиту, зниженого відсотку оподаткування, прибутку на частину вартості інвестицій, яка використана для придбання устаткування, особливо на стадії модернізації підприємства; податкового стимулювання зниження енерго- й ресурсомісткого виробництва та застосування дестимулюючих санкцій на випуск застарілої продукції і використання неефективних ресурсо- й енергомістких та екологічно небезпечних технологій; державного страхування кредитів приватних банків, наданих для виконання інноваційних проектів.

Список використаної літератури

1. Бондар О.В. Актуальні аспекти управління інноваційною діяльністю машинобудівних підприємств в період трансформації економіки України // Регіональні перспективи–2002–№3-4(22-23).–с.36-37.
2. Наукова та інноваційна діяльність в Україні : стат. збірник. – К. : Держкомстат України, 2015.
3. Новости науки и технологий: науч.-практ. журнал [Электронный

ресурс]. – 2010. – № 4(17). – Режим доступа : http://belisa.org.by/ru/izd/stnewsmag/1_2005/ce8f1e11e9f390dd.html

4. Пять измерений бизнеса. Новая стратегия развития группы ВТБ потребовала адаптировать задачи, стоящие перед ИТ [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://www.osp.ru/text/302/66657>

*Кербікова А.С.,
старший викладач,
Хитько М.М.
асистент,*

*Кафедра економіки та підприємництва
Національна металургійна академія України
alla_kerbikova@ukr.net*

СТАН ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНИХ ВІДНОСИН УКРАЇНИ

Інвестиційна привабливість регіону характеризується його здатністю залучати інвестиції, що формується під впливом сукупності чинників. Важливість їх для інвесторів і силу впливу на формування інвестиційного середовища можна оцінити завдяки аналізу статистичної інформації та оцінок самих інвесторів.

Інвестиційна привабливість визначається привабливістю сфер, де здійснюється проект – країна, галузь, регіон чи підприємство. Визначення інвестиційної привабливості дає змогу інвестору оцінити не тільки миттєві вигоди від здійснення інвестицій, але й перспективні наслідки реалізації інвестиційних проектів, що має особливе значення з позицій довгострокового управління розвитком економікою.

Дані рейтингу інвестиційної привабливості BDO Business Compass мають особливе значення для компаній, що працюють у всьому світі, а також для тих, чий амбіції мають на увазі зарубіжне зростання. На додаток до загальної класифікації 174 країн, включаючи оцінку загальної привабливості кожної країни як потенційний ринок, інструмент також дозволяє порівняти дві країни за той же період, або по відношенню до попереднього року.

BDO Business Compass дає оцінку інвестиційної привабливості країни, представляючи інформацію як багатовимірне поняття в трьох вимірах: (1) економічні чинники, (2) політико-правове поле і (3) соціально-культурні умови. Економічні чинники самі по собі можуть відображати ситуацію в країні лише в обмеженому масштабі, оскільки політичні, правові, соціальні і культурні аспекти також грають певну роль і зрештою роблять вплив на те, наскільки привабливою є країна з інвестиційної точки зору.

Із статистичної точки зору, привабливість країни є змінним рівнем, який вишиковується в результаті взаємодії цілого ряду чинників. Вибрані показники можуть мати як позитивний, так і негативний вплив на загальну структуру, тобто збільшення або зменшення привабливості. Вибір показників заснований на тому, чи мають вони логічно роз'яснений і, якщо можливо, вже доведений вплив на привабливість моделі.

В 2015 році Україна зайняла 89 місце в рейтингу інвестиційної привабливості International Business Compass. Про це йдеться в повідомленні Міністерства економічного розвитку і торгівлі [7].

У рейтингу інвестиційної привабливості країн світу International Business Compass за 2015 рік, опублікованому компанією BDO (міжнародна аудиторсько-консалтингова мережа), Україна за рік піднялася на 20 позицій.

Україна в рейтингу перебуває на 89 місці і входить до переліку країн, які показали поліпшення зростання за рік, нарівні з Білоруссю і Латвією. У 2014 році Україна займала 109 місце.

У рейтингу легкості ведення бізнесу Україна посіла 83 місце і поліпшила свої позиції на 4 пункти порівняно з минулим роком.

У доповіді Doing Business 2016 зазначається, що ключовою реформою, яка сприяла підвищенню рейтингу України, є спрощення реєстрації бізнесу.

У сфері реєстрації підприємств України зайняла 30-е місце і поліпшила свої позиції на 40 пунктів порівняно з минулим роком.

В Україні скорочено час на реєстрацію підприємства платником податків і скасовано збір за державну реєстрацію бізнесу.

У рейтингу за 2016 рік Україна посіла 130-те місце із 174 країн. Сусідами України по рейтингу є Алжир (129) і Ірак (131).

Перше місце у світі за індексом інвестиційної привабливості займає Гонконг. В п'ятірку лідерів також входять Сінгапур, Нідерланди, Швейцарія та Норвегія. Найнижчі місця посідають ЦАР, Судан і Північна Корея.

Для того, щоб прийняти рішення про інвестування бізнесу необхідно зібрати інформацію, обробити її і оцінити. Зокрема, інвестиції в менш розвинені країни вимагають певної адаптації, скажімо, того ж асортименту продукції. А в ідеалі, можливі чинники ризику мають бути визначені заздалегідь. Звичайно, все це дуже індивідуальні рішення. Вимоги до потенційного виробничого майданчика або продажів на ринку залежать від галузі. В результаті, конкретний аспект може грати життєво важливу роль для однієї компанії, але не має значення для іншої. Вирішальну роль в оцінці окремих аспектів також грають внутрішні чинники компанії, такі як розмір або склад підприємства.

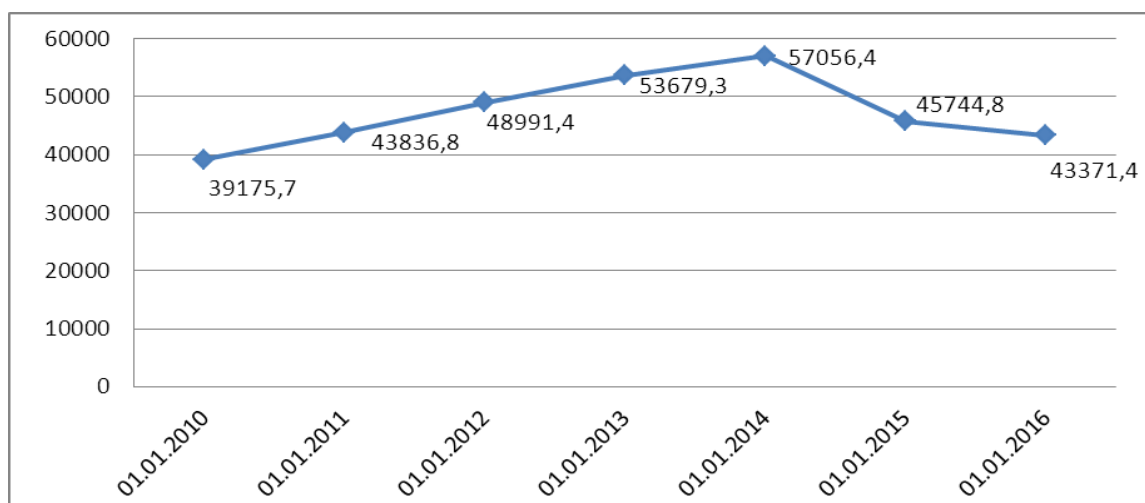


Рисунок 1 – Прямі іноземні інвестиції в економіці України, млн. дол.
США

У 2016 році в економіку України іноземними інвесторами вкладено 4405,8 млн. дол. США прямих інвестицій (акціонерного капіталу) проти 3763,7 млн. дол. у 2015 році.

У 2016 році надходження прямих інвестицій здійснили інвестори 77 країн світу.

До основних країн-інвесторів, на які припадає майже 70% загального обсягу надходжень інвестицій, належать Російська Федерація – 1667,0 млн. дол., Кіпр – 427,7 млн. дол., Велика Британія – 403,9 млн. дол., Нідерланди – 255,0 млн. дол. і Австрія – 249,9 млн. дол.

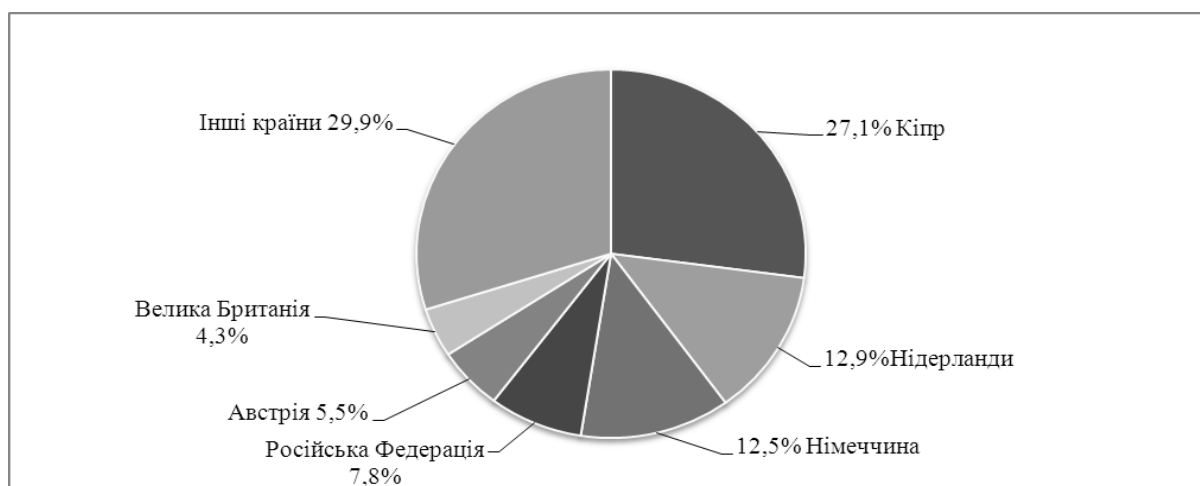


Рисунок 2 – Структура прямих іноземних інвестицій в економіці України за країнами світу на 01.01.2016

Із країн ЄС в економіку України інвестовано 1972,0 млн. дол., або майже 45% загального обсягу вкладень.

Найвагоміші обсяги надходжень прямих інвестицій були спрямовані до установ та організацій, що здійснюють фінансову та страхову діяльність, – 2825,3 млн. дол., підприємств оптової та роздрібної торгівлі, ремонту автотранспортних засобів та мотоциклів – 524,9 млн. дол. та промисловості – 475,2 млн. дол.

Вибравши для аналізу найбільш інвестиційно привабливі регіони, виділяємо Дніпропетровську область, як одну з областей з найбільш високим потенціалом. Дніпропетровська область за об'ємом капітальних інвестицій займає друге місце після м. Київ.

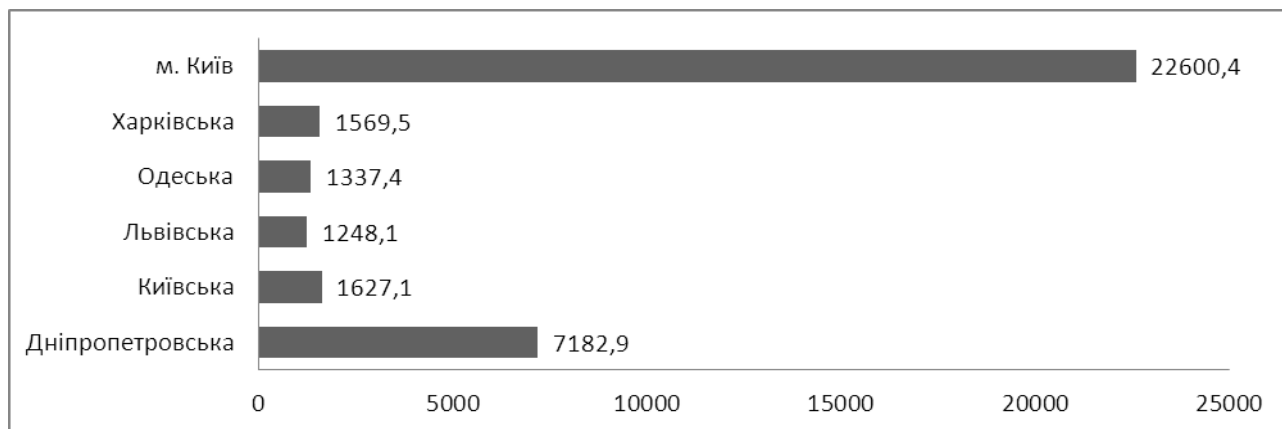


Рисунок 3 – Прямі іноземні інвестиції у регіонах України станом на 01.01.2016 р., млн. дол. США

Обсяг прямих інвестицій (акціонерного капіталу), що здійснили підприємства-резиденти України в економіку країн світу у 2016 році, становив 20,7 млн. дол. (у 2015р. – 27,9 млн. дол.).

Найбільші обсяги прямих інвестицій з України були спрямовані до Кіпру – 7,5 млн. дол., Віргінських Островів – 7,3 млн. дол., Австрії та Російської Федерації – по 1,6 млн. дол.

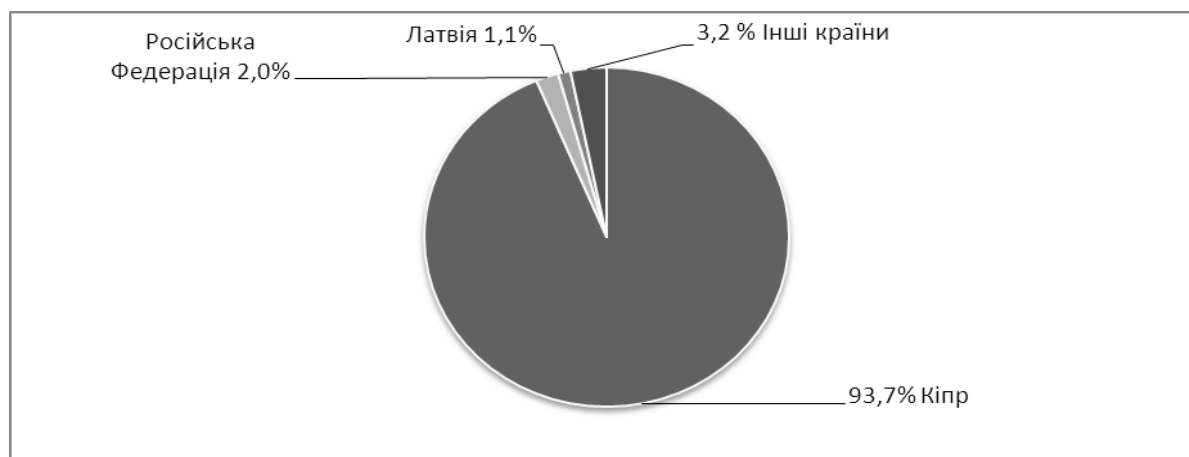


Рисунок 4 – Структура прямих інвестицій з України за країнами світу на 01.01.2016

Загальний обсяг інвестицій станом на 31 грудня 2015 р. склав 6210,0 млн. дол. США, з яких до Кіпру інвестовано 5817 млн. дол., до Російської Федерації – 122,8 млн. дол. Та до Латвії – 69,8 млн. дол.

У 2016 році українські підприємства здійснили вкладення прямих інвестицій до 15 країн світу. До країн ЄС з України інвестовано 11,4 млн. дол., або 55% загального обсягу вкладень.

Найбільші обсяги інвестицій були здійснені підприємствами промисловості – 8,4 млн. дол., оптової та роздрібної торгівлі, ремонту автотранспортних засобів та мотоциклів – 7,6 млн. дол., транспорту, складського господарства, поштової та кур'єрської діяльності – 2,2 млн. дол. США.

В даний час багато країн світу визначили об'єктивною необхідністю активізацію інвестиційної діяльності. Що ж до України, то для її економічного процесу інвестиції грають центральну роль, зумовлюють загальне зростання економіки. Правильно вироблена інвестиційна політика України на мікрорівні, усередині держави, позитивно відіб'ється на добробуті країни в цілому.

Список використаної літератури

1. Державний комітет статистики України [Електронний ресурс]: Режим доступу <http://www.ukrstat.gov.ua>.
2. Індекс інвестиційної привабливості України [2015] [Електронний ресурс] // European Business Association. – Режим доступу: <http://goo.gl/JZfAU6>.
3. Економіка регіонів у 2015 році: нові реалії і можливості в умовах започаткованих реформ – К.: НІСД, 2015. – 92 с
4. Статистичний збірник «Інвестиції зовнішньоекономічної діяльності України» – Київ, Державна служба статистики України, 2016. – 44с.
5. Коюда О.П. Інноваційна діяльність: від оцінки привабливості до інвестиційного забезпечення: [монографія] / О.П. Коюда, В.Ф. Колесніченко. - Х.: [ХНЕУ], 2009 .-275 с.
6. Майорова Т.В. Інвестиційна діяльність. Навч. посібник. К.: ЦУЛ, 2003. – 376с.
7. Міністерство економічного розвитку і торгівлі України [Електронний ресурс] : офіційний веб-сайт. – Режим доступу: <http://www.me.gov.ua>.

Кісіль А.Е., студент
Науковий керівник: к.е.н., доцент Федорова Ю.В.
доцент кафедри менеджменту
Українська інженерно-педагогічна академія, м.Харків
E-mail: julia057@rambler.ru

РОЗВИТОК АКАДЕМІЧНОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА В УКРАЇНІ

Світовий досвід інноваційного розвитку свідчить про необхідність створення інноваційної інфраструктури, основними елементами якої є бізнес-інкубатори, технопарки, центри трансферу технологій, тощо. Досить ефективно підвищити конкурентоздатність національної економіки можна шляхом створення центрів генерації інноваційних розробок, на базі яких можуть посилюватися ринкові компетенції учасників та вирощуватися нові інноваційні підприємства, можливо майбутні резиденти інноваційного регіонального кластеру.

Проблемі інноваційного розвитку України шляхом розвитку інфраструктури присвятили праці видатні українські науковці, серед яких В.М.Геєць, О.І Амоша, Н.В. Осадча, Ляшенко В.І. та інші. Зокрема, розвитку академічного підприємництва в Україні присвятили роботи такі вчені, як І. Кульчицький (засновник вивчення академічного підприємництва, розвитку сучасних форм співпраці наукових установ, освітніх закладів та бізнесу в Україні) [1], Н.І.Чухрай (ідентифікував проблеми зовнішнього характеру, що перешкоджають розвитку середовища академічного підприємництва в Україні) [2], О.О.Романовський (дослідив складові ВНЗ для розвитку успішного академічного підприємництва) [3] та інші. Однак недостатньо досліджені питання розвитку інфраструктури підтримки академічного підприємництва в наукових регіонах України.

Визначальним чинником науково-технологічної конкурентоспроможності України є підвищення ролі знань у формуванні бізнес-структур та активізації їх інноваційної діяльності. Підвищується усвідомлення потреби організаційно-управлінської трансформації вищої школи. Відповідно змінюється статус

університетів та соціальна оцінка їх ролі як організацій з виробництва та поширення знань у економіці. Результатом інтеграції науки та бізнесу у всьому світі становиться академічне підприємництво, як сучасна форма організації інноваційної діяльності на базі інтелектуального потенціалу вищих навчальних закладів. Особливого значення академічне підприємництво набуває для регіонального розвитку. У подальшому у поєднанні з іншими елементами місцевого середовища бізнесу може формуватися "академічний кластер", до якого мають входити ВНЗ, науково-дослідні одиниці, мережі малих і середніх фірм, а також інфраструктура підприємництва та трансферу технологій.

В українському законодавстві відсутня чітка дефініція поняття "академічне підприємство" що є однією з перешкод реформування української економіки. Більше інформації можна отримати з праць українських дослідників. Так, О.М. Кашуба [4] називає академічне підприємництво синтезом наукових розробок, освітніх технологій, інновацій, підприємницького середовища, бізнесу та факторів ринку. У широкому розумінні "академічне підприємництво" - це підприємництво студентів, докторантів, академічних кадрів та працівників адміністрації вищого навчального закладу. Знання та нововведення, що народжуються у навчальних закладах, є товаром для продажу. Зклад може їх передати безкоштовно чи за правомірну оплату - це ліцензійна угода, продаж патенту, послуги і експертизи для економіки, надання бібліотечних засобів, консультативні послуги, надання спеціалізованої апаратури [5]. Фірми, що виникають при навчальних закладах трактуються загальним поняттям - інтелектуальне або академічне підприємництво.

Головну роль у розвитку академічного підприємництва відіграють установи, що підтримують контакти сфер науки і бізнесу, зокрема центри трансферу технології, інкубатори академічного підприємництва, науково-технологічні парки, які виконують роль посередника між науково-дослідним сектором і економікою, тощо.

У побудові академічного підприємництва в більшій мірі Україна спирається на досвід Польщі та Росії. Серед польських дослідників найвагоміші

публікації Л. Квецінські, К.Б. Марусяк, К. Засядли, Г. Громада, Т. Ціхоскі, М. Колодзейські. в Росії - публікації І. Падеріна. Спільними ознаками всіх підходів є те, що академічне підприємництво дає змогу формувати серед студентів та працівників ВНЗ ініціативних, самостійних, професійних економічно активних підприємців, сприяє розвитку знань для прийняття управлінських, технологічних, організаційних рішень на вимогу ринкового середовища, попиту і пропозиції, попиту малого та середнього бізнесу, виступає фактором інтеграції та партнерства між наукою, освітою та бізнесом, що надає переваги кожному із цих суб'єктів.

Активізація зусиль у сфері академічного підприємництва позитивно впливає на розвиток регіону. Це проявляється у зростанні кількості робочих місць та зайнятості населення, розвитку регіональної інфраструктури, підвищенні рівня життя населення, зменшенні витрат місцевого бюджету, пов'язаних з безробіттям; збільшенні надходжень в місцевий бюджет [6]. Найбільш поширеною формою академічного підприємництва в світі є академічний бізнес-інкубатор. Мета створення академічного бізнес-інкубатору – формування сприятливого економічного і соціокультурного середовища для генерування ідей та успішного їх втілення на регіональному (загальнонаціональному) рівні. Засади створення – узгодження інтересів бізнесу та науки, підвищення ефективності партнерства. Особливості зумовлені тим, що це соціальний, а не комерційний проект.

Головними ж завданнями інноваційного академічного (університетського) підприємництва є: продукування і капіталізація нових знань; якісне виконання НДДКР із подальшою комерціалізацією отриманих результатів; широке розповсюдження (трансфер) нових знань, результатів НДДКР і прогресивних технологій; розвиток інноваційної діяльності ВНЗ; розробка, реалізація концепцій і впровадження методів, технологій і прийомів інноваційного економічного і соціального розвитку місцевих громад, регіонів, країни; внесок у національне економічне зростання, національний ВВП і конкурентоспроможність економік країн; розвинення і розповсюдження нового

типу підприємницької діяльності в інтелектуальній сфері – академічного підприємництва у ВНЗ; сприяння ефективному навчанню підприємців і розвитку підприємницької освіти; сприяння фінансовій самодостатності і незалежності ВНЗ, підвищенню рівня матеріального забезпечення професорсько-викладацького складу та інших співробітників ВНЗ [3].

Беручи приклад з Польщі та інших розвинених європейських держав, а також досвід Західної України (Львівський державний центр науки, інновацій та інформатизації (ЛьВЦНІ), бізнес-інкубатор, технопарк Національного університету «Львівська політехніка» (НУЛП) та інші), вважаємо за доцільне поширювати та реалізовувати ідеї академічного підприємництва і розглядати вищу освіту як елемент регіональної інноваційної системи і у Східній Україні.

На теперішній час в Харківській області на базі науково-технічного комплексу "Інститут монокристалів" НАН України при підтримці Програми InfoDev виконано проект: «Створення інформаційно-комунікаційної підприємницької мережі для розвитку бізнес-інкубації в Харківському регіоні». В результаті виконання цього проекту створено «Віртуальний Бізнес-Інкубатор» (ВЛІ). У 2013 р при партнерстві Державного агентства з науки, інновацій та інформатизації України та Фонду цивільних досліджень та розвитку CRDF Global (США) виконаний проект «Харківська інноваційна платформа» - комунікаційний ресурс взаємодії науки, бізнесу, споживачів і держави, спрямований на створення умов для комерціалізації наукових розробок, нових інноваційних продуктів і послуг, залучення інвестиційних ресурсів та підвищення кваліфікації фахівців, що працюють у сфері інновацій та трансферу технологій.

Автори[8] доводять, що передумови для розвитку академічного підприємництва в Україні сформовані. Сьогодні окреслений курс на активізацію академічного підприємництва в Європі знаходить все більшу підтримку регіональних органів влади в межах економічної політики та громадських організацій. Йдеться про сотні програм та різноманітних ініціатив на різних рівнях (міжнародному, державному, регіональному і місцевому)

управління економічним розвитком України. Така організаційно-правова форма, як державний заклад, надає доступ бізнес-інкубаторам до певних фінансових ресурсів, таких як гранди, спонсорські та благодійні засоби, які можуть отримувати некомерційні організації [9].

Становлення академічного підприємництва позитивно впливатиме на розвиток не тільки окремого ВНЗ (завдяки покращенню наукового іміджу університету, підвищенню якості освітньої пропозиції, активізації взаємовідносин з бізнес-середовищем, збільшенню доходів від співпраці та трансферу технологій до фірм випускників, поліпшенню працевлаштування випускників ВНЗ на ринку праці, додатковим можливостям зайнятості на ринку праці для студентів, наукових та інженерно-технічних працівників), але й регіону в цілому (імпульси щодо створення нових фірм та робочих місць, стимулювання інноваційного середовища та активізацію регіону).

Список використаної літератури

1. Кульчицький І., Засядли К. Рекомендції для України. Академічне підприємництво та побудова нових взаємовідносин наука-економіка. Вступ до академічного підприємництва / І.Кульчицький, К.Засядли// Познань - Львів, 2006. - С.46-50.
2. Чухрай Н. І. Академічне підприємництво за кордоном та в Україні / Н. І. Чухрай // Вісник Національного університету "Львівська політехніка". – 2011 . – N714: Менеджмент та підприємництво в Україні: етапи становлення і проблеми розвитку . – С. 448-458.
3. Романовський О.О. Розвиток академічного підприємництва і підприємницьких вищих навчальних закладів в умовах глобалізації / О.О.Романовський // Ефективна економіка. -2015. - № 11, С 4-8.
4. Кашуба О.М. Значення академічного підприємництва у розвитку малого бізнесу – [Електр. ресурс]: www.nbu.gov.ua/portal/natural/Vnulp/Menegment/2009_657/36.pdf
5. Matusiak K.B., Zasiadty K. Rekomendacje dla Polski // Innowacyjna przedsiebiorczosc akademicka - swiatowe doswiadczenia. Pod red. Gulinski J., Zasiadty K. Seria innowacje. - Warszawa: PARP, 2005, s 145-148.
6. Сорока М. В. Маркетингове забезпечення діяльності академічних бізнес-інкубаторів як осередків малого бізнесу / М. В. Сорока, І. В. Петрик // Логістика : [збірник наукових праць] - Львів : Видавництво аціонального університету "Львівська політехніка", 2011. - С. 159-166. - (Вісник / Національний університет "Львівська політехніка" ; № 706).

7. Бізнес-інкубатор ХНУМГ ім. О.М. Бекетова. Режим доступа: <http://www.kname.edu.ua/index.php/ru/1679-бізнес-інкубатор-хнумг-ім-о-м-бекетова>

8. Бець М. Т. Академічне підприємництво як складова інноваційного потенціалу регіону / М. Т. Бець, Ю. Р. Сокіл // Вісник Волинського інституту економіки та менеджменту. – 2013. – № 6. – С. 6-15

9. Алексина И.С. Технопарк - инновационная парадигма поддержки и развития малого предпринимательства / И.С.Алексина // Мир науки и инноваций. - Том 12. - Выпуск 1. - 2015г., - С.73-79.

Колєдіна К. О.

аспірант кафедри фінансів та кредиту

Харківський національний університет будівництва та архітектури

koliedinakateryna@gmail.com

СВІТОВИЙ ДОСВІД ФІНАНСОВОЇ ПІДТРИМКИ ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВ

Основним чинником соціально-економічного зростання як окремих підприємств, так і країни загалом, виступає належний рівень інноваційного розвитку, досягнення якого не можливе без достатнього обсягу фінансового забезпечення. Останні статистичні дані [4] свідчать про те, що наша країна не приділяє даному питанню належної уваги і, як результат, відсутність ефективного фінансового забезпечення інноваційної діяльності не сприяє вирішенню багатьох економічних, соціальних, екологічних та інших проблем розвитку сучасного українського суспільства. Саме тому актуальним для України постає питання удосконалення системи фінансування інноваційної діяльності. З цією метою доцільним є вивчення та узагальнення світового досвіду фінансової підтримки інноваційного розвитку економіки країни та її господарюючих суб'єктів.

Ця проблематика висвітлювалася переважно у працях зарубіжних авторів: Й. Шумпетера, Р. Лукаса, Р. Харрода, Д. Кларка. В Україні дослідження у цій сфері проводять Г. Андрощук, Ю. Бажал, В. Борецько, С. Онишко, Т. Печерська, М. Корінько, С. Шумська та інші.

В рамках трьох основних моделей інноваційного розвитку, які сформувались у світі (євроатлантичної, європейської та японської) діють достатньо комплексні системи стимулювання всіх етапів інноваційного процесу, починаючи з дослідження та закінчуючи просуванням нових технологій, товарів та послуг на ринок. Зазначені системи мають в своєму арсеналі та дієво оперують багатьма прямими та непрямими інструментами стимулювання. Так, основними формами підтримки та стимулювання інноваційної діяльності, що використовуються в розвинених країнах, виступають наступні [3]: пряме фінансування науково-дослідних та дослідно-конструкторських робіт щодо створення та використання інновацій у формі субсидій на розробку та просування нових технологій, товарів та послуг; пільгове кредитування інноваційної діяльності, яке передбачає повну або часткову компенсацію відсотків сплачених за банківськими кредитами за рахунок коштів спеціальних фондів або державного бюджету; надання податкових пільг та канікул як засіб непрямого стимулювання та мотивування до інноваційної діяльності; митні пільги або повне звільнення від сплати митних податків при імпорті наукового або високотехнологічного обладнання.

Головним представником євроатлантичної моделі інноваційного розвитку виступають США, які володіють значними напрацюваннями у формуванні ефективної системи фінансового забезпечення інноваційної діяльності. Вже багато десятиріч США є беззаперечний лідером світової економіки, який створив потужний науково-технічний, інноваційний потенціал і показує високі результати його практичного використання.

Сучасному етапу інноваційного розвитку США притаманне поступове збільшення значення програмно-цільового фінансування інноваційної сфери та орієнтація на посилення державно-приватного партнерства. Так, для активізації інноваційної діяльності економіки країни використовуються державні науково-технічні програми, фінансування яких здійснюється за рахунок Національного наукового фонду США – NSF, а реалізуються вони зазвичай у декілька етапів, які зображені на рис. 1.

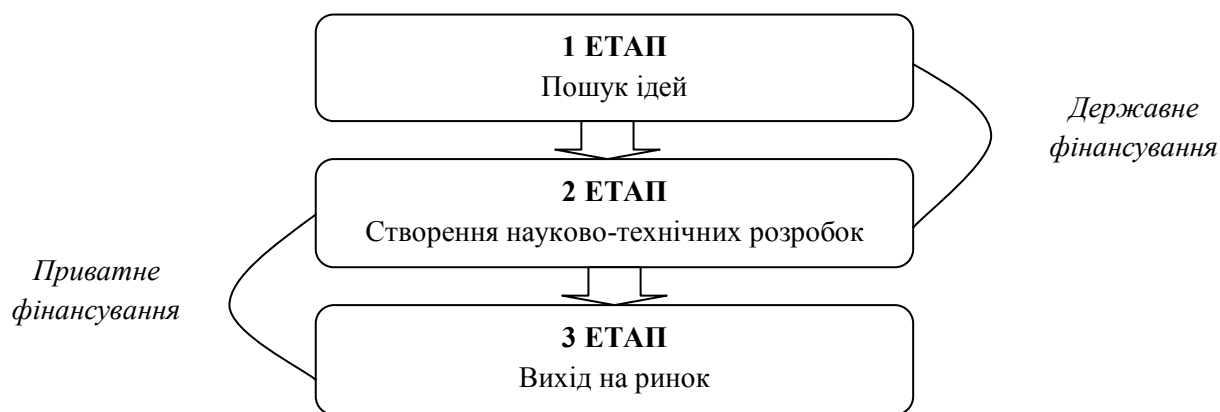


Рисунок 1 – Фінансування науково-технічних програм США

На першому етапі – пошуку ідей – надаються гранти на проведення ДіР для встановлення перспективності наукових ідей. На другому етапі – створення науково-технічних розробок – також передбачено надання грантів, причому їх сума збільшується. На третьому етапі – виходу на ринок – розробники мають вже самостійно шукати інвесторів для комерціалізації своїх інтелектуальних продуктів [2].

Таким чином, на першому, найбільш ризикованому етапі реалізації науково-технічних програм США, фінансування дослідників здійснюється за рахунок державних коштів, а залучення приватних інвесторів починається вже при встановленні достатнього рівня комерційної успішності науково-технічної розробки, тобто на другому, частіше – на третьому етапі реалізації програми. Саме таким чином формується та реалізується дієве приватно-державне партнерство, яке спрямоване на досягнення цілей всіх його учасників.

Суттєві досягнення у формуванні ефективної системи фінансового забезпечення інноваційного розвитку демонструють країни ЄС, одним з головних генераторів інноваційного розвитку якого виступає Німеччина. У межах інноваційної політики Німеччини розроблена система заходів фінансової підтримки інноваційної діяльності. Одним з ключових принципів їх реалізації є чітка підпорядкованість встановленим цілям у межах комплексної Національної Стратегії Високих Технологій (СВТ), яка діє до 2020 р. і об'єднує стратегії для 17-ти "майбутніх сфер" для якнайшвидшого впровадження в життя нових

технологій. Для реалізації положень СВТ державне фінансування використовується у напрямках підтримки кластерних проектів, академічної, університетської науки, "головних інновацій" [1, 5, 6].

Однією з особливостей системи фінансової підтримки інноваційного розвитку країни загалом та її підприємств, зокрема, є максимальне використання Німеччиною євроінтеграційних переваг, які полягають у можливості вільного доступу до творчих лабораторій інших країн та повернення більшої частини внеску Німеччини у загальноєвропейський бюджет через систему грантів. Таким чином, Німеччина водночас виступає основним донором загальноєвропейських програм і її головний учасник. Також сильними сторонами європейської системи фінансового забезпечення активізації інноваційної діяльності країни можна вважати відкритий, міжгалузевий і міждисциплінарний характер фінансування, безпосередню взаємодію федерального та регіонального рівня управління, зокрема, поєднання прямого стимулювання прискореного відновлення виробництва і цільового фінансування за рахунок федерального уряду та земельних бюджетів найважливіших інноваційних проектів загальнодержавного значення.

Приклади створення потужних механізмів інноваційного зростання під впливом вимог часу демонструє Японія. У країні накопичений переконливий досвід побудови національної інноваційної системи "з нуля". Не дивлячись на існуючі труднощі сучасного етапу розвитку, Японія залишається одним з визнаних лідерів світової економіки, у тому числі у сфері інновацій.

На відміну від країн євроатлантичної та європейської моделі інноваційного розвитку, де значну роль в фінансуванні інноваційної діяльності відіграє держава, в Японії представлене абсолютне домінування приватних ресурсів у загальній структурі фінансування, причому за останнє десятиріччя їх частка збільшилася майже на 10% та нині становить 80,7% від загального обсягу. Державні ж асигнування, частка яких дорівнює близько 20%, спрямовуються в основному в університети та державні наукові установи, основна діяльність яких направлена на сприяння виправленню ситуації з

тривалою недооцінкою фундаментальних досліджень та соціальних інновацій в Японії. Так, держава управляє розвитком понад 20 національних університетів, науково-дослідних інститутів та великої кількості ліцензійних центрів, спрямовуючи їх на здійснення найважливіших фундаментальних досліджень у сфері океанографії, ядерного синтезу, космічного простору тощо.

Отже, пряма державна фінансова підтримка бізнесу в Японії має частковий характер і використовується для стимулювання інвестицій у перспективні інноваційні проекти.

Таким чином, дослідження світового досвіду з питань фінансової підтримки інноваційного розвитку країни в цілому та її підприємств, зокрема, виявило велику кількість підходів до організації та реалізації системи фінансування інноваційної діяльності. Розглянуті системи представлені різноманітними важелями активізації інтелектуальної творчості. Тому, для покращення української системи фінансування інноваційного розвитку необхідним є застосування арсеналу фінансових важелів стимулювання інноваційної діяльності різних країн з урахуванням їх сильних, слабких сторін і можливостей пристосування до економіко-правових умов України.

Список використаної літератури

1. Андрощук Г. О. Програма інноваційного розвитку економіки Німеччини: стратегія високих технологій / Г. О. Андрощук // Наука та інновації. – 2009. – Т. 5. – № 3. – С. 72–88.
2. Антонюк Л. Л. Інновації: теорія, механізм розробки та комерціалізації: [монографія] / Л. Л. Антонюк, А. М. Поручник, В. С. Савчук. – К. : КНЕУ, 2003. – 394 с.
3. Дмитрів В.І. Світовий досвід фінансового регулювання інвестиційно-інноваційної діяльності / В.І. Дмитрів // Електронне наукове фахове видання «Ефективна економіка». - № 7. – 2014
4. Офіційний сайт Державної служби статистики України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua>.
5. Пічкурова З. В. Інноваційна складова економічного розвитку Німеччини в умовах глобальної конкуренції / З. В. Пічкурова, З. І. Гала // Бюлетень Міжнародного Нобелівського економічного форуму. – 2012. – № 1 (5). – Т. 2. – С. 309–316.

6. Фадеева В. Национальная инновационная система Германии [Электронный ресурс] / Управление производством : [сайт]. – Режим доступа: http://www.uppro.ru/library/innovations/national_innovative_organizations/nacyonal_naja-inn.html.

*Корнілова І.М., к.е.н., доцент
доцент кафедри менеджменту
інноваційної та інвестиційної діяльності
Київський національний університет
імені Тараса Шевченка
ikornilova@ukr.net*

ВИБІР СТРАТЕГІЇ ІНТЕЛЕКТУАЛЬНОЇ ВЛАСНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА: МЕТОДИЧНІ АСПЕКТИ

Світова практика свідчить, що потужним сучасним стратегічним ресурсом в умовах розвитку інноваційної економіки для підприємств стає інтелектуальна власність (ІВ). ІВ виступає не тільки як необхідна умова відтворення мотивації до інноваційної діяльності підприємств, модернізації їх господарської діяльності, ідентифікації бізнесу у свідомості споживача, формування нової корпоративної культури. Водночас інтенсивно збільшується важливість економічних функцій ІВ, пов'язаних із використанням майнових прав на її об'єкти. У комплексі це свідчить про випереджаючу значущість ІВ у порівнянні з традиційними засобами виробництва, ресурсами та актуалізує питання стратегічного управління портфелем прав на об'єкти ІВ у практиці вітчизняних підприємств.

Стратегію ІВ можна розглядати як системну концепцію, яка направляє розвиток відносин ІВ, інтегрує їх з системою стратегічних цілей інноваційних перетворень на підприємстві та загальними задачами його розвитку.

Стратегія ІВ – це один із засобів досягнення цілей організації, пов'язаний із набуттям і комерціалізацією прав на її об'єкти для підвищення конкурентоспроможності економічних суб'єктів; це детальний комплексний

план забезпечення конкурентних переваг на основі формування оптимального портфелю прав ІВ та його ефективного використання.

Стратегія ІВ дає можливість встановити, яким чином можна ввести в дію наявний фонд майнових прав ІВ з урахуванням існуючих і очікуваних в майбутньому сильних і слабких сторін підприємства для того, щоб досягнути його стратегічних цілей.

При розробці стратегії ІВ необхідно забезпечувати її узгодженість у встановленні цілей та завдань для підрозділів підприємства з іншими стратегічними напрямками управління (стратегією управління, інноваційною стратегією, бізнес-стратегією) в межах загальної стратегії розвитку. З одного боку, при позиціонуванні стратегії інтелектуальної власності у системі управління підприємством її доцільно розглядати як різновид функціональної стратегії. З іншого боку, стратегія ІВ в умовах становлення інноваційної економіки набуває пріоритетного значення, стає невід'ємною умовою для забезпечення стратегічних змін на підприємстві загалом, перетворюється на структуроутворюючий компонент його загальної стратегії.

Успіх реалізації стратегії ІВ підприємства в значній мірі залежить від рівня її організаційного забезпечення, від визначеного алгоритму прийняття рішень щодо її вибору.

При розробці алгоритму слід враховувати базову (домінантну) критеріальну ознаку виділення видів стратегій інтелектуальної власності, які можна класифікувати за [1, 2, 3]: рівнем реалізації стратегії, характером управління, способом отримання, видами бізнес-процесів управління, характером процесу приросту, використання, структурою, об'єктом управління, типом інноваційної поведінки, конкурентною позицією тощо.

Для отримання комплексного бачення про вектори стратегічного розвитку системи ІВ підприємства в алгоритм слід закладати різні критеріальні ознаки, кількість яких буде визначатися сукупністю параметрів значення ІВ у забезпеченні конкурентних переваг підприємства, приросту його прибутку.

Багатокритеріальний підхід свідчить, з одного боку про розмаїття векторів розвитку і використання ІВ на підприємстві, з іншого, про можливу присутність у структурі стратегічного набору підприємства різних видів стратегій ІВ з різною комбінацією підпорядкованості в залежності від визначеної ієрархії цілей та кута (критерію) розгляду напрямів стратегічного розвитку.

Оскільки реалізація функцій ІВ на пряму пов'язана із забезпеченням мотивації до інноваційної діяльності, а відповідно – ефективності використання її результатів, важливим при визначенні стратегій ІВ є розгляд пріоритетів та умов розвитку, які дозволяють реалізувати стратегічні цілі. При цьому може проявитися накладання стратегій за різними класифікаційними ознаками (з можливою подальшою деталізацією і декомпозицією), що обумовлює завдання їх узгодження.

Вибір стратегій ІВ є оптимізаційним завданням, що передбачає: проведення стратегічного аналізу у сфері ІВ підприємства; визначення набору варіантів стратегічних альтернатив розвитку ІВ; обґрунтування обрання оптимальних стратегій ІВ з можливих альтернатив.

Визначення векторів стратегічного розвитку системи ІВ насамперед вимагає проведення поточного аналізу управління ІВ на підприємстві, щоб оцінити його здатність здійснювати стратегічні зміни в системі ІВ з урахуванням її сильних, слабких сторін, можливостей та загроз. Тому перший етап алгоритму є комплексним та включає наступні кроки: аналіз внутрішнього середовища підприємства; діагностику поточного стану портфелю прав на ОІВ, існуючої системи управління ІВ в цілому, оцінку ринкових позицій та конкурентних переваг. Результатом цього етапу є отримання інформації про ефективність управління ІВ на підприємстві, наявний потенціал та перспективи нарощування й комерційного використання об'єктів ІВ у конкурентному середовищі.

Ідентифікація наявних об'єктів ІВ на підприємстві передбачає визначення їх кількості, структури, форм правової охорони, вартості, власників і термінів

чинності майнових прав. Аналіз і оцінка портфелю ІВ необхідні, щоб з'ясувати потенціал комерційного використання наявних об'єктів ІВ, рівень його використання, внесок у забезпечення конкурентоспроможності підприємства та окреслити існуючі прогалини й можливі шляхи їх заповнення (створення, придбання об'єктів ІВ, пошуку нових форм їх комерціалізації тощо). Важливим при цьому є збір інформації про конкурентну ІВ з метою оцінки її потенційних можливостей та стратегій ІВ наявних та потенційних конкурентів;

Оцінювання системи управління ІВ на підприємстві доречно проводити через призму її підсистем з урахуванням їх функціонального навантаження, специфіки й змістовного наповнення бізнес-процесів циклу управління ІВ. Оцінки кожної підсистеми управління ІВ підприємства та загальна інтегральна оцінка ефективності визначаються експертним шляхом з орієнтиром на найкращу практику управління на обраному ринку. Набір показників та їх вагомість за підсистемами можуть бути рухомими, враховуючи динаміку розвитку середовища.

При визначенні стратегічної позиції підприємства у сфері ІВ придатним для застосування є широкий арсенал методів стратегічного управління [4], зокрема, моделі BCG, GE/McKinsey, Shell/DPM, SPACE-аналізу, але адаптованих під специфіку ІВ. Наприклад, при побудові матриці BCG доречним буде фокусування на оцінці ступеня ефективності функціонування системи управління ІВ [5], зокрема, захищеності прав на ОІВ та внеску портфелю прав на об'єкти ІВ у розмір виручки підприємства.

Також проявом міждисциплінарного характеру досліджуваної проблематики є адаптація методичного інструментарію багатокритеріального аналізу для обґрунтування вибору оптимальної стратегії ІВ підприємства. Наразі такими методами є [4]: метод найбільш наближеного до ідеального рішення TOPSIS, метод аналізу ієрархій Т. Сааті; мультиплікативний метод аналізу ієрархій Ф. Лутсми; метод розстановки пріоритетів SMART; метод оцінки альтернатив SAW, метод аналізу ієрархій LINMAP, метод COPRAS; методи з використанням нечіткої логіки fuzzy logic, ELECTRE, методи

критеріальних обмежень; методи аналізу корисної вартості та інші. Всі вони є перспективними інструментами і відрізняються між собою алгоритмом визначення оптимального порядку альтернатив.

Таким чином, стратегія ІВ є невід’ємною системо утворюючою складовою стратегічного управління сучасного інноваційного підприємства. Ефективність її реалізації значною мірою залежить від обґрунтованості вибору оптимального варіанту розвитку ІВ з можливих стратегічних альтернатив. Правильно підібраний та застосований методичний інструментарій формування стратегії ІВ сприятиме найбільш повному виконанню її призначення у складному інноваційно-орієнтованому конкурентному середовищі.

Список використаної літератури

1. Мухопад В. И. Коммерциализация интеллектуальной собственности : [монография] /В. И. Мухопад. – Москва : Магистр; ИНФРА-М, 2010. – 510 с.
2. Цибульов П. М., Чеботарьов В. П., Зінов В. Г., Суїні Ю. Управління інтелектуальною власністю /П. М. Цибульов, В. П. Чеботарьов, В. Г. Зінов, Ю. Суїні. – К. : «К.І.С.», 2005. – 448 с.
3. Корнілова І., Білорус Т., Фірсова С. Види стратегій розвитку інтелектуального капіталу підприємства: підходи до систематизації /І. Корнілова, Т. Білорус, С. Фірсова // Схід. – 2016. – № 6 (146). – С. 34-42.
4. Балан В. Г. Прийняття управлінських рішень. Методи, моделі, терміни, поняття, категорії. / В. Г. Балан. – К. : Нічлава, 2008. – 465 с.
5. Офіційний сайт компанії BCG. [Електронний ресурс]. – Режим доступу до ресурсу: <http://bcg.com>.

*Кривоногова І.Г., к.е.н.,
Мужайло В.Д., к.е.н., доцент
Одеський торговельно-економічний інститут
Київського національного торговельно-економічного університету
krirgen@yandex.ua*

ФАКТОРИ ФОРМУВАННЯ ІННОВАЦІЙНО-ІНВЕСТИЦІЙНОГО ПОТЕНЦІАЛУ ПІДПРИЄМСТВА І ЙОГО РЕСУРСНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ

Науково-технічний прогрес та інноваційна діяльність завжди відігравали вирішальну роль у розвитку суспільства. У останні десятиріччя інноваційний процес у розвинутих країнах значно прискорився. Інноваціям належить провідне місце у забезпеченні конкурентоздатності підприємств, зміцненні їхніх позицій на ринку, а, отже, й підвищенні конкурентоспроможності економіки держави. Інноваційно-інвестиційний розвиток підприємства значною мірою залежить від його здатності акумулювати необхідні ресурси та спрямовувати їх на досягнення інноваційно-інвестиційних цілей, тобто від його інноваційно-інвестиційного потенціалу. Коректна оцінка інноваційно-інвестиційного потенціалу, досягнення його відповідності умовам зовнішнього середовища з урахуванням рівня їхньої стабільності, підвищення ефективності його реалізації необхідні для розробки ефективної стратегії підприємства. Для ефективного керування інноваційно-інвестиційним потенціалом підприємства необхідно визначити його сутність, складові та фактори, від яких залежить формування інноваційно-інвестиційного потенціалу.

Поняття потенціал означає «...сукупність наявних засобів, можливостей у певній сфері,...» [1, с.732].

Економічна категорія «інноваційно-інвестиційний потенціал» повинна виражати його економічну сутність як теоретичне узагальнення економічних явищ, пов'язаних з виконанням цільової функції накопичення інвестиційних ресурсів для інновацій.

Інноваційно-інвестиційний потенціал розглядається багатьма дослідниками як сукупність ресурсів, необхідних для здійснення інноваційно-

інвестиційної діяльності [2, 3]. Деякі автори виокремлюють як його основну сутнісну характеристику можливість досягнення інноваційно-інвестиційних цілей підприємства [4].

Розгляд вищевказаних дефініцій надав змогу визначити інноваційно-інвестиційний потенціал підприємства як рівень спроможності підприємства до фінансування та подальшої реалізації проектів, кінцевою метою яких є випуск інноваційної продукції або впровадження інноваційної технології, що обумовлений кількісними та якісними характеристиками матеріальних, фінансових та нематеріальних ресурсів, які є в його розпорядженні.

Частина дослідників розглядає потенціал підприємства через його ресурсну структуру [5]. Інші виокремлюють функціональну складову потенціалу, тобто можемо говорити про інноваційно-інвестиційний потенціал кожної функції – маркетингу, виробництва, НДДКР тощо [6].

Оскільки управління в організації здійснюється через об'єднання споріднених видів діяльності у окремі функції, саме функціональний підхід під час оцінки потенціалу підприємства є найбільш конструктивним. Обидва підходи до виокремлення елементів потенціалу – функціональний та ресурсний – потребують не тільки наявності необхідних для діяльності підприємства елементів, але й їх ефективного використання.

Таким чином, у ринкових умовах, потенціал підприємства являє собою вивчення та розвиток внутрішніх можливостей організації та намагання адаптуватися до зовнішнього середовища таким чином, щоб дістати можливості максимальної реалізації внутріфірмового потенціалу. Управління потенціалом потребує не лише знання кількісних та якісних характеристик ресурсів. Таке управління ґрунтується на тому, що будь-яке підприємство має вільний доступ до ресурсів, які воно може обирати на ринку, факторів виробництва (робочої сили, капіталу тощо) і комбінувати їх у відповідності до своїх можливостей (кваліфікації персоналу, технічних засобів тощо). Вірний вибір комбінації ресурсів є фактором успішності підприємства на ринку та дозволяє отримати конкурентну перевагу. Специфічною рисою управління

потенціалом є те, що простої наявності ресурсів недостатньо для гарантування успіху. Для цього потрібна реалізація тих можливостей, що надаються ресурсами, з урахуванням потенціалу зовнішнього середовища.

Потенціал зовнішнього середовища включає можливості мікро- і макросередовища підприємства, які можуть призвести до зміни прибутку або обсягу продаж, а потенціал галузі (галузеве або ближнє оточення) – можливості прибутковості галузі господарства. Конкурентний потенціал визначає можливості фірми підтримувати та зміцнювати свої позиції на ринку, отримувати конкурентні переваги у перспективі, а синергетичний потенціал – можливість організації підвищувати ефективність діяльності за рахунок синергетичних ефектів.

Таким чином, інноваційно-інвестиційний потенціал, що визначає успіх інноваційно-інвестиційної політики промислового підприємства, є інтегрованою величиною і складається з декількох елементів, які являють собою системну характеристику. На основі викладеного вище до основних системоутворюючих елементів інноваційно-інвестиційного потенціалу слід віднести: інноваційний, інвестиційний, виробничий, інфраструктурний, маркетинговий потенціали (рис. 1).

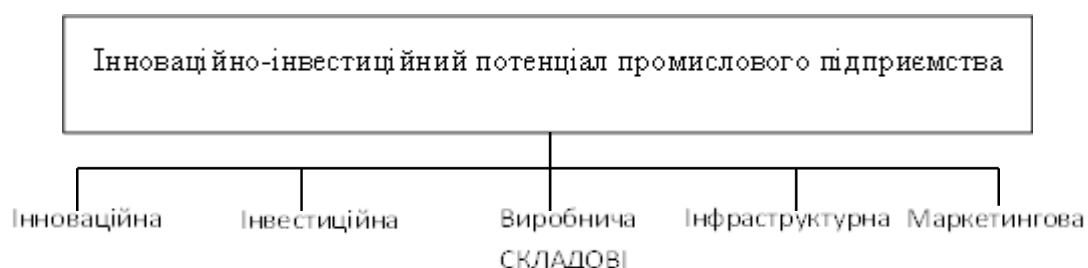


Рисунок 1 – Структурна схема інноваційно-інвестиційного потенціалу

Інноваційно-інвестиційний потенціал розглядається як єдина система, оскільки він являє собою сполучення відмінно функціональних та різнорідних об'єктів, які відображають різні функції в рамках інноваційно-інвестиційного потенціалу.

Реалізація інноваційно-інвестиційного потенціалу здійснюється через генерування відповідних ресурсів, необхідних і достатніх для забезпечення інноваційно-інвестиційної діяльності підприємства, оскільки наявність ресурсів визначає можливості здійснення успішної інноваційно-інвестиційної діяльності. У інноваційно-інвестиційній діяльності достатньо широко являє свою дію закон необхідної різноманітності, що особливо характерно для формування ресурсів (табл. 1).

Таблиця 1

Взаємозв'язок видів ресурсів з елементами інноваційно-інвестиційного потенціалу підприємства

№	Елементи інвестиційного потенціалу	Системоутворюючі фактори	Види інвестиційних ресурсів
1	Інноваційний потенціал	1.1. Рівень розвитку НДДКР 1.2. Фінансування нових розробок та технологій 1.3. Впровадження нових технологій, продуктів	1.1. Авторські права (звіти НДДКР, програмне забезпечення тощо) 1.2. Проведені дослідження та розробки, доробки 1.3. Патенти, ліцензії, ноу-хау 1.4. Торгові марки (бренди), промислові зразки, товарні знаки тощо
2	Інвестиційний потенціал	2.1. Різноманітність фінансових ресурсів (власних, залучених, запозичених) 2.2. Здатність забезпечити надходження додаткових ресурсів у короткий строк 2.3. Утворення резервів фінансових ресурсів	2.1. Грошові кошти, валюта 2.2. Цінні папери, паї, акції, облігації 2.3. Векселі, кредити, позики 2.4. Угоди, застави, страховки, гарантії тощо
3	Виробничий потенціал	3.1. Виробнича потужність підприємства 3.2. Склад устаткування, механізмів 3.3. Стан: знос, оновлення, нові технології 3.4. Обсяг трудових ресурсів, кваліфікація, компетентність 3.5. Використання лізингу 3.6. Менеджмент підприємства	3.1. Земля, земельні ділянки, водні акваторії 3.2. Будівлі та споруди (наявні та ті, що будуються) 3.3. Машини і устаткування 3.4. Технології 3.5. Трудові ресурси необхідної кваліфікації і компетенції 3.6. Управлінські ресурси (підприємницькі здібності, компетенції)

Продовження табл. 1

№	Елементи інвестиційного потенціалу	Системоутворюючі фактори	Види інвестиційних ресурсів
4	Інфраструктурний потенціал	4.1. Сучасні інформаційно-комунікаційні технології 4.2. Забезпечення комунікативних процесів 4.3. Забезпечення сучасними інформаційними ресурсами	4.1. Інформаційні ресурси, відповідають становленню глобальних ринкових відношень 4.2. Глобальні мережі Internet, Intranet та ін. інформаційно-комунікативні технології 4.3. Корпоративна культура 4.4. Комунікації (ланцюги «постачальник-споживач», реалізація технологій електронної комерції «B2B», «B2C») 4.5. Система безпеки
5	Маркетинговий потенціал	5.1. Різноманітність продукції 5.2. Здатність до зміни характеристик продукції за бажанням клієнтів 5.3. Здатність до виконання нестандартних, унікальних робіт 5.4. Формування персональних брендів 5.5. Формування глобальних мереж «постачальник-споживач»	5.1. Контроль над певною долею ринку 5.2. Задоволеність споживачів 5.3. Якість продукції («глобальна якість») 5.4. Якість і обсяг реклами 5.5. Політика цін, сервісу, обслуговування

Основні положення, що характеризують інноваційно-інвестиційний потенціал підприємства і його системоутворюючі фактори зводяться до наступного:

- інновації і інноваційно-інвестиційна діяльність є вирішальною умовою виживання і адаптації до сучасних ринкових реалій. Управління інноваційно-інвестиційною діяльністю – важливий елемент управління підприємством;
- формування ресурсів повинно бути спрямовано на досягнення стратегічних інноваційно-інвестиційних цілей;
- стратегічні інноваційно-інвестиційні цілі ґрунтуються на інноваційному підході;
- необхідне формування концептуального підходу під час формування інноваційно-інвестиційної стратегії підприємства;

– застосування концепцій і методів інноваційно-інвестиційних процесів на практиці забезпечить високу якість інноваційно-інвестиційних рішень та збільшення віддачі від коштів, що вкладаються у інноваційно-інвестиційні проекти [7];

– аналіз здійснених інноваційно-інвестиційних проектів дозволяє виявити і виокремити фактори, що визначають потенціал підприємства та успіх інвестицій в інновації.

Таким чином, інноваційно-інвестиційний потенціал розглядається як наявність готовності виконувати завдання, забезпечення досягнення поставленої інноваційно-інвестиційної мети, тобто реалізації інвестиційного проекту, який забезпечує функціонування та стратегічний розвиток підприємства в умовах сучасної економіки. При цьому, розвиток підприємства розглядається як реакція на зміну зовнішнього середовища, що виражається у здатності підприємства адаптуватися до цих змін через здійснення інноваційно-інвестиційної діяльності на основі інвестицій. Основними факторами, які впливають на формування і розвиток інноваційно-інвестиційного потенціалу для успішної інноваційно-інвестиційної діяльності є:

– визначення потреби в інвестиціях, інноваційно-інвестиційні стратегії, що фіксують стан конкурентоздатності підприємства (задоволення потреб клієнтів, глобальна якість, рівень рентабельності, ліквідність підприємства);

– визначення потенціальної корисності реалізації на основі інвестицій нових накопичень, що гарантує узгодженість з загальною стратегією розвитку підприємства;

– система відбору інноваційно-інвестиційних проектів для реалізації, що дозволяє оцінювати інноваційні положення, які висувуються, з точки зору специфічних фінансових та організаційних цілей;

– достатній обсяг ресурсів для досягнення стратегічних інноваційно-інвестиційних цілей.

Список використаної літератури

1. Большой экономический словарь / [Под ред. А.Н. Азрилияна]. – [Изд. 5-е]. – М. : Институт новой экономики, 2002. – 1280 с.
2. Мацибора Т. В. Проблеми визначення та оцінки інвестиційного потенціалу регіону / Т. В. Мацибора // Економіка АПК. – 2008. – № 9. – С. 62-65.
3. Дем'янчук М.А. Удосконалення понятійного апарату визначення терміну «інноваційно-інвестиційний потенціал підприємства» / М.А. Дем'янчук // Наукові праці Кіровоградського національного технічного університету. Економічні науки. – 2011. – Вип. 20. – Ч.1. – С. 296-300.
4. Федорова Ю. В. Інноваційно-інвестиційний потенціал машинобудівного підприємства у складі промислово-фінансової групи / Ю.В. Федорова // Вісник Хмельницького національного університету. Економічні науки. – 2014. – № 6. – Т. 1. – С. 153-156.
5. Лосев В.С. Производственный потенциал: оценка, управление / В.С. Лосев. – Хабаровск : РИОТИП, 1998. – 240 с.
6. Шарко М.В. Управление развитием инноваций в промышленном производстве / М.В. Шарко. – Херсон: ХНТУ, 2009. – 458 с.
7. Актуальні питання інноваційного розвитку держави, регіонів, підприємств : [моногр.] / [За ред. В.І. Захарченко]. – Луганськ : Ноулідж, 2014. – 182 с.

*Куліш І. М., к.держ.упр., с.н.с., докторант
ДУ «Інститут регіональних досліджень
ім. М. І. Долішнього НАН України»
reksi@email.ua*

«ДАХОВІ ФЕРМИ» ЯК РЕЗУЛЬТАТ ВПЛИВУ ПЕРМАКУЛЬТУРИ

На тенденції у сфері продовольчої безпеки, безпеки харчування та поліпшення екології навколишнього середовища нині великий вплив чинить пермакультура (від англійського «permaculture – permanent agriculture», що дослівно перекладається як «довготривале сільське господарство»). У окрему течію пермакультура сформувалась всередині двадцятого століття як реакція на негативні тенденції у живій природі, що виникли внаслідок людського впливу, потепління клімату і вичерпування родовищ видобувних енергоресурсів.

Послідовники пермакультури пропагують практику засаджування парків та газонів їстівними видами рослин, таких, як чорниця, смородина, лаванда,

полуниця, заміну декоративних дерев, таких, як кипариси, плодовими соснами, кленів – горіхами і тому подібне [1, с. 178]. Пермакультура є своєрідним антиподом урбанізації, оскільки ґрунтується на перенесенні елементів, характерних виключно для сільської місцевості, до міст.

Часом до пермакультури застосовується дещо спрощений підхід, прибічники пермакультури дещо агравовано ставляться до впровадження основних її положень, що стосується чисельних ініціатив, однією з яких є «міські ферми» або «дахові ферми» (roof farm), що набувають усе більшої популярності в США, Канаді та ЄС. Суть ідеї дахової ферми полягає у тому, що на дахах міських будівель облаштовують городи. Для цього здійснюється спеціальна підготовка: прокладається гідроізоляція, дренаж, підводиться/відводиться вода, завозиться ґрунт, добрива тощо. Відмінність від класичної ферми полягає у тому, що абсолютно усі компоненти такого городу необхідно привезти з сільської місцевості, у т.ч. органічні добрива, адже дахові ферми позиціонують як екологічно чисті. Вимагає вирішення і проблема відходів, для цього у приміщеннях будівель, на дахах яких ростуть городи, встановлюються спеціальні компостні ємності. Навіть дощова вода для поливу, якщо вона зібрана у місті, вимагає додаткової очистки [2, с. 108].

Піддавшись популярній у світі практиці вирощування рослин у містах, компанія «MTÜ Linnalabor» у 2008 р. розпочала проект. У якості локації був обраний дах Художньої академії у Таллінні. Однак експеримент себе не виправдав: виявилось, що вирощена в такий спосіб петрушка містить у 50 разів більше свинцю, ніж та зеленини, що росла в селі, вміст кадмію та хрому був перевищений у 1,6 та 3,6 разів відповідно, перевищення спостерігались і щодо цинку. Забруднена продукція поступила на ринок до споживачів [3].

Не зважаючи на обурення спеціалістів та певної категорії споживачів, проекти такого типу продовжують втілюватись, згадана вище компанія «MTÜ Linnalabor» і надалі вирощує на даху рослини, пропагує цю продукцію та періодично проводить екологічні семінари під гаслом забезпечення доступних екосистемних послуг у місті й підтримки високої якості життя для жителів міст.

Ферми на дахах вже не просто сприймаються, як щось безпечне, їх широко рекламують як спосіб вирішення екологічних проблем, проблем пов'язаних із змінами клімату та дощовими водами [4].

Прибічники дахового фермерства стверджують, що рослини захищають будівлі від перегріву, внаслідок чого економиться велика кількість електроенергії, що у іншому випадку витрачалась би на охолодження, однак не вказують, наскільки зростає споживання енергії на вентиляцію та обігрів теплиць у холодні періоди, а також на освітлення, водопостачання та водовідведення, перемішування компосту тощо. Усе перелічене істотно збільшує навантаження на комунікаційні мережі, які не завжди (особливо у старих будівлях) готові до такої експлуатації. Цю проблему можна вирішити шляхом масштабної реконструкції будівель і сумнівно, що такі вкладення швидко окупляться від вирощування овочів.

Розглянемо твердження щодо поліпшення якості повітря і зменшення в ньому вмісту CO₂, що відбувається внаслідок зменшення довжини транспортних шляхів та дихання рослин. Дахова ферма не здатна забезпечити потреби великого міста у сільськогосподарській продукції і частка зменшення кількості вуглекислого газу не буде достатньо відчутною на фоні наявного забруднення повітря. Не враховують апологети дахових ферм і факту дихання рослин, які вночі виділяють, а не поглинають CO₂.

Ще однією тезою на користь дахових ферм є та, що вони, начебто, розвантажують дощову каналізацію сповільнюючи, за рахунок збільшення площі пропускної поверхні, стікання опадів, а отже каналізація не переповниться, не забруднить водні шляхи і будуть зекономлені гроші платників податків у зв'язку з відсутністю необхідності у лікуванні. Це твердження також здається недостовірним, оскільки разом з дощовою водою рослини дахових ферм всотуватимуть усі шкідливі речовини, які ця вода з собою принесе, адже проходячи через низькі шари повітря, у яких розчинені різні речовини, що містяться у викидах, у т.ч. промислових, вона неминуче їх захоплює. Тому, з огляду на забрудненість міського повітря гроші, зекономлені

на лікуванні наслідків через переповнення дощової каналізації, будуть витрачені на лікування внаслідок споживання городини із понаднормовим вмістом канцерогенних речовин (аналізи рослин в Естонії). Окрім того, слід зазначити, що як і традиційні, ці ферми є двох основних типів: на відкритому повітрі і у теплицях, а отже поглинання шкідливих речовин з атмосферного повітря буде відбуватись через поверхню листя.

Таким чином, експлуатація дахових ферм та популяризація вирощених на них продуктів суперечать положенням ООН про безпечне харчування, достатня кількість якого є одним з прав людини: «...продовольство, призначене для споживання людьми, повинно бути безпечним і не містити шкідливих речовин, зокрема забруднювачів, що утворюються у процесі промислового або сільськогосподарського виробництва [5, с. 4]».

Дахові ферми певною мірою суперечать суті пермакультури, оскільки остання, «...перш за все, є системою організації. Її мета – використання організуючої сили людського розуму для заміни мускульної сили або енергії природнього палива» [6, с.3]

Практика «дахових ферм» не може бути підтримана екологами та дієтологами, котрі переконують, що повітря у містах забруднене шкідливими речовинами, які у процесі життєдіяльності виділяє велике скупчення людей, а продукти згоряння палива автомобільних двигунів, особливо продуктів нафтопереробки, настільки шкідливі, що вирощені біля доріг та автострад рослини не можна вживати у їжу. Тому теза про розширення доступу до свіжої та здорової їжі, що її постачають дахові ферми, з огляду на вищевикладене, є апокрифічною.

Список використаної літератури

1. Моллисон Б. Введение в пермакультуру / Билл Моллисон, Рени Миа Слей. 1985. [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://www.cityjazz.ru/catalog/products/knigi/permakultura-eko-tehnologii/bill-mollison-vvedenie-v-permakulturu>. – 264 с.

2. Куліш І. М. Вплив новітніх тенденцій виробництва і споживання продуктів харчування на конкурентні переваги сільських територій / І. М. Куліш // Регіональна економіка. – 2016. – №2(80). – С. 112-120.
3. Ауг Н. Выращенные в городе овощи опасны для здоровья / Н. Ауг // газета «Столиця», июль 2009 г. [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://stolitsa.ee/search/17?pattern=MT%C3%9C%20Linnalabor&type=all&year=2009>.
4. Higher Ground Farm [Electronic resource]. – Access mode : <http://www.highergroundrooftopfarm.com/about.html>.
5. Право на достаточное питание. Изложение фактов № 34 // Права человека; Управление Верховного комиссара по правам человека.– Geneva : United Nations, 2011.– 65 с.
6. Вайфилд П. пермокультура – что это? / Патрик Вайфилд / пер. с англ. – Вятка : Издательство «Подвиг», 2011. – 33 с.

*Кухарская Н.А., д.э.н., профессор
профессор кафедры общей экономической теории и
экономической политики
Одесский национальный экономический университет
kuharska.nat@gmail.com*

ПРОБЛЕМЫ НАУЧНО-ТЕХНОЛОГИЧЕСКОЙ БЕЗОПАСНОСТИ УКРАИНЫ И ПУТИ ИХ ПРЕОДОЛЕНИЯ

В настоящее время ключевым заданием для Украины является удержание соответствующего уровня научно-технологической безопасности государства.

Однако следует констатировать, что за годы реформ не удалось создать дееспособных механизмов стимулирования инновационной деятельности предприятий и организаций, что привело к подавлению науки и деградации существующего научно-технического потенциала, медленного обновления продукции производственного комплекса. В стране отсутствует эффективный механизм внедрения в промышленное производство завершенных научно-технических разработок, выполненных на основе использования инновационных технологий, продолжается отток интеллектуального и научного потенциала за пределы Украины, что вызывает серьезные угрозы для наукоёмких производств, нарастает внешняя технологическая зависимость,

наблюдается деиндустриализация производства, использование производственных фондов, находящихся в критическом состоянии. Углубляющаяся экономическая ситуация в стране ведет к снижению финансирования научно-технической деятельности, падению престижа научно-технической сферы, утечке за рубеж передовых идей и технологий, снижению уровня подготовки высококвалифицированных научных и инженерно-технических кадров.

Важнейшим компонентом научно-технического потенциала любого государства является его кадровая составляющая, представляющая собой все виды научно-технических кадров, которые способны производить и реализовывать новые научно-технические проекты, применять новейшие разработки. В Украине же, начиная с 1990 г. количество научно-технических работников сократилось в 4,9 раза (с 313 тыс. до 63,9 тыс. чел.), а за первые 17 лет из страны выехало 626 докторов наук.

По сравнению с 1990 г. общее количество работающих на предприятиях опытно-производственной базы сократилось в 23 раза, количество изобретателей и рационализаторов в Украине сократилась более чем в 20 раз, уровень миграции инноваторов (по данным Всемирной организации интеллектуальной собственности (WIPO)) в 5 раз превышает средний. Количество организаций, которые выполняют научно-технические исследования, за этот период уменьшилось на 366 единиц [1].

Доля предприятий, которые внедряли инновации, является крайне низкой и составляет 15,2% в 2015 г. (тогда как в 1990 году их было 36%), что ниже порогового значения (25%) и намного ниже аналогичного показателя развитых стран (70-80%). Удельный вес объема выполненных научных и научно-технических работ в ВВП (без учета временно оккупированной территории АРК, Севастополя и части зоны проведения антитеррористической операции) в 2015 г. составила всего 0,64%, тогда как в 1996г. – 1,36%

Негативное влияние на экономику Украины оказывает низкое финансирование научных исследований – всего 1,51% от ВВП, из них из

госбюджета – 0,2% (в Швеции оно составляет 3,73%, Японии 3,39%) [2], хотя в соответствии с Законом Украины «Про научную и научно-техническую деятельность» объем бюджетного финансирования науки должен составлять не менее 1,7% ВВП [3]. По данным ЮНЕСКО, в Украине общий уровень финансирования научной и научно-технической деятельности в расчете на одного ученого составляет 64,5 долл. (в Швеции – 1351; Израйле – 1258, США – 1220, Японии – 1086 долл.).

Главный индикатор инновационной направленности государственной политики — доля совокупных национальных расходов на НИОКР в ВВП (наукоемкость ВВП) — снизилась с 2,4% в 1991 гг. до 0,6% в 2015 г.

В структуре научных и научно-исследовательских работ значительное место занимают фундаментальные исследования: если в 1996 г. на них приходилось 12,6% от всего объема выполненных научно-технических работ в Украине, то в 2014 году этот показатель составил 22,6%. При этом прикладные исследования занимают, соответственно по годам, 28,9% и 17,1% (в 2015 г. эти показатели почти сравнялись – 19,5 и 18% соответственно). В развитых же странах преимущество отдается прикладным исследованиям и разработкам, окупаемость которых на порядок быстрее. Уменьшение доли прикладных исследований свидетельствует о низкой инновативности экономики Украины.

Источниками роста экономики Украины остаются 3-й и 4-й технологические уклады (ТУ), основанные на низких технологиях, находящиеся на периферии мировой экономики: объемы производства продукции этих ТУ составляют, соответственно, 57,9% и 38%, тогда как 5-го – 4% и 6-го – 0,1% [4, с. 17]; затраты на инновации 3-го и 4-го ТУ составляют 30% и 60%, а 5-го и 6-го – 8,6 и 0,4%; капиталовложения на техническое перевооружение и модернизацию – 83, 10, 6,1 и 0,9% соответственно по ТУ.

Инновационной деятельностью промышленных предприятий, в основном, являются маркетинг и реклама своей продукции и организационные инновации.

Всё перечисленное является угрозой для научно-технической безопасности Украины, с учетом того, что глобализационные процессы требуют постоянного повышения конкурентоспособности, а ключевым моментом повышения конкурентоспособности является именно внедрение инноваций, основной акцент в которых делается на освоение производства новых изделий.

В сложившихся условиях для обеспечения научно-технической безопасности Украины необходимо:

- срочное увеличение финансирования научно-технической деятельности для создания механизма предотвращения оттока за границу передовых идей и технологий, интеллектуального и научного потенциала Украины;

- обеспечение благоприятного инновационного климата в стране, поддержка ресурсного обеспечения научно-технической деятельности и контроль за эффективностью инновационной деятельности для обеспечения конкурентоспособности промышленности на мировом рынке;

- создание системы связей между инновационными разработками и внедрением их на практике через создание благоприятных экономических условий для деятельности технопарков;

- отдача предпочтения не иностранным инновационным разработкам, а отечественным;

- концентрация материальных и финансовых ресурсов в приоритетных направлениях науки и техники (Украина всё ещё входит в пятерку государств, которые обладают передовыми аэрокосмическими технологиями, имеет всемирное признание в разработке новых материалов, биотехнологий, радиоэлектроники, физики низких температур, ядерной физики, электросварки, информатики, телекоммуникаций);

- привлечение частного капитала, включая организацию фондов и предоставление грантов.

Список використаної літератури

1. Офіційний сайт Державної служби статистики України [Електронний ресурс]. – Режим доступу : https://ukrstat.org/uk/operativ/operativ2005/ni/ind_rik/ind_u/2002.html
2. Государство на финансирование науки [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://112.ua/obshchestvo/gosudarstvo-na-finansirovanie-nauki-v-2015-g-vydelit-0-2-vvp-minobrazovaniya-185881.html>
3. Закон України «Про наукову і науково-технічну діяльність» [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://zakon5.rada.gov.ua/laws/show/848-19>
4. Структурні перетворення в Україні: передумови модернізації економіки / А.П. Павлюк, Д.С. Покришка, Я.В. Белінська [та ін.]; за ред. Я.А. Жаліла. – К. : НІСД, 2012. – 104 с.

*Литвин О.Ю., к.е.н., доцент
доцент кафедри економічної теорії
та економічних досліджень
Полтавська державна аграрна академія
alexly@ukr.net*

ПЕРСПЕКТИВНІСТЬ ІНВЕСТИЦІЙ В ЖИТЛОВЕ БУДІВНИЦТВО

В умовах соціально-економічної нестабільності, краху та закриття більше 80 банківських установ, падіння виробництва, відбулася девальвація національної грошової одиниці - гривні, суттєво зросли ціни. Актуальною стала проблема пошуку інструментів для захисту гривневих заощаджень від знецінення. Одним з найбільш надійних варіантів є нерухомість.

Мета дослідження – пошук найбільш ефективних варіантів вкладення і збереження коштів.

Відносно простим, зрозумілим і безпечним, придатним для більшості заможних українців інструментом інвестування коштів у національній грошовій одиниці в даний період є нерухомість. Висновок автора підтверджують і результати досліджень соціологів та фахівців із продажу нерухомості [1], і більш переконливий фактор – тенденції ринку [2, с. 10].

Проте, слід зазначити, що інвестиційно-привабливою є не вся нерухомість. Традиційно, нерухомість розподіляють на ту, що куплена на первинному ринку (у новобудовах) і на вторинному (об'єкти, що продають власники). Також, поділяють на житлову (квартири, будинки), комерційну (приміщення бізнес-призначення – під магазини, офіси, аптеки, банки, медичні заклади, склади тощо), земельні ділянки.

Житлова нерухомість на вторинному ринку не дуже підходить для інвестування. По-перше, старий будинок (стіни, дах, інженерні комунікації) поступово втрачають у ціні.

По-друге, в умовах різкої девальвації і подальших негативних прогнозів щодо національної грошової одиниці, вартість нерухомості, що продається на вторинному ринку, як правило, була в американських доларах і достатньо значна, враховуючи девальвацію національної валюти. Наприклад, середня вартість квадратного метра столичної квартири на вторинному ринку у кінці 2014-на початку 2015 р. складала 1390 американських доларів [3]. Через зростання курсу доллара, ціни в гривні протягом 2014 року на київське житло на вторинному ринку підскочили майже на 70% [4]. У 2015-2016 рр. ця тенденція також простежувалася. А вартість первинної нерухомості – новобудов продовжувала залишатися в гривнях.

По-третє, первинна нерухомість юридично «чистіша». Тобто, при покупці квартир на вторинному ринку може виникнути маса проблем, що можуть бути спровоковані недобросовісними продавцями (не виписані особи, що проживають у квартирі, яка продається, родичі власників, які мають право на квартиру і перебувають у в'язниці чи психіатричній лікарні, арешти та заборони на продаж квартири, підроблені документи, величезні борги за квартиру, власники, яких можна пізніше визнати не повністю дієздатними тощо). За оцінкою експертів ризику покупця квартири є достатньо значними.

По-четверте, якість нового житла, як правило, набагато краща.

По-п'яте, і для багатьох це найголовніше – первинна нерухомість все-таки дешевша, ніж нерухомість аналогічного рівня на вторинному ринку – зазначають фахівці [5].

Висновки автора базуються не тільки на теоретичних розрахунках, а і на результатах аналізу ринку. Для підтвердження збільшення попиту на первинному ринку наведемо статистичні дані. Співвідношення об'єктів з первинною і вторинною нерухомістю у м. Києві восени 2014 р. становило приблизно 70 на 30% [1].

В умовах спаду економіки інвестиції в комерційну нерухомість з її подальшою здачею в оренду є доволі ризиковими. За інформацією Марти Костюк, директора департаменту аналітики і консалтингу компанії DTZ Ukraine на початку 2015 р. на київському ринку офісної нерухомості рівень вакантності (вільних площ) побив всі історичні рекорди, перевищивши 23%. Середня вакантність на столичному ринку торгової нерухомості за підсумками першого півріччя 2014 р. сягала 7,5%, за даними UTG, а в деяких торговельних об'єктах, введених в експлуатацію в кінці 2013 - початку 2014 років, цей показник перевищив 50% [4]. Схожа ситуація простежується і в регіонах.

Інвестування грошових коштів в земельні ділянки вимагає знань і досвіду. По-перше, земельні ділянки мають різне цільове призначення (для індивідуального житлового будівництва, садівництва, особистого селянського господарства), що суттєво впливає на їх подальше використання. По-друге, покупцю самостійно важко визначити інвестиційно-привабливу ціну земельної ділянки. Впливає маса факторів: якість землі, ландшафт, близькість до комунікацій (газ, світло, вода, дороги), наближеність до міста, магазинів, місць відпочинку та розваг, наявність поблизу лісу, річки чи ставка, гарних краєвидів, екологічна чистота місцевості, соціальний статус сусідів тощо. По-третє, слід врахувати, що час стрімкого зростання цін на землю (2002-2008 рр.) завершився.

Таким чином, найбільш оптимальним варіантом залишалася (і продовжує бути) нова житлова нерухомість – одно-, двокімнатні квартири невеликої

площі. (До речі, розуміючи таку тенденцію, забудовники швидко переключилися на будівництво нового бюджетного житла. Наприклад, тільки у столиці, в кінці 2014 – на початку 2015 р., за даними консалтингової компанії City Development Solutions, 82% нових пропозицій – це квартири економ та комфорт-класу, ще 16% – бізнес, і лише 1-2% – преміум [5].

Список використаної літератури

1. Костицын П. Метры дорогие: что происходит с рынком недвижимости [Електронний ресурс] – Режим доступу : <http://politica-ua.com/metry-dorogie-chno-proisxodit-s-rynkom-nedvizhimosti/?72771>
2. Новосвітня Е. Иван Салий: «Надо восстановить в столице квартирную очередь. Государство имеет моральные обязательства перед людьми, ожидающими жилье по 15-20 и более лет» / Екатерина Новосвітня // Факты. – 2014. – 16 мая – С. 10.
3. Рева Н. В 2014 году индекс недоступности жилья вырос вдвое [Електронний ресурс] – Режим доступу <http://domik.ua/novosti/v-2014-godu-indeks-nedostupnosti-zhilya-vyros-vdvoe-n231842.html>
4. Дубенська О. Нерухомість у рік потрясінь [Електронний ресурс] – Режим доступу http://economics.lb.ua/state/2014/12/27/290433_neruhomist_rik_potryasin.html
5. Что будет с ценами на недвижимость в 2015 году? [Електронний ресурс] – Режим доступу <http://news.address.ua/chno-budet-s-tsenami-na-nedvizhimost--v-2015-godu-10381/>

*Лунак Р.Л., к.е.н., доцент
доцент кафедри економіки
Львівський торговельно-економічний університет
economist_555@mail.ru*

ТРАНСКОРДОННЕ СПІВРОБІТНИЦТВО РЕГІОНІВ У КОНТЕКСТІ РЕАЛІЗАЦІЇ ДЕРЖАВНОЇ ПОЛІТИКИ ІМПОРТОЗАМІЩЕННЯ

За умов залежності від готової імпоротної продукції, державна політика імпортозаміщення повинна враховувати усі особливості споживчих регіональних ринків і стосуватись пошуку найбільш ефективних засобів зменшення імпоротної залежності території. Насамперед, ресурсні відмінності

будуть головним критерієм результативності відповідної політики та визначення прямої державної підтримки регіонів. При цьому, вони більше стосуватимуться не сировинного забезпечення, а освоєння нових технологій виробництва та реалізації продукції.

Попри це однією з найбільш актуальних проблем соціально-економічного розвитку України є недосконалість сучасної державної регіональної політики, яка повинна ґрунтуватися на перенесенні пріоритетів розвитку з відомчо-галузевих підходів на цілісно-територіальні, оптимізації відносин між центром та регіонами, врахуванні євро регіональних тенденцій розвитку держави, яка проголосила інтеграцію до Європейського Союзу стратегічною метою своєї зовнішньої політики [4]. Тому розширення транскордонних відносин повинно бути визначено в систему державного управління як одним із головних пріоритетних напрямів розвитку національної економіки в контексті вирішення проблем імпортової залежності та реалізації відповідної політики у її зниженні. Саме налагодження процесів імпортозаміщення у виробничій сфері економіки слід розглядати при встановленні нових чи розвитку існуючих транскордонних відносин.

Однією з головних переваг для окремих регіонів держави є їх розміщення в межах прикордонних територій і це дозволяє по-іншому структурувати потенціал в ході реалізації політики імпортозаміщення. Так, переваги можуть стосуватись придбання сировини, освоєння нових виробничих технологій, соціальної культури на споживчому ринку та ін. В дослідженнях Н. Мікули та В. Засадко стверджується, що в умовах високої конкуренції, інтенсивності впровадження інновацій, ресурсної залежності, коли економіка держави нездатна адаптуватись до таких змін у її внутрішньому середовищі повинні відбуватись інтеграційні процеси, а особливо у транскордонному просторі. При цьому, доцільність здійснення транскордонного співробітництва обумовлена нівелюванням бар'єрної функції кордонів в умовах глобалізації, активізацією міграції населення, трансферу капіталу і технологій, масштабним розвитком

торгівлі, наявністю глобальних екологічних проблем, що в сукупності позбавляє сенсу будь-які спроби державної герметизації.

Очевидно, що основними механізмами співробітництва прикордонних територій України є розвиток транскордонної торгівлі, створення органів з управління прикордонним співробітництвом, укладення міжрегіональних угод з транскордонного співробітництва, вдосконалення бюджетних та інших інструментів регіональної політики щодо розвитку прикордонного співробітництва, координація податкових, митних та інших заходів, що забезпечують диференційовану пріоритетність розвитку прикордонних територій.

Також відмічають важливість створення транскордонних промислово-територіальних кластерів з центрами передачі технологій, транскордонного сервісу, аналітичними та бізнес-центрами. Відтак, на прикордонних територіях вдасться розміщувати пункти регулювання імпорту використовуючи ринковий досвід та капітал сусідніх держав [2, с. 6-7, 239-243].

Багато в чому результати транскордонного співробітництва залежать від центральних органів влади та їх функціональності у налагодженні роботи міждержавних і міжурядових комісій, які б забезпечувати розроблення та реалізацію механізмів взаємодії регіональних органів влади із інституціями сусідніх країн. Тому ефективність державної політики імпортозаміщення в ході транскордонного співробітництва в основному буде залежати від вміння регіональних органів державної влади самостійно налагоджувати імпортозахисні зв'язки. Попри це, на прикордонних територіях держави утвориться різна інтенсивність імпортних потоків товарів та завантаженість органів митного контролю, що ускладнюватиме їх роботу та може призвести до збільшення зловживань у цій сфері.

Також і М. Кушнір наголошує про необхідність посилення транскордонного співробітництва та розширення відповідних інституційно-правових повноважень регіонів в рамках досягнення збалансованого соціально-економічного розвитку та активної участі в реалізації державної політики

імпортозаміщення. Відмічає, що економічний розвиток України на сьогодні потребує оновлених підходів до використання ресурсного потенціалу територій, удосконалення системи управління територіальним розвитком у напрямку стимулювання саморозвитку регіональних комплексів та підвищення на місцевому рівні зацікавленості як у вирішенні локальних соціально-економічних проблем. Відтак місцеві органи влади та самоврядування повинні отримувати більшу самостійності у вирішенні спільних з сусідніми регіонами інших держав в рамках транскордонного співробітництва завдань загальнодержавного значення, зокрема зниження імпортової залежності та подолання перешкод у започаткуванні внутрішнього виробництва аналогічній імпорту продукції [1]. Це особливо важливо з позиції забезпечення економічної безпеки держави, адже виникає істотна небезпека її погіршення коли зростання імпорту досягає граничних меж, а на окремих територіях імпортна продукція повністю охоплює окремі сектори внутрішньорегіонального ринку. Втім інституційно-правові зміни у посиленні транскордонних відносин потребують політичного удобрення і його досягнути часто неможливо, що в підсумку перешкоджає розвитку зовнішньоторговельних зв'язків регіонів та держави загалом.

Більш практичне значення мають пропозиції В. Приходько, які стосуються створення на прикордонних територіях різного роду преференційних економічних режимів та торговельно-посередницьких комплексів. Такі режими поглиблюють і диверсифікують зовнішньоекономічні зв'язки із прикордонними регіонами сусідніх держав, а розвиток транскордонних ринків матиме позитивний вплив на торговельний баланс держави. Крім того буде забезпечено стимулювання іноземного інвестування, освоєння нових технологій та імпорту високотехнологічного обладнання [3]. Відтак у межах прикордонних регіонів вдасться створити ринкову інфраструктуру, яка істотно полегшить реалізацію державної політики імпортозаміщення. Тут важливо, що нагромадження стійких

зовнішньоекономічних зв'язків на базі розвитку прикордонної торгівлі підвищить рівень забезпеченості економічної безпеки держави.

Таким чином визначені припущення дозволяють підтвердити важливість налагодження транскордонного регіонального співробітництва при вирішенні завдань подолання імпортової залежності та реалізації центральними органами влади загальнодержавної політики імпортозаміщення.

Список використаної літератури

1. Кушнір М. Інституційно-правове забезпечення економічного розвитку регіонів у посткризовий період : аналітична записка [Електронний ресурс] / М. Кушнір. – Режим доступу : <http://www.niss.gov.ua/articles/465>.
2. Мікула Н. А. Транскордонне співробітництво України в контексті євроінтеграції : моногр. / Н. А. Мікула, В. В. Засадко. – К. : НІСД, 2014. – 316 с.
3. Приходько В. П. Міжнародна співпраця регіонів в контексті зближення України та ЄС: зовнішньоекономічні, інвестиційні та управлінські аспекти : аналітична записка [Електронний ресурс] / В. Приходько. – Режим доступу : <http://www.niss.gov.ua/articles/1554>.
4. Реутов В. Є. Транскордонне співробітництво регіонів: теоретично-практичні аспекти розвитку / В. Є. Реутов // Ефективна економіка : електронне наукове фахове видання. – 2011. – № 2. – Режим доступу : <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=912>.

*Малєєва М.С., студент-магістр
Науковий керівник: Гіржва О.М., к.е.н., доцент
Національний технічний університет
сільського господарства імені Петра Василенко*

ІННОВАЦІЙНА СТРАТЕГІЯ ЯК ЗАСІБ СТАБІЛІЗАЦІЇ РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВА

Загострена конкуренція, насичення ринків, глобалізація, обмеження ресурсами, недостатність можливостей для екстенсивного росту стали причинами того, що інновації стали основним елементом конкурентоспроможності установи. На нинішньому етапі в Україні знижена

активність інноваційної діяльності, це пов'язано передусім із нестачею власних коштів у організацій і обмеженим бюджетним фінансуванням [1].

Введення інновацій є важливим для збереження виробничим підприємством ринкової частки, розвитку у майбутньому та отримання прибутку. Активізація інноваційної діяльності забезпечить доступ, розробку та випуск нових та конкурентноздатних продуктів споживання, які дають гарантований дохід, накопичення свого капіталу і можливість капіталовкладення у розширення виробництва, залучення капіталу іноземних країн, як прямих інвестицій [6].

Надто гостро стоїть проблема доречності у просуванні інноваційних можливостей, якісного управління інноваційною справою, ресурсної концентрації, при мінімальних ризиках від некоректного вибору напрямку інноваційного розвитку.

В сучасному світі економічні процеси інноваційно спрямовані, а це є підтвердженням того, що організаційні структури та методи традиційного менеджменту неефективні. На основі використання стратегічних інструментів управління забезпечується цілеспрямований інноваційний розвиток підприємства, також дає досягнення перспективних цілей організації враховуючи сторонній вплив та його внутрішні можливості [2].

Запорукою успіху щодо інноваційної діяльності підприємства є вибір стратегії. Трансформаційна економіка, яка характеризується зростанням конкуренції і сталим підвищенням агресивного зовнішнього оточення, призводить до того, що підприємство може у будь-яку хвилину опинитися в критичній ситуації, якщо не зможе вчасно передбачати подій, що змінилися, та адекватно реагувати на них.

Інноваційна стратегія – інструмент для того, щоб досягти перспективних планів організації на базовому визначенні пріоритетів інноваційного розвитку. Результатом введення інноваційної стратегії буде більш якісне виробництво та управління. Вона дає можливість підприємству враховувати усі зміни в оточенні та сприяє генеруванню цих змін (організаційно-управлінського і

техніко-технологічного характеру) усередині підприємства та керує цими змінами з наміром підвищення рівня кінцевого результату діяльності підприємства. Коли ми обираємо стратегію для нашого бізнесу, важливо зупинитись на одній, найкращій на даний момент стратегії, а вже згодом у процесі її відтворення та постійного перегляду, кінцево визначити, якими ж мають бути стандарти [3].

Бізнес, який має справу з інноваціями, для формування стратегії, повинен чітко місії та завдання способів отримання ефектів: прямих чи опосередкованих. Підприємства, які мають за мету розробку та впровадження продуктів з інноваціями, особливо актуальною є стратегія розвитку, оскільки потрібно передбачити ефективні заходи для тривалої перспективи.

Базою для розробки інноваційної стратегії повинні будувати такі управлінські стратегічні рішення, які [6]:

- зорієнтовані на постійні зміни оточуючого середовища та майбутнє;
- пов'язані з привертанням достатніх матеріальних ресурсів, високим використанням інтелектуального потенціалу;
- характеризуються адаптацією до умов ринку та гнучкістю;
- також враховують зовнішні чинники, які не контролюються організацією.

Інноваційна політика є складовою всеосяжної стратегії промислового підприємства, та формує умови та цілі, щоб здійснювати інноваційну діяльність, яка націлена на підтримку його конкурентоспроможності та оптимальне використання свого потенціалу. Для розробки інноваційної політики підприємства потрібно визначитися з метою і стратегією його розвитку (на перспективу), даючи оцінку потенційним можливостям і ресурсам підприємства.

На превеликий жаль, не існує такої інноваційної стратегії для підприємств, яка була б єдина та успішна для всіх. Вибір стратегії в основному залежить від позиції підприємства на ринку, динамічного розвитку, його

потенціалу, поведінки конкурентів, економічного стану, соціуму і інших багатьох чинників.

Ефект від інноваційної стратегії спирається на те, наскільки глибоко враховуються всі особливості, галузева специфіка та цикл життєдіяльності галузі.

Безумовно, для вибору конкретної стратегії промислового підприємства, необхідно базуватися на присутньому інноваційному потенціалі, завдяки якому забезпечується проведення досліджень у науці, експериментів, розробок і на цій базі – впровадження організаційних, соціально-економічних і технічних нововведень, вказуючи, таким чином, на розвиток можливостей підприємства в умовах високої сталої конкурентної боротьби. Крім того, при виборі стратегії потрібно обов'язково враховувати вплив зовнішнього середовища та ціль розвитку організації, але й слід пам'ятати, що головну роль відіграє вищий рівень керівництва, який відповідає за точність у виборі стратегічних пріоритетів [4].

Базуючись на особливостях вибору підприємством інноваційної стратегії виділяють основні етапи її розробки та вибору методики.

Перший етап - необхідно визначитися із місією, метою і поточними цілями діяльності підприємства.

На другому етапі варто здійснити аналіз зовнішнього і внутрішнього середовища. Зокрема дають оцінку інноваційному потенціалу підприємства, виказують слабкі та сильні сторони, загрози і можливості, дають оцінку конкурентоспроможності і прогнозують її зміни.

Третій етап припускає, на базі аналізу середовища (внутрішнього та зовнішнього) формування поточних цілей, розробку та пошук сучасних напрямків для розвитку підприємства. Отже на цьому етапі узгоджують близькість вихідних та нових цілей підприємницької діяльності, моделюються сценарії варіації і досліджують вплив кожного на сформульовану альтернативну стратегію. У тому разі, якщо реалізується та чи інша стратегія за певним сценарієм, то ми визначаємо конкурентоспроможність підприємства.

Четвертий етап - обирається найбільш прийнятна стратегія для інноваційного розвитку підприємства.

На п'ятому етапі - розробляються плани по реалізації відібраної стратегії.

Після цього потрібно розпочати процес реалізації інноваційної стратегії, він попереджає не тільки організацію досягнення стратегії (6-й етап) але також її адекватну оцінку, контрольоване виконання (7-й етап) та зворотній зв'язок, якщо знаходяться помилки, недоробки у розробці стратегічного плану на одному із етапів. Іноді представлений зворотний зв'язок має змогу передбачати часткові зміни мети і місії, якщо вони виявилися нереальними, до певної міри.

Наведені етапи дозволяють структурувати сформування інноваційної стратегії та відокремити складові, які необхідні для цього процесу, що мають потребу у подальшому дослідженні та аналізуванні стратегії інноваційного розвитку промислового підприємства в процесі вибору.

В умовах конкуренції на ринку для того, щоб не попадати під негативний вплив та підвищити свій конкурентний статус на ринку, керівництву промислових підприємств потрібно чітко усвідомлювати суть і елементи інноваційної стратегії. До того ж, виважена стратегія інноваційного розвитку підприємства дає змогу йому підвищувати виробничі обсяги, товарооборот, прибутки, зміцнити свої позиції в умовах конкуренції на ринку, підсилити фінансовий капітал, а також активізація та зміцнення інноваційних процесів в країні забезпечують конкурентоспроможність національної економіки. [5].

Отже, стратегія управління та регулювання інноваційною діяльністю має бути невід'ємною частиною загальної стратегії управління розвитком організацій та установ, а питання, які пов'язані з вибором та оцінкою інноваційної стратегії займають ключове місце у вирішенні проблем і питання щодо стратегічного розвитку підприємства.

Список використаної літератури

1. Герчикова И.Н. Менеджмент : учебник / И.Н. Герчикова. – М. : Банки и биржи, ЮНИТИ, 1995. – 480 с.

2. Економічна енциклопедія: у 3 т. / А.С. Гальчинський, В.М. Геєць, О.І. Амоша, С.В. Мочерний (відп. ред.). – К. : Видавничий центр “Академія”, 2001. – Т. 3. – 800 с.

3. Краснокутська Н.В. Інноваційний менеджмент : навч. посіб. / Н.В. Краснокутська. – К. : КНЕУ, 2003. – 504 с.

4. Гриньов А.В. Інноваційний розвиток промислових підприємств: концепція, методологія, стратегічне управління / А.В. Гриньов. – Х. : ВД “ІНЖЕК”, 2003. – 308 с.

5. Мержа С.І. Інноваційна діяльність у промисловості: сучасний стан та напрями активізації в Україні / С.І. Мержа // Актуальні проблеми економіки. – 2005. – № 9. – С. 155–159.

6. Інноваційна політика : навч. посіб. / Б.М. Андрушків, Ф.В. Бортняк, Ю.Я. Вовк [та ін.]. – Тернопіль : ТЗОВ “Терно-Граф”, 2012. – 484 с. References

Малішевська Б.О.

*Науковий керівник: Процак К.В., к.е.н., доцент
Національний університет «Львівська політехніка»
bozhena2511@gmail.com*

ІННОВАЦІЙНИЙ РОЗВИТОК ТУРИЗМУ В УКРАЇНСЬКИХ РЕАЛІЯХ СЬОГОДЕННЯ

Сьогодні, в еру технологій та інформації, всім відомо, що розвиток держави, її економічної системи та суспільства загалом вже не так залежить від використання наявних ресурсів, як від впровадження нових технологій та інновацій. Навіть, якщо якісно видобувати та раціонально використовувати ресурси у своєму виробництві, це менш значимо для економіки, ніж впровадження нових досягнень науково-технічного прогресу. Це пояснюється дуже просто: у наш час найрозвиненіші країни надають значну перевагу інтенсивному, а не екстенсивному типу господарювання, а воно у свою чергу потребує не додаткових ресурсів чи інших факторів виробництва, а нового розширеного відтворення, яке мінімізуватиме затрати, а в той же час максимізуватиме вихідні фактори і відповідно до цього прибуток.

У наш час у світі в цілому і в Україні загалом все більшої популярності набувають невиробничі сфери, тобто ті, які надають свої послуги споживачам.

Спа - салони, спортивно-оздоровчі комплекси, різноманітні тренінги чи клуби по вивченню той чи іншої дисципліни. Дуже важливою складовою у сфері послуг є туризм, адже він не лише приносить кошти у державний бюджет України, а «рекламує та репрезентує» країну. Кожен з нас охочіше повірить другу, який був в екзотичній країні і бачив це на власні очі, ніж певній сторінці у світовій мережі.

Сьогодні – епоха радикальних та миттєвих змін, перетворень і відтворень. Все менше людей встигають за перебігом усіх подій, які відбуваються у багатьох галузях і здавалося б, що неможливо вже вигадати велосипеда чи створити щось якісно нове, що матиме попит на ринку і зацікавить всіх без винятку споживачів, проте туризм – це саме та галузь, яка буде набирати обертів, оскільки ще кілька десятиків років тому люди не мали таких можливостей подорожувати і «перегортати для себе нові сторінки книги», саме тому у даній галузі попит ніколи не зменшуватиметься.

На сучасному етапі розвитку міжнародних економічних відносин процеси глобалізації охопили всі сфери світового господарства, в тому числі і світовий ринок туристичних послуг. Як наслідок, відбувається зростання рівнів інтегрованості туристичних галузей та окремих підприємств різних країн, з одного боку, та загострення конкурентної боротьби між країнами за розподіл туристичних потоків, з іншого. Водночас, сучасною тенденцією в економіці розвинених країн є зростання частки туристичних послуг як у структурі валового внутрішнього продукту, так і в структурі споживання. Також характерним є інтенсивний розвиток нових інформаційних технологій, електронної торгівлі у сфері туризму. Такі процеси створюють загрози туристичним галузям країн із більш низькою конкурентоспроможністю національних підприємств, не сформованістю ринкових механізмів та недосконалою державною туристичною політикою. Це стосується країн із трансформаційною економікою, до яких належить й Україна [1, с.30].

Для того, щоб раціонально та ефективно впроваджувати інновацій, потрібно визначити проблеми даної галузі :застаріла матеріально-технічна база,

яка потребує капітального ремонту або ж повної заміни, модернізації основних засобів та створення нової функціональної моделі туризму, дефіцит сучасних засобів розміщення та переміщення туристів; недостатній розвиток важливих складових туристичної інфраструктури (особливо у важкодоступних гірських місцях) – транспорт та зв'язок, слабо розвинена мережа закладів харчування та індустрія розваг (або ж одноманітність, яка залишає туриста без права вибору), дефіцит кваліфікованих спеціалістів з організації та розвитку внутрішнього і в'їзного туризму, які були б компетентні та могли порадити чи вчасно зупинити туриста у певному виборі (для цього менеджерам з туризму потрібно самим відвідати місця, які вони пропонують) орієнтування туристичних фірм на закордонні подорожі (ця проблема з кожним роком все загострюється, оскільки купівельна спроможність громадян знижується), відсутність активних туристично-інформаційних центрів, які функціонують і можуть надати практичні поради, екологічні проблеми.

Позитивне вирішення цих проблем в туристичній індустрії України є особливо актуальним. Пожвавлення розвитку туризму в Україні та подолання негативних тенденцій можливе шляхом впровадження нововведень. Активізація використання інноваційного чинника призведе до створення конкурентоспроможної туристичної індустрії країни.

В Україні сьогодні туризм посідає чільне місце в списку економічно розвинутих галузей, а також навіть незважаючи на соціально-економічні та політичні проблеми продовжує розвиватися. Туризм можна і варто розвивати, всупереч вищезазначеним проблемам. Яким же чином це зробити? Радикальна зміна способу життя людей та «сидячі» роботи останнім часом привела до інтенсивного та швидкого розвитку таких видів туризму, як пригодницький, екстремальний та екологічний. Кожного жителя високо урбанізованого, «заасфальтованого міста» просто манять подорожі, де можна відчувати з'єднання з природою або ж пройтися небезпечним маршрутом у вибраному місці. Мандрівники все частіше надають перевагу екстремальній та непередбачуваній

пригоді, а не пасивному огляданню місцевих архітектурних звершень чи поїданню екзотичних смаколиків.

Нові віяння туризму можна розвинути у певних регіонах країни: пригодницький, екологічний – Карпати, Волинь, екстремальний – відчужена зона Чорнобиля. Етнографічний туризм, який набуває популярності у Львові. Включає в себе подорожі, пов'язані з відвіданням історичних та народних пам'яток, народну кухню, стародавні звичаї, фестивалі чи свята. З кожним роком все більше і більше туристів приїжджають до цього прекрасного міста не тільки задля огляду пам'яток і чудесної архітектури, а також задля фестивалів. У Львові, культурній столиці, знають фестивальні смаки та організовують найрізноманітніші цікаві заходи – “Етновир”, “Alfa Jazz Fest”, “Велика коляда”, “Контрасти”, “Флюгери Львова” тощо.

Проте, якщо ми хочемо зацікавити не лише українського потенційного споживача, а іноземного, то варто провести ряд інновацій, які не тільки покращать комфорт, а й під корегують модель туризму, як таку. Наприклад: продуктові інновації (створення нових туристичних продуктів, освоєння нових сегментів туристичного ринку, освоєння нових туристично-рекреаційних територій, залучення до туристичного сегменту нових видів ресурсів); управлінські інновації (нові методи реалізації маркетингового циклу в туризмі, обґрунтування нових методів і форм управління суб'єктами туристично-рекреаційної діяльності, забезпечення державного та регіонального управління туристичною індустрією); сервісні інновації (впровадження передових методів навчання, підготовки та перепідготовки працівників туристичного бізнесу, розробка інноваційних моделей розміщення трудових ресурсів в туризмі, впровадження національної моделі сервісного обслуговування, враховуючи культуру та звичаї туристично-рекреаційних зон) [2]; технологічні інновації (впровадження комп'ютерних технологій в систему бронювання і резервування готелів, авіаквитків, розробка нових видів матеріально-технічного забезпечення туристичного обслуговування, покращення якості послуг, нововведення в системі транспортного обслуговування, що будуть спрямовані на підвищення

комфортності та скорочення часу трансферу туристів до курортної зони, екологізація технологій обслуговування).

Інновації відіграють значну та одну з найвизначальніших ролей в ефективному розвитку будь – якої галузі економіки світу. Для інновацій потрібні певні інвестиції. Для того, щоб залучити інвестиції (зокрема іноземні) потрібно зробити сприятливий мікроклімат, щоб потенційні інвестори розуміли, що вони можуть отримати прибуток, також варто розвивати та популяризувати дану галузь, серед самих українців, які могли б розвивати окрему галузь туризму (наприклад екологічну чи екстремальну), а це б у свою чергу розвивало туризм та приваблювало інвесторів в цілому. Інновації безпосередньо у сфері послуг (сервісні інновації) можуть бути визначені як нова концепція сервісу, нові канали зв'язку з клієнтами, нові системи розподілу й технологічні рішення, які найчастіше спільно змінюють пропозицію послуг на ринку, оновлюють функції фірми і потребують структурно нових організаційних, технологічних і людських можливостей фірми [3].

Отже, з вищезазначеного можна зробити висновок, що туризм – це одна з небагатьох галузей, яка розвивається в Україні на даний момент. Для того, щоб її зробити конкурентоспроможною на світовому ринку, потрібно вирішити ряд проблем, які здебільшого стосуються матеріально-технічної бази, розв'язки інфраструктури та забезпечення кваліфікованими спеціалістами. Коли дані проблеми будуть вирішені, то можна залучати вищеперераховані інновації (продуктові, управлінські, сервісні, технологічні). Якщо українці вирішать дані проблеми, то це призведе не лише до приваблення міжнародних туристів, а й до залучення іноземних інвестицій, які у свою чергу позитивно вплинуть на туризму та економіку країни загалом.

Список використаної літератури

1. Гарбера О.Є. Основні теоретичні та практичні аспекти інноваційної діяльності в туристичному господарстві України / О.Є.Гарбера // Інвестиції: практика та досвід. – 2009. - №23. – С.29-31.
2. Антоненко І. Я. Сервісні інновації як інструмент ефективного менеджменту туристичних підприємств / І. Я. Антоненко, І. Л. Мельник

//Вісник ДІТБ.- 2013. - № 17. - С. 39-45. - Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/vditb_2013_17_8.

3. Van Ark B., Broersma L. and den Hertog, P. (2003) Services Innovation, Performance and Policy: A Review, Synthesis Report in the Framework of the Structural Information Provision on Innovation in Services, DIALOGIC and Innovation studies, Utrecht University.

*Марченко О.В., к.е.н., доцент
доцент кафедри менеджменту і логістики
Голобородько О.П., к.е.н., доцент
доцент кафедри менеджменту і логістики
Полтавський національний технічний університет імені Юрія Кондратюка
almar1954@bk.ru*

ШЛЯХИ РОЗВИТКУ ІННОВАЦІЙНОЇ ІНФРАСТРУКТУРИ РЕГІОНІВ УКРАЇНИ

Проблемність розвитку інноваційної інфраструктури регіонів України обумовлюється відсутністю сформованого системного уявлення щодо інфраструктури, а також недооцінкою уваги до неї в переліку заходів регіональної політики відносно прискорення темпів інноваційних процесів на місцях. Це потребує додаткових зусиль з метою чіткого усвідомлення важливості даного компонента економічного розвитку визначеної території. В наш час інноваційна інфраструктура фактором суттєвого посилення інноваційних процесів і в межах країни і стосовно окремих регіонів. А це зумовлює важливість забезпечення зростаючих темпів розвитку інноваційної інфраструктури у порівнянні з динамікою інноваційних процесів на підприємствах. Зауважимо, що пришвидшення розвитку складових інфраструктури здатне утворити значний мультиплікативний ефект. Це пояснюється доволі помірними витратами, що спрямовуються задля зміцнення інноваційної інфраструктури, заради отримання суттєво більшого приросту продукції підприємств регіону. Зростання попиту на неї призведе і до активізації запитів на послуги складових інноваційної інфраструктури. Саме такі здобутки підприємств і створять передумови для поживавлення

господарської діяльності на місцях, нададуть поштовх економічному розвитку регіонів [1].

Аналіз наукових видань, законодавчих актів та результатів досліджень дозволяє розрізнити можна наступні підходи до тлумачення поняття «інноваційна інфраструктура»: структурологічний, функціональний, цільовий, комплексний та системний. Доцільно визначати категорію «інноваційна інфраструктура регіону» на основі системного підходу з позначенням тих послуг, які вона здатна надавати підприємствам [2].

Метою дослідження є розгляд основних аспектів розвитку інноваційної інфраструктури регіонів з метою отримання пропозицій щодо подальшого становлення дієвої інноваційної політики в країні.

Терміном «інноваційна інфраструктура регіону» слід позначати комплекс спеціалізованих інноваційних суб'єктів та мереж, що пов'язані між собою та сприяють розвитку регіонального інноваційного процесу задля зростання його відповідних можливостей. З цією метою доцільно регулярно здійснювати фінансування у формування інноваційної інфраструктури та її подальший розвиток, збагачення новими елементами. Даний процес здатні забезпечувати державні органи влади та комерційні організації. Сенс для фінансування інноваційної інфраструктури за рахунок її оптимізації в регіонах заради досягнення помітного економічного і соціального ефекту є у кожної сторони [3].

На сьогодні функціонально повністю сформована інноваційна інфраструктура в регіонах ще відсутня і тому її розвиток для підвищення ефективності реалізації інноваційних процесів є нагальним завданням. Інноваційна інфраструктура повинна об'єднати мережу організаційно-економічних інституцій, налагодити взаємозв'язки між її складовими, забезпечити інтегрованість у діяльності наукового і виробничого секторів, сприяти створенню та підтримці бізнесу інноваційного спрямування, пропонувати виробничі, фінансові, маркетингові та консалтингові послуги, скорочувати терміни виходу на ринок наукоємної продукції і, тим самим,

підвищувати ефективність інноваційного процесу в цілому. Таким чином, основна мета розвитку інноваційної інфраструктури регіону – забезпечення переходу від створення окремих організаційно-економічних елементів до поступової побудови в регіоні інфраструктурних комплексів, що функціонують на основі, подібній кластеру. Центрами побудови таких комплексів можна вважати центри трансферу технологій, які здатні виступити в ролі з'єднуючої ланки між інноваційним бізнесом, колективами науковців та промисловими підприємствами. В країні є організаційні структури, які регулюють, підтримують і забезпечують інноваційну діяльність в регіонах: навчальні центри; кредитні установи і фонди; консультаційні центри, центри трансферу технологій, інноваційні центри, центри науково-технічної інформації, виробничо-технологічні центри, науково-виробничі підприємства та комплекси, дослідницькі центри, бізнес-інкубатори, технопарки, регіональні центри інвестицій та розвитку, агенції регіонального розвитку, що в змозі стати провідниками інноваційної політики органів влади в регіонах. Хоча частина потрібних інфраструктурних елементів на місцях уже створена, фактором, стримуючим інноваційний розвиток, є відсутність системного підходу у пов'язанні елементів інноваційної інфраструктури в єдину цілісність.

Державні зусилля бажано спрямовувати насамперед на створення належних передумов формування цілісних соціально-економічних утворень, що здатні розвиватись у подальшому за умови сприятливого впливу з боку факторів зовнішнього середовища. Зміст відповідної політики потребує визначення на регіональному рівні і є ефективним за умови значного інноваційного потенціалу. Але, у зв'язку з високою диференціацією рівня розвитку регіонів країни, такий підхід до розвитку інноваційної інфраструктури є доволі складним для практичного застосування, оскільки вимагає проведення скоординованої політики як на регіональному рівні, так і на місцях.

Можна назвати ряд недоліків, що спостерігаються у процесі формування та розвитку регіональної інноваційної інфраструктури: неврегульованість нормативно-правової бази щодо цих питань; відсутність належної державної і

регіональної підтримки; непослідовність у її формуванні та розвитку; слабкий рівень фінансування окремих елементів інфраструктури; відсутність систематичного інформування про здійснення розробок.

У процесі формування інноваційної інфраструктури регіонів доцільно усвідомлювати вплив окремих її елементів на зміцнення їх інноваційного потенціалу. А це вимагає активної участі у ньому регіональних органів влади, які повинні сприяти побудові інституційних засад становлення інноваційного потенціалу регіонів. Контрольні функції щодо розвитку інноваційної інфраструктури в регіонах повинні покладатись на регіональні органи влади, як головних суб'єктів даного процесу.

Список використаної літератури

1. Інноваційна Україна 2020 // За заг. ред. В. М. Гейця / Миколаївський національний університет імені В. О. Сухомлинського. – [Електрон. ресурс]. – Режим доступу: <http://ief.org.ua/docs/nr/4.pdf>
2. Антонюк Д. А. Методика оцінювання рівня розвитку інфраструктури підприємництва регіонів / Д. А. Антонюк // Вісник Волинського інституту економіки та менеджменту. – 2014. – №8. – С.31–39.
3. Ганечко І. Г. Інноваційна діяльність в Україні: тенденції та проблеми розвитку / І. Г. Ганечко, К. М. Афанасьєв // Науковий вісник Ужгородського університету. Серія: Економіка. – 2016. – Вип. 1(1). – С. 189–193. – Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Nvuuес_2016

Меджибовська Н.С., д.е.н., проф.

*професор кафедри економічної кібернетики та інформаційних технологій
Одеський національний економічний університет
nmedzh@oneu.edu.ua*

Кліменко А.Є., магістр

Одеський національний економічний університет

МОДЕЛЮВАННЯ СТРАТЕГІЇ ПОВЕДІНКИ ПРОДАВЦЯ В ЕЛЕКТРОННИХ ЗАКУПІВЛЯХ

У час стрімкого розвитку Інтернет-технологій багато компаній сектору B2B почали використовувати електронні системи закупівель для більш ефективного, прозорого та безпечного управління ланцюгами своїх поставок.

Використання електронних систем закупівель надає компаніям-покупцям певні переваги, а саме:

- скорочення грошових витрат;
- зниження витрат часу на закупівлі;
- стимуляцію конкуренції між постачальниками;
- спрощення внутрішніх і зовнішніх комунікацій між учасниками процесу закупівель;
- аналіз і контроль закупівель;
- виключення фінансових махінацій з процесу закупівель;
- розширення бази постачальників та ринку збуту без географічних обмежень;
- оптимізацію і структуризацію всіх процесів закупівель за рахунок чіткого визначення ролей, процедур і документів;
- формування загальної бази документообігу за весь період здійснення закупівель тощо.

З точки зору продавця, використання електронної системи закупівель, хоча й обмежує потенціальний прибуток через відкриту конкуренцію з іншими постачальниками, надає ряд переваг, серед яких доступ до покупців без обмежень простору та часу та можливість ефективного продажу їм своїх товарів і послуг.

Згідно з Законом України «Про публічні закупівлі» електронна система закупівель – це «інформаційно-телекомунікаційна система, що забезпечує проведення процедур закупівель, створення, розміщення, оприлюднення та обмін інформацією і документами в електронному вигляді, до складу якої входять веб-портал Уповноваженого органу, авторизовані електронні майданчики, між якими забезпечено автоматичний обмін інформацією та документами» [1].

В Україні торги через електронну систему закупівель йдуть з поступовим зниженням ціни (тендер чи зворотній аукціон). За визначенням Інституту управління поставками, зворотній аукціон є "типом електронного аукціону,

який проводиться online в режимі реального часу між однією організацією-покупцем і заздалегідь кваліфікованими постачальниками. Постачальники конкурують в поданні заявки покупцеві на поставку товарів або послуг, для яких технічні параметри, кількість, якість, доставка, а також пов'язані з ними терміни і умови чітко визначені" [2].

Зворотний аукціон є аукціоном з безперервно регресивною ціною. Учасникам аукціону-продавцям відома поточна ціна покупки і відкрита можливість зробити заявку на продаж своєї продукції за ціною, яка нижче зазначеної. Остаточна ціна (ціна закриття) визначається за відсутності нових ставок протягом заздалегідь визначеного проміжку часу. В даному випадку організатором аукціону є покупець, він встановлює правила аукціону і повідомляє кваліфікованих постачальників щодо можливості подавати свої заявки [3].

Основними характеристиками електронного зворотного аукціону є:

- участь одного покупця і безлічі постачальників певного матеріального ресурсу;
- рух ціни у напрямку до зменшення;
- використання програмного забезпечення для організації торгів режимі онлайн.

В загальному випадку продавцю необхідно прийняти три важливих рішення щодо стратегії його поведінки в ході зворотного аукціону, а саме: момент початку виставлення пропозиції; частоту зниження ставок; мінімально допустиму пропозицію, тобто граничну прийнятну ціну, при зменшенні якої вважатиметься за краще відмовитися від угоди [4].

З метою допомоги компаніям-продавцям зробити правильний вибір при використанні тої чи іншої стратегії була створена модель зворотного аукціону. Для реалізації поставленої мети був обраний метод агентного моделювання та використано навчальну версію AnyLogic 7.3.6 University.

Модель включає цінові та нецінові показники та враховує такі параметри для кожного з учасників, як стартова ціна, ціновий мінімум, стратегія, нецінові

показники (в даному випадку – відстрочку платежу та період доставки). Модель має ряд допущень, а саме:

- учасники завжди дотримуються своїх стратегій;
- учасники знають своїх конкурентів.

Модель передбачає, що у зворотному аукціоні приймає участь 3 фірми, а також існує 3 стратегії:

- зниження ціни у першому раунді;
- поетапне зниження ціни;
- зниження ціни в останньому раунді.

Функціонування моделі передбачено за умовами системи комерційних закупівель Rialto, яка почала своє існування в Україні 21.10.2016р., яка побудована за принципами єдності правил для всіх учасників, публічності, прозорості вибору переможця і чесної конкуренції.

Під час торгів постачальник не бачить параметрів інших учасників, але він має можливість між раундами коригувати свою ціну і умови виконання контракту. Для вибору стратегії поведінки під час зворотного аукціону важливо, що за умовами системи Rialto учасник з найкращою (найменшою) ціною робить наступну пропозицію останнім, що означає можливість ознайомлення з ціновими пропозиціями інших учасників. Вже після проведення зворотного аукціону всі дані зворотного аукціону розкриваються, тому учасники можуть в наступних торгах врахувати стратегію та параметри своїх конкурентів.

За допомогою моделі було проведено 10 експериментів щодо можливості здобуття перемоги в ході зворотного аукціону за умови використання різних стратегій. З метою усунення впливу нецінових показників на результати експерименту їх було встановлено на одному рівні для всіх учасників (в даному випадку використовуються параметри періоду доставки та відстрочки платежу).

Початкові дані свідчать, що мінімально допустимою ціною є ціна учасника №3 (3501,21 грн.), тому ймовірніше було би, щоб він і одержав перемогу. Але результати моделювання (6 експериментів з 10) надали перевагу

учаснику № 1, який обрав стратегією поетапного зниження ціни (рис. 1). Його пропозиція виявилася найкращою і склала 3766,424 грн.



Рисунок 1 - Початкові цінові пропозиції учасників (зліва)
та остаточний результат експериментів (справа)

Таким чином, результати проведених досліджень показали перевагу використання стратегії поетапного зниження ціни для досягнення перемоги в ході зворотного аукціону. Така стратегія дозволяє учаснику маніпулювати ціною, адже він має можливість її змінювати на відміну від учасників зі стратегією різкого зниження ціни на різних етапах аукціону.

Список використаної літератури

1. Закон України «Про публічні закупівлі» [Електронний ресурс]. – 2016. – Режим доступу до ресурсу: <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/922-19>.
2. ERAs: A CAPS research focus study – Nashville: The Institute for Supply Management, 2003.
3. Huh W. Multiplicity of bidding strategies in reverse auctions [Electronic recourse] / W. Huh, R. Roundy // Cornell University Operations Research and Industrial Engineering. – 2004. – Accessed mode : <https://ecommons.cornell.edu/bitstream/handle/1813/9275/TR001398.pdf?sequence=1>.

4. McGinnis M. What to tell your sales force when they are deciding whether to participate in a reverse auction as suppliers ? [Electronic recourse] / M. McGinnis, L. Marr // 89 th Annual International Supply Management Conference. – 2004. – Accessed mode : <https://www.instituteforsupplymanagement.org/files/Pubs/Proceedings/HFMcGinnisMarr.pdf>.

*Мельник Л.Г., д.е.н., професор
завідувач кафедри економіки та БА
Дегтярьова І.Б., к.е.н., доцент
доцент кафедри економіки та БА
Шевельова Д.С., студент-бакалавр
Сумський державний університет
irina.dehtyarova@gmail.com*

КОНКУРЕНТНІ СТРАТЕГІЇ ПІДВИЩЕННЯ ЕНЕРГОЕФЕКТИВНОСТІ ЕКОНОМІКИ УКРАЇНИ: ДОСВІД ЄС

В умовах стрімкого розвитку інновацій та індустріальних революцій на перший план виходять конкурентні стратегії, що базуються на використанні інноваційних рішень.

У сучасному конкурентному цифровому середовищі підприємства зосереджують увагу на використанні останніх досягнень науки та техніки. На думку багатьох вчених тільки ті бізнеси, що послуговуються у своїй діяльності сучасними конкурентними стратегіями можуть реально досягти успіху, стати ефективними та конкурентоспроможними.

Всебічний розвиток енергозбереження і підвищення енергоефективності, що підсилюють економічні, екологічні та соціальні ефекти впровадження «зелених» енерготехнологій забезпечать Україні сестейновий розвиток у майбутньому.

Енергоефективність показує витрати енергії на виробництво та/або споживання одиниці продукції (досягнення соціально-економічного ефекту). Серед основних напрямів підвищення енергоефективності слід назвати:

- зменшення непродуктивних втрат енергії;

- скорочення питомих витрат енергоресурсів (палива) при виробництві електроенергії і тепла безпосередньо в енергетиці;
- застосування менш енергоємних технологій у виробничих процесах;
- заміщення енергоємних видів продукції (матеріалів, виробів, процесів) менш енергоємними;
- дематеріалізацію економіки, тобто зменшення її матеріаломісткості;
- енергозбереження (заощадження енергії) у процесах споживання продукції;
- оптимізацію систем виробництва і споживання енергії у часі (зокрема, скорочення періодів пікових навантажень).

У випадку України одним з ключових завдань підвищення енергоефективності національного господарства є інвестування в оновлення існуючих виробничих потужностей на енергоефективних засадах. У 2010 – 2014 роках усереднена економія енергоресурсів при виробництві 1 долара ВВП в Україні становила 4,9 % на рік, в той час як в ЄС 0,4 %. Якщо тенденція до скорочення споживання енергоресурсів як в Україні, так і в Європі у подальшому носитиме лінійний характер, то, за оцінками FactCheck [3], Україна зрівняється з ЄС у енергоефективності приблизно в 2027 – 2028 роках (рис. 1).

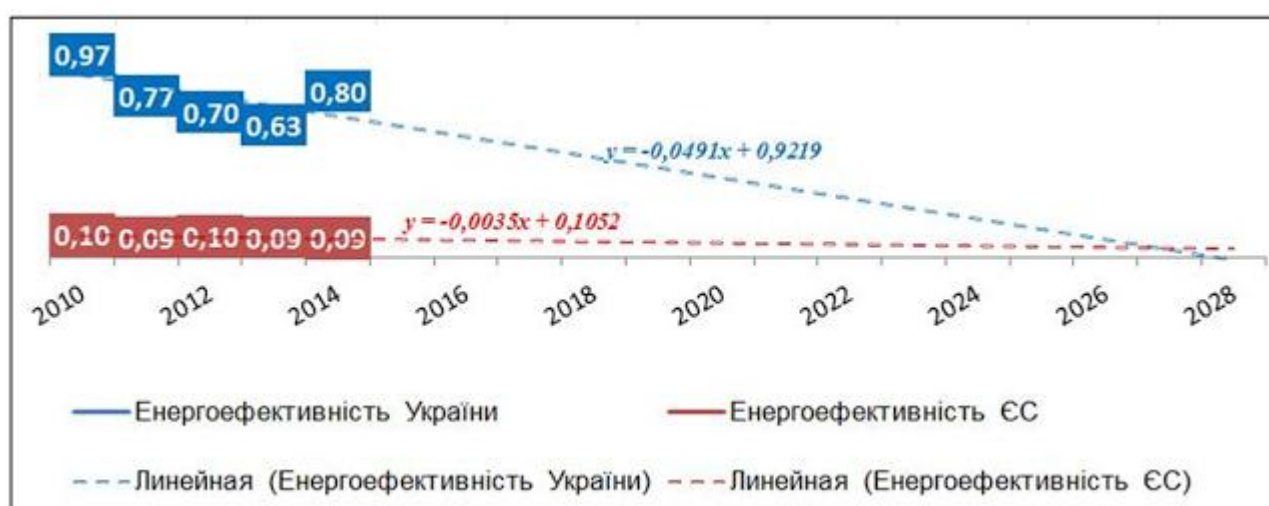


Рисунок 1 - Прогноз зміни енергоефективності економіки України і ЄС за даними 2010-2014 рр. [3]

Так, наприклад, результати досліджень Міжнародного агентства з відновлюваної енергетики, свідчать про те, що Україна має величезний потенціал зростання енергоефективності й енергозбереження. Найбільш вартісним з точки зору заміщення існуючих потужностей є сектор будівель, який водночас характеризується чи не найбільшими резервами енергозбереження.

Дослідження, проведені Європейським інститутом ефективності будівель, показали, що досягнення нульового енергоспоживання у житлово-адміністративному секторі можливо на основі вже існуючих технологій. У зв'язку з цим, до Європейської Директиви з енергетичної ефективності будівель було внесено істотні зміни, які передбачають, що з 2019 року всі громадські будівлі в Європі повинні задовольняти принципам nZEB (nearly Zero-Energy building – будівлі з близьким до нульового енергоспоживанням), а з 2021 року таким вимогам повинні задовольняти вже всі нові будівлі [4]. Цей досвід з урахуванням українських реалій щодо строків досягнення нульового енергоспоживання доцільно запроваджувати і в нашій країні.

Створення будинку з нульовим енергоспоживанням передбачає застосування новітніх технологій, а саме: технологій, що використовують фотогальванічний ефект – сонячних батарей; технологій, які працюють за принципом «теплого насоса» (підземне тепло – взимку, підземна прохолода – влітку); інших технологій, що використовують ВДЕ: мікроТЕЦ на біомасі, вітрогенераторів, сонячних колекторів, тощо; технологій вентилявання повітря із застосуванням рекуперації тепла; спеціальних технологій виробництва вискоефективних, екологічно чистих теплоізоляційних матеріалів; технологій скління вікон (у тому числі з потрійним склопакетом); технологій домашньої автоматизації (системи «розумний будинок») для управління інженерними системами, контролю та оптимізації витрат на утримання будівель.

В окремих секторах економіки Євросоюзу сьогодні застосовуються такі напрями підвищення енергоефективності, як ефективне і раціональне використання матеріалів, води, транспорту. На даний момент ряд провідних

європейських експертів стверджують, що збільшення енергоефективності економіки Європейського Союзу на 25% дозволить знизити викиди парникових газів приблизно на 40%. Але це станеться тільки в тому випадку, якщо проект отримає активну підтримку з боку всіх країн-учасниць Євросоюзу. Для досягнення ж поставленої мети необхідно інвестувати близько 132 млрд дол. США [1].

Окрім збільшення енергоефективності за рахунок запропонованих напрямів, позитивними результатами таких трансформацій є процеси створення нових робочих місць у сфері «зеленої» енергетики. Так, наприклад, за даними Міжнародного енергетичного агентства IRENA, у 2014 році сектор відновлюваної енергетики 10-ти країн світу забезпечив роботою 7,7 млн людей. Як свідчать дані, новий ринок праці, що його створює сектор «зеленої» енергетики, може забезпечити 24,4 млн додаткових робочих місць до 2030 року [2]. Очікується, що у 2030 році зайнятість в усьому світі у сфері «зеленої» енергетики буде зосереджена в секторі вироблення сонячної енергії з найбільшою кількістю робочих місць, а також у секторах біоенергетики, гідро- та вітроелектрогенерації [6].

Перспективним шляхом розбудови стратегій «зеленої» енергетики в Україні є запровадження запропонованих програмою REmap Міжнародного агентства з відновлюваної енергетики заходів із підвищення енергоефективності – розвитку відновлювальних джерел енергії. У разі реалізації заходів програми Україні вдасться зекономити 175 млн дол. США на рік у 2030 році, про що свідчать планові фінансові показники розвитку відновлюваної енергетики України (табл. 1).

Таблиця 1

Фінансові показники розвитку відновлюваної енергетики України [5]

Показник	Значення
Витрати на енергосистему у 2030 році (млрд дол. США/рік)	
Додаткові витрати на систему у 2030 році	-0,2
Зовнішній ефект від скорочення негативного впливу на здоров'я населення	0,1–0,3
Зовнішній ефект від скорочення викидів CO ₂	1-5
Витрати на систему з урахуванням зовнішніх ефектів у 2030 році	-1,3– -5,5

Показник	Значення
Додаткові необхідні субсидії у 2030 році	4,7
Необхідні інвестиції в середньому за період 2010–2030 рр. (млрд дол. США/рік)	
Необхідні інвестиції (заходи REmap)	2,5
Сукупні необхідні інвестиції у відновлювану енергетику (заходи REmap та Базовий варіант)	5,0
Економія від скорочення використання палива у порівнянні з Базовим варіантом 2030 році (млрд дол. США/рік)	
Вугілля (економія)	1,3
Нафтопродукти (економія)	0,5
Природний газ (економія)	2,9
Біомаса (додатково)	1,5
Всього, економія:	3,2

Як бачимо з таблиці 2, потенціал підвищення енергоефективності в Україні досить значний. Скорочення використання викопного палива дасть можливість Україні скоротити фінансові витрати на споживання енергії на 4,7 млрд дол. США на рік, з яких 2,9 млрд дол. США або 60% економії надходитиме від зниження імпорту природного газу. «Таким чином, у разі врахування зовнішніх ефектів Опції REmap можуть забезпечити сукупну річну економію у 5,5 млрд. дол. на 2030 рік» [5]. Від’ємні значення у таблиці 2 свідчать про економію.

В рекомендаціях програми REmap передбачене також зростання витрат на установки на біомасі на 1,5 млрд дол. США щорічно. При цьому чиста економія на паливно-енергетичних ресурсах у 2030 році у разі виконання опцій REmap принесе 3,2 млрд дол. США на рік додатково до базового варіанту [5].

Отже, у сучасному вкрай конкурентному середовищі неможливо забезпечити зростання ефективності та конкурентоспроможності, а також підвищення енергоефективності вітчизняної економіки лише використовуючи стандартний набір рішень стратегічного управління. Для успіху компанії повинні інвестувати у дослідження та розробки, вивчати досвід провідних компаній світу та реалізовувати сучасні досягнення третьої та четвертої

промислових революцій на шляху до досягнення сестейнового розвитку в Україні.

Список використаної літератури

1. Глобальная энергетика и устойчивое развитие. Мировая энергетика – 2050 (Белая книга) / Под ред. В. В. Бушуева, В. А. Каламанова. – М.: ИД «Энергия», 2011. – 360 с.
2. «Зелена» енергетика – ключовий напрям економічного зростання, 2014 [Електронний ресурс] // Режим доступу до ресурсу: <http://uare.com.ua/novyny/497-zelena-energetika-klyuchovij-napryam-ekonomichnogo-zrostannya.html>.
3. Півторак О. Енергоефективність економіки України, порівняно з європейськими країнами, 2016 [Електронний ресурс] // Режим доступу до ресурсу http://vsesity.blogspot.com/2016/11/blog-post_27.html?view=magazine
4. Energy Performance of Buildings Directive, 2006 [Electronic resource]. – Mode of access: [http://www.bre.co.uk/filelibrary/Scotland/Energy Performance of Buildings Directive \(EPBD\).pdf](http://www.bre.co.uk/filelibrary/Scotland/Energy%20Performance%20of%20Buildings%20Directive%20(EPBD).pdf).
5. IRENA (2015), REmap 2030 Перспективи розвитку відновлюваної енергетики в Україні, IRENA, Абу-Дабі [Електронний ресурс] // IRENA, Абу-Дабі, 2015. – Режим доступу до ресурсу: http://saee.gov.ua/sites/default/files/UKR%20IRENA%20REMAP%20_%202015.pdf
6. Renewable energy benefits: measuring the economics [Electronic resource] / [Ferroukhi Rabia, Lopez-Peña Alvaro, Kieffer Ghislaine, et al.]. – Abu Dhabi United Arab Emirates, 2016. – 92 p. – Mode of access: http://www.irena.org/DocumentDownloads/Publications/IRENA_Measuring-the-Economics_2016.pdf.

Матеріал підготовлено в рамках НДР «Розроблення фундаментальних основ відтворювального механізму "зеленої" економіки в умовах інформаційного суспільства» (№ д/р 0115U000684), яка фінансується за рахунок державного бюджету України.

*Мироненко Н.А., к.т.н., доцент,
доцент кафедры менеджмента
Национальная металлургическая академия Украины
mironik2004@list.ru*

*Кириченко А.В., магистр гр. УИД 903-11,
руководитель департамента операционных улучшений
ПАО «ДТЭК Днепрооблэнерго»
aleksandr.kirichenko.1984@mail.ru*

*Свиренко С.И., магистр гр. УИД 903-11,
менеджер департамента операционных улучшений
ПАО «ДТЭК Днепрооблэнерго»
svirenkos@gmail.com*

ОСОБЕННОСТИ ПЕРЕХОДА НА КОНЦЕПЦИЮ БЕРЕЖЛИВОГО ПРОИЗВОДСТВА В УСЛОВИЯХ ПАО «ДТЭК ДНЕПРООБЛЭНЕРГО»

Гибкость производителя и желание потребителя имеют решающее значения для деятельности любой компании на рынке в условиях жёсткой конкуренции. Гуру современного менеджмента, Питер Друкер (Peter F. Drucker), небезосновательно считал, что главная задача бизнеса – выживание, а главный принцип деловой экономики – не получение максимальной прибыли, а уменьшение потерь [1].

Концепция бережливого производства – одна из четырёх известных в истории человечества как раз и ориентирована на минимизацию потерь при организации любых бизнес-процессов на предприятии [2]. Поэтому она является важным элементом формирования корпоративной культуры на данном этапе развития экономики Украины.

В приведенном ниже материале рассматриваются вопросы, связанные с особенностями перехода на концепцию бережливого производства в условиях ПАО «ДТЭК Днепрооблэнерго». Эта информация может представлять интерес для специалистов-практиков, которые находятся лишь вначале пути к пониманию важности процессов, связанных с операционными улучшениями.

ПАО «ДТЭК Днепрооблэнерго» – крупнейшая энергоснабжающая Компания в Украине, которая занимается двумя видами лицензионной

деятельности: передачей и поставкой электроэнергии. Предприятие обслуживает регион площадью почти 32 тысячи кв. километров, обеспечивая электроэнергией более 40 тыс. юридических, а также 1,5 миллиона бытовых абонентов. В Компании наибольший товарный отпуск продукции в стране - общий объем передачи электроэнергии составляет 20% от всего потребления в Украине и превышает 23 млрд. кВт/час.

В сети предприятия электроэнергия поступает от энергогенерирующей компании «ДТЭК Днепроэнерго» и через магистральные сети 330-750 кВ НЭК «Укрэнерго». Компания получает и передает ее по распределительным сетям 0,4-6-10-35-150 кВ потребителям Днепропетровской области и в сети других лицензиатов по передаче и поставке электроэнергии, которые работают на территории Днепропетровской и смежных областей.

Компания эксплуатирует 49,7 тысячи километров линий электропередачи всех классов напряжения.

В состав ПАО «ДТЭК Днепрооблэнерго» входят Высоковольтные электрические сети, Днепропетровские городские сети, Криворожские городские электрические сети и 21 район электрических сетей. На предприятии работает около 7,5 тысяч специалистов [3].

Начиная с конца 2012 года в условиях ПАО «ДТЭК Днепрооблэнерго» был запущен проект «Новатор», суть которого сводится к внедрению в Компании подходов концепции бережливого производства. В первую очередь было необходимо чётко зафиксировать центры ответственности и конкретных исполнителей. С этой целью в Компании вначале 2013 года был создан Департамент по повышению операционной эффективности (ДООУ) со штатным составом до 15 человек (рис. 1).

Сотрудники этого подразделения выполняют работу, регламентированную должностными инструкциями. К примеру, в обязанности ведущего специалиста Департамента по повышению операционной эффективности входит:

- выявление, разработка и внедрение лучших практик операционных улучшений в Компании;
- участие в разработке и реализации мероприятий стратегического плана внедрения системы непрерывного совершенствования (СНС):
- мониторинг целевых индикаторов в рамках работы системы ключевых показателей эффективности (КПЭ);
- осуществление методологического сопровождения внедрения в Компании концепции бережливого производства;
- администрирование «системы управления знаниями» в части операционных улучшений;
- участие в разработке и реализации программ обучения в направлении повышения операционной эффективности.



Рисунок 1 - Организационная структура ДТЭК Дистрибуция – Департамент по повышению операционной эффективности.

Непосредственное руководство, сбор и анализ инициатив сотрудников Компании осуществляют региональные менеджеры, опирающиеся на информацию от старших навигаторов и навигаторов проекта «Новатор». Последние же являются штатными сотрудниками Компании на должностях

мастеров и начальников участков. Распределение функций по системе управления идеями сотрудников (СУИС) приведено в таблице 1.

Таблица 1

Распределение функций по СУИС в условиях ПАО «ДТЭК
Днепрооблэнерго»

Менеджер ДОУ	Старшие навигаторы	Навигаторы
Регистрация предложений в базе СУИС	Регистрация предложений в базе СУИС	Регистрация предложений в базе СУИС
Оформление служебных записок на экспертов	Оформление служебных записок на экспертов	Обратная связь с авторами идей
Изменение статуса идей	Обратная связь с авторами идей	
Обратная связь с авторами идей	Изменение статуса идей	
Обратная связь с экспертами	Отчётность по СУИС	
Формирование ведомостей по выплатам за подачу и внедрение идей		
Подготовка к Комитетам по СУИС		
Отчётность по СУИС		

К эффективным инструментам организации обратной связи между работниками Компании и ДОУ можно отнести любые способы визуальной коммуникации: стенды, информационные доски, карманные справочники. На последнем инструменте остановимся подробно.

В практике менеджмента в условиях ПАО «ДТЭК Днепрооблэнерго» в конце 2016 года был разработан карманный справочник проекта «Новатор» – системы непрерывного совершенствования, основанной на постоянном стремлении к устранению всех видов потерь и улучшению производственных процессов. В нём описаны 8 видов потерь в условиях энергогенерирующей компании; расписаны роли участников проекта «Новатор»; представлены

способы улучшения организации рабочего места на базе системы 5С, а также расписан алгоритм подачи заявки и получения вознаграждения. Такая форма организации обратной связи призвана стимулировать как можно большее число сотрудников Компании к вовлечению в процесс непрерывного совершенствования бизнес-процессов на предприятии.

Немаловажное значение имеет и экономический эффект от внедрения инициатив. Наиболее значительные в плане экономической эффективности инициативы последних двух лет следующие.

1. Предоставление услуг проектно-конструкторского бюро ДнОЭ по проектированию систем электроотопления помещений (разработка, внедрение стандартной процедуры предоставления услуг) – эффект более 600 тыс. грн.

2. Модернизация системы отопления Днепродзержинского РЭСа (рис. 2). Затраты – 150 тыс. грн. Экономический эффект – 500 тыс.грн.

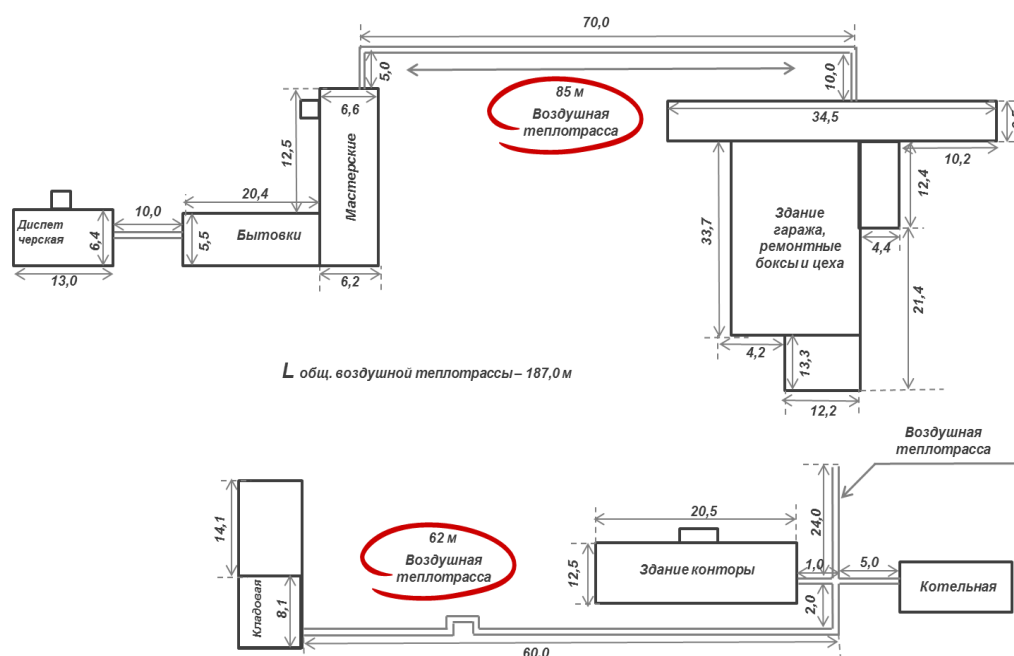


Рисунок 2 - Схема модернизации системы отопления Днепродзержинского РЭСа.

3. Снижение уровня неликвидных запасов материалов. Экономический эффект – 400 тыс. грн.

4. Применение идентифицирующих добавок в трансформаторное масло с целью предотвращения его хищений. Затраты – 20 тыс. грн. Экономффе́кт – 600 тыс. грн.

Подводя итог вышеизложенному следует отметить, что поиск наиболее эффективных форм стимулирования персонала к непрерывному совершенствованию операционной деятельности – ключ к успешному будущему ПАО «ДТЭК Днепрооблэнерго» в целом.

Список использованной литературы

- 1.Эдерсхейм Э. Лучшие идеи Питера Друкера / Элизабет Хаас Эдерсхейм; [пер. с англ. под ред. А.А. Чернова]. – СПб.: Питер, 2008. – 384 с.
- 2.Мироненко М.А. Менеджмент ощадливого виробництва: навч. посіб. / Микола Андрійович Мироненко. – 3-тє вид., виправлене. – Дніпропетровськ: Пороги, 2015. – 512 с.
- 3.Электронный ресурс – Режим доступа: <http://doe.com.ua/node/6>

Негру А.В., студентка

Научный руководитель: к.э.н., доцент Федорова Ю.В.

доцент кафедры менеджмента

Украинская инженерно-педагогическая академия, г.Харьков

julia057@rambler.ru

ЛОВУШКИ НА ПУТИ ИННОВАЦИОННОГО РАЗВИТИЯ УКРАИНЫ

Общеизвестно, что развивающиеся страны успешны в инновационном развитии благодаря заимствованию технологий у развитых стран. Закон развития бедных стран по пути следования за лидером (богатой страной) остается довольно эффективным путем развития. Неплохо заимствовать технологии, и тем самым наращивать ВВП без особых капиталовложений в фундаментальную науку. Однако, к сожалению, не все страны на этом пути достигают высоких результатов. На это обратили внимание ученые Российской экономической школы, а именно Сергей Гуриев [1], Константин Сонин [2], Олег Замулин и др. Российские ученые исследовали возможности

развивающихся стран с различными потенциалами в историческом аспекте. Оказалось, что перенимая технологии передовых стран, действительно богатыми становились страны далеко не все, а лишь небольшая часть, обладающая изначально высоким ВВП. Так, Ливия должна была бы развиваться хорошо, но на начало XXв. ВВП у нее был низким, что привело ее к статусу неразвитой страны. "На одну Корею приходится 100 Заиров".

Возникает вопрос, какие же проблемы препятствуют экономическому развитию отдельной страны. А именно, с какими ловушками сталкивается наша украинская экономика на пути инновационного подъема по модели догоняющего развития.

Среди экономистов теоретиков распространено мнение, что бедным странам проще экономически расти, так им не нужно изобретать и тратить значительные средства на новые технологии. Догоняющим странам достаточно лишь копировать технологии и вовремя выводить товар на рынок. Такая тактика дает новый толчок экономике и в некоторых случаях даже приводит к созданию новых отраслей экономики. И чем больше разрыв в развитии ведущей и развивающейся страны, тем, предположительно, выше темпы экономического роста последней.

Одним из ярких примеров экономического подъема по стратегии копирования технологий является Китай. Сегодня темпы роста экономики Китая опережают даже аналогичные показатели США. Но это не значит, что когда Китай догонит США, темпы его развития сохранятся. Они будут снижаться, по мере сокращения разрыва.

На самом деле, лишь единицы стран могут быстро экономически развиваться и сокращать разрыв с развитыми странами. Вероятность, что страна станет богатой и успешной после того, как она очень долго являлась бедной страной, не слишком велика. Об этом свидетельствует матрица Quah [1]. Согласно ей в перспективе практически половина стран так и останется на том же уровне, часть стран действительно сможет догнать лидера, и еще часть скатится ещё ниже по уровню доходов и развитию. Вот и получается, что

существует некая «ловушка бедности» или как это ещё называют «клубы сходимости».

С.Гуриев, считает, что многие страны попадают в "ловушки недоразвитости" которые связаны:

- 1) с недостаточным накоплением капитала (в т.ч. человеческого капитала);
- 2) с недоразвитостью институтов (Институты гарантируют соблюдение правил игры, защиту конкуренции, судебное право, защиту прав собственности).

Анализируя экономическое развитие Украины, приходим к выводу, что аналогичные мероприятия актуальны и для Украины.

Еще раз, определим место Украины на мировом рынке инноваций. Журнал Bloomberg [3] свидетельствует о том, что в списке "догоняющих" стран Украина имеет отстающую позицию. Наряду с общепризнанными причинами рассмотрим и менее явные, но не менее важные ловушки влияющие на отставание в инновационном развитии Украины.

Во-первых, это количество средств, выделяемых страной на инновации. Общеизвестным фактом является то, что страны-инноваторы, выделяющие большие средства на инновации, имеют большие доходы. Мировым лидером в инновационной сфере является Япония. Если проанализировать затраты на инновации в % к ВВП, то можно увидеть некую зависимость. Так, Япония на инновации выделяет 3,5 % ВВП, а Украина менее 0,5 % ВВП.

Во-вторых, практически весь капитал который накапливается в Украине просто «проедается». Ни для кого не секрет, что уровень жизни в Украине такой, что не существует среднего класса, а есть маленькая горстка богатых людей, и очень большое количество – бедных. Это значит, что большую часть заработной платы, люди вынуждены тратить на еду и удовлетворение своих естественных, необходимых потребностей. Страны с таким распределением ресурсов просто не могут быть инвесторами, так как им необходимо потреблять всё, что они производят. Из-за того, что капитал «проедается» в стране просто

нет необходимых средств, для осуществления эффективной или же инновационной деятельности.

В-третьих, при равных условиях, инновационный рост больше там, где больше население. В развитии государства масштаб рынка является чуть ли не определяющим фактором, который влияет на экономическое, а следственно и на инновационное развитие государства. Проблема в Украине заключается в том, что большинство инноваций производятся для внутреннего рынка. Чем меньше людей в государстве, тем более длительный процесс будет к адаптации инноваций и тем длительнее переход к следующей инновации и так далее.

В-четвертых, ловушка заключается в недоразвитости институтов. По идее деньги должны течь из богатых стран в бедные, т.е. туда где будет наибольшая доходность, но парадокс в том что на самом деле мировые капиталы перетекают из бедных стран в богатые. Самые большие получатели капиталов являются США, хотя доходность должна быть больше в Украине. Всё из-за того, что в разных странах разные способы игры. С технологической точки зрения лучше всего инвестировать средства в Украину и развивать в ней новые отрасли, но с точки зрения инвестора, лучше вложить деньги в развитую страну, в страну с развитыми институтами, где деньги с меньшими рисками приведут к доходам. Таким образом, теряются стимулы к инвестициям в страну, подобную Украине. Все богатые страны имеют хорошие институты, а все бедные плохие. Украину, с сожалением, относят к странам с плохими институтами. Это значит, что можно сколько угодно вкладывать в какую-то отрасль, но капитал всё же будет покидать страну.

Это очень ярко отслеживается и на человеческом капитале. Так высококвалифицированные специалисты стали столь высокооплачиваемыми, что они стали мобильными. Это значит, что несмотря на вложения сран в область образования, первоклассные специалисты всё же уезжают в более развитые страны. Таким образом можно отметить, что темпы роста образования не обязательно приводят к темпам роста ВВП, исключениями могут служить страны восточной Азии.

И последняя, еще одна национальная особенность развития Украины, ставшая ловушкой в инновационном развитии. Дело в том, что 40% валютных поступлений страны обеспечивает национальная металлургия, опирающаяся на добычу полезных ископаемых. Украина экспортирует товары низких переделов, для производства которых инновации не играют значительной роли [4]. Национальная металлургия не опирается на инновационные разработки и более того, олигархи собственники лоббируют интересы металлургического сектора, не давая тем самым развиваться производству товаров высоких технологий. Подобная ситуация наблюдается в России, но там причиной ловушки стали не железная руда и уголь, а газ и нефть.

Несмотря на все вышеперечисленные проблемы, есть мнение, что если помочь Украине перешагнуть критическую черту, то в дальнейшем такая страна начнет активно развиваться.

В заключение важно сказать, что развитые богатые страны, являются таковыми благодаря инновационному развитию этих стран. Этот факт легко отслеживать по количеству тех денег, которые выделяют на инновации: США, Япония, Германия и догоняющие их страны. Сегодня Украина нуждается прежде всего в создании институтов для защиты инвесторов.

Таким образом, в статье отражены основные факторы, препятствующие инновационному подъему Украины. К скрытым национальным относится перевес в развитии металлургического сектора национальной экономики, обусловленный наличием природных ископаемых, что тормозит развитие отраслей промышленности, производящих более инновационную продукцию.

Список использованной литературы

1. Гуриев С. Экономическое развитие. - [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <http://www.slideshare.net/NewEconomicSchool/ss-7458969>. /
2. Сонин К. Экономика ресурсного проклятия - [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <http://www.otramovida.net/video/-/3nmYJFRa4rM.html>
3. Bloomberg. - [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <http://www.bloomberg.com/markets-magazine> Bloomberg Markets magazine
4. Федорова Ю.В. Дослідження довжини хвилі інвестиційного піднесення інтеграційної структури/ Федорова Ю.В. //Держава та регіони. Серія економіка

та підприємництво. - Запоріжжя: Класичний приватний університет. – 2008. - №5. – С.186-190.

Новікова І.В., студентка

Науковий керівник : к.е.н., доцент Дрогомирецька М.І.

Полтавський національний технічний університет імені Юрія Кондратюка

ms.ilona.novikova.98@mail.ru

СТАРТАП ЯК НОВА ФОРМА РОЗВИТКУ ІННОВАЦІЙНОЇ ПІДПРИЄМНИЦЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

Стартап останнім часом є досить розповсюдженим і часто вживаним терміном, з його назвою ми відразу розуміємо що мова йде про бізнес, інвестиції, або про щось нове в сфері інноваційної думки. Фактично стартап являє собою новостворену компанію, яка знаходиться на стадії розвитку і будує свій бізнес на основі певних інноваційних ідей чи технологій, які нещодавно з'явилися.

Будь-який стартап починається з ідеї продукту, який покладено в основу певного бізнесу, але однієї ідеї замало для реалізації успішного стартапу. З огляду на це, серед основних елементів успіху стартапу можна виділити, насамперед, наступні [1].

По-перше, це ідея, яка має бути спрямована безпосередньо на реалізацію продукту, здатного задовольнити потреби споживачів.

По-друге, це команда, або колектив різних людей, об'єднаних спільною метою, діяльність яких має бути спрямована на генерування інноваційних ідей, їх подальше перетворення на інноваційний продукт, розробку стратегії розвитку стартапу, планування, ефективне управління, забезпечення необхідними ресурсами тощо.

По-третє, це своєчасне залучення необхідних ресурсів. Безумовно, саме цей елемент є одним із основних елементів стартапу, оскільки на кожному етапі реалізації інноваційної ідеї виникає необхідність чіткого визначення інвестиційної політики, спрямованої на максимізацію прибутку.

По-четверте, це маркетинг інновацій – використання комплексних принципів і методів маркетингу з метою створення на підприємстві всіх необхідних умов для здійснення пошуку свого місця на ринку та формування стійких конкурентних переваг.

В Україні стартапи класифікують за такими ознаками, як продукція і ринок збуту товарів, тому досить важливо розрізняти стартапи [2]:

«успішні копії», до яких належать переважно ті проекти, які певною мірою є копіями успішних зарубіжних проектів;

«агресивні прибульці» – ця група об'єднує між собою стартапи, які є орієнтованими на захоплення будь-якого сегмента ринку і швидке витіснення з нього конкурентів;

«темні конячки» – це стартап, головна ідея яких є не зовсім зрозумілою, а їхня поява на ринку завжди є несподіваною і, відповідно, можливості таких стартапів залишаються невизначеними. З одного боку автори цих проектів йдуть на великий ризик, а з іншого, якщо ризик буде виправданим, то це принесе відповідний прибуток.

Враховуючи викладене, можемо стверджувати, що стартап є процесом реалізації новітньої бізнес-ідеї протягом досить короткого періоду часу і при мінімальній кількості фінансових ресурсів. Тому вважаємо за доцільне виокремити декілька основних відмінностей, які дозволяють розмежувати такі поняття, як «стартап» та «підприємництво»:

реалізацію будь-якого стартапу здійснює команда молодих людей, які є потенційними носіями інноваційних ідей;

стартап реалізується на інноваціях та інноваційних технологіях, частіше за все це ІТ-сфера та сфера послуг (хоч стартап може бути застосований у всіх сферах, головне ідея);

стартап починається з нуля, він не має власного початкового капіталу (його формують переважно інвестори у вигляді інвестицій у даний проект);

стартап постійно модернізується в процесі створення, тому зміни можуть зачіпати і саму ідею проекту, а це нерідко призводить до виникнення багатьох

проблем та суперечок, особливо якщо автор і розробники проекту – різні люди;

З огляду на те, що стартап має на увазі інновацію та ще не перевірену технологію або сервіс, такі проекти, зазвичай, ризикують бути неуспішними. Відтак, головною ознакою успішної реалізації інноваційного проекту, є розробка бізнес-плану, за допомогою якого можна оцінити успішність реалізації нової бізнес-ідеї і техніко-економічне обґрунтування діяльності підприємств у ринкових умовах, її прибутковість, і модель підприємства в майбутньому [3].

Потребу в розробці бізнес-плану для стартапу можна проаналізувати через пентапризму основних етапів його підготовки [4]:

- розробка стратегічного плану, зазначення складових реалізації та бачення кінцевого результату проекту;

- аналіз ринку, дослідження продукту на ринку, вивчення конкуренції, аналіз підприємства на конкурентоспроможність, оцінка ємності та перспектив розвитку ринку;

- підготовка фінансового плану, що містить в собі: прогноз обсягів реалізації продукції, інвестиційний план, розрахунок поточних витрат та точки беззбитковості, план оподаткування, план фінансування проекту, баланс грошових потоків протягом здійснення всього інвестиційного циклу, показники ефективності проекту;

- складання описової частини бізнес-плану на основі результатів проведених робіт і досліджень на другому і третьому етапах;

- розробка презентації стартапу для майбутніх бізнес-партнерів та інвесторів.

За умов ринкової економіки інновації є ефективним засобом конкурентної боротьби підприємств, саме тому вони використовують стартап як рушійну силу розвитку підприємства. Головною різницею стартап-проектів від звичайних компаній є обов'язковий курс виходу на світовий ринок та швидкі темпи зростання.

За результатами проведених нами досліджень можна зробити висновок

про те, що активний розвиток інноваційних стартапів відбувається в умовах переходу від індустріального до інформаційного суспільства. Розвиток малого інноваційного бізнесу є невід'ємною складовою національної економіки, що формує свої переваги в напрямі забезпечення ефективного співробітництва з провідними національними та світовими компаніями. Зважаючи на унікальність кожної країни світу, не варто повністю копіювати існуючу у ній модель створення стартапів. Як показує багаторічний досвід господарювання, справжній успіх у розвитку стартапу є результатом наполегливої і цілеспрямованої діяльності.

Список використаної літератури

1. Пікуль В.С. Що таке стартап? [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://3222.ua/article/scho_take_startap.htm
2. Офіційний сайт студії «StartupCreation» [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://startupcreation.net>
3. Івашова Н.В. Моделі фінансування стартапів / Н.В. Івашова, М.В. Василенко // Економічні проблеми сталого розвитку: матеріали Міжнародної науково-практичної конференції (24-26 квітня 2013 р., Суми). – Суми: СумДУ, 2013. – Т. 4. – С. 113-114.
4. Комаріст О.І. Зміст маркетингу інновацій у діяльності підприємства [Електронний ресурс] / О.І. Комаріст, Н.І. Алдохіна. – Режим доступу: <http://www.pdaa.edu.ua/sites/default/files/nppdaa/4.1>

*Новікова Н. С.
спеціальність менеджмент
Науковий керівник : Третьякова О. В.
старший викладач кафедри
менеджменту і соціальної роботи
Комунальний вищий навчальний заклад
«Інститут підприємництва «Стратегія»
novikova123nataliy@gmail.com*

СУЧАСНІ ФІНАНСОВО-ЕКОНОМІЧНІ ПРОБЛЕМИ ФУНКЦІОНУВАННЯ ТА РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВ, УСТАНОВ ТА ОРГАНІЗАЦІЙ

На сьогоднішній день оцінка фінансово-економічного стану підприємства є досить актуальною для будь-якого суб'єкта господарської діяльності в Україні. Адже, в умовах ринкових відносин зростає самостійність підприємств, їх економічна і правова відповідальність.

Кожне підприємство самостійно відповідає за свою роботу та ухвалює рішення щодо подальшого розвитку. Як наслідок, виживає той, хто найкраще використовує наявні ресурси з метою отримання максимальної суми прибутку за результатами здійснення господарської діяльності. При цьому різко зростає значення аналізу фінансово-господарської діяльності суб'єктів господарювання

Важливу роль у забезпеченні ефективних форм господарювання на вітчизняних підприємствах відіграє аналіз фінансового-економічного стану підприємств, який відповідає за відбір, оцінку та інтерпретацію фінансових, економічних та інших даних, що впливають на процес прийняття інвестиційних та фінансових рішень.

Поряд із традиційними методиками, які переважно ґрунтуються на фінансових показниках самого підприємства, з'являються нові ринкові концепції, які оперують сучасними поняттями, прийомами, методами й моделями фінансово-економічного аналізу стану суб'єктів господарювання. До таких методів відносяться: стратегічний дью-ділідженс, діагностичний бенчмаркінг, нечітко множинний метод [1].

Серед фінансових проблем чи не найважливішою є оцінка і аналіз фінансового стану підприємства. Залежно від типу фінансово-економічних відносин, на вдосконалення яких спрямована реструктуризація, її доцільно поділити на внутрішню і зовнішню. Внутрішня реструктуризація направлена на вдосконалення та адаптування внутрішньовиробничих фінансово-економічних відносин, на розв'язання внутрішніх конфліктів з метою підвищення ефективності діяльності підприємства. Домінантами внутрішньої реструктуризації є заходи з вдосконалення внутрішніх організаційно-фінансових структур, структури активів і виробництва. Результатом заходів є зменшення усіх видів витрат і створення дієвих механізмів, які стимулювали б персонал до підвищення ефективності фінансово-господарської діяльності.

Зовнішня реструктуризація спрямована на поліпшення фінансових відносин між підприємством і зовнішніми групами інтересів. Така реструктуризація включає заходи з реорганізації підприємства, основним завданням яких є отримання переваг у вигляді ефекту синергізму або конкурентних переваг в результаті диверсифікації діяльності та правової відособленості окремих структурних підрозділів. Зовнішня реструктуризація передбачає реорганізацію підприємства, що має на меті зміну власника статутного капіталу, створення нових юридичних осіб чи організаційно-правових форм діяльності [2].

Оцінюють діяльність підприємства на основі одного синтетичного показника, максимізація або мінімізація якого забезпечить прийняття оптимального рішення. В якості таких показників пропоную використовувати: обсяги продажу, прибуток, собівартість продукції та інші. Однак використання цих показників має низку вад, зумовлених впливом на них чинників ринково – кон'юнктурного характеру.

До оцінювання результатів роботи підприємств ґрунтується на системі показників, які всебічно відображають стан і розвиток діяльності суб'єкта господарювання. До таких показників належать: показники майнового стану, ліквідності, платоспроможності, ділової активності, рентабельності тощо [4].

Українські компанії повільно, але все ж таки впроваджують сучасні методи діагностики фінансово-економічного стану підприємств, особливо методи дью-ділідженсу та діагностичного бенчмаркінгу.

Дью-ділідженс - це процедура всебічного аналізу й перевірки правових, податкових, фінансових та інших аспектів діяльності компанії, яка використовується для прийняття рішень щодо здійснення консультування, докорінних перетворень підприємств. Стратегічний дью-ділідженс враховує такі етапи: фінансовий (акцент на оцінці вартості підприємства); операційний (організаційна структура, якість менеджменту тощо); комерційний (аналіз ринкових і технологічних факторів діяльності, галузевий аналіз); податковий; правовий (ризики відповідальності, інші юридичні аспекти); навколишнього середовища (екологічні проблеми, штрафи тощо); політичний.

Діагностичний бенчмаркінг - передбачає вивчення схожих і однакових бізнес-процесів на прикладі інших успішних підприємств для проведення їх порівняння зі своєю діяльністю, а також виявлення слабких місць, визначення факторів успіху за параметрами: репутація підприємства, технології виробництва, якість товарів, ціна продукції, нові продукти, канали збуту товарів, віддаленість від джерел сировини [3].

Для рівномірного соціально-економічного розвитку держави потрібно розвивати економічний потенціал усіх регіонів. Основною метою економічного розвитку держави є власне підвищення добробуту і якості життя мешканців усіх регіонів, яке є можливим внаслідок як розвитку окремих галузей, його підприємств, так і рівномірного територіального розвитку, значного рівня зайнятості населення, шляхом покращання економічного розвитку вітчизняних підприємств.

Подальші процеси приватизації державних підприємств, які відбуваються в Україні, негативно впливають на розвиток державного підприємництва, на їх регулювання та контроль з боку держави. В Україні необхідно вдосконалити закони та правила, які б чітко визначали відповідальність органів державної

влади щодо приватизації підприємства, які б поповнювали Державний бюджет та сприяли розвитку ринкової економіки країни загалом.

Можна зробити висновок, що здійснення фінансово-економічної діагностики підприємств допоможе віднайти «хвороби» підприємства та розробити комплекс дій по його «лікуванню» і відповідно забезпечити перехід суб'єкта господарської діяльності з групи «хворих» до групи «здорових» підприємств, що націлені на довгострокове успішне функціонування [5].

Список використаної літератури

1. Гладченко Т.М. Економічна безпека підприємницької діяльності. У кн.: Актуальні проблеми міжнародних відносин/ Т.М. Гладченко, Київ, 2001. – С. 295-299
2. Лук'янова В.В. Діагностика ризику діяльності підприємства: [монографія] / В.В. Лук'янова. – Хмельницьк, 2007. – с. 190-202
3. Сілічева Н. Є. Сутність Дью Ділідженс і можливі перспективи розвитку в Україні [навч. посібник] / Н. Є. Сілічева, Львів, 2011. – с. 288 – 291
4. Кириченко О.А. Управління фінансово-економічною безпекою : [навч. посібн.] / О.А. Кириченко [за ред. чл.-кор. АПК України, проф. В.С. Сідака]. – К. : Дорадо-Друк, 2010. – 412 с.
5. Хотомлянський О.Л. Комплексна оцінка фінансового стану підприємства / О.Л. Хотомлянський, Фінанси України. – 2007. – № 1 – с. 111-118

***Павленко Оксана Павлівна,
к.е.н., доцент, доцент кафедри фінансів
та банківської справи
Дніпропетровський державний
аграрно-економічний університет
ksucha20@mail.ru***

СТРАТЕГІЧНІ НАПРЯМИ РОЗВИТКУ ІНВЕСТИЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ АГРАРНОГО СЕКТОРУ ЕКОНОМІКИ

Активізація інвестиційного процесу в аграрному секторі економіки повинна проходити за чіткими інвестиційним програмам і проектам. Відбір об'єктів для інвестування повинен здійснюватися за критерієм - максимум

ефективності при найменших витратах засобів і часу. Причому, по кожному об'єкту за рахунок виділених інвестицій має вирішуватися комплекс сучасних проблем виробництва: економічних (виробництво високоефективної конкурентоспроможної на внутрішньому і світовому ринках) продукції; екологічних, що гарантують екологічно чисті середовища; технологічних (застосування високих екологічно чистих технологій, що гарантують випуск продукції нових поколінь високої якості і попиту споживачів).

Інвестиційна діяльність здебільшого представляється як процес організації інвестування в реально існуючих у країні умовах господарювання. Термін «інвестування» має більш теоретичне значення, визначаючи модель поведінки інвестора щодо нарощування свого капіталу.

Інвестиційна діяльність представляє інвестиційний процес в реальних умовах, з акцентом на організаційні засади його реалізації та управління цим процесом. Як правило, інвестиційна діяльність розглядається стосовно конкретного інвестиційного проекту та підприємства (юридичної особи), що здійснює інвестиційний процес. При цьому необхідно звернути увагу на формування інвестиційних ресурсів, за допомогою яких буде реалізований цей інвестиційний проект.

Відповідно до Закону України «Про інвестиційну діяльність» під «інвестиціями» розуміють кошти, які інвестуються. Саме законодавчим актом визначається, що це насамперед «всі види майнових та інтелектуальних цінностей, що вкладаються в об'єкти підприємницької та інших видів діяльності, в результаті якої створюється прибуток (дохід) або досягається соціальний ефект»: кошти; паї, банківські депозити, боргові зобов'язання, інші цінні папери; нерухомість; устаткування, транспортні засоби, товарно-матеріальні цінності; майнові права (щодо матеріальних, нематеріальних і фінансових активів) або права користування; інформація у будь-якій формі (документованій, електронній); знання, навички, досвід і вміння людей, їх ноу-хау. Об'єктом інвестиційної діяльності можуть бути фінансові, матеріальні та

нематеріальні активи, у які трансформується інвестований капітал і які забезпечують зростання його вартості.

Інвестиційна діяльність за ознакою типу інвестора розподіляється на: інвестування недержавними юридичними особами; інвестування фізичними особами; державне інвестування, яке здійснюється органами влади всіх рівнів за рахунок коштів бюджетів, позабюджетних фондів або позик, займів; інвестування державними підприємствами та установами за рахунок власних і позичених коштів; іноземне інвестування, яке здійснюється іноземними фізичними та юридичними особами.

Суб'єктами інвестиційної діяльності можуть виступати всі юридичні, фізичні особи, державні та недержавні установи, органи влади України та інших країн, які беруть участь у реалізації інвестиційного проекту. Останнім часом все частіше реалізація інвестиційної діяльності відбувається за підтримки коштів державного бюджету країни [1].

Головним суб'єктом інвестиційної діяльності є інвестор, який вкладає власні, позичені або залучені кошти в об'єкти інвестування, приймає рішення щодо форм і способів їх використання, несе повну майнову та фінансову відповідальність за результати використання інвестованих коштів.

Учасниками інвестиційної діяльності являються фізичні та юридичні особи України та інших держав, які забезпечують реалізацію інвестицій на основі відповідних договірних умов з інвестором і між собою. Вони можуть бути постачальниками обладнання, сировини й матеріалів, споживачами продукції проекту, позичальниками, посередниками тощо.

Слід відзначити, що суміжною формою інвестування виступає інноваційна діяльність, яка передбачає проведення і впровадження науково-технічних розробок в ході реалізації інвестиційного проекту або використання в проекті досягнутих результатів наукових і проектно-конструкторських досліджень, тобто: наукові дослідження; проектно-конструкторські розробки; випуск принципово нових видів техніки і технологій; випуск принципово нових видів продукції; використання новітніх технологій.

Інституційне забезпечення інвестиційної та інноваційної діяльності представляється як сукупність державних і недержавних інституцій, які забезпечують наявність правових, організаційних і економічних умов, необхідних для провадження і розвитку інвестиційної та інноваційної діяльності [2].

Інвестиційний ринок аграрної сфери в певній мірі має свою інфраструктуру, яка забезпечує послуги учасникам ринку, продавцям і покупцям інвестиційних інструментів. Інвестиційний комплекс – це сукупність підприємств, організацій, установ, які своєю діяльністю забезпечують інтереси учасників інвестиційної діяльності. До інвестиційного комплексу входять: регулювальні органи державного управління; проектні установи (інститути, дослідницькі центри, проектні, конструкторські бюро); банківська система; страхові компанії, фінансові посередники (інвестиційні банки, компанії, фонди); виробничі галузі інвестиційного спрямування: будівельна індустрія, машинобудування; біржі та спеціальні торговельні системи, організації, що забезпечують інфраструктуру фондового ринку.

У інвестиційній діяльності аграрних виробників можна виокремити три достатньо різні за характером періоди. 1. Підготовка до інвестування (розробка стратегії, оцінка ринків, вибір проектів, проектні роботи, організація фінансування, стадії погодження, планування та матеріально-технічне забезпечення початку робіт). 2. Реалізація інвестиційного проекту (трансформація капіталу в активи проекту, оформлення прав власності інвестора, підготовка об'єкта до експлуатації, набір і підготовка персоналу, організація управління проектом). 3. Експлуатація активів проекту, отримання поточного прибутку, забезпечення окупності інвестицій, подальша робота об'єкта. Період часу, за який загальний накопичений поточний прибуток починає перевищувати обсяг інвестицій, є періодом окупності проекту.

У випадку прийняття рішення про впровадження інвестування у виробничу діяльність наведені вище етапи мають інший зміст, але ту саму логіку дій інвестора. 1. Підготовка до інвестування (розробка стратегії, аналіз

фінансового ринку, вибір інструментів для інвестування). 2. Безпосереднє інвестування – формування інвестиційного портфеля – управління портфелем (проведення переговорів, підготовка договору на придбання цінних паперів, переоформлення прав власності на цінні папери). 3. Отримання прибутку (отримання поточних прибутків від цінних паперів, зростання вартості портфеля, продаж цінних паперів, прийняття рішень щодо управління структурою портфеля).

Процес управління інвестиційною діяльністю (планування, організація, прийняття рішень, забезпечення ресурсами, їх раціональне використання, доведення проекту до кінцевих результатів) визначається терміном інвестиційного менеджменту. В макроекономічному аспекті інвестиційна діяльність є процесом закладання майбутнього економіки країни. Чим більші обсяги інвестицій у поточному році, тим більший може бути обсяг валового внутрішнього продукту країни в майбутньому періоді.

Державне регулювання умов інвестиційної діяльності аграрного сектору супроводжується комплексом сфер впливу на поведінку інвесторів за рахунок: податкової системи; амортизаційної політики, у тому числі методів прискорення амортизації основних фондів; державних норм (наприклад, екологічних) і стандартів; антимонопольного законодавства; визначення умов користування землею, водою та іншими природними ресурсами; забезпечення макроекономічної стабільності; стабільності та розвитку фінансово-кредитної системи, сприятливих умов для користування позиковими коштами; розвитку інфраструктури фондового ринку. Створені за державної підтримки програми здатні забезпечувати лише часткове фінансування сільськогосподарської галузі.

Макроекономічні умови для інвестиційної діяльності створюються відповідною державною політикою, яку реалізують органи центральної виконавчої влади та Національний банк. Держава може брати участь в інвестиційному процесі як безпосередньо, вкладаючи свої бюджетні кошти (централізовані бюджетні інвестиції), розвиваючи підприємства державного сектора економіки, так і опосередковано: 1) впливаючи на інвестиційне

середовище (створюючи макроекономічний інвестиційний клімат, розвиваючи грошово-кредитну сферу, стимулюючи бюджетними витратами сукупний попит, розвиваючи і регулюючи банківську діяльність, діяльність інвестиційних посередників, фінансуючи і стимулюючи академічну науку, діяльність дослідницьких науково-технічних і проектних організацій); 2) регламентуючи умови фінансової та господарської діяльності підприємств (податки, норми амортизації, охорона праці, екологічні нормативи, стандартизація продукції) [3].

Отже, здійснення фінансування стратегічних сфер виробничої діяльності агровиробників можливе не тільки за рахунок держави, а і за допомогою іноземних партнерів, приватних компаній, фінансових посередників, страхових організацій, їх об'єднань та інших учасників фінансового ринку.

Список використаної літератури

1. «Про інвестиційну діяльність» [Електронний ресурс] // Закон України від 15.04.2014, ВВР, 2014, №24, ст.885 № 1206-VII ([1206-18](#)) – Режим доступу: zakon.rada.gov.ua/laws/show/1560-12.
2. Законодавчі умови іноземного інвестування в Україні [Електронний ресурс] // Режим доступу: <http://www.amb-ucraina.com/TEM/Ucraino/Zakoninvest.htm>.
3. Офіційний сайт Державної служби статистики України [Електронний ресурс] // Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua>.

Петренко Н.А., студентка
Науковий керівник: Федотова Т.А.,
доцент кафедри економіки та управління національним господарством
Дніпропетровський національний університет імені Олеся Гончара
petrenko.natash2011@yandex.ua

ІННОВАЦІЙНА ПОЛІТИКА ПІДПРИЄМСТВА

Інноваційна політика – це такий різновид стратегічного керування, що має на меті забезпечення конкурентоспроможності підприємства й найбільш оптимального використання існуючого виробничого потенціалу. Вона визначає цілі й умови реалізації інноваційної політики організації.

Така політика є складовою основної політики підприємства, що визначає в процесі впровадження новацій взаємодію науково-технічної, виробничої, економічної та маркетингової діяльності компанії.

Політика інновацій вказує на ставлення органів управління до інноваційної діяльності організації, формулює цілі, поведінку й організаційний устрій. Вона входить до складу у задуми і плани: стратегічні, тактичні й поточні.

Наступальний вид інноваційної політики реалізують досить сильні підприємства, які мають особисті експериментальні лабораторії, що безперервно трудяться над виготовленням нових виробів у своїй галузі, які мають значні фінанси на випуск нового виробу на іншому підприємстві. Завдяки тому, що вони мають значні фінансові запаси, у них є можливість швидко організувати масове виробництво продуктів і завоювати немалу частку ринку.

Політика інновацій наступального виду має такі основні задачі:

- спостереження за споживчим ринком інновацій для результативного вживання тих з них, що є корисними для організації зараз або у перспективі;
- сприяння роботі своїх спеціалізованих науково-дослідницьких відділів;
- заохочування ініціативи робітників підприємства;
- оцінка нових задумів, які є перспективними, їх опрацювання і впровадження.

Стратегія стабільності підприємства має на меті підтримку наявних розмірів фірми і напрямів її діяльності. Зазвичай такої політики притримуються організації, що виготовляють продукт, на який є постійний попит. При такому розкладі інноваційна політика буде формувати умови для збільшення рівня конкурентоспроможності продукції для стійкої позиції на ринку

Стратегія захисту направлена на підтримку стабільної позиції фірми на ринку та неможливість банкрутства. Вона зазвичай базується на інноваційній політиці еволюційного різновиду, проте, через обмеженість фінансових

можливостей інноваційний пошук концентрується на шляхах, які гарантують зменшення витрат на випуск продукції для зниження ціни і збереження конкурентних переваг [1].

Для того, щоб інноваційна діяльність підприємства приносила найбільший результат, керівництво повинно чітко орієнтуватися на певний об'єкт і максимально враховувати впливи факторів макро- та мікросередовищ. Задля цього потрібна повна систематизація інновацій, їх якостей та потенційних джерел фінансування.

До основних показників інновацій та нововведень відносять такі показники, як абсолютна та відносна новизна, можливість пристосування до нових умов господарювання, пріоритетність та прогресивність, рівень конкурентних переваг, спроможність до модернізації, а також показники економічної ефективності [2].

Формування політики інновацій базується на основі конкретних принципів.

Принципи формування інноваційної політики - засади, правила поведінки підприємства, що визначають взаємозалежність між розвитком фірми і напрямками інноваційної програми підприємства.

Основні принципи інноваційної політики, яких необхідно дотримуватись органам керівництва підприємств:

- здебільшого стратегічна направленість;
- зорієнтованість на вимоги ринку та попит на ньому;
- цілеспрямованість (обов'язково повинна бути встановлена мета інноваційних змін в організації);
- комплексність (потреба в тому, щоб у розробці інновацій брали участь всі внутрішні елементи фірми);
- планованість (координація діяльності всієї організації на етапі створення, підготовки до введення та реалізації інновації);
- забезпеченість інформацією (реалізація політики інновацій з урахуванням теперішніх здобутків науково-технічного прогресу).

Реалізацію інноваційної політики гарантує інвестиційна політика, що охоплює усі фінансово-економічні аспекти діяльності підприємства. Вона спрямована на управління грошовими потоками на фірмі, маючи за ціль накопичення фінансових активів, потрібних для формування та реалізації інноваційних проектів.

Таким чином можна сказати, що інноваційна політика підприємства зараз є важливим джерелом розвитку підприємств, закріплення їх позицій на ринку, підвищення конкурентоспроможності.

В умовах динамічних трансформацій структури економічної системи України повстає об'єктивна потреба у підвищенні ефективності інформаційного забезпечення процесу керівництва організацією.

Для успішної діяльності підприємства необхідний безперервний його розвиток, активна реакція на всі зміни у зовнішньому середовищі, готовність органів управління до змін у виробничих процесах у перспективі, майбутніх результатів і трансформації самого підприємства [1].

Світовий досвід показує, що постійний розвиток виробництва і підтримка його конкурентоздатності в тривалій перспективі залежить саме від інновацій.

Яким би не було підприємство успішним, все одно якщо його керівництво не направлене на застосування нових технологій, які дозволять виробляти нові продукти більш високої якості і з меншими затратами, підприємство через певний час має великий ризик втратити свої конкурентні переваги. За таких умов жодна фірма не про функціонує довго, коли не удосконалює свою роботу, не запроваджує інноваційну політику.

Список використаної літератури

1. Інноваційний розвиток регіонів: монографія / П. Т. Бубенко, О. Б. Снісаренко; Нац. аерокосм. ун-т ім. М.Є.Жуковського "Харк. авіац. ін-т". - Х.: Форт, 2009. - 160 с.
2. Сергеев Н. В. Экономика предприятий. - М.: Финансы и статистика, 2005. - 310 с.

Піддубна В.Г.

аспірант кафедри банківської справи

poddubnaya.vika@gmail.com

Науковий керівник: Коваленко В.В. д.е.н.

професор кафедри банківської справи

Одеський національний економічний університет

kovalenko-6868@mail.ru

ВПЛИВ ІНФОРМАЦІЙНОЇ ЕКОНОМІКИ НА РОЗВИТОК МАРКЕТИНГОВОГО КОМПЛЕКСУ БАНКІВ

Інформаційні технології стають найважливішим інструментом науково-технічного та соціально-економічного розвитку і відносяться до основних чинників, які визначають якість і успіх банківського бізнесу. Зростання обсягів і потужності інформаційних потоків, які надходять на вхідні канали маркетингових інформаційних систем, докорінно змінюють підходи до організації банківського маркетингу. Фінансова система України, в результаті анексії Криму, військових дій на Сході країни, девальвації гривні більш ніж на 70%, соціальних потрясінь втратила минулу фінансову стійкість, і тому вимагає швидких та обґрунтованих фінансових управлінських рішень щодо її відновлення на основі прискорення процесів отримання, поширення та використання нових знань. В умовах постійного зростання глобальної конкуренції і підвищенням рівня вимог клієнтів банку, інформаційні технології дозволяють підвищувати конкурентоспроможність. Встановлення власне стійких взаємовідносин з клієнтом, банк має можливість здійснювати продаж кінцевим споживачам, тобто виходить на ринок «бізнес – споживач», швидше реагує на зміну попиту, аналізує поведінку клієнтів, економить кошти на персоналі, оренді приміщень.

Розуміючи власну бізнес-модель, навіть в умовах обмеженості ресурсів для створення інноваційних лабораторій, вітчизняні банки можуть вийти в авангард банківського бізнесу.

Маркетингове середовище, за визначенням американського вченого Ф. Котлера – це сукупність діючих за межами компанії осіб і сил, які впливають на розвиток і підтримку службами маркетингу вигідних взаємовідносин з цільовими клієнтами [1, с. 146].

Інтернет забезпечив практично безкоштовні контакти мільйонів людей один з одним. Революція, вироблена інтернетом в сферах інформації, споживання і комунікацій, триває; ми знаходимося на початковому її етапі [8, с. 21].

Основні тенденції розвитку інформаційних технологій та їх вплив на управління маркетинговою діяльністю в сфері банківського бізнесу можна поділити на два основних напрямки – це застосування інформаційних технологій і інструментарію мережі Інтернет для підтримки існуючого бізнесу і розширення можливостей служб маркетингу банку і застосування інформаційних технологій і систем, пов'язаних зі створенням нових моделей банківського бізнесу.

Логістична інформаційна система повинна створюватися з урахуванням управління рухом банківського продукту, а саме: збільшення доходів банку може бути досягнуто за рахунок підвищення якості продукту і відповідної надбавки до його ціни або за рахунок підвищення конкурентоспроможності продукту, розширення ринків збуту.

Експерти ООН наголошують, що в даний час відбувається повна інтеграція світової економіки під керівництвом транснаціональних корпорацій. Вони контролюють до половини світового промислового виробництва, 63 % світової торгівлі, а також 4/5 патентів і ліцензій на нову техніку [3, с. 195]. Це накладає специфічні умови на маркетингову діяльність. Так, в даний час висловлюється думка щодо міжнародного регулювання реклами [4, с. 664].

Глобалізація банківської системи впливає на діяльність окремих банків. Сучасні міжнародні фінансові організації прагнуть збільшувати тиск на уряди окремих країн, обмежуючи і, навіть, регламентуючи їх вплив на внутрішньому ринку, спонукаючи лібералізацію міжнародного руху капіталу. Міжнародна

фінансова інтеграція усуває або пом'якшує бар'єри між внутрішніми і міжнародними фінансовими ринками, сприяє міграції капіталу між ними. Поява нових фінансових інструментів і технологій прискорює і розширює процес глобалізації, підвищує швидкість здійснення міжнародних операцій і збільшує їх обсяги. Значною мірою глобалізація сприяє досягненням в сферах комунікацій і обробки інформації, що впливають на маркетингову діяльність банків.

Таким чином, сьогодні у розвитку банківського маркетингу істотну роль відіграють нові інформаційні та комунікаційні технології. Надаючи широкі можливості в області збору та обробки величезних масивів інформації, нові технології, разом з тим, сприяють встановленню тісних довірчих відносин з клієнтами, акціонерами і персоналом. Процеси глобалізації економіки, посилення конкуренції в усіх сферах суспільної діяльності, активне застосування новітніх інформаційних технологій спонукають комерційні банки змінювати підходи до організації своєї діяльності, активно проводити внутрішньо організаційні інноваційні зміни, які можна розглядати в якості основної рушійної сили розвитку банку.

Інформаційні технології, виступають головним джерелом зростання продуктивності та конкурентоспроможності; нова економіка функціонує переважно через мережеву структуру менеджменту, а не окремих банків, як було раніше, і вона є глобальною.

Інновації літерального маркетингу складніше, з точки зору як розробки, так і реалізації, освоєння клієнтами банку, але віддача від них може бути набагато вище, оскільки обсяг їх продажів може рости за рахунок розвитку нової потреби, а також за рахунок відразу декількох суміжних категорій [2, с. 96]. Для ефективного поширення інновацій необхідна присутність пропозиції (продавця) і попиту (покупця). Новатори відкривають нові можливості, але подальше їх поширення визначається вибором імітаторів, які керуються критеріями ефективності при відборі інновацій. Прискорення розробки нових банківських продуктів і послуг, безпосередньо пов'язаних з новими

технологіями, що розширюються можливостями використання віртуальних каналів збуту, що змінює політику ціноутворення, дозволяє отримувати клієнтам якісні послуги в режимі on-line.

Розвиток Інтернету посилює цю тенденцію, дозволяючи персоніфікувати взаємини з клієнтами на базі інтернет-технологій, прискорити процес формування їх клієнтської лояльності, знизити витрати банків у зв'язку з автоматизацією і комп'ютеризацією операцій, розрахунків і процесів управління банком. Для ефективного використання можливостей Інтернету банкам необхідно адаптувати інструменти маркетингу, впроваджуючи нові види Інтернет-банкінгу, інтегровані інформаційні системи, а також ефективно використовувати можливості сайту банку, пропонуючи нові види банківських послуг в мережі, тим самим з'являється реальна можливість сформувати сегмент «мережевих» клієнтів банку.

Комунікативна політика у банківській сфері все частіше базується на формуванні системи Інтернет-комунікацій. Основними її елементами стають web-сайт і створення унікального іміджу банку в мережі Інтернет. У взаємодії з клієнтами, прийнятті найважливіших рішень щодо формування продуктової, цінової, збутової, комунікативної політик, провідна роль відводиться співробітникам служб маркетингу, здатним оперативно збирати, систематизувати і обробляти маркетингову інформацію про зміни у зовнішньому і внутрішньому середовищі банківської установи. Зазвичай, до їх повноважень входить розробка і супровід змістовної частини корпоративного web-сайту, презентацій, проведення маркетингових досліджень в мережі Інтернет, підготовка пропозицій щодо розвитку новітніх банківських продуктів.

Лідером серед банків у введенні інновацій в Україні є ПАТ «Приватбанк». Він першим в Україні запропонував своїм клієнтам послуги Інтернет - банкінгу «Приват24» та GSM-банкінгу, а також послуги з продажу через мережі своїх банкоматів і POS-терміналів електронних ваучерів провідних операторів мобільного зв'язку і IP-телефонії.

Банк ПАТ «Південний» пропонує великий спектр нових послуг, в тому числі Інтернет - банкінг для фізичних осіб. Це одне з найбільш швидкозростаючих напрямів банківського бізнесу, за його допомогою кожен користувач матиме доступ до інформації про залишки, виписки по поточних і депозитних рахунках, а також можливість отримання інформації про залишок на платіжній картці в режимі реального часу.

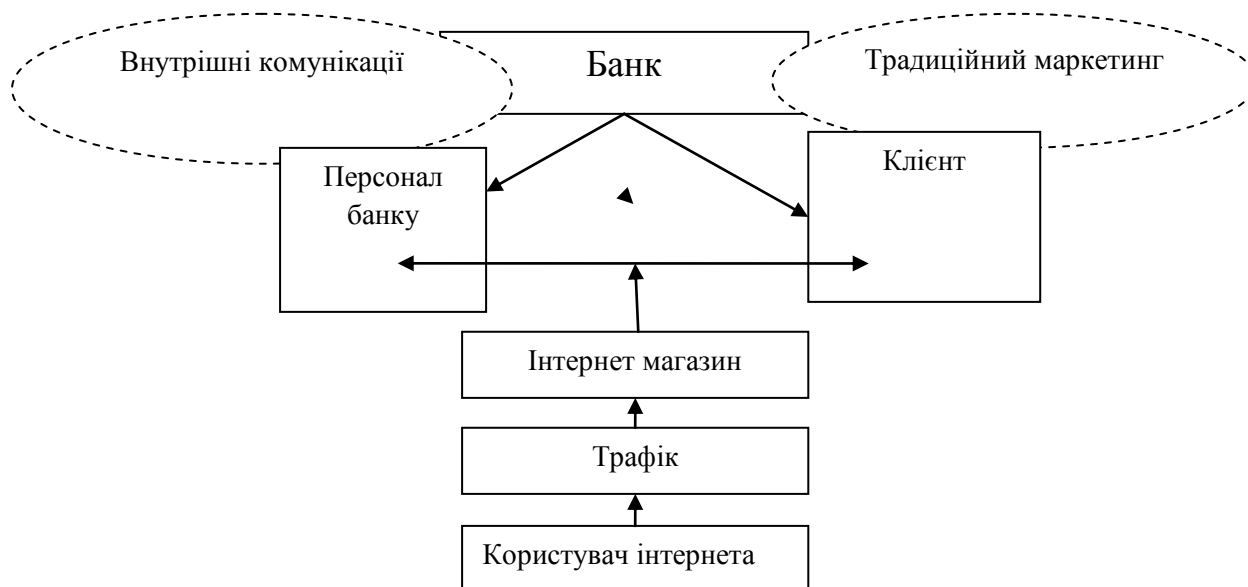


Рисунок 1 - Електронний банківський маркетинг

Джерело: розробка автора

На рисунку 1, показано, що інформаційні технології складають основний елемент комплексу маркетингу банку. Використання новітніх технологій при розробці, впровадженні та коригуванні стратегій, методів та інструментів продуктової, цінової, збутової і комунікаційної політик має численні наслідки.

Користувач інтернету потрапляє в групу людей, що знаходяться в Мережі, сукупність яких ми назвемо словом Трафік. Рекламна система банку, включаючи банери, контекстну, тизерну рекламу, оголошення на форумі, SEO направляє користувача в Конвертер. Як тільки сфера інтересів користувача перетинається з тематикою рекламованого банківського продукту, користувач конвертується в потенційного клієнта. Зацікавлений унікальною пропозицією

потенційний клієнт залишає персоналу банку свої контакти і спілкується з менеджером банку безпосередньо.

Таким чином, банківська система України потребує нових маркетингових технологій на основі відкритих можливостей інформаційної економіки, що в першу чергу важливо зараз, коли визначені перспективи збільшення частки електронних продуктів в загальному обсязі ринку на сучасному етапі розвитку банківського бізнесу.

Список використаної літератури

1. Основы маркетинга. / [Котлер Ф., Вонг В., Сондерс Д., Армстронг Г.]. – 9-е издание. – М: Издательство «Вильямс». – 2011. – 1197 с.
2. Котлер Филипп, Триас Де Бес Фернандо. Литеральный маркетинг. Технология революционных идей. /Филипп Котлер, Де Бес Фернандо Триас / Пер. с англ. 2-е издание. – М.: Альпина Паблишер. – 2015. – 206 с.
3. Зверяков М.И., Мищевская В.В. Политическая экономия / М.И. Зверяков, В.В. Мищевская. – Одесса «Атланта». – 2009. – 212 с.
4. Гил Чарлз В.Л. Международный бизнес на глобальном рынке / В.Л. Гил Чарлз. – Пер. с англ. – К.: «Основы». – 2001. – 855 с.

**Поліщук Т. А.,
аспірантка**

*Хмельницький національний університет
tatyana.polishchuk.1987@mail.ru*

ПРОБЛЕМИ І МОЖЛИВОСТІ ПІДВИЩЕННЯ ІННОВАЦІЙНОЇ ЧУТЛИВОСТІ ПРОМИСЛОВИХ ПІДПРИЄМСТВ В ПРОЦЕСІ ТЕХНОЛОГІЧНИХ ЗМІН

Однією з передумов економічного піднесення вітчизняних машинобудівних підприємств є технологічне оновлення та модернізація їх виробничих систем. На жаль, технологічний рівень багатьох вітчизняних підприємств є доволі низьким, фізичне і моральне зношування технічних засобів залежно від галузі знаходиться в межах від 52 до 75 %, (а в

машинобудуванні – взагалі перевищує 80% [1, с. 6]). Це неприпустимо з позицій сучасних вимог до якості виробничих систем, які з одного боку, мають бути здатними забезпечувати чітке дотримання технологічних регламентів виробництва, а з іншого – бути ресурсоощадними, екологічно безпечними. Однак, за деякими даними, на 1 дол. ВВП Україна витрачає в 2,6 разів більше середньосвітового рівня енергоресурсів [2]. В умовах перманентного зростання їх вартості це зумовлює значне зростання витрат і погіршує і без того складне становище вітчизняних виробників у конкурентній боротьбі за ринки. Тому проблема технологічного оновлення є актуальною для вітчизняних промислових підприємств, оскільки без її вирішення інтегрування їх у європейський ринковий простір на правах виробника конкурентоспроможної продукції є малоймовірним.

Дослідженням проблем технологічного оновлення і розвитку вітчизняних промислових підприємств в умовах глобалізації і високих темпів науково-технічного прогресу займається багато науковців, зокрема, О. Амоша, С. Ілляшенко, П. Іжевський, К. Ковтуненко, С. Філіпова, В. Стадник, Л. Федулова та ін. Та все ж залишається недостатньо дослідженим коло питань, пов'язаних з інноваційним характером такого оновлення – як у теоретико-методологічному, так і науково-практичному аспектах. Актуальність цих питань для теорії і практики менеджменту і зумовила мету даного дослідження.

Проблема інноваційно-технологічного оновлення вітчизняних промислових підприємств є однією із нагальних. Вона має вирішуватися як для окремих підприємств, так і для їх об'єднань у межах виробничо-господарських комплексів. Адже вітчизняне виробництво за рівнем технологічного оснащення значно відстає від розвинутих країн світу, про що свідчить структура економіки України за технологічними укладами [3].

Таблиця 1

Структура економіки України за технологічними укладами

Показники	Технологічні уклади			
	III	IV	V	VI
Обсяг виробництва промислової продукції, %	57,9	38	4	0,1
Фінансування наукових розробок, %	6	69,7	23	0,3
Витрати на інновації, %	30	60	8,6	0,4
Інвестиції, %	75	20	4,5	0,5
Капітальні вкладення на технічне переозброєння і модернізацію, %	83	10	6,1	0,9

Наведені в таблиці дані показують, що основу сучасної економіки України становлять технології, які відносяться до третього технологічного укладу. При цьому у розвиток технологічних систем п'ятого-шостого укладів спрямовується критично мало інвестицій. В основному фінансуються наукові розробки, які відповідають четвертому технологічному укладу (майже 70%). В межах цього ж (четвертого) технологічного укладу здійснюється й інноваційна діяльність – 60% витрат на інновації. Відтак, консервується значне відставання у технологічному розвитку країни. І очевидно, що в умовах глобалізації ринків це спричинятиме суттєві перешкоди для того, щоб вітчизняні підприємства могли бути конкурентоспроможними і продовжувати свою діяльність, зберігаючи позитивну економічну динаміку.

Процеси технологічного оновлення виробничих систем є невід'ємною складовою управління конкурентоспроможністю суб'єктів господарювання – адже кожна технологія має свій ресурс продуктивного використання – як фізичний, так і моральний. По його завершенні необхідно здійснювати технологічні зміни, оскільки параметри виробництва перестають бути прийнятними для виготовлення конкурентоспроможної продукції. І без усунення «технологічного розриву» (Р. Фостер його визначив як нездатність старої технології до модернізації, коли капіталовкладення у модернізацію не дають належного ефекту), підприємство приречене на занепад.

Однак доволі часто в практиці вітчизняного господарювання обґрунтування напряму і масштабів технологічних змін здійснюється за критерієм так званої «економічної доцільності», який найчастіше полягає у мінімізації витрат на технологічне оновлення. Здебільшого цьому є виправдання, оскільки фінансові ресурси багатьох вітчизняних підприємств є доволі обмеженими. Проте за цього підходу підприємство безнадійно відстає у технологічному плані, що впливає на його життєздатність. Тому обґрунтування технологічних змін має здійснюватись з урахуванням того, наскільки ці зміни здатні продовжити діяльність підприємства у найбільш продуктивній стадії його життєвого циклу – стадії стабільного функціонування і кількісного зростання. І технологічне оновлення має здійснюватися на принципово новій основі, яка розширюватиме інноваційні й ринкові можливості підприємства, даватиме йому змогу набагато гнучкіше реагувати на вимоги й потреби споживчих ринків. Тобто, технологічне оновлення має забезпечити «інноваційну чутливість» технологічної системи підприємства, яку пропонується визначати як її здатність до швидкого освоєння і виробництва нових видів (зразків) продукції – у відповідь на вимоги й потреби цільових споживачів, а також з метою створення нових споживчих потреб і способів їх задоволення.

Інноваційна чутливість технологічної системи підприємства визначається багатьма факторами, в першу чергу – загальним науково-технічним рівнем виробництва, який забезпечує гнучкість виробничих технологій, їх відкритість до радикальних нововведень. Співвідносячи класичний розподіл рівнів мінливості технологій із сучасними виробничими потребами, можна зазначити:

- чим вищою є варіативність споживчих потреб на обраному сегменті ринку, чим вищою науковість продукції підприємства, тим гнучкішою має бути технологічна система, тим більш відкритою до радикальних нововведень технологія;

- з посиленням ступеня мінливості технології зростає потреба в радикальних нововведеннях і одночасно знижується ступінь відкритості технологічної системи до таких нововведень: стабільні технології потребують

лише модифікацій і відкриті для них; плідотворні технології потребують нововведень малого і середнього ступеня радикальності і відкриті для конвеєра інновацій; мінливі технології закриті для радикальних нововведень і розвиваються шляхом заміни на нові або ж шляхом докорінних перетворень;

- чим вищим є науково-технічний рівень виробничої системи, тим вона більше відкрита до нововведень.

Опираючись на ці міркування, можна стверджувати, що найбільш відкритими до нововведень мають бути технологічні системи машинобудівних підприємств – оскільки у цій сфері науково-технічний прогрес відбувається набагато стрімкіше, ніж у інших секторах промислового виробництва. Водночас на машинобудівних підприємствах технологічні зміни найбільш суттєво впливають і на стан інших елементів внутрішнього середовища, зумовлюючи необхідність супутніх організаційно-структурних змін. Адже зазвичай ускладнюються інформаційні системи, змінюються процедури контролювання якості, з'являються нові центри прийняття рішень – і це потребує нової кваліфікації працівників, розширення кола їх компетенцій та зон відповідальності тощо.

Власне, кожна технологія – це не стільки технічні засоби для перетворення вихідної сировини у готову продукцію, а передусім знання, які потребують відповідної кваліфікації працівників. Це підкреслюється у відомому визначенні технології Л. Дейвіса «Технологія – це поєднання кваліфікаційних навичок, обладнання, інфраструктури, інструментів і відповідних технічних знань, необхідних для здійснення бажаних перетворень в матеріалах, інформації чи людях» [4]. Аналогічні акценти на ключовій ролі знань у здійсненні організаційних (в тому числі технологічних) змін ставить Н. Курган: «... прогресивною формою ефективного розвитку підприємств є такі якісні й кількісні зміни, які забезпечують досягнення цілей і завдань господарської діяльності на основі систематичної комерціалізації унікальних знань» [5, с. 34]. Саме унікальність закладених у технології знань дає можливість її розробникам перетворити технологію на товар, комерціалізувати

її. Тому придбання нових технологій на ринку не може обмежуватися лише технічною складовою, а супроводжуватися передачею усього комплексу інформації про особливості її використання – як у безпосередньо виробничому процесі, так і в процесі обслуговування. Лише за цих умов можна використати усі переваги нової технології, в тому числі – її здатність до переналагодження, до модифікації закладених у ній процесів, альтернативного ресурсозабезпечення тощо.

Зважаючи на специфіку машинобудування, підприємства якого виготовляють складну у технічному відношенні продукцію і доволі часто виступають учасниками технологічних ланцюжків, доцільно підкреслити, що технологічні зміни мають підвищувати здатність таких учасників до нарощування споживчої цінності кінцевого продукту і це збільшуватиме їх шанси збереження свого місця у таких ланцюжках. І ще краще – коли технологічні зміни забезпечать провідне місце підприємству у ланцюжку створення споживчої цінності. Однак для цього інноваційна складова технологічної системи має доповнюватися інноваційними змінами в інших складових внутрішнього середовища підприємства. І це в загальному забезпечуватиме збалансованість організаційних змін і їх взаємодоповнюваність [6]. Так, маркетингова підсистема має наповнюватися ефективними методами позиціонування нової продукції, методами сегментування ринку і цінової політики, упровадженням ефективних клієнтоорієнтованих технологій. Технологічні зміни можуть потребувати і вдосконалення організаційної структури, методів прийняття рішень, використання нових засобів обробки інформації. Як організаційні, так і економічні інновації мають сприяти зниженню витрат адміністрування, підвищенню рівня вмотивованості працівників до інноваційної активності зростання якості людського капіталу, підвищення інтелектуального потенціалу підприємства, зменшення опору інноваційним змінам тощо.

Таким чином, технологічне оновлення виробничих систем має здійснюватися таким чином, щоб забезпечувати інноваційну чутливість

підприємства, його здатність до швидкого реагування на зміну споживчих переваг і переналагоджування на промислове освоєння відповідних продуктових інновацій. Для підвищення інноваційної чутливості підприємства технологічні зміни мають здійснюватися комплексно, з опануванням і використанням усієї сукупності унікальних знань, які закладені в нову технологію і які потребують нових компетенцій у функціональних підсистемах управління підприємствами.

Список використаної літератури

1. Пріоритети інвестиційної політики у контексті модернізації економіки України. – К.: НІСД, 2013. – 48 с.
2. Гудима А. Енергоекономна Україна як альтернатива диверсифікації постачання газу /А. Гудима // Дзеркало тижня. – 2008. – (№ 9). – С.1,9.
3. Ілляшенко С.М. Проблеми і перспективи ринково-орієнтованого управління інноваційним розвитком. Монографія / С. М. Ілляшенко, І.О. Галиця, В.М. Герасимчук, О.Б. Жихор, – Суми: ТОВ «Друкарський дім «Папірус», 2011. – 644 с.
4. Lewis E. Devis. Job Satisfaction Research the Post Industrial View / Lewis E. Devis // Industrial Relations. – 1971. – vol.10. – P.176-193.
5. Курган Н.В. Управління господарською діяльністю підприємств інноваційного типу розвитку: дис.. ... канд..екон. наук:08.00.04 / Наталя Володимирівна Курган. – Харків, 2011. – 330 с.
6. Функціональні стратегії інноваційного розвитку промислового підприємства / За наук. ред. В.В. Стадник. – Хмельницький: ХНУ, 2016. – 446 с.

Пурій Г.В., к.е.н.,

доцент кафедри міжнародної економіки

Криворізький економічний інститут ДВНЗ «Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана»,

puriy_av@kneu.dp.ua

ЕКОНОМІЧНИЙ РОЗВИТОК В УМОВАХ ТРАНСФОРМАЦІЇ

Промислова революція вперше привернула увагу економістів до закономірностей тенденцій динаміки капіталістичної економіки, до дослідження коливань економічних змінних, і насамперед, економічного розвитку.

Економічний розвиток, в його класичному трактуванні, детермінується «поділом праці» і спеціалізацією. Спочатку процес розвитку виступає як кумулятивний результат взаємодії таких чинників:

- усе більш глибока спеціалізація;
- приріст заощаджень унаслідок зростання доходів;
- грошова економія фірми за рахунок зв'язків з іншими фірмами;
- зростання здатності й зацікавленості фірм впроваджувати технічні нововведення завдяки спеціалізації праці.

У результаті науково-технічного прогресу ХІХ ст. у галузі ресурсів і техніки визначення економічної сутності розвитку теж зазнало суттєвих змін:

1.Розвиток – поступовий процес, для якого характерні органічне зростання та еволюційний характер.

2.Розвиток – гармонійний процес, блага якого дістаються всім одержувачам доходів і поширюються на всю систему, оскільки економіка має такий характер, що всі її елементи взаємозалежні й доповнюють один одного.

3.Можна розраховувати на постійний економічний прогрес, тому що результати відкриття нових джерел ресурсів і технічних нововведень, очевидно, переважають ефект віддачі, що знижується, від споконвічно обмежених ресурсів.

Факти економічної дійсності перших десятиліть ХХ ст. внесли відповідні зміни у трактування економічного розвитку в умовах капіталізму. Йозеф Шумпетер обґрунтував гіпотезу, що економічний розвиток відбувається у формі дисгармонійних стрибків і ривків, які проходять унаслідок освоєння принципово нових інвестиційних проектів (інновацій). Процес розвитку неминує припускати чергування порівняно недовгих періодів процвітання і депресії через порушення звичного для системи кругообігу ресурсів і доходів.

Друга половина ХХ ст. характеризується загостренням кризових явищ в економічних системах, що розвиваються. Головні економічні проблеми слаборозвинутих країн пов'язувалися зі зростанням і структурними змінами, без яких процес розвитку неможливий, а також із місцем цих країн у світовій економіці та розподілом доходу, багатства і влади. Розвиток економічних

систем в теорії стадій економічного зростання Вільяма Ростоу включає п'ять лінійних стадій:

1) традиційне суспільство – технологічно відстале суспільство, в якому переважають аграрні відносини та ієрархічна соціальна структура;

2) формування передумов для стрибка – характеризується використанням новітніх технологій у сільському господарстві за рахунок появи нових інвесторів;

3) стрибок до кумулятивного зростання – характеризується самодетермінованістю процесів зростання та формуванням соціально-політичної структури суспільства, спрямованої на підтримання новітніх технологій;

4) перехід до технологічної зрілості – довготривалий період технологічного прогресу;

5) стадія масового споживання – найтриваліша стадія, в ході якої формується суспільство добробуту та ускладнюється процес виробництва споживчих благ.

Перехід до стадії зростання можливий за умов мобілізації внутрішніх та зовнішніх інвестиційних ресурсів. Вплив інвестицій на пожвавлення економічного зростання описано в моделі Харода-Домара, суть якої зводиться до необхідності заощадження та мобілізації значної частки національного доходу у формі інвестицій задля нарощення темпів економічного розвитку.

Аналіз капітальних інвестицій в Україні за 2010 – 2015 рр. (рис.1) свідчить про спад вкладень, починаючи з 2012 року.

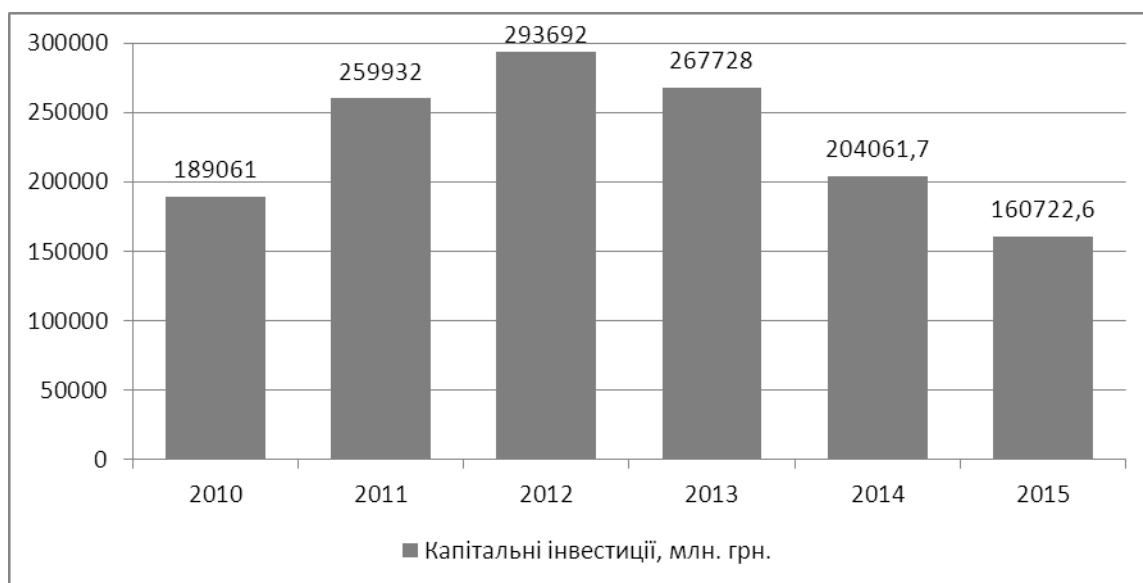


Рисунок 1 - Динаміка капітальних інвестицій в Україні за 2010 – 2015 рр.

Негативні тенденції мають прямі іноземні інвестиції в Україну за 2010 – 2015 рр. (рис.2).



Рисунок 2 - Динаміка прямих іноземних інвестицій в Україну за 2010 – 2015 рр

Наведені дані свідчать про обмежені можливості економічного зростання держави або перехід до нової стадії розвитку.

Мобілізація внутрішніх резервів також має суперечливі тенденції в динаміці (рис.3). Витрати населення зростають випереджальними темпами, тому падіння заощаджень триває.

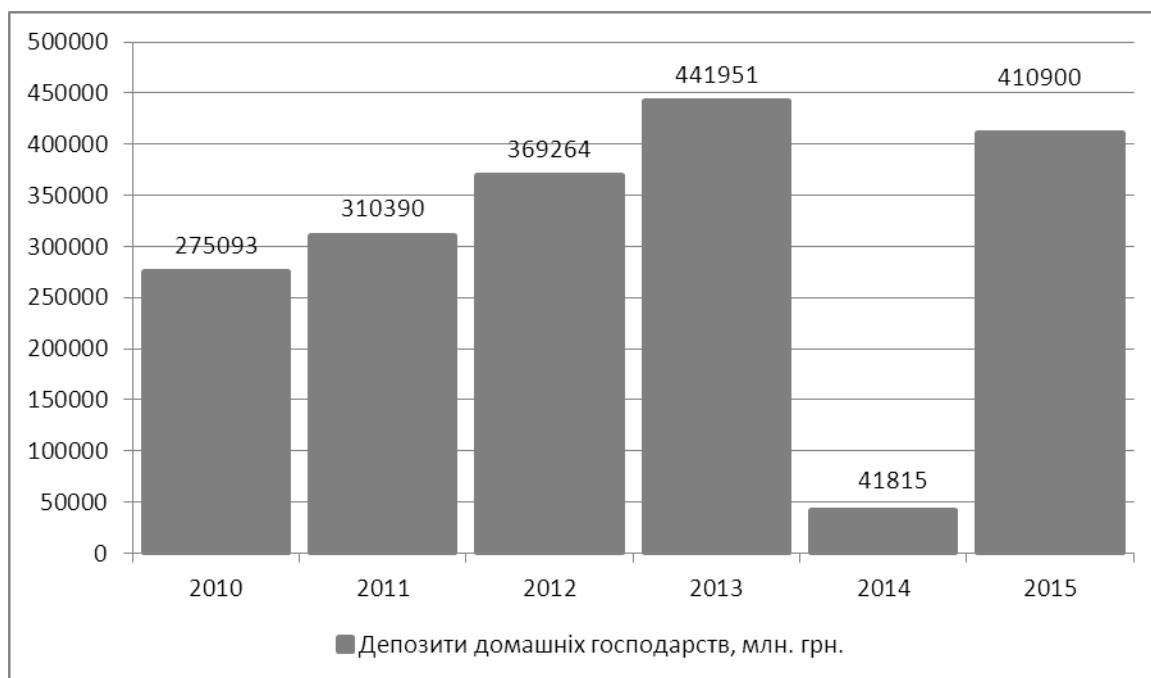


Рисунок 3 - Динаміка депозитів домашніх господарств в Україні за 2010–2015 рр

Практична реалізація моделі Харода-Домара, яка пов'язує зростання виробництва (ВВП) з нормою та ефективністю нагромадження, передбачає спрямування зусиль на збільшення заощаджень, які стануть базисом для розвитку економіки.

За наявних тенденцій перехідний стан економічної системи України можна розглядати як перехід від одного рівноважного стану до іншого. Для забезпечення зростання економічного росту держави та переходу до нової стадії необхідно забезпечити низку чинників: підвищення інвестиційної привабливості країни для іноземних інвесторів, підвищення рівня заощаджень населення та ін. Зазначені проблеми можуть бути вирішені шляхом реалізації політики соціальної ринкової економіки.

Важливим складником соціальної ринкової економіки є соціальний порядок. Успішна економічна політика є одночасно хорошою соціальною

політикою, вважаючи на взаємозалежність економічного та суспільного порядку можна стверджувати, що економічна політика, яка спроможна забезпечити стабільність грошей, економічне зростання та повну зайнятість є одночасно найкращою соціальною політикою в найширшому розумінні слова. Адже успішна економічна політика не тільки створює необхідну матеріальну базу для соціально зумовленого трансферу доходів, але й розвантажує соціальну систему, наприклад, від необхідності сплачувати допомогу по безробіттю, соціальну допомогу тощо. Крім того, зростання реальних доходів громадян дозволяє їм вживати заходів для індивідуального соціального забезпечення і переймати таким чином на себе відповідальність за своє майбутнє.

Список використаної літератури

1. Державне регулювання економіки: Навч. посібник/ С.М. Чистов, А. Є. Никифоров, Т.Ф. Куценко та ін. – К.: КНЕУ, 2000. – 316 с.
2. Национальная экономика: Учебник/ Под ред. П.В. Савченко. – М.: Экономист, 2005. – 813 с.
3. Трансформаційна економіка: Навчальний посібник для студ. вищих навчальних закладів/ Ю.К. Зайцев, І. Й. Малий, О.М. Мельник; Ред. В.С. Савчук. – К.: КНЕУ, 2006. – 612 с.
4. Кредити та депозити 2015 року. Департамент статистики та звітності. Статистичний випуск. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: www.bank.gov.ua/doccatalog/document?id=66234
5. Соціально-економічний розвиток України за 2015 рік. Державна служба статистики України. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: www.ukrstat.gov.ua/operativ/operativ2015/so.../arh_soekru_15.htm

*Рассадникова С.І., к.е.н., с.н.с., доцент
старший науковий співробітник відділу
економічного регулювання природокористування
Інститут проблем ринку та економіко-екологічних
досліджень НАН України
rassadnikovas@mail.ru*

ІНВЕСТИЦІЙНА ПОЛІТИКА В СФЕРІ ПРИРОДОКОРИСТУВАННЯ: ТЕОРЕТИЧНІ ТА ПРИКЛАДНІ ПРОБЛЕМИ

Сучасні глобальні та трансформаційні виклики, потреби інноваційного оновлення економіки у всіх сферах та секторах, формування інформаційного суспільства формують нові потреби та вимоги до інвестиційної політики, забезпечення природокористування. У нашому дослідженні ми виходимо з того, що під інвестиційною політикою в сфері природокористування розуміється складова частина соціально-економічної політики держави по досягненню еколого збалансованого розвитку і визначає мету, задачі, принципи, напрямки, форми і методи підвищення ефективності інвестиційної діяльності, а також способи впливу на інвестиційні процеси в природокористуванні. Основна націленість інвестиційної політики – це перехід до збалансованого та стабільного природокористування, орієнтація на довгострокову перспективу, збільшення конкурентоздатності країни та її регіонів внаслідок зниження екологічних ризиків.

Однією з ключових умов руху до переходу на принципи сталого розвитку є удосконалення інвестиційної діяльності в сфері природокористування, яка є підґрунтя життєдіяльності та життєздатності суспільства, забезпечення його матеріальних та духовних потреб. В першу чергу це обумовлено впливом якості навколишнього природного середовища та ефективності використання природних ресурсів на динаміку економічного розвитку та якості життя населення.

В той же час в стратегічних документах про напрями розвитку країни в Указі Президента України «Про Стратегію сталого розвитку "Україна - 2020"[1] визначена головна ціль реформування системи державного управління, в систему реформування управління економікою не включено формування ефективної інвестиційної політики у сфері природокористування, не визначено механізм поєднання екологічних, соціальних та економічних аспектів розвитку, необхідність поліпшення управління природокористуванням як єдиної системи.

Трансформація економіки, ріст цінності природних благ унаслідок зростаючого їхнього дефіциту, спрямованість на досягнення цілей сталого розвитку обумовлює необхідність упровадження адекватних методів управління інвестиціями. Теоретична і практична потреба в розробці довгострокових дій по стабілізації ситуації в природокористуванні потребує розробки виваженої інвестиційної політики у сфері природокористування, яка є важливою складовою досягнення сталого розвитку.

До вагомих напрямів інвестиційної політики у сфері природокористування з авторських позицій пропонується віднести наступне:

- перетворення інвестиційного забезпечення в невід'ємну складову досягнення стратегії сталого розвитку;
- підвищення ролі держави як гаранта прав інвесторів, створення сприятливого правового поля та інвестиційного клімату;
- здійснення процесу інституалізації інвестиційного забезпечення природокористування, удосконалення законодавчої, організаційної бази інвестування та інше;
- розроблена активної стратегії інвестиційного забезпечення природокористування та постановка стратегічних цілей, що засновано на динамічному та системному підході до природокористування;
- формування дієвого та ефективного механізму регулювання інвестиційним процесом та інструментів залучення інвестицій;
- пріоритет державної підтримки еколого безпечних інвестиційних рішень та проектів;

- інноваційність інвестиційного забезпечення, впровадження новітніх технологій розробки та використання природних ресурсів, енерго- та ресурсозбереження в процесі перетворення, використання природних ресурсів, глибоке їх перероблення, підвищення науко місткості виробництв, що добувають та перероблюють природні ресурси;
- ефективне використання обмежених бюджетних інвестицій;
- підсилення моніторингу та контролю за витраченням та вкладанням інвестицій, послідовна децентралізація процесів інвестування природокористування, розвиток інвестиційного партнерства між державою та бізнесом та міждержавне співтовариство;
- єдність дій різних гілок влади, щодо інвестиційного забезпечення природокористування та узгодженість інвестиційної, соціальної, економічної та інших складових.

Науково обґрунтована інвестиційна політики повинна спиратися на розроблену теоретико-методологічну базу та систему критеріїв, які визначали виділення пріоритетних напрямів інвестиційної діяльності. До таких критеріїв слід віднести найбільш загальні, такі, наприклад:

1. Технічний стан природоохоронних об'єктів, споруд (природоохоронних фондів), екологічної інфраструктури, природозберегаючої техніки і технологій, обладнання для добування та використання природних ресурсів та інші.
2. Ефективність використання природних ресурсів, екологічної інфраструктури, природоохоронних об'єктів.
3. Екологічний стану територій, природно-ресурсного потенціалу, рівня екологічного безпеки.

Особливої уваги в сфері формування інвестиційної політики як самостійного напрямку економічної діяльності держави і регулювання екологічно збалансованого соціально-економічного розвитку нехайно потребує розвиток інвестиційної та екологічної інфраструктури [2,3], створення сприятливого інвестиційного та інституційного середовища для інвестиційної

діяльності в сфері охорони і використання природно-ресурсного потенціалу[1]. Покращення інвестиційного клімату є важливою задачею держави, рішення якою базується на основі включенням перспективних заходів, напрямів, механізм створення сприятливого інвестиційного середовища для вкладення інвестицій в пріоритетні напрями сфери природокористування та забезпечення ресурсно-екологічної безпеки.

В рамках формування активної інвестиційної політики представляється необхідним запровадження інвестиційної підтримки природокористування поновлення механізмів надання кредитів підприємствам на середньострокову та довгострокову перспективу, відновлення роботи банківського сектору і кредитування; удосконалення механізмів та інструментів залучення вітчизняних та іноземних інвестицій. Розробка та впровадження заохочувальних механізмів залучення інвестицій передбачає надання пільг, диференціацію податків, кредитів зі знижкою кредитної ставки, лізингових схем, поворотного (пільгові кредити) та безповоротного (фінансування, спів фінансування інвестиційних проектів по досягненню ресурсно-екологічної безпеки, здешевлення кредитів), бюджетного фінансування. Вкрай важливі також надання державних гарантій: у випадках складної і загрозливою з ресурсно-екологічної безпекою та ситуацією для населення і економіки країни.

Визначальні переваги дає впровадження сучасних інноваційних методів управління природокористування [4], організації управління, маркетингу.

Налагодження відкритого діалогу та співпраці між державою та інвесторами-підприємствами, Їх підтримка органами влади, формування механізму державно-приватного партнерства, ефективне використання вітчизняних та іноземних інвестицій повинно стати важним напрямом формування інвестиційної політики у сфері природокористування в країні. Стимулювання інвестиційної активності та акумуляція необхідних обмежених інвестиційних ресурсів в сфері природокористування може бути досягнута через механізми державно-приватного партнерства [5]. Потенціал державно-приватного партнерства (ДПП) у природокористуванні в Україні значний, якій

включає сукупність додаткових ресурсів, можливості для рішення суспільно значимих екологічних проблем країни та регіонів.

Формування дієвої інвестиційної політики сфери природокористування в Україні потребує стратегічного бачення та розробку теоретико-методологічного підґрунтя, організаційної та інституційної основи, прийняття державних управлінських рішень.

Список використаної літератури

1. Указ Президента України «Про Стратегію сталого розвитку "Україна - 2020"» [Електронний ресурс] // Указ Президента України від 12.01.2015 № 5/2015). - Режим доступу до ресурсу:

<http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/5/2015>).

2. Рассадникова С.І. Методологічні засади та напрями розбудови екологічної інфраструктури в рішенні проблем ноосферного сталого розвитку / С.І. Рассадникова // Ученые записки Таврического национального университета. - Т.26(65). - № 3, 2013. – С. 200-211.

3. Рассадникова С.І. Програмно-цільовий підхід до розвитку екологічної інфраструктури: концептуальні та нормативно-методичні основи / С.І. Рассадникова // Економічні інновації: збірник наукових праць / ІПРЕДНАУ. – О., 2013. – Вип. 54. – С.270-281.

4. Рассадникова С.І. Система управління природокористуванням: процеси удосконалення та теоретичні основи/С.І. Рассадникова// Економіка: реалії часу. Науковий журнал. – 2015. –№ 5(21).- С.167-175. – [Електронний ресурс]. - Режим доступу: електронний науковий журнал «Економіка: реалії часу». - <http://economics.opu.ua/archive.html>.

5. Рассадникова С.И. Реализация механизма государственно-частного партнерства в сфере экологической инфраструктуры в системе устойчивого развития Украины / С.И. Рассадникова //International Journal of Sustainable Development (Международный журнал устойчивого развития). - vol. 8 – may 2013 (выпуск 8 – май 2013). – p. 137-141.

*Сидор Г. В., канд. екон. наук,
старший викладач кафедри
фундаментальних та спеціальних дисциплін
Чортківського навчально-наукового інституту підприємництва і бізнесу
Тернопільського національного економічного університету
sidor.gal@yandex.ua*

ІНВЕСТИЦІЙНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ПРІОРИТЕТНИХ ГАЛУЗЕЙ ЕКОНОМІКИ

Стимулювання залучення інвестиційних ресурсів у пріоритетні галузі економіки належить до актуальних напрямів державної інвестиційної політики України. Згідно із Законом України від 06.09.2012 р. “Про стимулювання інвестиційної діяльності у пріоритетних галузях економіки з метою створення нових робочих місць” [1] у травні 2013 р. Уряд схвалив відповідну постанову КМУ, у якій наведено перелік пріоритетних галузей вітчизняної економіки [2].

У стратегічних документах та державних програмах [3] наголошується на потребі в додаткових інвестиційних ресурсах для пріоритетних сфер економічної діяльності. Реалізувати глобальне завдання підрахунку їхніх обсягів можна у два етапи. На першому етапі необхідно провести оцінювання взаємозв’язку між інвестиціями в основний капітал (як головного інвестиційного ресурсу в машини, капітальне будівництво, транспортні засоби тощо) та валовою доданою вартістю (як основного макроекономічного показника економічного зростання виду економічної діяльності). Валова додана вартість є важливим показником як із позицій галузі, оскільки охоплює валовий дохід, витрати на оплату праці, податки, пов’язані з виробництвом, так і загалом для економіки, оскільки підвищення темпів його зростання в галузях приводить до зростання ВВП.

На другому етапі потрібно розробити короткострокові прогнози (які будуть базуватися на 3 сценаріях – песимістичному, середньому та оптимістичному). Таким чином можливо достовірно розрахувати обсяг інвестицій в основний капітал, який потрібно залучити у пріоритетні галузі

економічної діяльності для підтримки їхнього розвитку. Галузі, що спрямовані на забезпечення потреб суспільства у високоякісних послугах, у високотехнологічній продукції, у створенні нових робочих місць тощо, є пріоритетними галузями економіки.

Відповідно до розпорядження КМУ від 14 серпня 2013 р. [2] до переліку пріоритетних галузей економіки належать такі:

- агропромисловий комплекс за напрямками: виробництво, зберігання харчових продуктів, у тому числі дитячого харчування, а також виробництво біопалива з орієнтацією на імпортозаміщення;

- житлово-комунальний комплекс за напрямками: створення об'єктів поводження з відходами (побутовими, промисловими та відходами, які утворилися в результаті добування та перероблення корисних копалин і виробництва електричної та теплової енергії); будівництво, реконструкція і технічне переоснащення у сфері тепlopостачання, централізованого водопостачання й водовідведення;

- машинобудівний комплекс за напрямками: виробництво нових та імпортозаміщуючих видів комп'ютерів, електронної й оптичної продукції, машин і устаткування, електричного устаткування, автотранспортних та інших транспортних засобів;

- транспортна інфраструктура за напрямками: будівництво, реконструкція і технічне переоснащення у сфері транспортної інфраструктури;

- курортно-рекреаційна сфера й туризм за напрямками: будівництво курортно-рекреаційних об'єктів та об'єктів туристичної інфраструктури;

- переробна промисловість за напрямком: імпортозаміщуюче металургійне виробництво [2].

Прямі іноземні інвестиції з країн світу в економіці України за видами економічної діяльності за станом на 01.01.2016 р. наведені в табл. 1.

Таблиця 1

Прямі іноземні інвестиції з країн світу в економіці України за видами економічної діяльності за станом на 01.01.2016 р.

Галузь	Обсяги прямих інвестицій з країн світу в економіці України за видами економічної діяльності за станом на 01.01.2016 р. (млн. дол. США)	У % до підсумку
Усього	43371,4	100
Сільське господарство, мисливство, лісове господарство	500,6	1,2
Промисловість	13280,1	30,6
Будівництво	1158,3	2,7
Торгівля; ремонт автотранспортних засобів	5659,5	13,0
Транспорт, зв'язок, інформація	3505,9	8,1
Фінансова та страхова діяльність	11823,9	27,3
Професійна, наукова та технічна діяльність	2174,5	5,0
Надання інших видів послуг	1785,6	4,1

Джерело: [4]

Найбільша частка в структурі прямих іноземних інвестицій припадає на підприємства промисловості. За станом на 01.01.2016 р. зосереджено 13280,1 млн. дол. США (30,6% від їх загального обсягу) прямих іноземних інвестицій, спрямованих з країн світу у вітчизняну економіку. Акумуляовано 500,6 млн. дол. США (1,2% від загального обсягу) прямих іноземних інвестицій у галузях сільського господарства, мисливства, лісового господарства. Інвестиції, спрямовані у фінансову та страхову діяльність, посідають друге місце і становлять 27,3% від їх загального обсягу, тобто їм належить значна частка. Варто зазначити, що більш привабливими для іноземних інвесторів є високорентабельні галузі економіки.

Прямі іноземні інвестиції з України в економіці країн світу за видами економічної діяльності за станом на 01.01.2016 р. наведені в табл 2.

Таблиця 2

Прямі іноземні інвестиції з України в економіці країн світу за видами економічної діяльності за станом на 01.01.2016 р.

Галузь	Обсяги прямих інвестицій за видами економічної діяльності за станом на 01.01.2016 р. (млн. дол. США)	У % до підсумку
Усього	6210,0	100,0
Сільське господарство, мисливство, лісове господарство	16,7	0,3
Промисловість	111,2	1,8
Будівництво	8,2	0,1
Торгівля; ремонт автотранспортних засобів	80,8	1,3
Транспорт, зв'язок, інформація	25,4	0,4
Фінансова та страхова діяльність	517,3	8,3
Операції з нерухомим майном	45,7	0,8
Професійна, наукова та технічна діяльність	5397,3	86,9
Надання інших видів послуг	7,4	0,1

Джерело: [4]

Проаналізувавши прямі іноземні інвестиції з України в економіку країн світу за видами економічної діяльності, зазначимо, що збільшилися надходження у сферу професійної, наукової та технічної діяльності, про що свідчать дані табл. 2. Так, частка вкладених коштів становить 86,9% від їх загального обсягу, що позитивно характеризує інвесторів, які фінансують інноваційну діяльність.

Для вітчизняних інвесторів менш привабливими були і є такі перспективні галузі, як сільське господарство, мисливство, лісове господарство та будівництво. На них припадає відповідно 0,3% та 0,1% у загальній сумі іноземних інвестицій. Дані табл. 2 свідчать про те, що за станом на 01.01.2016 р. вітчизняні інвестори акумулювали в промисловість 1,8% інвестицій від їх загального обсягу.

Проведене дослідження дало можливість зробити висновок про те, що спостерігається суттєва різниця між галузями економіки, в які вітчизняні

інвестори спрямовують кошти за кордон, і тими, що вливаються з-за кордону (табл. 1–2).

Вивчення інвестиційного забезпечення пріоритетних галузей економіки завжди перебуває в центрі уваги економічної спільноти. Це зумовлено тим, що забезпечення достатніх обсягів інвестицій в економіку будь-якої країни за видами економічної діяльності є необхідною передумовою зростання її економічного потенціалу та соціального розвитку.

Список використаної літератури

1. Про стимулювання інвестиційної діяльності у пріоритетних галузях економіки з метою створення нових робочих місць : Закон України [№ 5205-VI від 06.09.2012 р.]. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу до ресурсу : zakon.rada.gov.ua/laws/show/5205-17
2. Уряд затвердив перелік пріоритетних галузей економіки // Міністерство економічного розвитку і торгівлі України : офіц. веб-сайт. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу до ресурсу : http://www.me.gov.ua/control/uk/publish/article?art_id=218617&cat_id=38461
3. Про затвердження Державної програми активізації розвитку економіки на 2013–2014 рр. : Постанова Кабінету Міністрів України № 187 від 27.02.2013 р. // Верховна Рада України : офіц. веб-сайт. [Електронний ресурс]. – Режим доступу до ресурсу : <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/187-2013-%D0%BF>
4. Сайт Державної служби статистики України [Електронний ресурс]. – Режим доступу до ресурсу : <http://www.ukrstat.gov.ua>
5. Сидор Г. В. Інвестиційна привабливість регіонів / Г. В. Сидор, Г. І. Давидовська // Сталий розвиток економіки. – 2015. – № 2 (27). – С. 184–189.

*Сорокіна А. М., студентка
Факультету економіки і менеджменту
Херсонський державний університет
GrinchakAlena1994@mail.ru*

АКТУАЛЬНІСТЬ ІННОВАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ТА ПРОБЛЕМИ РЕГУЛЮВАННЯ

В умовах ринкової економіки значно зростає роль інноваційної діяльності в державі. Саме від активності інноваційних процесів залежить успіх перетворень у сферах економічного, політичного та соціального життя. Ситуація, яка склалась в українській економіці, дає нові можливості для розвитку сфер, пов'язаних з інноваційною діяльністю. Підприємства проводять наукові дослідження та розробляють нову продукцію з метою диверсифікації виробництва, його модернізації, створення високих технологій і сучасного виробничого потенціалу шляхом заміни машин та устаткування.

Під впливом зростаючої внутрішньої і зовнішньої конкуренції інновації стають найважливішим елементом управління на підприємстві. Нові ідеї і продукти, прогресивні технології й організаційні рішення дедалі більшою мірою визначають успіх підприємницької діяльності, забезпечують виживання і фінансову стабільність фірми. У свою чергу, інноваційна спрямованість стратегії і тактики розвитку виробництва ставить нові вимоги до змісту, організації і методики управлінської діяльності, що зумовлює необхідність формування й удосконалення специфічних форм інноваційної діяльності.

Поняття «інноваційна діяльність» означає самостійний вид діяльності підприємства, пов'язаний з управлінням процесами відновлення всіх об'єктів господарювання в ринковій економіці. Для вітчизняної економіки саме інновації та інноваційний розвиток є рушійною силою, яка здатна забезпечити економічну незалежність України.

Особливе значення для України має творче використання досвіду розвинених країн по реалізації заходів державної підтримки інноваційних

процесів в економіці. Це дозволить сформувати діючу вітчизняну систему стимулювання інноваційної діяльності. Актуальність дослідження даних питань зростає у зв'язку з тим, що українська економіка прагне до гідного й органічного входження у світове співтовариство. Подолання відставання практично у всіх галузях і сферах виробництва припускає посилення інноваційного характеру підприємницької діяльності, формування особливої інноваційної сфери та законодавчого її регулювання.

Проблемам інноваційної діяльності присвячені дослідження багатьох відомих вітчизняних та іноземних учених-економістів: П. Беленького, В. Беренса, Г. Бірмана, С. Вовканича, В. Геєця, О. Гончаренка, М. Долішнього, О. Іващенко, М. Крупки, О. Кузьміна, А. Мазаракі, Б. Патона, А. Пересади, П. Хавранека, А. Чухна, С. Шмідта та ін. Проте багато питань із покращення економічного механізму активізації інноваційної діяльності залишаються невисвітленими і потребують теоретичного, методичного та практичного вирішення.

Поняття «інновація», «інноваційний процес», «нововведення» вперше з'явилося ще в XIX ст. у праці «Теорія економічного розвитку» Й. Шумпетера [8]. Різні вчені характеризують інновації залежно від об'єкта і предмета свого дослідження (табл.1). Наприклад, відомий угорський учений Б. Санто вважає, що інновація – це такий суспільний техніко-економічний процес, який через практичне використання ідей і винаходів приводить до створення кращих за своїми властивостями виробів та технологій [4, с. 30]. Брайн Твісс у праці «Управління науково-технічними нововведеннями» визначає інновацію як процес, у якому винахід або ідея набувають економічного змісту [7, с. 37]. Девендра Сахал у роботі «Технічний процес: концепції, моделі, оцінки» [5] розглядає інновації як елементи, що виводять із рівноваги всю економічну систему. Вони супроводжуються стійкими коливаннями, що продовжуються тривалою дією окремих радикальних нововведень. П. Друкер характеризує інновацію як особливий засіб підприємців, за допомогою якого вони досліджують зміни, що мають місце в

економіці та суспільстві, з метою використання їх у бізнесі чи в різних сферах обслуговування [1,с. 41]. В табл. 1 представлені дослідження відомих вчених стосовно змісту категорії «інновація».

Таблиця 1

Зміст категорії «інновація» в дослідженнях різних авторів

Автор, назва роботи	Зміст визначення
Шумпетер Й. [8]	Інновація – це нова комбінація. Інновація в економіці, будь-яке нововведення в мистецтві, науці, життєвій практиці – головним чином полягає в рекомбінації концептуальних фізичних матеріалів, які існували на ринку.
Санто. Б.[4]	Інновація – це такий суспільний, технічний чи економічний процес, який через практичне використання ідей і винаходів приводить до створення кращих за своїми властивостями виробів, технологій і у випадку, якщо вона на ринку може принести додатковий дохід.
Твісс Б.[7]	Нововведення – це пропозиція на ринку чогось нового, за що споживач готовий платити. Винахід стає нововведенням, якщо здобуває успіх на ринку. Нововведення – це застосування, тобто процес, у якому винахід чи ідея набувають економічного змісту.
Друкер П.[1]	Інновація – це особливий засіб підприємців, за допомогою якого вони досліджують зміни, що мають місце в економіці та суспільстві, з метою використання їх у бізнесі чи в різних сферах обслуговування. Інновація (новаторство) не стільки технічний, скільки економічний або соціальний термін.

За функціональним підходом інновації – це процес свідомого здійснення змін у техніці, технології, організації праці. За атрибутивного – інновації розглядаються як одна з можливих реакцій підприємства на суспільні потреби. Предметний підхід стосується цілої сукупності виробів, процедур і методів, що характеризуються певними рисами.

Йозеф Шумпетер характеризував інновацію як нову комбінацію виробничих чинників, мотивованих підприємництвом. Їх здійснює підприємець, що «спрямовує засоби виробництва в нове русло» і завдяки цьому отримує підприємницький прибуток.

Основними об'єктами інноваційної діяльності є:

- інноваційні проекти і програми;
- інтелектуальні продукти та нові знання;
- виробниче обладнання та виробнича інфраструктура;
- сировинні ресурси, засоби їх видобування і переробки;
- товарна продукція і механізми її збуту.

Суб'єктами інноваційної діяльності можуть бути фізичні і (або) юридичні особи України, фізичні і (або) юридичні особи іноземних держав, особи без громадянства, об'єднання цих осіб, які провадять в Україні інноваційну діяльність і (або) залучають майнові та інтелектуальні цінності, вкладають власні чи запозичені кошти в реалізацію в Україні інноваційних проектів [2].

Таким чином, інноваційна діяльність – це сукупність робіт, які виконуються певними організаційними структурами від зародження ідеї, її розроблення і до комерціалізації в умовах конкуренції.

До основних чинників, які негативно впливають на інноваційний розвиток та його управління, слід віднести:

- низький рівень бюджетного фінансування науково-дослідних робіт, що передують інноваціям;
- відсутність механізмів надання пільг промисловим підприємствам, що впроваджують інновації;
- відсутність галузевої програми державної інноваційної політики, економічних механізмів, спрямованих на забезпечення переходу на інноваційну модель розвитку;
- відсутність галузевого інноваційного фонду для фінансування науково-дослідних робіт;

- наявність податку на чистий прибуток державних підприємств [6, с. 25-27].

Основними завданнями, що сприятимуть інноваційному розвитку, є:

- структурна перебудова національної економіки;
- створення ефективної інфраструктури інноваційної діяльності;
- підготовка кадрів високої кваліфікації для високотехнологічних галузей, а також менеджерів інноваційної діяльності;
- створення ринку інноваційної продукції, на якому буде забезпечений належний рівень захисту інтелектуальної власності;
- широке застосування в усіх галузях економіки і сферах суспільного життя інформаційно-комунікаційних технологій;
- удосконалення системи державної підтримки та регулювання інноваційної діяльності;
- підвищення інноваційної культури суспільства [3, с. 120].

Отже, на нашу думку, основними проблемами інноваційного розвитку в Україні та її регіонах на сучасному етапі є:

- відсутність реальних механізмів об'єднання наявних ресурсів, їх концентрації на найбільш значних та перспективних напрямках розвитку;
- відсутність залежності між збільшенням обсягу продажу приватними компаніями і зростанням фінансування здійснюваних ними досліджень і розробок;
- інноваційна політика не має чіткої спрямованості у вирішенні конкретних економічних проблем регіонів.

Тому для вирішення головних проблем, інноваційний розвиток України повинен базуватися на:

— впровадженні цілеспрямованої державної промислової та інвестиційної політики, спрямованої на активізацію нововведень, як пріоритетної складової загальної стратегії соціально-економічного розвитку держави, забезпеченні єдності структурної та інноваційної політики;

— створенні сприятливих інституційних умов для інноваційної діяльності в країні: правового забезпечення інноваційної діяльності підприємств; запровадження дієвого пільгового режиму здійснення інноваційної діяльності; удосконалення механізмів фінансування інноваційної діяльності;

— застосуванні засобів захисту національного ринку, виробництва та капіталу, заохоченні їхнього розвитку, стимулюванні інноваційної спрямованості останнього;

— послідовному збільшенні сукупного попиту, вдосконаленні інфраструктури ринків з метою підвищення частки складних, наукоємних продуктів в особистому та виробничому споживанні;

— створенні умов для реалізації вітчизняними підприємствами наступальної стратегії на зовнішніх ринках, підтримки конструктивної конкуренції на внутрішньому ринку, яка заохочуватиме підприємства до інноваційної діяльності;

— диверсифікації організаційних форм функціонування національної економіки, забезпеченні співпраці малих, середніх та великих підприємств, підтримки провідних великих підприємств та об'єднань, які мають змогу реалізувати загальнодержавні інноваційні пріоритети, розвитку науково-виробничої кооперації, венчурного бізнесу, промислово-фінансової інтеграції, в тому числі — на міжнародному рівні;

— забезпеченні тісної інтеграції виробництва, фінансів, науки, освіти з метою сприяння випереджувальному розвитку науково-технологічної сфери;

— конверсії "тіньових" капіталів та залученні "тіньового" сектора до сфери легального обігу фінансових ресурсів, інвестування і розширення на цій основі власних ресурсів підприємств для інноваційної діяльності;

— пріоритетному розвитку людського капіталу як основи майбутнього постіндустріального суспільства.

Список використаної літератури

1. Друкер П. Як забезпечити успіх у бізнесі / П. Друкер. – К.: Україна, 1994. – 412 с.
2. Закон України «Про інноваційну діяльність» [Текст]: Закон України від 04.07.2002 р. // Відомості Верховної Ради України. – 2002. – № 36.
3. Микитюк П. П. Інноваційна діяльність: навч. посіб. / П.П. Микитюк, Б.Г. Сенів. – К.: Центр навч. літ., 2009. – 320 с.
4. Санто Б. Инновация как средство экономического развития / Б. Санто. – М.: Прогрес, 1990. – 308 с.
5. Сахал Д. Технический прогресс: концепции, модели, оценки / Д. Сахал; под ред. А.А. Рывкин. – М.: Финансы и статистика, 1985. – 367 с.
6. Солоха Д.В. Інноваційний розвиток як запорука економічного зростання // Актуальні проблеми економіки. – 2007. – №6(72). – С. 25-27.
7. Твисс Б. Управление научно-техническими нововведениями / Б. Твис. – М.: Экономика, 1989. – 374 с.
8. Шумпетер Й.А. Теорія економічного розвитку: дослідження прибутків, капіталу, кредиту, відсотка та економічного циклу / Й.А. Шумпетер / Пер. з англ. В. Старка. – К.: Видавничий дім «КМА», 2011. – 242 с.

Стець Ю. Г., студентка
grystec@gmail.com

Науковий керівник : Лучко Г. Й., к.е.н., асистент кафедри технологій
управління

Національний університет «Львівська політехніка»
halyna.y.luchko@lpnu.ua

ІНВЕСТИВАННЯ ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВ УКРАЇНИ

Ефективна національна інноваційна система є ключовим механізмом для розвитку інноваційного потенціалу економіки та розвитку якісно нової конкурентної економіки, заснованої на інноваціях. Інноваційний розвиток є основою, яка визначає економічну міць підприємств країни і їх перспектив на світовому ринку [2]. Він притаманний більшості підприємств у високо розвинених країнах і є вагомим фактором їх економічного зростання. Методологія інноваційного розвитку нерозривно пов'язана з науково - технічним прогресом і теорією економічного зростання [5].

В сучасних умовах успішність розвинутих країн в першу чергу забезпечується максимально успішним переходом до інноваційних моделей розвитку економік, які застосовують інновації у виробництві, готують трудові кадри високої якості, і використовують нові методи та підходи в управлінні та менеджменті.

Інвестиційна підтримка є одним з ключових чинників, які забезпечують економічний розвиток, впровадження інноваційних проектів. Цілями розробки інвестиційного механізму, спрямованого на інноваційно - технологічний розвиток в Україні є наступні:

- 1) управління інноваційними проектами, їх рентабельністю та ризикованістю;
- 2) створення прозорих інформаційних потоків у проектах для забезпечення впевненості інвесторів та партнерів у правильному виборі об'єктів інвестування;
- 3) постійне покращення інвестиційного іміджу України;
- 4) визначення стратегічних напрямків розвитку України.

Інвестиційне забезпечення реалізації інноваційного потенціалу країни залежить від інвесторів, а також від державних і місцевих органів влади, науково-технічних організацій, постачальників, співробітників, а також вирішує більшість основних завдань і проблем економічного розвитку.

Упродовж 2012–2014 рр. частка підприємств, які займались інноваційною діяльністю, за рекомендованими видами економічної діяльності, становила 14,6%, у т.ч. здійснювали технологічні інновації – 9,5% (5,2% – продуктові і 7,2% – процесові), нетехнологічні – 8,6% (4,7% – організаційні і 6,4% – маркетингові). Слід зазначити, що існує прямий зв'язок між розміром підприємства і його рівнем інноваційності, оскільки для впровадження інновацій необхідно мати певну кількість персоналу, задіяного для виконання наукових досліджень і розробок. Відповідно найвища частка як технологічно активних, так і нетехнологічно активних підприємств, була серед великих підприємств (відповідно 32,9% і 20,7%) [1].

Доцільно зауважити, що промислові підприємства застосовують інновації частіше, ніж фірми сфери послуг. Також високою інноваційною активністю в Україні виділяються компанії фінансового сектора. Дані статистики, свідчать про те, що середні і малі підприємства України просто не мають вільних коштів для запровадження інновацій, удосконалення процесів виробництва, розширення поля своєї діяльності і створення нових продуктів. Для того, щоб вийти на інноваційний шлях таким підприємствам потрібна як підтримка держави, так і підтримка інвесторів або пошук іноземних партнерів.

Реалізація інноваційних проектів підвищить конкурентні переваги малого та середнього бізнесу України. В даний час інновації можна вважати однією з форм інвестицій. Дійсно, завдяки інвестиціям в інноваційні проекти можна отримати принципово нові економічні наслідки, які не можуть бути досягнуті за допомогою звичайних інвестицій. Інноваційні інвестиції представляють собою форму реальних інвестицій, що здійснюються з метою реалізації технологічних інновацій в практичні заходи [5].

Інвестиції в інноваційні проекти згідно досліджень М. Жібєка, Б. Баяна, ґрунтуються на ряді принципів, дотримання яких визначає ефективність вкладених інвестицій. До таких принципів належать:

- принцип послідовності;

Реалізація проекту є складною системою, яка включає в себе ряд підсистем і компонентів, які забезпечують досягнення поставлених цілей.

- адаптаційні витрати;

Адаптаційні витрати інноваційного проекту призначені для адаптації у новому інвестиційному середовищі. Вони включають витрати пов'язані з реорганізацією виробництва, перекваліфікацією персоналу, обслуговуванням нового обладнання, втрати часу і т.д.

- фінансове співвідношення;

Отримання інвестицій і витрати повинні здійснюватися вчасно; інвестиції з великим періодом окупності повинні фінансуватися за рахунок довгострокових кредитів і позик (довгострокові банківські кредити і облігації).

- принцип обмеженості активів;

При реалізації інноваційних проектів необхідно пам'ятати, що число відтворюваних і невідтворюваних активів є обмеженим [5].

- всебічність у взаємних зв'язках і компонентах, які формують механізм інвестиційної підтримки інноваційних проектів.

Цей принцип включає в себе різні чинники, що впливають на ефективність нововведень та інвестицій.

Розвиток механізму інвестиційної підтримки інноваційних проектів є умовою гарантування стійкого функціонування економіки країни [4]. Механізми, що використовуються державою для вирішення завдань інвестиційної підтримки інновацій та діяльності в Україні, не надто ефективні і часто суперечливі. Це зумовлено рядом причин і факторів: відсутністю системного підходу держави до розвитку інвестиційної політики; недосконалістю правового регулювання інвестиційної підтримки інноваційних проектів; відсутністю практики управління інвестиціями та інноваційними проектами і контролю за параметрами економічного розвитку в період кризи; неефективністю існуючої системи управління інвестиціями на різних рівнях; недостатнім використанням інструментів, спрямованих на сприяння регіонального розвитку.

Отже, найбільш важливим шляхом прискорення економічного розвитку України є посилення її інноваційної діяльності. Для підвищення інтересу до інвестування цієї діяльності доцільно застосовувати механізми та інструменти регулювання, включаючи моделі на основі державно - приватного партнерства в сфері інвестицій, адаптовані і впроваджені в розвинених країнах світу. [5].

Інноваційний розвиток - це якісно новий рівень збалансованого економічного розвитку. Безумовно уряд держави грає ключову роль в стимулюванні інвестицій в інноваційний розвиток. Державна підтримка часто необхідна, щоб стимулювати великі компанії інвестувати кошти в інноваційну діяльність. Інновація є ризикованим процесом з невизначеним результатом, вигоди можуть матеріалізувати тільки протягом дуже тривалих термінів. Тож,

держава має докласти максимум зусиль для створення сприятливих умов для інвестування в інновації, розробки відповідних нормативно – правових документів, надання прямої підтримки потенційним інвесторам. І лише тоді інноваційні розробки і проекти будуть максимально привабливими для інвестування.

Список використаної літератури

1. Статистичний збірник: наукова та інноваційна діяльність України за 2014 рік [Електронний ресурс] / Держ. служба статистики України. – К., 2015. – Режим доступу: http://www.ukrstat.gov.ua/druk/publicat/Arhiv_u/16/Arch_nay_zb.htm.
2. Інноваційна Україна 2020 : національна доповідь / за заг. ред. В.М. Гейця та ін. ; НАН України. – К., 2015. – 336 с.
3. Гросул В.А. Проблеми інноваційної діяльності в Україні / В.А. Гросул // Бюлетень Міжнародного Нобелівського економічного форуму. – 2010. – № 1 (3). – Т. 1. – С. 76–82.
4. Федулова Л. Концептуальні моделі інноваційної стратегії України / Л.Федулова // Економіка і прогнозування. – 2012. – № 1. – С. 87 – 100.
5. Bayan B., Zhibek M Development of the System of Investment Support of Projects in the Industrial - Innovative Development / B. Bayan, M. Zhibek // International journal of enviromental and science education. – 2016. - № 12. – p. 19.

Стригун В. Ю., студент

Науковий керівник – к.е.н., доцент Дрогомирецька М.І.

*Полтавський національний технічний університет імені Юрія Кондратюка
vitaliystryhun1@mail.ru*

ФОРМУВАННЯ ТУРИСТИЧНИХ КЛАСТЕРІВ ЯК ІНСТРУМЕНТ РОЗВИТКУ ВНУТРІШНЬОГО ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ

Туристична сфера має досить складну і диференційовану структуру інтегрованих учасників, під впливом яких формується туристично-рекреаційний комплекс. Як правило, всі вони є представниками різних видів діяльності – це й наука, освіта, транспортне сполучення, культура, економіка, політика, екологія, безпека, комерційна діяльність. На сучасному етапі розвитку

економічних відносин створення туристичних кластерів в Україні має досить важливе значення не лише для кожного регіону, але й для національної економіки в цілому та відповідного розвитку міждержавних партнерських економічних відносин.

У чинному законодавстві України поняття «кластер» до цього часу так і не знайшло свого відображення, хоча в підготовлених проектах стратегій розвитку регіонів та окремих сфер діяльності в національному масштабі це поняття вже позиціонується. Важливим кроком на шляху впровадження кластерної моделі розвитку економіки України є розроблення проектів «Концепції створення кластерів в Україні» та «Концепції Національної стратегії формування та розвитку транскордонних кластерів». Так, у проекті «Концепції створення кластерів в Україні» визначено чотири види кластерів, зокрема туристичний кластер, а в проекті «Концепції Національної стратегії формування та розвитку транскордонних кластерів» наголошено на пріоритетності формування транскордонних туристичних кластерів [1]. На жаль, ці документи поки що не отримали схвалення Верховної Ради України, проте започаткували процес формування інституційного середовища для реалізації кластерної моделі розвитку економіки України.

Кластер (від англ. Cluster) – це сконцентрована за географічною ознакою група взаємопов'язаних підприємств, спеціалізованих постачальників послуг, так само пов'язаних з їх діяльністю некомерційних організацій і установ, конкуруючих між собою, але разом з тим таких, що доповнюють один одного.

З погляду чинного законодавства України, в інноваційній сфері «кластер» підпадає під класифікацію «інноваційна структура». Порядок створення і функціонування інноваційних структур регламентується Постановою Кабінету міністрів України від 22.05.1996 р. № 549 «Про затвердження Положення про порядок створення і функціонування технопарків та інноваційних структур інших типів».

У ході проведення даного дослідження нами було виявлено, що кластер завжди «прив'язаний» до певної території. Створюючи необхідну критичну

масу, він виступає у ролі довготермінового ресурсу, необхідного для забезпечення конкурентоспроможності території. Поряд із цим кластерний підхід дає змогу мобілізувати на території ресурс малих і середніх підприємств. Для кожного кластера прийнятною є формула « $2 + 2 = 5$ ». Це означає, що кожен учасник кластера виграє ще чверть (або 25 %) додаткового доходу лише завдяки участі в цій системі. За допомогою кластерів можливе більш ефективне використання нових ринкових механізмів, які будуть чинити позитивний вплив на соціально-економічний стан регіону: поживається інвестиційна активність, збільшуються надходження в регіональні бюджети, поступово збільшується зайнятість та опосередковано зменшуються міграційні процеси, підвищується попит на товари вітчизняного виробництва.

Незважаючи на велику кількість позитивних рис і можливостей кластерних об'єднань, донині в Україні функціонує їх невелика кількість у туристичній сфері. Територіальне розміщення цих кластерів характерне, насамперед, для Центральної та Західної України: кластер зеленого туризму «Оберіг», туристичний кластер «Кам'янець», кластер «ЕКОТУР», туристично-рекреаційний кластер «Гоголівські місця Полтавщини», Славутицька міська громадська організація «Туристичний кластер Славутич» [2]. На жаль, створення кластерних об'єднань у південних та східних регіонах відбувається сповільненими темпами через відсутність ініціатив учасників.

Як показує зарубіжний досвід, у регіонах, де сьогодні існують кластерні структури, спостерігається значна активізація підприємництва, відкриваються нові можливості для місцевих підприємців і населення, з'являється інфраструктура для проведення досліджень і розробок, знижуються витрати, виникають можливості для більш продуктивного виходу на міжнародні ринки. Зарубіжний досвід реалізації туристичних кластерів показує, що вони сприятливо впливають на розвиток економіки регіону. Туристичну сферу необхідно розглядати як таку, що здатна створити мультиплікативний ефект в розвитку регіональної індустрії гостинності, а в окремих випадках – стати основою розробки планів соціально-економічного розвитку. Для того, щоб

індустрія туризму стала самостійною і рівноправною галуззю в умовах ринкової економіки, необхідне створення державними органами влади, правової бази, яка виконувала б регулятивні функції в даній сфері.

Для того, щоб розвиток туристичної індустрії в регіонах України відбувався форсованими темпами необхідні наступні умови: сформувати стратегічний план реалізації кластерів; ефективний механізм управління регіоном в економічному і фінансовому контексті; забезпечити безпеку відпочиваючих; впровадити інноваційні системи розвитку; налагодити механізми субсидування малого і середнього підприємництва; сприяти поліпшенню екологічної ситуації в регіоні. Реалізація перерахованих механізмів створить імпульс для перспективного розвитку та результативної діяльності туристського кластера. Поряд із цим ефективне функціонування такого кластера передбачає необхідність забезпечення якісного інформаційного середовища, що може відкрити доступ для потенційних споживачів послуг. Необхідно розвивати суміжні галузі туризму, що збільшуватиме мультиплікативний ефект туризму, створюючи взаємозв'язок між учасниками туріндустрії із суміжними галузями і тим самим забезпечуючи єдиний механізм обслуговування споживачів.

У багатьох країнах світу кластерний підхід є невід'ємною складовою державної економічної політики. Незважаючи на відсутність точних даних, очевидно, що в Європі розташована значна кількість кластерів. Яскравими прикладами таких країн є Нідерланди і Данія. Великобританія в останні роки досить активно проводить кластерну політику, де виділяються великі суми на кластерний розвиток. Ірландія протягом багатьох років проводить свідому конкурентну політику та використовує в даному контексті кластерну концепцію. Фінляндія і Швеція також активно використовують кластери для визначення пріоритетів своєї економічної політики. Так, наприклад, у Великобританії кластери формують середовище, в якому здійснюється розробка інновацій та підвищується продуктивність. Стратегічні цілі програми формування кластерів у Великобританії передбачають: підвищення рівня

продуктивності різних галузей економіки Сполученого Королівства; заохочення економічного розвитку; розбудову потенціалу регіонів шляхом активізації регіонального потенціалу новаторства та підприємництва.

Крім вищеназваних імперативів, існують і інші причини, що стимулюють співробітництво учасників кластеру по горизонталі:

реklamний фактор – окрема DESTИНАЦІЯ, як правило, не може просунути свій турпродукт на зовнішній ринок, на постійній основі вести рекламну кампанію (особливо на початковому етапі діяльності), тому спочатку доцільно організувати рекламу регіону і окремих DESTИНАЦІЙ як його компонентів;

кооперація у виробництві конкретних турпродуктів: співробітництво в організації маршрутів;

кооперація в реалізації турпродукту: туроператори і тур агентства, зазвичай, працюють з туристичним регіоном, а не з окремою DESTИНАЦІЄЮ;

наявність туристичних пропозицій у сусідів підвищує привабливість туристичного регіону в цілому для туроператорів;

кооперація у створенні інфраструктури туризму: наявність декількох суб'єктів (учасників кластеру), зацікавлених у створенні або поліпшенні інфраструктури туризму в туристичному регіоні, підвищує шанси на реалізацію цього завдання (наприклад, телефонізація або газифікація території, будівництво автомобільних доріг, коригування розкладу руху транспорту або створення нових транспортних маршрутів);

у підготовці кадрів для туристичної галузі: особливо актуально для таких видів турбізнесу, які не передбачають спеціальної вищої освіти – наприклад, агротуризм (ведення малого сімейного готельного господарства). Кооперація в цьому питанні дозволить краще оцінити реальні потреби в тих чи інших кадрах і знайти найбільш ефективне рішення проблеми підготовки (на база підготовки, кількість потенційних абітурієнтів [3]).

Серед факторів взаємодії з регіоном вважаємо за доцільне виокремити:

бізнес-структури, які виходячи зі своїх ресурсів, не мають змоги підтримувати макроінфраструктуру туризму (особливо в тому, що стосується

доступності місця – під'їзні шляхи, організація потоків, що виходить за межі компетенції учасників кластерного об'єднання, виступаючи повноваженнями органів влади регіональних та центральних).

необхідна координація на рівні регіону в розробці сукупного турпродукту даної території та його просуванні на зовнішній ринок.

нормативно-правова база: на рівні регіонів – що особливо важливо під час відсутності регіонального законодавства – необхідне затвердження нормативно-правових документів, що регулюють туристичну діяльність.

підтримка регіону в ресурсному забезпеченні.

Фінансова підтримка деяких моделей агротуризму (агротуристичних гостьових мереж) необхідна мінімум на рівні регіону: організація мікрокредитування, пільгового кредитування тощо. Виходячи на ринок зі своїм турпродуктом, кластери повинні реалізовувати концепцію «трьох А» та бути готовими до регіональної конкуренції за показником ціна-якість, вони повинні стати конкурентоспроможними на регіональному і вищому рівнях. Ефективне функціонування туристичної галузі вимагає взаємодії суб'єктів виробництва турпродукту всіх рівнів

Необхідним чинником розвитку туристичної галузі є формулювання чіткої державної політики в галузі туризму і, зокрема, агротуризму, розробка регіональних концепцій і програм розвитку туризму, які, з одного боку, враховували б місцеву специфіку, з іншого – відповідали б загальнонаціональній концепції і політиці в галузі туризму.

Таким чином, в цілому можна виділити такі позитивні економічні і соціальні функції розвитку туристичного кластера, як: створення нових робочих місць для місцевого населення; стимулювання традиційних форм природокористування, виробництва екологічно чистих продуктів харчування; збільшення інвестицій як в інфраструктуру і сервіс, так і в охорону природи; зростання добробуту місцевого населення і розвиток спеціальної освіти, спрямованої на набуття туристичних і природоохоронних професій; розвиток ремесел; розвиток місцевого самоврядування.

Список використаної літератури

1. Басюк Д. Кластерна модель як фактор підвищення конкурентоспроможності туристичного продукту міста Кам'янця-Подільського // Економіст. – 2008. – № 10. – С. 40-42.
2. Обґрунтування доцільності реалізації кластерної моделі розвитку українсько-польського транскордонного співробітництва у сфері туризму – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.niss.lviv.ua/analytics/123.htm>
3. Кластерні об'єднання як ефективний шлях розвитку туризму в місті (світовий досвід) [Електронний ресурс] / Туризм і місто: досвід, проблеми та перспективи. монографія: [за ред. Писаревського І.М.] – Харків – ХНАМГ – 2011. – Режим доступу: <http://eprints.kname.edu.ua/26310/1/2011%20>

Тенета В.М.,
Молодший науковий співробітник кафедри менеджменту
Національна металургійна академія України
manaqua13@mail.ru

ОСНОВНІ МЕТОДИ ФОРМУВАННЯ СТАВКИ ДИСКОНТУВАННЯ

Головною ланкою в процесі оцінки вартості бізнесу є грошовий потік, що генерується об'єктом дослідження. Вибір фінансової моделі при аналізі грошових потоків визначає якість результатів дослідження. Ключовим питанням тут є вибір ставки дисконтування (Rate of Discount), яка використовується для визначення поточної вартості майбутніх грошових потоків. Існує багато методів визначення ставки дисконтування, кожному з яких притаманні певні переваги та недоліки. Величина ставки дисконтування визначається в залежності від впливу багатьох чинників: ринкової ставки прибутковості, сфери діяльності та галузевої приналежності підприємства, структури капіталу, фінансового стану, рівня залежності від постачальників, споживачів, ступеню зношеності основних фондів, розміру підприємства, перспективи розвитку бізнесу тощо. До методологічних факторів можна віднести мету оцінки проекту (оцінку ефективності проекту в цілому або оцінку ефективності участі в проекті), тип грошових потоків (вільний грошовий потік, грошовий потік на власний капітал тощо). Найбільш розповсюдженими є такі

методи оцінки ставки дисконтування: моделі оцінки капітальних активів CAPM; модифікована модель оцінки капітальних активів CAPM; модель Е.Фами і К. Френча; модель М. Кархарта; модель постійного зростання дивідендів (модель Гордона); розрахунок ставки дисконтування на основі середньозваженої вартості капіталу (WACC); розрахунок ставки дисконтування на основі рентабельності капіталу; метод ринкових мультиплікаторів; розрахунок ставки дисконтування на основі премій на ризик; розрахунок ставки дисконтування на основі експертної оцінки.

Модель оцінки капітальних активів - CAPM (Capital Asset Pricing Model) була запропонована У.Шарпом для оцінки майбутньої прибутковості акцій/капіталу компаній. Суть методу CAPM зводиться до твердження, що будь-який інвестор прагне отримати додатковий дохід порівняно з гарантованими доходами від безризикових цінних паперів. За CAPM додатковий очікуваний дохід визначається на основі трьох складових: безризикової ставки доходу, ринкової премії за ризик і коефіцієнта бета. Модель заснована на фундаментальному принципі зв'язку прибутковості акції ринкового ризику, що є її перевагою. Вона включає в себе тільки один фактор (ринковий ризик) для оцінки майбутньої прибутковості акції та не враховує податки, трансакційні витрати, непрозорість фондового ринку тощо[1]. Головний недолік моделі CAPM - це її однофакторність. Тому була запропонована модифікована модель оцінки капітальних активів (Modified Capital Asset Pricing Model, MCAPM), до якої були включені також поправки на несистематичний ризик. Несистематичний ризик ще називається специфічним ризиком, який проявляється тільки при певних умовах.

Однією з модифікацій моделі CAPM стала трьохфакторна модель Є.Фами і К. Френча ((The Fama-French Three Factor Model). Фама і Френч виявили, що інвестори зацікавлені приблизно в трьох різних факторах ризику, а не в одному. Фактично, вони виявили, що в реальному світі інвестори турбуються про безліч різних ризиків. Але, ризики, до яких прив'язана систематичні цінами, і які в поєднанні краще пояснюють результати і ціноутворення, є ринок (market),

розмір (size) і недооцінка (value) [2]. Трьохфакторна модель Фами-Френча було модифіковано М. Кархартом за рахунок введення четвертого параметра для оцінки можливого майбутньої прибутковості акції - моменту. Момент відображає швидкість зміни ціни за деякими історичний проміжок часу, коли використовується четвертий параметр в моделі оцінки дохідності акції в майбутньому, то враховується, що на майбутній нормі прибутковості впливає також швидкість зміни ціни [3]. Ще один метод розрахунок ставки дисконтування, полягає в використанні моделі Гордона (Gordon Growth Model). Модель Гордона може використовуватися для оцінки компанії, якщо вона має стійке зростання, який виражений стабільний грошові потоки і дивідендні виплати.

У світовій практиці значного поширення набули також інші різновиди CAPM: локальна (Local CAPM, Pereiro), гібридна (Hybrid CAPM), моделі Лессарда (Lessard Model), Годфрі-Еспінози (Godfrey-Espinosa Model), Голдмана - Сакса (Goldman-Sachs Model). Локальна модель (Local CAPM, Pereiro) орієнтована на використання даних локального фондового ринку; локальною безризикової ставка; глобальної безризикової ставки; ринкової дохідності на локальному ринку; локального бета-коефіцієнту, розрахованому на основі даних локального фондового ринку. Гібридна модель орієнтована на максимальне врахування глобальних даних через відсутність довіри до локального фондового ринку та локальну фінансову кризу. Гібридна модель Лессарда враховує дані глобального й локальних ринків (під глобальним розуміється ринок США) та співвідношення ризиків за двома ринків - відношення волатильності локального ринку до ринку США (відношення стандартних відхилень). Модель Годфрі-Еспінози базується на положенні про те, що кореляція між ринками передбачається дорівнює одиниці, а коефіцієнт детермінації волатильності ринку акцій щодо ризику країни за запозиченнями передбачається постійним на рівні 0,6. У моделі Goldman Sachs в якості безризикової ставки використовується прибутковість 30-літніх державних облігацій США. Як ризик країни-премія використовується спред прибутковості

державних облігацій США і розвивається країна. Премія за ризик інвестування в акції розраховується на основі ринкової премії для умов США скоригованих на відносно мінливості індексів країни, що розвивається і США, а також на коефіцієнт, що дозволяє виключити подвійний облік ризиків. Зазначені моделі спрямовані на розрахунок очікуваної інвесторами дохідності на вкладений у активи капітал за умови, що відповідний актив перебуває на ринку, котрий розвивається. Для цього потрібно якнайповніше охопити всі ризики, а також запобігти їх подвійному врахуванню. Але брак такої інформації є ключовим критичним пунктом більшості згаданих моделей.

Метод оцінки ставки дисконтування на основі середньозваженої вартості капіталу (WACC, Weighted Average Cost of Capital) один з найбільш популярних і показує норму доходу, яку слід виплатити за використання інвестиційного капіталу. Найчастіше WACC використовує як у фінансовій, так і в інвестиційному аналізі для оцінки майбутньої прибутковості інвестицій з урахуванням початкових умов до прибутковості (рентабельність) інвестиційний капітал. Економічний сенс розрахунку середньозваженої вартості капіталу полягає в розрахунку мінімально допустимого рівня прибутковості (прибутковості, рентабельності) проекту. Даний показник використовують для оцінки вкладення в уже існуючий проект [4].

Розрахунок ставки дисконтування на основі рентабельності капіталу дозволяє провести розрахунок ставки дисконтування для підприємств, які не котируються на фондовому ринку. Для оцінки дисконту використовуються показники рентабельності власного і позикового капіталу. Якщо підприємство має як власний, так і позиковий капітал, то використовується показник - рентабельність активів (Return On Assets, ROA). Наступний з методів оцінки ставки дисконтування через рентабельність власного капіталу (Return On Equity, ROE), який показує ефективність / прибутковість управління капіталом підприємства. Розвиваючи даний підхід в оцінці ставки дисконтування через оцінку рентабельності капіталу підприємства в якості критерію оцінки ставки можна використовувати більш точний показник - рентабельність задіяного

капіталу (ROCE, Return On Capital Employed). Даний показник на відміну від ROE використовує довгострокові зобов'язання (через акції). Даний показник може бути використаний для компаній, які мають привілейовані акції на фондовому ринку. Якщо їх у компанії немає, то коефіцієнт рентабельності власного капіталу дорівнює ROCE. Ще один різновид коефіцієнта рентабельності власного капіталу - рентабельність середнього задіяного капіталу ROACE (Return on Average Capital Employed). По суті, даний показник відповідає ROCE, головна відмінність його полягає в усередненні вартості задіяного капіталу.

Якщо потрібно оцінити ставку дисконтування для венчурного проекту, то використання методів CAPM, моделі Гордона і WACC неможливо, тому для розрахунку ставки використовують експертів. Суть експертного аналізу полягає в суб'єктивній оцінці різних факторів, що впливають на майбутню норму прибутку. Перевагою даного методу полягає в можливості врахувати всі можливі вимоги інвестора.

Розрахунок ставки дисконтування на основі ринкових мультиплікаторів широко використовується для розрахунку ставки дисконтування у підприємств, які мають випуски звичайних акцій на фондовому ринку. У підсумку, розраховується ринковий мультиплікатор Е/Р, який перекладається як EBIDA/ціна. Переваги такого підходу полягає в тому, що формула відображає галузеві ризики при оцінці компанії.

Розрахунок ставки дисконтування на основі премій за ризик проводиться для різних інвестиційних проектів, де складно статистично оцінити величину можливого ризику / прибутковості. Формула ставки дисконтування складається з суми безризиковою процентної ставки, інфляції і премії за ризик. Інфляція була виділена в окремий параметр, тому що знецінення грошей йде постійно, це один з найважливіших законів функціонування економіки.

Для оцінки безризикової процентної ставки використовують такі фінансові інструменти, які дають прибутковість при нульовому ризику, тобто абсолютно надійні. В реальності жоден інструмент не можна вважати

абсолютно надійним, просто ймовірність втратити гроші при вкладенні в нього вкрай мала. Існують безліч методик оцінки додаткових ризиків інвестицій.

Методика фірма «Альт-Інвест» включає в поправці на ризик наступних видів ризиків - розширення виробництва продукції, розширення ринків збуту продукції, розробка нового продукту, нові галузі тощо. Колектив авторів (Віленський П.Л., Лівшиць В. Н., Смоляк С.А.) свою увагу приділили оцінці премії за ризик для оцінки інноваційних проектів із виділенням таких ризиків, як необхідність проведення НДДКР, характеристика застосовуваної технології, невизначеність обсягів попиту і цін на продукцію, що виробляється, нестабільність виробництва і попиту, невизначеність зовнішнього середовища при реалізації проекту, невизначеність процесу освоєння застосовуваної техніки або технології, наявність в учасників можливості забезпечити дотримання технологічної дисципліни. Методика розрахунку ставки дисконтування Я.Хонко за різними класами інвестицій передбачає розрахунок премії за ризик представлені в агрегованому вигляді із виділенням таких ризиків як вимушені інвестиції, збереження позицій на ринку, оновлення основних фондів компанії, економія поточних витрат, розробка нових проектів, тощо[5]. Підсумовуючи викладене, відзначити, що найбільш адекватним інструментом розрахунку ставки дисконтування є алгоритм WACC. Практичне використання цього алгоритму на ринках, що розвиваються, пов'язане з численними проблемами, спричиненими відсутністю ефективного фондового ринку, аномально низькими кредитними рейтингами та високою локальною безризиковою ставкою.

Список використаної літератури

- 1 Шарп У. Инвестиции / Пер. с англ. / У. Шарп, Г. Александер, Дж. Бэйли.- М.: ИНФРА-М, 2001. — 1028 с
- 2 Fama E., French K. Common risk factors in the returns on stocks and bonds. // Journal of Financial Economics. 1993. № 33. С. 3-56.
- 3 Carhart M. On persistence in mutual fund performance. // Journal of Finance. 1997. № 52. С. 57-82.

4 Коупленд Т. Стоимость компаний: оценка и управление / Т. Коупленд, Т. Коллер, Дж. Муррин ; пер. с. англ. — 3-е изд. — М. : ЗАО “Олимп-Бизнес”, 2007. — 576 с.

5 Жданов И. Ставки дисконтирования. 10 современных методов расчета.- [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://finzz.ru/stavka-diskontirovaniya.html#i-5>.

Тульчинський Р.В.
завідувач кафедри менеджменту організацій
ПВНЗ «Міжнародний науково-технічний університет
імені академіка Юрія Бугая»
r_istu@ukr.net

СТРАТЕГІЧНЕ УПРАВЛІННЯ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯМ ЕКОНОМІЧНОЇ БЕЗПЕКИ РЕГІОНІВ УКРАЇНИ

Ефективність управління економічною безпекою регіонів стає вагомим чинником економічного розвитку регіонів за умов стратегічного підходу до визначення та реалізації засад забезпечення економічної безпеки регіонів. Але, необхідно зауважити, що в Україні тривалий час використовували короткострокове кон'юнктурне планування шляхом узгодження надходжень та видатків бюджетів різних рівнів. На наш погляд, для ефективного управління економічної безпеки регіонів необхідно використовувати стратегічний підхід.

Розглянемо більш детально, що розглядають під економічною категорією «стратегія». Аналіз наукової літератури [] доводить, що існують різні підходи щодо тлумачення сутності поняття «стратегія». Так «стратегію»:

- ототожнюють з планом або його окремими компонентами;
- використовуючи цільовий підхід, трактують як визначення цілей, методів та інструментів їх досягнення;
- визначають як набір принципів для прийняття стратегічних управлінських рішень;
- використовуючи поведінковий підхід, визначають як лінію поведінки суб'єкту господарювання.

Означені підходи, не дивлячись на їх певну полярність, не суперечать один одному, а скоріше наголошують на різних аспектах цього поняття.

Отже, на наш погляд, стратегія забезпечення економічної безпеки регіонів – це певний стратегічний план дій, який спрямований на розвиток економіки регіонів, який, у свою чергу, проявляється у розвитку соціальної, культурної та інших сферах діяльності регіонів.

Впровадження стратегічного управління забезпеченням економічної безпеки регіонів зумовлено тим, що:

- існує та поглиблюється диференціація у економічному регіональному розвитку;
- спостерігається низька ефективність реалізації розроблених стратегій регіонального економічного розвитку;
- існує неповне та неефективне використання наявних ресурсів для протистояння зовнішнім загрозам та ризикам.

Виступаючи своєрідною сполучною ланкою між макроекономічною стратегією економічної безпеки на регіональному рівні та державною політикою регіонального розвитку стратегічне управління забезпеченням економічної безпеки регіонів за своєю суттю є стратегією мезорівня.

Стратегічне управління забезпеченням економічної безпеки на регіональному рівні по відношенню до національного має певні особливості, до яких можна віднести:

- безпосередню близькість різногалузевих регіональних виробників, які спроможні швидко відреагувати на зміни платоспроможного попиту;
- наявність локальних фондів робочої сили із концентрацією специфічних навиків;
- залучення регіональних суб'єктів до транснаціональних мереж;
- розвиток виробничої й соціальної регіональної інфраструктури, що сприяє забезпеченню економічної безпеки.

У свою чергу, стратегічне управління забезпеченням економічної безпеки регіонів допоможе:

- зменшити ступінь диференціації економічного розвитку регіонів;
- стимулювати розвиток тих регіонів та територій, які з певних об'єктивних причин не можуть працювати в режимі саморозвитку.

Стратегічне управління забезпеченням економічної безпеки регіонів повинно спиратися не тільки на фінансові і технологічні ресурси, тобто матеріальні переваги, а й на потенційні інтелектуальні можливості регіонів.

Ефективному стратегічному управлінню забезпеченням економічної безпеки регіонів перешкоджають адміністративні бар'єри та корупційна складова економічної діяльності, недовіра суб'єктів господарювання до методів державного управління та реформування економічних відносин тощо.

Отже, стратегічне управління забезпеченням економічної безпеки регіонів буде ефективним тоді, коли воно буде не тільки зорієнтовано на довгостроковий результат, а й сформовано на принципах балансу інтересів суб'єктів регіонів, поєднання ринкової саморегуляції та регіонального управління, прозорості й демократичності ухвалення рішень щодо економічної безпеки регіонів.

За таких умов реалізація стратегічного управління забезпеченням економічної безпеки регіонів стане дієвим інструментом, що сприятиме не тільки закріпленню розмежування владних повноважень, але й посиленню ролі і значення регіонального рівня управління економічним розвитком на конкретній території.

В сучасних умовах загроз та ризиків діяльність регіональних органів влади повинна відповідати таким принципам як: адаптивність до змін; здатність швидко реагувати на них, використання передових методів регіонального управління, що стає можливим за рахунок впровадження стратегічного управління забезпеченням економічної безпеки регіонів.

Стратегічне управління забезпеченням економічної безпеки регіонів сприятиме формуванню конкурентного підприємницького середовища, мотивації органів місцевого самоврядування, а також суб'єктів господарювання регіонів, ефективному використанню ресурсів тощо.

Список використаної літератури

1. Буркальцева Д.Д. Інституціональне забезпечення економічної безпеки України: монографія / Д.Д. Буркальцева. – К.: Знання України, 2012. – 347 с.
2. Варналій З.С. Економічна безпека України: проблеми та пріоритети зміцнення: монографія / З.С. Варналій, Д.Д. Буркальцева, О.С. Саєнко. – К.: Знання України, 2011. – 299 с.
3. Герасимчук З.В. Конкурентоспроможність регіону: теорія, методологія, практика /З.В. Герасимчук, Л.Л. Ковальська / Монографія / - Луцьк: «Надстир'я», 2008. – 243 с.
4. Голікова Т.В. Державне управління територіальним економічним розвитком: теорія і практика / Т.В. Голікова/ Монографія. – К.: Вид-во НАДУ, 2007. – 296 с.
5. Головченко О.М. Економічна безпека регіону в гарантуванні стабільності національної економіки: монографія / О.М. Гловченко. – Одеса: Видавець Букаєв Вадим Вікторович, 2008. – 399 с.
6. Гуменюк А.М. Безпека структурно-інституціональної трансформації економіки регіону: теоретичні основи та прикладні аспекти : монографія / А. М. Гуменюк. – К. : НІСД, 2014. – 468 с.
7. Криленко І.В. Економічна безпека регіону як складова забезпечення національної економічної безпеки / І.В. Криленко // Ефективна економіка. – Дніпропетровський ДАУ, 2013. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=1779>.
8. Портер Е. Майкл. Конкурентная стратегия: Методика анализа отраслей и конкурентов/Майкл Е. Портер; Пер. с англ. – М.: «Альпина Бизнес Букс», 2005. – 468 с.
9. Хамел Г. Конкурируя за будущее. Создание рынков завтрашнего дня / Г. Хамел, К. Прахалад / пер. с англ. – М.: ЗАО «Олимп-Бизнес», 2002. – 625.

Фалат І.О., студент

Науковий керівник: к.е.н., доц. Нікишич С.М.

Рівненський державний гуманітарний університет

falat1995@ukr.net

ТЕОРЕТИЧНІ Й МЕТОДОЛОГІЧНІ ЗАСАДИ РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМНИЦТВА В СІЛЬСЬКОМУ ЗЕЛЕНОМУ ТУРИЗМІ

Проблеми розвитку підприємництва в сільському туризмі та особливості його становлення в системі аграрної економіки є в полі зору багатьох вітчизняних і зарубіжних вчених. Потрібно відмітити праці вітчизняних науковців, які досліджують особливості розвитку і роль туристичної галузі в

економіці держави, зокрема: Бондар В. В[1]., Вишневецька Ю. В[2]., Грицку-Андрієш Ю. П[3]., Теличань І. І[4]. та багато інших.

Попри проведенні дослідження досі існують теоретичні, методологічні і методичні проблеми, які потребують поглибленого вивчення, особливо стосовно ролі особистих селянських господарств та перспектив їхньої трансформації у суб'єкти підприємницької туристичної діяльності на селі. Вирішення зазначених проблем дасть змогу вдосконалити теоретико-методичні та організаційно-економічні аспекти функціонування підприємництва в сфері сільського зеленого туризму в Україні та домогтися зростання зайнятості і обсягів діяльності цієї сфери.

На основі опрацьованих наукових публікацій сільський зелений туризм можна охарактеризувати як вид підприємницької діяльності, що надає можливість селянину – власнику агроосель – отримувати дохід, встановити спільність і відмінності у трактуванні понять "сільський зелений туризм", "агротуризм" та "екотуризм", зокрема в межах таких характеристик: місце дислокації, місце отримання-надання послуг, цільове призначення та надання послуг, законодавчо-нормативне означення, спосіб взаємодії з органами регулювання і підпорядкування, що дозволяє точніше ідентифікувати ці види підприємництва як суб'єкти економічної діяльності через формування "коридорів розвитку" та створення підприємницького кластера. Визначемо напрям трансформації особистих селянських господарств у вищу економічну обґрунтовану підприємницьку структуру в сфері зеленого туризму – в агрооселю (табл.1).

Таблиця 1

**Підприємництво як організаційно-економічний чинник трансформації
домогосподарств в агрооселю**

Сутнісні ознаки	Домогосподарства	
Об'єкти	особисті селянські господарства	Агрооселі
Суб'єкти	населення	фізичні особи-підприємці
Ресурси	земля; житлові будинки; трудові ресурси сім'ї	земля; житлові будинки; трудові ресурси сім'ї, наймана робоча сила

Сутнісні ознаки	Домогосподарства	
Умови	загальноінституціональні	загальноінституціональні; спеціальні інститути організаційні форми
Режим функціонування	непостійне	постійний економічний процес
Спосіб функціонування	режим самозайнятості	підприємницька діяльність
Економічний механізм	самозабезпечення; просте відтворення	розширене відтворення
Мотиви	зростання самозабезпеченості	утримання конкурентних позицій на ринку
Результати	дохід додатковий для сім'ї	підприємницький дохід
Можливості трансформації	за наявності заощаджень	інвестиції
Передумови трансформації	сталість доходу	сталість економічного розвитку
Умови трансформації	простий вихід на ринок	розширення ринку послуг
Стимули трансформації	сприяння місцевої влади	розвиток інфраструктури, сприятлива податкова політика

* Корчинська О. О. Розвиток підприємництва в сфері сільського зеленого туризму [Текст] : автореф. дис. ... канд. екон. наук : 08.00.04 / Корчинська Олександра Остапівна ; Білоцерків. нац. аграр. ун-т. - Біла Церква, 2015. - 23 с. : рис., табл.

Сільський туризм є важливим соціально-економічним явищем, що, поряд з іншими, функціонує відповідно до інституціональних можливостей середовища і відображає стан та рівень його розвитку. Сільський зелений туризм розглядається переважно з позиції споживача як послуга в його споживчій якості. При цьому не розкриваються сутнісні ознаки, які описують його як підприємницьку діяльність, яка наповнює економічним змістом відносини між споживачем послуг і тим, хто їх надає. Це дає підстави розглядати сільський зелений туризм як економічний процес, у ході якого відбуваються затрати обмежених ресурсів та отримується прибуток. Таким чином, конкретизуємо сільський зелений туризм як вид підприємницької діяльності щодо надання послуг відпочинку у сільській місцевості з використанням приватної власності мешканців села та природно-культурно-історичних ресурсів. Його становлення значною мірою залежить від умов для розвитку підприємництва, яке наповнює ринковим змістом економічний процес взаємовідносин між споживачами послуг, що формують попит у цій сфері, та власниками агроосель, які забезпечують надання цих послуг [4].

Підприємницька діяльність агроосель у сфері сільського зеленого туризму є трансформаційним за характером явищем, яке перетворює сторони-

суб'єкти економічних відносин у процесі надання/отримання ними послуг з пасивних власників капіталу на активних учасників ринкових відносин. Основними наслідками впливу розвитку підприємництва у сфері сільського зеленого туризму на домогосподарства є створення можливостей для отримання додаткових доходів; мінімальні затрати на започаткування підприємництва, залучення в економічний оборот наявного матеріального капіталу у вигляді житла та основних фондів, землі; створення нової якості людського капіталу, додаткові знання, досвід та розвиток кожного члена сім'ї [2]. Розвиток сільського зеленого туризму забезпечує додаткові економічні вигоди сільській громаді, у межах якої він функціонує, та сприяє: диверсифікації економічної діяльності і розвитку інших галузей (промисли, ремесла, торгівля, будівництво); зниженню рівня безробіття на сільських територіях; збереженню й розвитку історико-культурної спадщини села як джерела туристичної атракційності території; розвитку інфраструктури сільських територій; зростанню активності членів сільської громади та посиленню взаємодії з органами місцевого самоврядування [1].

Отже, підприємництво у сфері сільського зеленого туризму є вагомим чинником прискорення економічного розвитку сільських територій, підвищення рівня зайнятості сільського населення та збільшення його доходів, дієвим напрямом диверсифікації економіки сільських територій. Суб'єктом реалізації підприємницької діяльності в сфері сільського зеленого туризму є агрооселя. У дослідженні наукових засад розвитку підприємництва у сфері сільського зеленого туризму доцільним є комплексний методичний підхід щодо встановлення й аналізу проблем, виявлення закономірностей та обґрунтування шляхів розвитку агроосель як суб'єктів підприємництва у сфері сільського зеленого туризму на основі синтезу окремих положень теорії підприємництва, інституціоналізму в поєднанні з положеннями теорії економічної організації (теорія користування спільним).

Список використаної літератури

1. Бондар В. В. Екологічний туризм як складова розвитку сільського туризму / В. В. Бондар, Я. Л. Ганжа // Вісник Харківського державного технічного університету сільського господарства: зб. наук. пр. Економічні науки. – Х., 2015. – Вип. 127. – С. 60
2. Вишневська Ю. В. Аналіз основних функцій та методів адміністративно-правового регулювання розвитку сільського зеленого туризму в Україні / Ю. В. Вишневська // Вісник Акад. праці і соц. відносин. – 2013. – № 4 (56). – С. 14.
3. Грицку-Андрієш Ю. П. Соціально-економічні особливості та основні напрями розвитку сільського туризму в регіоні : автореф. дис. канд. екон. наук : спец. 08.00.05 «Розвиток продуктивних сил і регіональна економіка» / Грицку-Андрієш Юлія Петрівна ; М-во освіти і науки, молоді та спорту України, Черніг. держ. технол. ун-т. – Чернігів, 2011. – 20 с. : іл., табл. – Бібліогр.: С. 16.
4. Теличкань І. І. Соціально-економічні передумови розвитку сільського зеленого туризму в Україні / І. І. Теличкань // Вісник Харківського державного технічного університету сільського господарства : зб. наук. пр. – Х., 2012. – Вип. 99: Економічні науки. – С. 313.
5. Фонд Сталого Розвитку Стара Волинь. Зелений сільський туризм... Що це таке? [Електронний ресурс]. – Електрон. текстові дані. – Режим доступу: <http://staravolyn.org.ua/shcho-ce-take-zeleny-silsky-turyzm/>. – Загол. з титул. екрана.

**Федотова Т. А., доцент, к.е.н.,
доцент кафедри економіки та управління
національним господарством
Завгородня А., студентка**

Дніпропетровський національний університет імені Олеся Гончара

ОСНОВНІ ПРОБЛЕМИ ПРАЦЕВЛАШТУВАННЯ МОЛОДІ В УКРАЇНІ

Звичайно, майбутнє будь-якої країни світу залежить від сучасної молоді. Керівників та роботодавців має турбувати доля та розвиток своєї держави і суспільства в цілому, адже саме від цього частіше і залежить добробут їх організацій. Отже логічно було б приймати на роботу саме молодих спеціалістів з новими ідеями і великими амбіціями, адже саме молодь є об'єктом національно-державних інтересів. Як правило, в зоні молодіжної

політики перебувають громадяни у віці 14-29 років. Саме в цей період держава повинна всіляко підтримувати та стимулювати їх потенціал, нові ідеї та прагнення до нових звершень. У стані України, коли за минуле десятиліття спостерігається різке зниження добробуту життя, здоров'я мешканців країни, у тому числі й молодого покоління, погіршення умов для здобуття спеціальної підготовки, забезпечення зайнятості, необхідна повна активізація державної політики по відношенню до сучасної молоді, що самостійно починає ставати на ноги і йти у цей складний світ.

Проблема працевлаштування молоді в Україні - одна з найгостріших проблем сучасності. Найчастіше випускники ВНЗ працюють не за спеціальністю, а деякі й зовсім залишаються без роботи. У зв'язку з цим потрібно ретельніше дослідити цю проблему та виявити загальні тенденції і закономірності розвитку кадрової політики в області зайнятості молоді.

На сьогоднішній день існує тенденція до обмеження прав молодих спеціалістів при прийомі їх на роботу, мова йдеться про соціальні виплати і пільги, такі як медичне страхування та страхування по безробіттю. Це призводить до їх вразливості й незахищеності в довгостроковому плані. Такі дії можуть вплинути на майбутній професійний розвиток молодих працівників.

Також не варто упускати той факт, що найбільш затребуваними серед абітурієнтів та їх батьків є юридичні та економічні професії, незважаючи на те, що ринок праці переповнений спеціалістами цієї галузі. Подібного роду практика неминує веде, як мінімум, до двох наслідків.

По-перше, багато хто з майбутніх спеціалістів виявляються зовсім не готові до реальної роботи. По-друге, освіта в Україні, у зв'язку з цим, з кожним днем знецінюється. Розв'язанням цієї проблеми може стати налагоджена тісна співпраця університетів з потенційними роботодавцями на ринку праці. Університет зобов'язується готувати фахівця на певну посаду і працювати по замовленню підприємств на тих чи інших фахівців.

Також важливе значення мають і сталі зв'язки і співробітництво служби зайнятості з роботодавцями.

Ефективності роботи центрів зайнятості сприяють:

- 1) угоди про спільну діяльність з університетами щодо працевлаштування випускників;
- 2) формування програм виучки кадрів відповідно до вимог економіки регіону;
- 3) створення контролюючих комісій по сприянню розвитку персоналу на виробництві;
- 4) обговорення питань якісної та конкурентоспроможної підготовки кадрів [2].

На жаль, зараз все частіше виникають ситуації, коли роботодавці обманюють студентів і підлітків. Найпоширеніші порушення при влаштуванні на роботу - відсутність письмового трудового договору і трудової книжки. Вельми частою стала практика встановлення випробувального терміну при прийомі на роботу осіб у віці до 18 років. Проблема працевлаштування молоді після отримання професійної підготовки вимагає якнайшвидшого вирішення.

Зараз неможливо достовірно визначити повний обсяг пропозиції з боку потенційних працівників і, відповідно, потребу в робочих місцях. Тому ще раз підтверджується необхідність співпраці університетів з центрами зайнятості, для того щоб регулювати набір студентів на затребувані зараз спеціальності.

Трудовий договір є основою будь-яких трудових відносин. Необхідність його укладення при працевлаштуванні обов'язкова, про це треба пам'ятати завжди. При прийомі на роботу молодих людей багато роботодавців відмовляються скласти даний документ. Таким чином, у разі будь-яких порушень з боку роботодавця (наприклад, несвоєчасна виплата грошей) молоді люди не в змозі довести свою правоту, оскільки відсутній найголовніший документ, що підтверджує, що вони працювали в даній компанії.

Роботодавці не схильні брати на роботу молодь. Причина – відсутність досвіду практичної діяльності. Три роки стажу за фахом – така умова є обов'язковою в більшості компаній при прийомі на роботу. Таким чином, виникає протиріччя - роботодавці очікують чималого досвіду практичної

діяльності від працівників, який можна отримати тільки в ході роботи. У багатьох зарубіжних державах така проблема вирішується досить просто – підприємства беруть на себе відповідальність за навчання молодого фахівця всім необхідним навичкам для певної посади. На жаль, в Україні така практика буває дуже рідко. Ще одна проблема полягає у вимогах самих молодих працівників, які часто бувають надто великими. Якщо раніше молодь обирала собі роботу в залежності від інтересів, то тепер більшість намагається знайти роботу з високою заробітною платою [3].

Необхідно вирішувати проблему збільшення зайнятості та шукати різні шляхи для цього. Це може бути посилення регулювання підготовки молодих спеціалістів, приділення більшої уваги до потреб на робочу силу на ринку праці. Обмеження зайнятості молоді у неформальному секторі економіки, а також попередження її дискримінації на ринку праці [1].

Таким чином, важливе значення має створення умов, що сприяють залученню й закріпленню молодих фахівців на ринку праці. Це в першу чергу, створення гарантій для працівників з приводу довгострокової співпраці та своєчасної виплати заробітної плати, прояв ініціативи про проведення виробничої практики студентів по їх спеціальностях на підприємствах, сприяння підвищенню конкурентоспроможності з боку університетів країни. Сфера зайнятості молоді країни повинна стати пріоритетною у соціальній політиці держави, адже молодь – це найбільший стратегічний ресурс країни.

Список використаної літератури

1. Кравченко В.Л. Молодіжний сегмент ринку праці: новітні тенденції та перспективи розвитку в Україні / В. Л. Кравченко // Регіональні аспекти розвитку і розміщення продуктивних сил в Україні. – 2014. - Вип. 5. – С. 197–203.
2. Офіційний сайт Міністерства освіти і науки, молоді та спорту України [Електронний ресурс]. - Режим доступу: <http://mon.gov.ua/index.php/ua>.
3. Павленко Ю. Молодежь нуждается в поддержке государства / Ю. Павленко // Зеркало недели. – 2009. – № 25 (753). - 3 июля.

*Федотова Т. А., доцент, к.е.н.,
доцент кафедри економіки та управління національним господарством
Олефірова І.С., студентка
Дніпропетровський національний університет імені Олеся Гончара*

ДИФЕРЕНЦІАЦІЯ ДОХОДІВ НАСЕЛЕННЯ ЗА УМОВ СУЧАСНОЇ КРИЗИ

Одним з найбільш вагомих факторів занепаду країни залишається низький рівень життя населення, а також суттєве поглиблення регіональної диференціації їх доходів. Слід підкреслити, що соціально-економічні трансформації, які відбуваються в Україні, супроводжуються зростанням нерівності в розподілі результатів економічної діяльності. На сьогоднішній день соціальні наслідки зниження життєвого рівня населення є настільки значимими, що загрожують порушенням соціально-економічної стабільності у державі.

Диференціація прибутків в суспільстві є одним з найважливіших соціально-економічних показників, вона характеризує міру нерівномірності розподілу матеріальних і духовних благ між членами суспільства. Велика різниця у доходах впливає в першу чергу на соціальне життя народу, розшаровує людей за статусами і класами. Можна виділити декілька причин, які пояснюють нерівність доходів: різні інтелектуальні і фізичні дані, різні рівні освіти та кваліфікації, професіональні навички та хист до ризиків, вдача та зв'язки [1].

Є багато трактувань поняття «доходу», але найпоширенішим є визначення наведене в українській Економічній енциклопедії: дохід – це грошові та інші цінності, одержані в результаті певної діяльності; результат виробничо-господарської діяльності, отриманий як різниця між вартістю реалізованої продукції й послуг та витратами [3].

Формування грошових доходів населення здійснюється за рахунок оплати праці робітників, виплат із соціальних фондів (соціальних трансфертів),

підприємницьких доходів, доходів від власності, від особистого підсобного господарства та індивідуальної трудової діяльності, інших доходів (аліментів, гонорарів, спадщини, благодійної допомоги тощо). Для того щоб дослідити диференціацію доходів населення України в умовах сучасної кризи суспільства, необхідно розуміти кризу взагалі і економічну кризу зокрема як явище, яке несе великий вплив як на економіку держави загалом, так і на економічну діяльність кожного громадянина.

Сьогодні для українського суспільства характерними є три види кризи, кожна з яких чинить великий вплив на життя громадян і, зокрема, на їхні доходи:

- Духовна криза. Українське суспільство сьогодні пронизано корупцією, хабарництвом, обманом, насиллям, злочинністю, тероризмом, торгівлею наркотиками, і як результат – брак людської гідності.

- Політична криза. Українській державі дуже не вистачає висококваліфікованих, освічених і чесних політиків, які рішуче проводили б реформи і робили б все можливе для покращення життя громадян.

- Економічна криза. Найважливіша фаза економічного циклу, в якій відбувається глибокий розлад економічної системи і водночас – тимчасове вирішення її суперечностей [4].

Економічна криза несе безпосередній великий вплив на доходи населення та їх диференціацію.

За результатами попередніх соціологічних опитів тільки 2% дорослих громадян України вважають себе багатими, майже 8% приписують себе до середнього класу, а решта вважають, що є бідними. Такі показники не є дивиною, якщо подивитись на рівні прожиткового мінімуму та мінімальної заробітної плати в Україні. Прожитковий мінімум на працездатну особу з 1 січня 2017 року в Україні становить 1600 грн. Для порівняння, наведемо минулі показники прожиткового мінімуму: з 1 січня 2016 року — 1378 гривень, з 1 травня — 1450 гривень, з 1 грудня — 1550 гривень [2]. Такий прожитковий

мінімум не забезпечить людям нормальний рівень життя при сьогоднішніх ринкових цінах на товари споживання та комунальні послуги.

Вагомий вплив на поведінку домогосподарств на ринку праці має рівень оподаткування фонду оплати праці підприємств та доходів домашніх господарств. У 2015 р. податкове навантаження на працю у економіці становило 1,62, що значно вище відповідних показників у США, Канаді, Японії, Великобританії.

Офіційної статистики щодо майнового розшарування немає, проте нині експерти говорять про те, що різниця між доходами бідних та багатих людей в Україні становить 40 разів. За підрахунками сукупні активи 100 найзаможніших українців складають 61% річного ВВП країни, тоді як сотня найбагатших росіян володіє лише третиною російського ВВП [5].

Загалом кожні четверо з п'ятьох українців є бідними, виживаючи на менше, ніж 14 доларів на день, які у розвинених країнах вважаються межею бідності. За загальними оцінками дослідників, заможні українці акумулюють приблизно 85% всіх заощаджень у банківській системі, 57% грошових доходів, 92% доходів від власності й 96% видатків на покупку валюти [2].

Диференціація доходів має різні причини, якими можуть бути різні фізичні та розумові дані громадян, рівень освіти та професійної виучки, нерівність володіння власністю, хист до ризиків, кількість членів родини та її віковий склад. Але головною причиною диференціації є відсутність справедливої соціальної політики держави, неспроможність профспілок захищати інтереси як працівників, так і соціально незахищених прошарків мешканців України. Диференціація доходів знищує стимули до праці, знижує її прибутковість, відповідно, зменшується прибутковість суспільного виробництва та зменшуються темпи економічного зростання країни.

Останніми роками в Україні триває процес перерозподілу загального обсягу грошових доходів на користь багатих прошарків населення шляхом скорочення частки доходів найбідніших прошарків населення. Ступінь нерівності доходів в Україні є найбільшою у порівнянні з європейськими

країнами. Сучасна ситуація у сфері доходів є причиною великої соціальної напруги, зменшення якої можливе за рахунок створення державою умов для належного забезпечення якості життя населення.

Слід зауважити, що в Україні існує досить значна диференціація доходів населення, тому подолати її буде надзвичайно важко, але можливо, якщо провести грамотну економічну та соціальну політику. А для цього повинен в першу чергу настати мир на сході нашої країни, потрібно позбавити влади олігархів, здійснити реальну статистичну оцінку нерівності у доходах, адже офіційна оцінка нерівності не відображає реального стану справ, оскільки не враховує незадекларованих грошових доходів, неформальної економіки й неформальних доходів.

Список використаної літератури

1. Бесчастна Д.О. Статистична оцінка диференціації населення України за рівнем його доходів у сучасних умовах / [Д.О. Бесчастна, К.С. Овчаренко, І.О. Ткаченко] // Економіка і фінанси. – 2014. – № 5. – С. 15–21.
2. Державна служба статистики України [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.ukrstat.gov.ua>.
3. Економічна енциклопедія [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://studentbooks.com.ua>.
4. Маринович М.Б. Криза моральності / М.Б. Маринович. – К.: Український тиждень, 2010. – 213 с.
5. Фаріон М.М. Диференціація доходів населення України: сучасні реалії / М.М. Фаріон // Наука й економіка. – 2014. – Вип. 3. – С. 255–261.

**Федотова Т. А., к.е.н.,
доцент кафедри економіки та управління національним господарством
Шип Д., студент**
Дніпропетровський національний університет імені Олеся Гончара

ВТОРИННА ЗАЙНЯТІСТЬ СТУДЕНТСЬКОЇ МОЛОДІ УКРАЇНИ

Одним із показників, які відображають цінності молоді, зокрема, студентів, є їхнє відношення не лише до процесів здобуття вищої освіти та її якості, але й до економічної активності, що забезпечує дохід. В останні роки

спостерігається тенденція до збільшення обсягів вторинної зайнятості студентської молоді, яка поряд з очевидними плюсами, які пов'язані з прискоренням процесів соціальної адаптації на ринку праці та матеріальної незалежності, має цілу низку загроз. Йдеться про зміну пріоритетів у студентський період життя на користь особистих доходів, матеріальної та фінансової незалежності, а відтак – зменшення можливостей, а часто – бажання більше уваги приділяти навчанню. Зазначені проблеми є актуальними, адже через збільшення вторинної зайнятості студентів якість та конкурентоспроможність вищої освіти в Україні ставиться під питанням.

Метою даної роботи є оцінка обсягу вторинної зайнятості студентської молоді України, її основних мотивів та вплив її на якість вищої освіти студентів.

Студентська молодь за міжнародною класифікацією належить до категорії економічно неактивного населення. Водночас, як показують результати обстеження з питань економічної активності населення в Україні, саме серед молоді віком 15–24 роки, значна частина серед яких – випускники ВНЗ, протягом 2010–2015 рр. зберігається найвищий рівень безробіття (22,1% у 2015 р. при середньому рівні безробіття економічно активного населення України у цьому ж році 9,1% [6]). Це обумовлює актуальність досліджень, пов'язаних з різними формами залучення молоді до економічної активності та набуття професійного досвіду ще в період студентського життя.

За даними спеціального обстеження «Молодь України-2015», проведеного у 2015 р. компанією «GfK Ukraine» в ієрархії цінностей та пріоритетів молоді віком 14–19 років, серед яких значна частка припадає на студентів, у першу трійку найбільш важливих пріоритетів увійшли «здобуття освіти для себе» (43%), «робота, улюблене заняття» (43%), «заробляння достатньої кількості грошей» (25%) [5].

У загальному розумінні вторинну зайнятість можна визначити як додаткову форму використання робочої сили працівника, вже залученого в суспільну діяльність. Особливістю вторинної зайнятості студентської молоді є

той факт, що первинної формою її зайнятості є навчання, що обумовлює віднесення цієї соціальної групи на ринку праці до категорії економічно неактивного населення.

Для більш детального аналізу питання про вторинну зайнятість слід звернутися до проведених соціологічних досліджень. Одним із прикладів соціологічного дослідження вторинної зайнятості студентської молоді в Україні є опитування студентів м. Київ, проведене у 2012 р. Державним інститутом сімейної та молодіжної політики, на тему «Вторинна зайнятість студентської молоді м. Київ». Дослідження передбачало визначення обсягів і мотивів вторинної зайнятості серед студентів денної форми навчання, її впливу на навчальний процес та подальше працевлаштування.. Згідно результатів обстеження [2] основними мотивами вторинної зайнятості студентів м. Київ виступили «бажання мати особисті гроші» (59%) та «заробляти собі на життя» (54%). На такі мотиви, як «бажання забезпечити себе робочим місцем після закінчення навчання» та «професійне зростання», «отримання досвіду», припадало лише 8% та 7% відповідей респондентів. Це свідчить про те, що переважна більшість працюючих студентів столиці не розглядають вторинну зайнятість як визначальний чинник успішного працевлаштування після здобуття вищої освіти.

Наведені вище оцінки схожі з результатами іншого обстеження молоді («Молодь України», 2010 р.). За його оцінками, економічна незалежність була дуже важливою для 63% респондентів, а матеріальний добробут – для 77% [4]. Визначальну роль матеріальних цінностей для економічної активності молоді в Україні підтверджують результати подібного обстеження – «Молодь України – 2015». за його даними, «для працюючих представників української молоді найважливішим у роботі є хороша оплата праці – так вважає 84% працюючих респондентів, лише 35% зазначили цікавість роботи, і 24% – можливість чогось досягти» [5].

Цікавими з точки зору важливості набуття професійного досвіду під час навчання є результати спеціального опитування роботодавців, проведеного у

2012–2013 рр. у рамках проекту «Рейтинг ВНЗ України «Компас» [1; 3]. Найбільш важливими чинниками при прийомі на роботу роботодавці вважають «знання, навички і вміння» (73%), а також «особисті якості працівника» (69%). Наявність досвіду роботи має менш важливе значення і значною мірою залежить від спеціалізації фахівця [3]. Загалом 25% респондентів серед роботодавців України у 2012 р. вважали дуже важливим при прийомі на роботу «наявність досвіду роботи під час навчання у ВНЗ» [1].

Серйозною перешкодою для працевлаштування роботодавці називають відсутність або недостатній рівень у вчорашніх студентів так званих «soft skills». До них вони відносять комунікабельність, вміння презентувати, вести переговори, емоційний контроль [1]. Наведений перелік свідчить, що саме такі здібності формуються під час досвіду першої та всіх наступних форм економічної активності, у тому числі вторинної зайнятості молоді під час навчання у ВНЗ.

Отже, детальний аналіз всіх досліджень дає можливість зробити такі висновки:

1. Результати проведених в Україні спеціальних досліджень з питань ціннісних освітньо-професійних орієнтацій молоді, у тому числі серед студентів ВНЗ, вказують на те, що основним мотивом для вторинної зайнятості під час навчання виступає «матеріальний дохід» (49%), «можливість швидше розпочати професійну кар'єру» (24%) та «незалежність від батьків» (22%). Тобто молоді люди більш орієнтовані на отримання доходу, а не на реалізацію себе як особистості та спеціаліста за своїм фахом. Отже можна стверджувати, що вища освіта в деякій мірі не цікавить студентів, тому що вони не бачать сенсу в ній. А навчається молодь лише для того щоб отримати «корочку» і далі продовжувати примножувати свої доходи.

2. Для оцінки впливу обсягів та видів вторинної зайнятості молоді на її подальшу професійну кар'єру, важливим є, на нашу думку, запровадження спеціального моніторингу кар'єри випускників ВНЗ. Запровадження в Україні подібного моніторингу, а також включення в його програму запитань,

пов'язаних з економічною активністю під час навчання, сприяло б розробці рішень щодо запровадження форм вторинної зайнятості молоді під час навчання, а відтак – її подальшого працевлаштування.

3. Найбільш важливими чинниками для успішного працевлаштування роботодавці в Україні називають знання, навички та особисті якості працівника. Досвід роботи під час навчання роботодавці вважають менш важливим фактором, водночас вказують на дефіцит таких важливих здібностей випускників ВНЗ, як комунікабельність, вміння презентувати, вести переговори, емоційний контроль. Очевидно, що ефективне формування таких характеристик молодोї людини може відбуватися саме завдяки досвіду економічної активності під час навчання.

Список використаної літератури

1. Випускники українських ВНЗ очима роботодавців. Звіт у рамках проекту «Рейтинг ВНЗ України «Компас-2012» [Електронний ресурс]. – Режим доступу: www.scm.com.ua.
2. Вторинна зайнятість студентської молоді міста Києва. Звіт за результатами соціологічного дослідження. Державний інститут сімейної та молодіжної політики [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://studrespublika.com/foto/news/vtorinna-zainiatist-20120926>.
3. Досвід працевлаштування випускників ВНЗ: погляд випускників та роботодавців. Звіт у рамках проекту «Рейтинг ВНЗ України «Компас-2013» [Електронний ресурс]. – Режим доступу: www.scm.com.ua.
4. Лібанова Е. М. Молодь та молодіжна політика в Україні: соціально-демографічні аспекти. - К.: Інститут демографії та соціальних досліджень ім. М.В. Птухи НАН України, 2010. — 248 с.
5. Молодь України-2015: Звіт GfK Ukraine на замовлення Міністерства молоді та спорту України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: www.gfk.com/fileadmin/user_upload/dyna_content/UA/Molod_Ukraine_2015_UA.
6. Рівень безробіття населення у 2015 р. : статистична інформація. Державна служба статистики України: офіційний сайт [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua>.

*Фрунза С.А., к.е.н. доцент кафедри
фінансів та планування
Центральноукраїнський національний технічний університет
frunzasa@rambler.ru*

СУЧАСНИЙ СТАН ТА НАПРЯМКИ РЕАЛІЗАЦІЇ АГРАРНОЇ ПОЛІТИКИ В ІНВЕСТИЦІЙНІЙ СФЕРІ

Інвестиції забезпечують механізм, необхідний для фінансування, росту і розвитку економіки країни. Від вирішення проблемних питань інвестиційної діяльності АПК, значною мірою залежить покращення матеріально-ресурсного потенціалу, рівень виробництва та конкурентоспроможності продукції на внутрішньому і зовнішньому ринках, вирішення соціально-економічних проблем країни. Кожна держава зацікавлена в стабільній і сильній економіці, то воно повинна на законодавчому та виконавчому рівнях створити сприятливий інвестиційний клімат. Тому необхідність залучення інвестиційних ресурсів в АПК України набуває особливої актуальності.

Дослідження різноманітних аспектів теорії та практики інвестицій, інвестиційної діяльності, що мають важливе значення для визначення пріоритетних напрямів в аграрному секторі, досліджували такі вчені як: І. О. Бланк, В. П. Горьовий, С. О. Гуткевич, А. А. Задоя, О. В. Захарчук, М. І. Кісіль, М. Ю. Коденська, М. М. Кропивко, П. Т. Саблук та інші.

Інвестиції – це об'єкти цивільних прав, що мають грошову оцінку, призначені (виділені) для внесення в будь-який об'єкт діяльності, що не носить протиправного характеру з метою отримання позитивного соціального ефекту [1, с. 24-27]. Держава яка зацікавлена в стабільній і сильній економіці повинна на законодавчому та виконавчому рівнях створити сприятливий інвестиційний клімат, тому і регулює інвестиційну діяльність законодавчо. Аналіз показує, що у всіх розвинених країнах сільськогосподарська галузь економіки користується державною підтримкою. Адже дана галузь безпосередньо впливає на продовольчу безпеку країни, що само по собі є

потужним політичним аргументом на світовій арені. Сільське господарство – основоположна галузь будь-якої економіки, яка спочатку є малоприбутковою і малопривабливою для інвестицій, але від розвитку сільського господарства залежить розвиток всієї економіки. Сьогодні питання про вкладення інвестицій в сільське господарство є ключовим у розвитку економіки України. До 1992 р агропромисловий комплекс України був державною, регульованою галуззю зі значними обсягами щорічних капіталовкладень, велика частина яких здійснювалася за рахунок коштів державного бюджету [2, с. 72-73].

У бюджеті 2017 року на агропромисловий комплекс України передбачено виділення значно більших коштів на розвиток програм підтримки Міністерства аграрної політики і продовольства, аніж у бюджетах 2016 та 2015 років. Так, витрати держказни Мінагрополітики та на підтримку аграрного сектору в 2017 році складуть 7,432 млрд. грн., тоді як у 2016-му – 2,008 млрд. грн., а в 2015-му – 3,648 млрд. грн. Крім прямих видатків, у 2017 році передбачається надання бюджетних кредитів на суму 842 млн. грн., зокрема за бюджетною програмою «Формування державного інтервенційного фонду Аграрним фондом, а також закупівлі матеріально-технічних ресурсів для потреб сільськогосподарських товаровиробників» за спеціальним фондом у сумі 773 млн. грн., на яку у 2016 році було заплановано 1,4 млрд. грн., а виконання за 6 місяців становить лише 3,2%. Також передбачена традиційна програма кредитування фермерів на суму 65,0 млн. грн., збережено програму «Фінансова підтримка заходів в агропромисловому комплексі на умовах фінансового лізингу» в звичному обсязі 3,82 млн. грн. Прогнозні показники видатків зведеного бюджету на 2017 рік, порівняно із 2016-им (із затвердженими змінами) збільшено у 3,4 разу, у тому числі по загальному на 3,47 млрд. грн., або у 3,3 разу, та по спеціальному фондах на 1,52 млрд. грн., або 3,7 разу. По відношенню до середньорічного фактичного значення за 2013–2015 рр. та плану 2016 р. рівень видатків у 2017 році підвищився на $\frac{1}{4}$ [3]

Інфляція та зниження стійкості національної валюти, дефіцит бюджету, а здебільшого – прорахунки та недосконалість законодавства, це основні

причини спаду інвестиційної активності. Тому незначне фінансування галузі зумовили катастрофічну спрацьованість устаткування, що істотно знижує ефективність функціонування аграрних підприємств; соціальний занепад села, зростання безробіття у сільській місцевості. Подальший стан розвитку сільського господарства залежатиме від політики держави у розробленні комплексу заходів, спрямованих на підвищення ефективності та стимулювання інвестиційної активності.

Основними методами стимулювання є: зменшення податкового тиску на певні види сільськогосподарської продукції; підвищення обсягу фінансової підтримки сільськогосподарського виробництва; стимулювання імпорту та експорту (звільнення від експортного мита).

Для активізації інвестиційної діяльності потрібно ширше використовувати такі важелі, як:

- стимуляційне оподаткування;
- безвідплатні дотації на створення великих об'єктів інфраструктури і природо-охорони;
- фінансові стимули;
- безвідсоткові позики, що надаються інвестором;
- пільгові режими виплати боргів і позик в банках, випуск облігацій для створення фінансових ресурсів за найважливішими напрямками інвестицій.

При цьому мають здійснюватися принципи:

- 1) послідовна децентралізація інвестиційного процесу на основі розвитку різноманітних форм власності;
- 2) підвищення частки внутрішніх (власних) джерел накопичень підприємств для фінансування інвестиційних проектів;
- 3) державна підтримка підприємств за рахунок централізованих інвестицій при зміні безповоротного бюджетного фінансування на конкурсне кредитування на зворотній і платній основі;
- 4-) розширення гарантії сумісного державно-комерційного фінансування інвестиційних проектів;

5) збереження бюджетного фінансування переважно для соціально значущих об'єктів, що мають некомерційний (неприбутковий) характер із власними джерелами фінансування;

6) розміщення обмежених централізованих капітальних вкладень і державне фінансування інвестиційних проектів виробничого призначення суворо відповідно до державних цільових програм.

Інвестиційну кризу в АПК неможливо вирішити лише за допомогою специфічних механізмів аграрної політики, тому державне регулювання інвестиційної діяльності підприємств АПК необхідно здійснювати за такими напрямками:

1) стимулювання стійкого платоспроможного попиту підприємств переробної промисловості і населення на вітчизняну сільськогосподарську сировину і продовольство;

2) підвищення ефективності регулювання імпорту сільськогосподарської продукції, сировини, продовольства;

3) регулювання цінового паритету і контроль за діяльністю природних монополій;

4) регулювання сільськогосподарських підприємств і утворення корпоративних структур;

5) розгортання системи держпідтримки сільськогосподарських виробників.

Підтримка розвитку підприємств АПК в 2017 році державою передбачається у наступних напрямках: здешевлення кредитів 300 млн.грн., підтримка заходів в агропромисловому комплексі 55 млн.грн., підтримка закладання молодих садів, виноградників та ягідників і нагляд за ними 75 млн.грн., надання кредитів фермерським господарствам 25 млн.грн., підтримка тваринництва 210 млн грн., фінансова підтримка сільгоспвиробників 1 473 млн.грн. [3]

Отже, основними напрями реалізації аграрної політики в інвестиційній сфері здійснюватимуться, виходячи з таких пріоритетів, як нарощування

виробництва та підвищення конкурентоспроможності аграрного сектора, збільшення експорту сільськогосподарської продукції, розвиток інфраструктури аграрного ринку, формування цілісної системи фінансово-кредитного забезпечення агропромислового комплексу, вдосконалення механізмів реалізації та захисту прав громадян і юридичних осіб на землю, а також створення умов для розвитку соціальної сфери села. Для реалізації цих завдань і потрібні іноземні та вітчизняні інвестиції, які забезпечать економічне зростання у довготривалій перспективі. Вони визначають темпи розвитку сільськогосподарського виробництва, а широке їх застосування забезпечить структурні зміни, технологічне переоснащення та модернізацію, запровадження сучасних високопродуктивних і ресурсощадних технологій, вихід на передові позиції розвитку й пріоритетності галузі.

Список використаної літератури

1. Литовченко М. В. Удосконалення державного регулювання інвестиційної діяльності суб'єктів господарювання з урахуванням активізації процесів злиття і поглинання підприємств в Україні / М. В. Литовченко // Інвестиції: практика та досвід. – 2011. – № 24 (груд.). – С. 24-27.
2. Резнік Н. П. Особливості лізингового інвестування сільського господарства // Вісник аграрної науки. – 2011. – № 11. – С. 72-73.
3. «Що готує Держбюджет – 2017 для аграріїв?» – Режим доступу до ресурсу: <http://www.agro-business.com.ua>

*Чаплигіна Д. В., студентка
Науковий керівник: Пурій Г.В., к.е.н.,
доцент кафедри міжнародної економіки
Криворізький економічний інститут
ДВНЗ «Київський національний економічний
університет імені Вадима Гетьмана»,
puriy_av@kneu.dp.ua*

ВИКОРИСТАННЯ СВІТОВОГО ДОСВІДУ ВПРОВАДЖЕННЯ ІННОВАЦІЙ В УКРАЇНИ

Світовий процес переходу від індустріального до інформаційного суспільства, а також соціально-економічні зміни, що відбуваються в Україні, вимагають суттєвих змін у багатьох сферах діяльності держави. У ХХІ столітті вирішальну роль в успішності держав грають не території або сировина, а здатність генерувати нові знання і ефективно їх застосовувати. Становлення української державності, інтеграція в європейське й світове співтовариство і побудова громадянського суспільства вимагає реформування методичних підходів до економічної політики, орієнтоване на особистість, націю, духовно - моральну та інтелектуальну культуру нації.

Подолання економічної кризи й формування об'єктивних передумов стійкого розвитку економіки України та її регіонів неможливе без впровадження інноваційних рішень в усіх сферах господарювання та підвищення конкурентоспроможності держави на міжнародному рівні.

Тому метою дослідження є встановлення рівня інноваційного розвитку України та аналіз досвіду впровадження інновацій інших країн світу.

Поняття «інновація» та «конкурентоспроможність» мають прямий зв'язок – чим вище ступінь розвитку інновацій, тим вище конкурентоспроможність економіки. Впровадження інновацій у виробництво дозволяє виробляти продукцію нової якості, що забезпечує попит при зменшенні витрат.

Україна в цьому питанні суттєво відстає від розвинених держав. Десятиліттями в країні розвивалися ресурсомісткі, енергомісткі та екологічно

небезпечні технології виробництва без постійного системного впровадження інноваційних рішень удосконалення виробництва та розвитку бізнесу.

Низький рівень інноваційного розвитку України обумовлений багатьма чинниками, зокрема:

- консервативне мислення, відсутність сучасної інноваційної філософії;
- відсутність ефективної інноваційної інфраструктури;
- відтік інтелектуально розвиненого населення;
- недооцінка ролі інтелектуальної власності.

Незважаючи на зазначене, Україна має значний інноваційний потенціал (табл.1).

Таблиця 1

Місце України в глобальних рейтингах

Глобальний інноваційний рейтинг Bloomberg, 2016	Глобальний індекс інноваційного розвитку міст, 2014-2015
Країна-лідер з інноваційного розвитку: 42 місце з 50; населення з вищою освітою: 6 місце у світі; патентна активність: 17 місце у світі; технологічні можливості промисловості: 34 місце у світі.	Київ, Львів та Одеса увійшли в другу сотню найбільш інноваційних міст світу на ряду з такими світовими столицями інновацій, як Дублін, Таллінн, Зальцбург, Делі (група №3, NODE). Міста цієї групи володіють певним потенціалом конкурентоспроможності, мають реальний шанс значно підвищити свій інноваційний рейтинг. Харків, Сімферополь, Запоріжжя, Дніпро входять в групу №4 (INFLUENCER). Характеризуються концентрацією потенціалу конкурентоспроможності в деяких сегментах, однак ця концентрація має нестійкий і розбалансований характер.

Джерело: [1]

Провідні країни світу навчилися ефективно створювати і впроваджувати інновації, оновлювати своє виробництво. Показовий приклад Ізраїлю, який за 20 років увійшов у топ-20 інноваційних економік при відсутності природних ресурсів, у складних кліматичних і військово-політичних умовах. В цій країні інноваційний бізнес стимулюється наданням фінансових грантів, податкових

пільг і права на прискорену амортизацію. Розміри державного гранту розраховуються як частка у витратах на освоєння території під зводяться виробничі будівлі та інвестиції в основний капітал (включно з будівництвом і монтажем). Інноваційні підприємства також отримують податкові пільги на сім років, починаючи з першого року, коли підприємство отримає оподатковуваний дохід. [2]

Досвід Фінляндії показує, що всі університети в цій країні мають статус дослідницьких. З 2010р. їм надано пільги на ввезення устаткування і можливість отримати у власність нерухоме майно, що закріплена повна фінансова та дослідницька автономність вузів. Потужним інструментом стимулювання інновацій виступає також Агентство по фінансуванню технологій та інновацій Фінляндії TEKES, що координує політику у сфері НДДКР та інновацій шляхом планування фінансових витрат. Щорічний бюджет TEKES становить майже 600 млн. євро. Близько 40% цих коштів виділяється університетам, а 60% - приватним компаніям. Виділення коштів відбувається на конкурсній основі на умовах співфінансування, коли заявник самостійно інвестує в реалізацію проекту від 25% до 60% коштів. Основний критерій відбору - ефективність проекту. [2]

У Франції надається пряма фінансова підтримка у вигляді безвідсоткової позики строком до п'яти-шести років, який підлягає поверненню тільки у випадку успішного виконання проекту. За оцінками фахівців ANVA, в середньому від 40% до 50% наданих агентством кредитів повертаються. Як метод непрямой підтримки застосовується податкова знижка у розмірі 50%, яка визначається з урахуванням досягнутого компанією збільшення витрат на НДДКР порівняно з рівнем базового року або середнього за певний період. Також діють «податкові канікули» для новостворених малих і середніх науково-дослідних фірм, зі зменшенням в перші п'ять років їх Діяльності на 50% від суми сплачуваного ними прибуткового податку. Нові компанії в наукомісткому секторі виробництва, витрати на наукові дослідження і розробки

яких перевищують 15% від обороту, звільняються від податків на вісім років. [2]

Цікавим для України є досвід Німеччини, де податкові пільги поділяються на три основні різновиди: спеціальні норми амортизаційних відрахувань, створення резервів обкладається податками прибутку та інвестиційні надбавки, які виплачуються податковими відомствами. Високотехнологічний фонд High-Tech Grunderfonds інвестує в нові високотехнологічні компанії, що демонструє багатообіцяючі результати досліджень і планують впровадити їх у виробництво. Програма EXIST Міністерства економіки і технологій надає допомогу в дослідженнях напрямів «Культура підприємництва», «Гранти на стартапи», «Трансфер досліджень». [2]

У Китаї держава стимулює участь фірм (незалежно від форм їх власності) у розвитку технопарків. Підприємства, що працюють в технопарку, сплачують податок на прибуток у розмірі 15% від встановленої ставки, а фірми, 70% продукції яких йде на експорт, — 10%. Новостворені підприємства звільняються від сплати податків на два роки з моменту реєстрації. Фірми звільняються від експортних податків при реалізації продукції на зовнішні ринки. Місцеві адміністрації на рівні провінцій, міст, повітів також встановлюють додаткові пільги з метою заохочення і залучення інвесторів. [2]

Отже, аналіз світового досвіду свідчить, що в основі інноваційного стрибка більшості країн-лідерів сучасної економіки лежать досить прості і не дуже витратні, з точки зору фінансів, рішення. Головний фактор успіху - систематичність і безперервність кроків, спрямованих на стимулювання інновацій [3]. Зарубіжний досвід розвитку економіки шляхом впровадження інновацій показує, що для України є доцільним в сучасних умовах реалізація пріоритетних напрямів:

- 1) створення сприятливих умов зовнішнього середовища розвитку бізнесу;
- 2) поліпшення якості технічної освіти, популяризація інноваційного мислення;

3) широке впровадження механізмів приватного і державного співробітництва;

4) створення моделі організації взаємодії наукової та виробничої складової;

5) організація навчання як безперервної науково-виробничої діяльності з найповнішим використанням наукового потенціалу вищої школи;

6) забезпечення широкого «нетворкінгу», інтенсивного обміну інформацією та доступом до міжнародних ринків, мультинаціональних корпорацій та інновацій міжнародних кластерів;

7) створення сприятливого клімату для розробки та впровадження ІТ-рішень в усі сфери господарювання.

Отже, для України є актуальним формування передумов для стрибка, що передбачає широке використання новітніх технологій. Впровадження інновацій дозволить підвищити рейтинг України в глобальному рейтингу конкурентоспроможності. Перехід до нової стадії економічного зростання можливий за умов мобілізації внутрішніх та зовнішніх чинників формування та реалізації інноваційного потенціалу держави.

Список використаної літератури

1. Global Smart Innovation Open Annual Settlement/MUKAM Global Innovation Rating [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.bloomberg.com/graphics/2015-innovative-countries/>

2. Шахмаєв О.С. Аналіз інноваційної політики розвитку країн / О.С. Шахмаєв // Креативна економіка. – 2012. – № 6. – С. 65–69.

3. Основні складові стратегії економічного розвитку України. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://ippo.org.ua/>

*Червінська Л.П., д-р екон.наук, професор
професор кафедри управління персоналом та економіки праці
ДВНЗ «Київський національний економічний університет імені В.Гетьмана»*

*Червінська Т.М., к.е.н., доцент
доцент кафедри економіки
Київський інститут інтелектуальної власності та права Національного
університету «Одеська юридична академія»
lpc21 @ukr.net*

СОЦІАЛЬНІ АСПЕКТИ ІННОВАЦІЙНИХ ПРОЦЕСІВ

В сучасній науковій практиці соціальні аспекти інновацій розглядаються як сукупність механізмів управління персоналом в умовах нововведень і всього комплексу їх соціальних наслідків [1]. Часто при впровадженні інновацій відсутність спеціаліста певного профілю і рівня реально усвідомлюється експертами або пов'язується з інноваційним процесом, але відсутність спеціаліста - новатора, здатного очолювати нову справу, ризикувати і заохочувати персонал, може бути перешкодою для появи інновацій взагалі.

Особливе значення варто приділяти соціально-психологічним аспектам управління інноваціями, які відображають персональні елементи інноваційного менеджменту. В інноваційній діяльності персональні функції менеджменту набувають особливо важливого значення з огляду на те, що в інноваційних процесах праця носить переважно індивідуальний характер, а відносини між людьми, як правило, персоніфікуються, мотиви та пріоритети в діяльності співробітників набувають комплексного, системного характеру.

Соціально-психологічні аспекти управління інноваційним процесом нерідко стають вирішальним специфічним фактором успіху інноваційного підприємництва. Вони знаходять своє вираження у функціях делегування і мотивації, які дозволяють визначити склад завдань і повноважень кожного з учасників інноваційного процесу і сформулювати найбільш сприятливі умови його діяльності, що стимулюють отримання високих науково-технічних результатів.

Варто зазначити наявність таких компонентів у відношенні працівників до нововведення – пізнавального (знання про «плюси» та «мінуси» інновації),

емоційного (емоції по відношенню до нововведення) і поведінкового (різні рівні практичного відношення – від ентузіазму й підтримки до явного опору). Згідно з цим виділяють типи ставлення до нововведень: активно-позитивне, пасивно-позитивне, нейтральне, пасивно - негативне, активно-негативне. Чим масштабнішим є нововведення, тим, як правило, негативнішим є ставлення до нього [2; 3]. У свою чергу, варто враховувати типологію особистості в залежності від установки до нововведень: «активні реформатори» (бажають, вміють і активно діють); «пасивні реформатори» (бажають, вміють, але не діють); «пасивно-позитивні» (бажають, не вміють, не діють); «ті, що долають себе» (вміють і діють, але не бажають змін); «неефективні» (бажають і діють, але не вміють); «ті, що вичікують» (вміють, але не бажають і не діють); «сліпі виконавці» (вираженого бажання не має, не вміють, діють у напрямку змін за допомогою інших); «пасивні супротивники» (не бажають, не вміють, не діють); «активні супротивники» (не бажають, не вміють, діють проти змін). Однак вважають, що означені типи достатньо рухливі й співвідношення їх у колективі може змінюватися [4].

Для успішності впровадження інновацій важливим є фактор суб'єктивної готовності до цього персоналу. Зокрема, жінки більш, обережні, ніж чоловіки, люди похилого віку менш здатні швидко реагувати на інновації, молодь, навпаки, легко засвоює все нове, з урахуванням стажу роботи працівників – новачки швидше приймають нововведення, ніж робітники зі стажем [6]. Також виявлено, що в інноваційному процесі більш активними є працівники з вищим рівнем освіти, а також співробітники, зацікавлені в кар'єрному зростанні, ті, що мають установку на нововведення, високу адаптаційну здатність, схильні до змін й експериментування, ризику, відстоювання власних ідей, креативні, комунікабельні тощо. Навпаки, формування психологічного бар'єру інновацій, обумовлено особистісними особливостями – генетичним і психологічним складом, природним прагненням людей і груп до збереження стабільності, життєвими стереотипами, що спонукають до обережності.

До особистісних причин опору персоналу організаційним нововведенням відносять: сприйняття критики особистих методів роботи як образи; побоювання, що отримані навички виявляться непотрібними й буде принижена професійна гідність; переконання, що нововведення призводять до посилення спеціалізації, підвищення монотонності праці й зменшення почуття власної значимості; небажання перенавчатися; страх росту інтенсивності праці і невизначеності.

В умовах, коли розвиток будь-якої системи залежить від інноваційної складової більше уваги має приділятися «інноваційній культурі», яка поєднує в собі накопичені знання, досвід, переконання, особливості поведінки і взаємовідносин персоналу, ціннісні орієнтації, закріплені в зразках і нормах поведінки і забезпечує сприйнятливість нових ідей, готовність і здатність до підтримки та реалізації нововведень у всіх сферах життя тощо. Інноваційна культура полягає в сприйнятті новизни особистістю і виконує наступні функції: трансляційну - передача з минулого в теперішній час і з теперішнього часу в майбутнє усталених типів інноваційної поведінки соціальних суб'єктів, які пройшли тривалу апробацію і набули певного ціннісного значення в рамках даного суспільства; селекційну - відбір знову створених або запозичених інноваційних поведінкових моделей, які щонайбільше відповідають потребам суспільства на певному етапі його розвитку; інноваційну - розкриття креативних можливостей певного соціокультурного механізму, вироблення нових типів інноваційної поведінки на основі зразків інноваційної діяльності, які виникли всередині самої культури або були запозичені ззовні.

Інноваційна культура підприємства сприяє формуванню його позитивного іміджу серед зовнішніх контрагентів (партнерів, споживачів, потенційних співробітників тощо), як такого, що активно розробляє та впроваджує інноваційні ідеї і є відкритим для сприйняття нової ідеї. Такий образ підприємства робить його привабливим для творчих людей - інтелектуалів. Завдяки цьому в поєднанні із відповідною кадровою політикою формується колектив працівників з високим рівнем інтелектуальних здібностей.

А робота в умовах сформованої інноваційної культури стимулює фахівців реалізовувати свій потенціал через генерування, відбір, апробування та впровадження нових ідей. При цьому важливо, щоб інноваційна активність працівників мала не хаотичний, а впорядкований характер, спрямований на реалізацію стратегії інноваційного розвитку підприємства.

Формування інноваційної культури має здійснюватись за такими принципами: чіткість формулювання цілей інноваційної діяльності і їх зрозумілість для команди; співробітництво членів проектної команди; обмін ідеями й інформацією між членами команди; толерантне сприйняття керівництвом і членами команди ідей співробітників; участь кожного члена команди в процесі досягнення цілей інноваційного проекту, усвідомлення своєї значущості; заохочення ініціативи співробітників, її всіляка підтримка; заохочення до творчого пошуку, перетворення звичного в незвичне і навпаки; практично неминучі в інноваційній діяльності помилки співробітників розглядаються не як їхня провина, а як засіб набуття досвіду; делегування повноважень членам команди; неприпустимість нав'язування ідей керівника членам команди; визнання і захист прав співробітників на інноваційні рішення та ін.

Інноваційна культура підприємства тісно пов'язана з іншими формами його культури (управлінською, корпоративною, підприємницькою тощо) і істотно впливає на них. Вона надає можливість сформувати сприятливу і високоефективну культуру професійної діяльності колективу, налагодити виробничі відносини тощо. Доцільно здійснювати пропагування ефективності дієвості інноваційної культури і детальніше розглянути деякі з її складових. Зокрема, відкритий доступ до інформації всередині підприємства сприяє формуванню атмосфери взаємної довіри між менеджерами та їхніми підлеглими, впевненості працівників у своїх діях. При цьому важливо так подати інформацію, щоб співробітники розуміли, що впровадження інновацій принесе користь, через покращання фінансово-економічних показників діяльності підприємства; участь творчих працівників-інтелектуалів у прийнятті

управлінських рішень, що, створює відчуття власної причетності та значущості для підприємства, сприяє задоволенню потреби у самовираженні та самореалізації; схвалення творчої інтелектуальної активності персоналу – це головний нематеріальний стимул для працівників активізувати свій інтелектуальний потенціал і в подальшому розвивати свої здібності.

Визнання, вдячність з боку керівництва і внутрішнє задоволення від того, що їхні ідеї і розробки втілюються в життя, — цілком достатній стимул для більшості творчих особистостей. При цьому, якщо певна ідея не виправдала сподівань і не принесла очікуваного ефекту, не слід критикувати автора: потенційні винахідники не повинні боятися невдачі, оскільки страх заважатиме їм продукувати ідеї та виявляти ініціативу; матеріальне стимулювання також невід’ємний елемент інноваційної культури, яким, однак, не варто зловживати, тобто додатково стимулювати працівників матеріально треба не лише за інноваційну і творчу активність, а й за досягнення певних цілей (зниження витрат, зростання обсягів збуту, зменшення витрат часу на виконання операцій або скорочення витрат від браку тощо). У світовій практиці є чимало прикладів систем мотивування інноваційної активності працівників. Так, у Бельгії, Франції, Англії та ФРН на підприємствах створюються преміальні фонди за розробку, освоєння і випуск інноваційної продукції, величина яких залежить від частки цієї продукції в загальному обсязі виробництва або від темпів приросту обсягів її реалізації [5].

Організаційні структури управління і системи управління підприємства повинні відповідати завданням інноваційного процесу. Вони мають бути гнучкими з метою можливості створення творчих інноваційних колективів тимчасового характеру, залучення співробітників різних підрозділів на ранньому етапі розвитку нововведення, наявності ефективного механізму мотивації і стимулювання інноваційної діяльності.

Важливою умовою впровадження інновацій є наявність розвиненої інформаційно-комунікаційної сфери, соціальних комунікацій, що дозволяють

забезпечити комплексну взаємодію між усіма учасниками інноваційної діяльності у ході виконання відповідних етапів цього процесу.

Тобто впровадження інновацій у рамках організації передбачає не лише економічну, виробничу, юридичну підготовку інноваційного проекту, а й його психологічний супровід на кожному з етапів. Адже саме від персоналу, його відповідальності при реалізації нововведення, відношення до новації, що домінує в колективі, залежить той ефект, якого вдасться досягти.

Список використаної літератури

1. Гросул В. А. Проблеми інноваційної діяльності в Україні / В. А. Гросул // Бюлетень Міжнародного Нобелівського економічного форуму. – 2010. – № 1 (3). – Т. 1. – С. 76–82.
2. Ильина Н.А. Социально-психологические проблемы внедрения нововведений //Проблемы управленческих нововведений и хозяйственного экспериментирования. – Таллин, 1978. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: www.asu.ru/cppkp/index.files/ucheb.files/innov/.../chapter1.doc
3. Почебут Л.Г., Чикер В.А. Организационная социальная психология: Учебное пособие. – СПб.: Изд-во «Речь», 2002. – 298 с.
- 4 Почебут Л.Г., Чикер В.А.: Психологическое обеспечение внедрения инноваций. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: ecsocman.hse.ru/data/2011/03/05/1214895047/009
5. Інноваційний розвиток економіки: модель, система управління, державна політика / [Л. І. Федулова, В. П. Александрова, Ю. М. Бажал та ін.]; за ред. Л. І. Федулової. – К.: Основа, 2005. – 552с.

Шехлович А.М.,

старший науковий співробітник

Науковий керівник: Волошин В.І., к.е.н., с.н.с.

Національний інститут стратегічних досліджень при Президентові України
a.shehlovych@gmail.com

ІНСТРУМЕНТИ СТВОРЕННЯ ЕФЕКТИВНОЇ СИСТЕМИ КОМЕРЦІАЛІЗАЦІЇ ОБ'ЄКТІВ ІНТЕЛЕКТУАЛЬНОЇ ВЛАСНОСТІ

Рівень інноваційної безпеки держави суттєво залежить від рівня розвитку ринку інтелектуальної власності, який забезпечує інтеграцію науково-дослідної та виробничої діяльності. Тому пріоритетним завданням у сфері інституційного

забезпечення інноваційної безпеки держави є ефективне управління інтелектуальною власністю, що дозволить Україні підвищити конкурентоспроможність національної економіки та утвердити її високотехнологічний статус на міжнародній арені, здійснити технологічну модернізацію промисловості, протистояти зовнішнім та внутрішнім загрозам.

В Україні ринок інтелектуальної власності та високих технологій практично відсутній, про що насамперед свідчить низька здатність підприємств у створенні та використанні передових технологій і об'єктів інтелектуальної власності (ОІВ). Так, у 2014 р. кількість підприємств та організацій України, які займалися створенням і використанням передових технологій та ОІВ, а також використанням раціоналізаторських пропозицій, становила 1657 од., з них створювали передові технології – 106 од., використовували передові технології – 1637 од., що було на 448 од. або 27,0 % (70 од. або 66,0 % та 436 од. або 26,6 % відповідно) менше, ніж у попередньому році.

У 2014 р. загальна кількість створених технологій становила 309 од., що було на 177 од. або 57,3 % менше, ніж у попередньому році. Кількість винаходів у використовуваних технологіях зменшилася з 1218 од. (2013 р.) до 792 од. (2014 р.) – на 426 од. або 67,1 %, з них у звітному році з 149 од. (2013 р.) до 66 од. (2014 р.) – на 83 од. або у 2,3 рази.

Крім того, на становлення і розвиток ринку інтелектуальної власності та високих технологій в Україні здійснює деструктивний вплив високий рівень його тінізації. Так, частка нематеріальних активів у структурі загальної суми активів економіки становить менше 1 %, а частка реалізованої інноваційної продукції – біля 3 %. Особливої актуальності ця проблема набуває у сфері інформатизації, зокрема у формі нелегального виробництва та використання програмного забезпечення. За оцінками Microsoft, станом на 2015 рік близько 85 % програмних продуктів корпорації, що використовуються в українських державних установах – неліцензійні. За підрахунками Альянсу виробників комерційного програмного забезпечення, Державний бюджет України

внаслідок розвитку тіньового ринку програмного забезпечення щорічно не доотримує податкових надходжень на суму 260 млн дол. США [1].

Разом з тим, нелегальна торгівля об'єктами інтелектуальної власності негативно впливає на дієвість стимулів здійснення інноваційної та інвестиційної активності, супроводжується втратою валютної виручки від патентно-ліцензійної торгівлі, витоком національного інтелектуального капіталу, припливом морально застарілих технологій, що також негативно позначається на конкурентоспроможності національної економіки та ефективності використання науково-технологічного потенціалу.

Крім того, тенденції набуття правової охорони та комерціалізації об'єктів інтелектуальної власності в Україні відзначаються низьким рівнем врахування ОІВ в якості нематеріальних активів на балансах підприємств, у тому числі тих, які функціонують у високотехнологічних галузях економіки, нерозвиненістю інфраструктури комерціалізації інтелектуальної власності, а саме відсутністю спеціалізованих агентств та інформаційних джерел, що відображають пропозицію або попит на результати інтелектуальної діяльності, відсутністю охорони на вітчизняні ОІВ за кордоном, недосконалістю правової бази трансферу технологій, нерозвинутою системою менеджменту інтелектуальної власності [2, с. 116-118].

Відтак, з метою усунення перешкод та проблем розвитку ринку інтелектуальної власності та високих технологій і посилення його позитивного впливу на рівень економічної безпеки України загалом, на наш погляд, необхідно реалізувати засоби, які засвідчили свою ефективність в економічно розвинених державах:

- прийняти Закон України «Про ринок інтелектуальної власності та його регулювання», де чітко інституціалізувати суб'єктів і об'єктів цього ринку, їх функції та права, механізми функціонування, принципи, критерії, методи та засоби державного регулювання [3, с. 80], а також продовжити процес адаптації законодавства в сфері інтелектуальної власності до законодавства ЄС;

- посилити контроль та підвищити відповідальність за порушення прав

інтелектуальної власності, у тому числі збільшення грошових штрафів, шляхом покращення координації дій правоохоронних і контролюючих органів з боротьби з порушеннями прав інтелектуальної власності та створення спеціального контрольно-ревізійного органу щодо боротьби з «тінізацією» обігу ОІВ;

- удосконалити систему обліку нематеріальних активів підприємств та розробити механізми щодо стимулювання підприємств до постановки на баланс ОІВ, важливо спростити процедуру та скоротити терміни розгляду заявок (які становлять від 12 до 17 місяців) на отримання охоронних документів на об'єкти інтелектуальної власності;

- запровадити експертизу технологій та їх складових при здійсненні експортно-імпорتنих операцій з метою обмеження допуску в країну застарілих технологій (наприклад, у Південній Кореї Центр із залучення іноземних технологій проводить експертизу технологій та надає дозволи на їх придбання з метою обмеження допуску в країну застарілих технологій), а також посилити митний контроль за обігом ОІВ;

- проводити активну інформаційно-роз'яснювальну кампанію, спрямовану на популяризацію придбання, створення і комерціалізацію суб'єктами господарювання об'єктів інтелектуальної власності, а також забезпечити широкий доступ громадськості до інформації, пов'язаної з набуттям прав на ОІВ через створення інформаційної бази даних на національному та регіональному рівні.

Список використаної літератури

1. «Тіньовий ринок – 2011. Дослідження міжнародного комп'ютерного піратства BSA», Альянс виробників комерційного програмного забезпечення (Business Software Alliance — BSA) (2012) [Електронний ресурс] – Режим доступу:
http://portal.bsa.org/globalpiracy2011/downloads/study_pdf/2011_BSA_Piracy_Study-Standard.pdf.

2. Савенко В. Г. Загрози економічній безпеці у сфері інтелектуальної власності / В. Г. Савенко // Економічна та регіональна політика – 2009. – № 4. – С. 109-118.

3. Гунчак Н. В. Реалії та перспективи інтелектуального бізнесу в Україні / Н. В. Гунчак // Проблеми і перспективи економіки та управління. Галуzeвий аспект розвитку національного господарства – 2015. – № 1(1). – С. 77-81.

*Шпортко Г.Ю., к.т.н., доцент
доцент кафедри менеджменту
Національна металургійна академія України
gshportko@gmail.com*

ПОКАЗНИКИ АНАЛІЗУ ТА ОЦІНКИ ІНВЕСТИЦІЙНОЇ ПРИВАБЛИВОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

Для здійснення інвестиційної діяльності підприємства виробляють інвестиційну політику. Ця політика є частиною стратегії розвитку підприємства і загальної політики управління прибутком. Сутність інвестиційної політики різні економісти трактують по-різному, але головна ідея одна – інвестиційна політика необхідна для підвищення виробничого потенціалу. Найбільш повне визначення інвестиційної політики дає І.А. Бланк: «інвестиційна політика представляє собою частину загальної фінансової стратегії підприємства, яка полягає у виборі і реалізації найбільш ефективних форм реальних і фінансових його інвестицій з метою забезпечення високих темпів його розвитку і розширення економічного потенціалу господарської діяльності» [1, С.239].

Згідно з [2] розробка інвестиційної політики підприємства складається з декількох етапів:

1. На першому етапі визначається необхідність розвитку підприємства і економічно вигідні напрями цього розвитку. Для цього вимагається: оцінити споживчий попит на продукцію, що випускається; виявити очікуваний попит на період реалізації інвестиційної політики підприємства, що намічається; порівняти витрати на випуск продукції з діючими ринковими цінами; виявити

виробничі можливості підприємства на перспективу; проаналізувати діяльність підприємства за попередній період і виявити невикористані резерви.

2. На другому етапі здійснюється розробка інвестиційних проектів для реалізації вибраних напрямів розвитку підприємства.

3. На третьому етапі відбувається остаточний вибір економічно вигідного інвестиційного проекту, що планується до реалізації. Тут вимагається визначити: вартість устаткування, будівельних матеріалів, оренди виробничої площі, доставки готової продукції на ринок збуту; собівартість заданого обсягу виробництва і одиниці продукції, що випускається на новому устаткуванні; постійні і змінні витрати; обсяги інвестиційних ресурсів, що вимагаються; розмір власних і притягнених засобів, необхідних для реалізації проекту; показники ефективності проекту; ризики, генеровані проектом.

Інвестиційна політика підприємства засновується на таких принципах:

- 1) правовий принцип (правовий захист інвестицій);
- 2) принцип незалежності і самостійності (свобода вибору інвестиційного проекту, його розробки і здійснення);
- 3) принцип системного підходу;
- 4) принцип ефективності (вибір такого інвестиційного проекту, який забезпечить найбільшу результативність).

У основі розробки інвестиційної політики підприємства лежать принципи системи стратегічного управління.

Основна характеристика інвестиційного процесу – стан інвестиційної привабливості системи.

Незалежно від підходу, який використовують експерти або аналітики до визначення терміну «інвестиційна привабливість», найчастіше його використовують для оцінки доцільності вкладень в той чи інший об'єкт, вибору альтернативних варіантів і визначення ефективності розміщення ресурсів. Для підприємства можна прийняти таке визначення інвестиційної привабливості – це справедлива кількісна та якісна інтегральна характеристика внутрішніх та зовнішніх можливостей об'єкта потенційного інвестування залучати та

використовувати інвестиційні ресурси для свого розвитку і забезпечувати максимізацію економічного ефекту суб'єктам інвестування при мінімальному інвестиційному ризику [3].

Авторами [4] запропонована методика аналізу інвестиційної привабливості на різних рівнях економіки (зовнішні можливості). Згідно з нею треба проаналізувати інвестиційний клімат в країні, здійснити вибір галузевої направленість інвестиційної діяльності, оцінити інвестиційну привабливість регіону. На підставі отриманих результатів приймається рішення про вибір конкретної галузі та регіону для здійснення інвестування, що є підґрунтям для вибору об'єктів інвестування.

При аналізі та оцінці інвестиційної привабливості господарчого суб'єкта (внутрішні можливості) треба розглянути такі показники (параметри): привабливість продукції, фінансова, кадрова, інноваційна, територіальна, соціальна привабливість.

Аналіз привабливості продукції підприємства для будь-якого інвестора – це її конкурентоспроможність на внутрішньому і зовнішньому ринку. Конкурентоспроможність продукції багатоаспектний показник, складається з таких чинників: аналіз рівня якості продукції – її відповідність вітчизняним і міжнародним стандартам, наявність міжнародних сертифікатів якості продукції, надійність, довговічність, відповідність моді та ін.; аналіз рівня цін на продукцію, його співвідношення з цінами конкурентів і цінами на товари-замінники; аналіз рівня диверсифікації, тобто багатопрофільність підприємства, його здатність виживати в умовах різної рентабельності продукції, що виробляється. Узагальнюючим показником аналізу конкурентоспроможності продукції та її інвестиційної привабливості є ціна. Вона формується під впливом попиту та пропозиції і може побічно виражати конкурентоспроможність шляхом їх зіставлення.

Аналіз кадрової привабливості підприємства характеризується трьома складовими:

- діловими якостями керівника і його «команди»;

- якістю «кадрового ядра» (працівників вищої кваліфікації);
- якістю персоналу в цілому.

Аналіз інноваційної привабливості підприємства – це ефект від середньострокових і довгострокових інвестицій в нововведення на підприємстві. При аналізі інноваційної привабливості підприємства враховується наявність: стратегії технічного розвитку виробництва, як основи всіх інших інновацій; програми інвестування виробництва з різних джерел. Та зазвичай використовуються такі показники: структура основних засобів та ефективність їх використання, джерела технічного оновлення виробництва, частка прибутку на технічне переозброєння підприємства.

Аналіз територіальної привабливості підприємства для інвесторів визначається наступними факторами:

- віддаленість підприємства від основних транспортних магістралей, які зв'язують підприємство з іншими регіонами, наявність під'їзних шляхів для перевезення вантажів;
- віддаленість підприємства від центру міста, де зосереджені установи місцевої влади, лідируючі організації ринкової інфраструктури та ін.;
- ціна землі, яка багато в чому диференціюється залежно від названих вище критеріїв.

Соціальна привабливість підприємства визначається соціальною захищеністю працівників даного підприємства. Показником соціальної привабливості підприємства можна вважати коефіцієнт соціальної привабливості, що розраховується як відношення середньої заробітної плати одного працівника до вартості раціональної споживчої кошика в регіоні.

Аналіз фінансової привабливості підприємства полягає в мінімізації витрат і максимізації прибутку. Це багатокомпонентне поняття, що складається з безлічі показників, що розраховуються на основі звітних документів підприємства.

Показники фінансового становища підприємства є найбільш суттєвими для інвесторів.

Виділяють наступні етапи оцінки фінансової привабливості підприємства:

- перший етап передбачає роботу з такими звітними документами, як бухгалтерський баланс і звіт про фінансові результати. На їх основі здійснюється розрахунок показників, що характеризують різні сторони фінансової привабливості;

- другий етап – методологічний. Він полягає в угрупованні показників по узагальнюючим критеріям. Пропонуються п'ять основних напрямків аналізу фінансового становища підприємства: структура майна; показники ліквідності; показники довгострокової фінансової стійкості; показники ділової активності; показники рентабельності;

- третій етап оцінки складається з двох частин – розрахунку сумарних коефіцієнтів відхилень значень кожного порівнюваного показника від еталонної величини та визначення класу кредитоспроможності позичальника.

При оцінці фінансової привабливості підприємства використовуються такі показники як рентабельність підприємства, ліквідність активів, фінансова стійкість.

Таким чином, всі показники (параметри) аналізу та оцінки інвестиційної привабливості підприємства можна розділити на три групи:

- в першу чергу інвестора, зазвичай, цікавить, що виробляється на підприємстві, де воно розташоване і наскільки заповзятливі його керівники та персонал. Тому, вихідними складовими оцінки інвестиційної привабливості є продуктове, кадрове та територіальне планування;

- фінансовий аналіз та оцінка виділені як головний складових інвестиційної привабливості підприємства, тому що, саме, в фінансах підприємства, як у дзеркалі, відбиваються головні результати його діяльності (прибутковість, рентабельність), ділової активності (фондовіддача, оборотність оборотних коштів) і фінансової спроможності (показники ліквідності, забезпеченості власними засобами);

- інноваційна, конверсійна і соціальна привабливість підприємства розглядаються як оцінки перспективності його розвитку для інвесторів. Тому

вони виділені в окрему групу. До цієї ж групи складових можна віднести і приватизаційну привабливість, хоча за своєю значимістю і пріоритетністю вона може бути віднесена і до першої групи.

Запропонована в роботі [5] комплексна методика оцінки інвестиційної привабливості підприємства, яка враховує потенційні можливості об'єкта інвестування щодо генерування прибутку на вкладені кошти, а також ризики, які при цьому виникають дає можливість об'єктивно оцінити інвестиційну привабливість конкретного підприємства та виконати зіставлення різних об'єктів.

На основі проведеного аналізу та оцінки інвестиційної привабливості можна довести інвестору доцільність вкладання коштів.

Список використаної літератури

1. Бланк И.А. Управление денежными потоками: 2-е изд., перераб. и доп. / И.А. Бланк. – К.: Ника-Центр. – 2007. – 752 с.
2. Голубев Д.І. Етапи розробки інвестиційної політики підприємства / Д.І. Голубев // Економіка та держава (ISSN 2306-6806). – 2014 – № 10 – с.97-99. [Електронний ресурс]. – Режим доступу до ресурсу: <http://www.economy.in.ua/>
3. Боярко І. М. Оцінка інвестиційної привабливості суб'єктів господарювання / І. М. Боярко // Актуальні проблеми економіки. – 2008. – № 7. – С. 90 -99.
4. Пилипенко О.І. Методика аналізу інвестиційної привабливості підприємства: макро- і мікроекономічний аспекти / О.І. Пилипенко // Вісник Житомирського державного технологічного університету. Серія: економічні науки. – 2009. – № 4(50). – С. 120-127.
5. Методичні засади формування інвестиційної привабливості підприємства / С.Б. Довбня, Т.Л. Охлопкова // Економічний вісник Національного гірничого університету – 2007. – № 4. – С. 43-50. – Режим доступу до ресурсу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/evngu_2007_4_9

Секція 4.

МЕТОДИ ТА ТЕХНОЛОГІЇ ОБЛІКУ, АНАЛІЗУ ТА УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВАМИ В УМОВАХ ТРАНСФОРМАЦІЙНОЇ ЕКОНОМІКИ

Бабенко Валерія, студентка
Науковий керівник: к.е.н., доц. Сокиринська І.Г.
Національна металургійна академія України
valeria_i_b@mail.ru

АВС-АНАЛІЗ ЯК ІНСТРУМЕНТ РАЦІОНАЛЬНОГО УПРАВЛІННЯ ТА ОПТИМІЗАЦІЇ ЗАПАСІВ

АВС-аналіз має давнє походження та пов'язується з ім'ям відомого вченого Вілфредо Парето (1848 р.н.), який винайшов природний принцип співвідношення 80/20, що може бути адаптованим та застосованим майже до будь якої сфери – від наукових досліджень до управління окремими сферами підприємницької діяльності або знаходження закономірностей у житті людини.

У 1951 році принцип Парето перетворився в АВС-аналіз завдяки публікації першої статті “ABC Inventory Analysis Shoots for Dollars Not Pennies” [1], що дозволило на підставі вищезазначеного принципу сконцентрувати увагу на тих товарах, які займають найбільшу питому вагу у загальному обсязі запасів. Перші позитивні результати застосування методу довели свою практичну цінність під час контролю запасів відомої компанії General Electrics.

АВС-аналіз є ефективним методом класифікації та виділення з безлічі факторів тих, які мають особливе значення для досягнення поставлених цілей. Особливої актуальності АВС-аналіз набуває для виробничо-торгівельного підприємства, важливою складовою активів якого є оборотні кошти, які мають знаходитися під постійним контролем та використовуватися у процесі діяльності для досягнення у майбутньому економічної вигоди. Саме запаси, як ключова стаття оборотних активів, займають, як правило, найбільшу питому вагу серед усіх статей балансу таких підприємств. Раціональне та ефективне управління оборотними коштами включає розробку і впровадження широкого

переліку заходів, що сприяють прискоренню оборотності оборотних коштів, у результаті чого відбувається їх вивільнення, що дає цілий ряд позитивних ефектів.

АВС-аналіз – один з найпоширеніших методів управління запасами на підприємстві. Ідея аналізу полягає в тому, щоб з усієї безлічі однотипних об'єктів виділити найбільш значимі з точки зору заздалегідь визначеної мети. Таких об'єктів, як правило, небагато – близько 20%, і саме на них необхідно зосередити основну увагу і сили [2].

З точки зору оптимізації, компанії, які прагнуть знизити оборотний капітал і поточні витрати, повинні здійснювати аналіз запасів набагато частіше, оскільки торговельно-посередницька сфера діяльності має значний ризик накопичення певної кількості надлишкових і застарілих запасів на складах. Але, як свідчить досвід [3], більшість оптових дистриб'юторів і виробників не ставлять це практичним пріоритетом, внаслідок чого значний відсоток оборотного капіталу, є «зв'язаним» у надлишкових запасах.

З метою наочного представлення результатів АВС-аналізу нами було здійснено оцінку та наступну класифікацію запасів на прикладі ТОВ «Проксі-Україна», яке спеціалізується на виробництві та реалізації монтажної піни, герметиків, клеїв і мастик нового покоління на основі полімерних композицій. Саме такі підприємства мають порівняно великий рівень запасів для виробничо-торговельного процесу. В межах дослідження нами було встановлено значимість і важливість запасів за пріоритетами їх використання (табл. 1).

Таблиця 1

АВС-аналіз товарних запасів ТОВ «Проксі-Україна»

Запаси	Дохід, тис. грн.)	Питома вага, %	Нарастаючий підсумок, %	Група
Поліетилен 62107(ВРС)	843,81	32,54%	32,54%	А
Трубка пластикова розтушувач	605,76	23,36%	55,90%	А
Діметиловий ефір Demeon	396,38	15,29%	71,19%	А
Поліетилен низького тиску Bakutar	210,10	8,10%	79,29%	А
Корпус пляшки БтХ	102,40	3,95%	83,24%	В
Полиефир ALCUPOL	75,88	2,93%	86,16%	В

Запаси	Дохід, тис. грн.)	Питома вага, %	Наростаючий підсумок, %	Група
Корпус пляшки	55,43	2,14%	88,30%	В
Поліпропіленгліколь	51,45	1,98%	90,29%	В
Каталізатор Jeffcat	50,65	1,95%	92,24%	В
Пінополістирол EPS 30/0.033	30,71	1,18%	93,42%	В
Картридж	25,56	0,99%	94,41%	В
Ковпак піна	27,65	1,07%	95,48%	С
Вогнегасник порошковий ВП-90	27,62	1,07%	96,54%	С
Черевики Лідер	26,79	1,03%	97,57%	С
Куртка "Аляска"	22,70	0,88%	98,45%	С
Брюки утеплені	20,40	0,79%	99,24%	С
Інші (близько 25 найменувань)	19,80	0,76%	100,00%	С
Разом	2593,09	100,00%		

За даними таблиці можна побачити, що група запасів А підприємства містить запаси чотирьох основних найменувань, які становлять 79,3% нарастаючим підсумком. Одночасно з цим, група А містить в собі основну номенклатуру запасів, необхідних для створення контейнерів продукції на продаж. Цей факт піддержує необхідність мати достатню кількість запасів цього виду на складах та ретельно контролювати їх.

Запаси групи В містять переважно елементи, з яких складаються упаковки для продукції, їх кількість становить сім найменувань, що дає близько 15% отриманого доходу.

Група С включила елементи для пакування продукції та елементи спецодягу. Загальна кількість товарів цієї групи становить близько 30 позицій, але частка у отримуваному підприємством доході – лише 5%. (рис. 1).

Таким чином, проведений аналіз допоміг виявити запаси, які потребують найвищого контролю за їх наявністю на складах та обсягами. Саме основні запаси груп А і В забезпечують переважну частку товарообігу підприємства, що вимагає підтримувати їх постійну наявність. Найбільш часто застосовуваною [3, 4] є практика, коли по запасах групи А створюється надлишковий страховий запас, а по запасах групи В – достатній. Тому, за підсумками проведених розрахунків можна сказати, що на підприємстві «Проксі-Україна» першочерговим завданням є контроль наявності основних хімічних компонентів для виготовлення продукції та необхідних ємкостей для її

фасування на продаж (тобто, запаси груп А і В). Група С – це велика кількість об'єктів з незначною питомою вагою. Запаси даної групи потребують найменшого контролю та є найменш значимими для підприємства. Однак, це не є підставою для позбавлення від цих запасів та повного скасування контролю над ними.



Рисунок 1 - Класифікація запасів методом ABC-аналізу ТОВ «Проксі-Україна»

Наступним кроком після проведення ABC-аналізу товарних запасів є робота з оптимізації їх величини та визначення оптимальної кількості запасів на складах задля скорочення витрат на їх зберігання та, одночасно, збереження ефективного процесу виробництва продукції.

Обраний нами метод оптимізації запасів полягає у використанні моделі економічно обґрунтованого розміру замовлення Вільсона (Economic Ordering Quantity model — EOQ) [4]. Дана модель є доволі простою у використанні, але існують певні обмеження щодо її застосування. Наприклад, розмір економічно обґрунтованої партії постачання слід розраховувати окремо практично по кожній позиції, а виключення можуть становити тільки ті види запасів, які можна об'єднати у одну поставку (наприклад, за принципом географічного

місцезнаходження постачальників). Використання даної моделі дозволило нам встановити необхідний обсяг запасів по групам А та В, врахувавши річне поживання запасів, витрати на зберігання та здійснення замовлення.

Застосування EOQ-моделі дало змогу визначити на завершальному етапі розрахунків величину запасів по групах А та В для прогнозного року. Розрахунки представлені в табл. 2 та здійснені у відповідності до агрегованих у партії поставок груп запасів.

Таблиця 2

Оптимальна величина замовлення партії та планова величина запасів на
прогнозований рік на ТОВ «Проксі-Україна»

Річне споживання запасів, од.	Витрати на зберігання грн/од	Витрати на розміщення заказу, грн	Оптимальна величина запасів, од.	Ціна одиниці товару, грн.	Оптимальна величина запасів, тис. грн.	Кількість заказів на рік	Планова величина запасів тис. грн.
13000	8	120	624,50	42,00	26,23	18	538,5
2000	45,6	136	109,22	228,00	24,90	20	449,8
1500	38	114	94,87	190,00	18,02	23	281,1
15000	3,6	108	948,68	18,00	17,08	23	266,3
3000	8,2	180	362,92	41,00	14,88	44	121,3
10000	3	90	774,60	15,00	11,62	28	147,9
15000	2,2	66	948,68	11,00	10,44	23	162,7
Всього							1967,7

З даних таблиці бачимо, що планова величина замовлення по кожному виду продукції значно різниться, що є наслідком нерівномірного споживання окремого виду запасу, витрат різної величини на зберігання та здійснення замовлення. Саме тому проведення даного розрахунку було необхідним задля визначення оптимальних обсягів запасів, що у результаті дало змогу розрахувати планову нормативну величину запасів підприємства. По кожній статті запасів дана сума є меншою, ніж фактичні обсяги останнього звітного року, а у загальному обсязі це становить 1967,7 тис. грн. У звітному році балансова сума запасів груп А та В (за закупівельною ціною) дорівнювала 2193,2 тис. грн., тому планове вивільнення запасів відбуватиметься на суму 225,5 тис. грн. лише за цими двома групами. Даний факт свідчить про те, що на

підприємстві спостерігається надлишок запасів, який не є необхідним для виробничого процесу, а навпаки, приносить немотивоване відволікання фінансових ресурсів.

Таким чином, в межах дослідження методики ABC-аналізу та її практичного застосування на прикладі ТОВ «Проксі-Україна», нам вдалося удосконалити процес управління запасами для даного підприємства та наглядно продемонструвати, що розрахунок оптимальної величини запасів по заздалегідь визначеним за пріоритетністю товарним групам скоротить витрати на їх замовлення й зберігання та дасть можливість вивільнити певну частину фінансових ресурсів з метою подальшого їх спрямування на вирішення нагальних завдань виробничо-господарської діяльності. Крім того, дослідження довело про наявність певних додаткових практичних питань при розподілі запасів за групами. Так, аналіз у трирічній перспективі довів, що запас, які припадають на граничні позиції певної групи, можуть переміщатися у певні роки з одної групи в іншу. Тобто, протягом виробничого циклу, запаси групи А можуть попадати в групу В та навпаки. Якщо здійснювати аналіз та розрахунки регулярно (щомісячно, щоквартально), то можна в перспективі розробити власну стратегію для переведення менш рентабельних видів продукції, наприклад, з класу С до класу В, або здійснювати оптимізацію портфелю запасів, спираючись на рівень маржинальності окремих груп.

Отже, ABC-аналіз є дієвим та ефективним інструментом управління запасами торгівельно-виробничих підприємств, а успіх та позитивні результати його застосування багато в чому визначаються правильно обраними критеріями розподілу запасів між відповідними групами та ретельним контролем як міграції запасів між групами, так і обсягом оптимальних партій постачання, особливо з урахуванням певних ризиків вчасної доставки запасів.

Список використаної літератури

1. Dickie, H.F. ABC Inventory Analysis Shoots for Dollars Not Pennies // *Factory Management and Maintenance*, Vol. 109, No. 7, 1951, pp. 92-94.

2. Гаррисон Р.й, Норин Э., Брюер П. Управленческий учет / Пер. с англ. О.В.Чумаченко. 11-е изд. – К.: Companion Group, 2007. – 1024 с.
3. Балабанова Л.В. Маркетингова товарна політика в системі менеджменту підприємства: монографія / Л.В. Балабанова, О.А. Брадіна. – Донецьк : Дон ДУЕТ, 2006. – 230 с.
4. Ковальчук І.В. Економіка підприємства [Текст] : навч. посібник / І. В. Ковальчук. – К.: Знання, 2008. – 679 с.

*Безверхня Ю.В., к.е.н., доцент
доцент кафедри обліку і оподаткування
Таврійський державний агротехнологічний університет
yuliia.bezverkhnia@tsatu.edu.ua*

КОНТРОЛІНГ В УМОВАХ ГЛОБАЛІЗАЦІЇ: УПРАВЛІНСЬКИЙ АСПЕКТ

В умовах глобалізації світової економіки при загальній лібералізації ринкових зв'язків здійснюється вільний рух капіталів, відбувається революція у сфері новітніх інформаційних технологій, комп'ютеризація всієї системи управління підприємством. В теорії та практиці управління підприємствами активне використання такої інновації як контролінг стає об'єктивно необхідним.

На підприємствах контролінг виконує різні функції: постановка цілей, поточний збір і обробка інформації для прийняття управлінських рішень, здійснення функцій оперативного контролю відхилень фактичних показників діяльності підприємства від планових, їх оцінка та аналіз, а також створення можливих варіантів управління, що дозволяють в результаті оптимізувати витрати та фінансові результати. В умовах жорстокої конкуренції і нестабільності законодавчих рішень уряду керівництву необхідно завжди мати інформацію про показники підприємства у зручному для аналізу і ухвалення рішення вигляді.

Необхідність діяти в умовах ринкової економіки та загострення конкуренції товаровиробників обумовлює підвищені вимоги до професійних якостей фахівців, відповідальності керівників за результати і наслідки

прийнятих рішень. Надзвичайно актуальними стають облік тимчасового чинника і організація аналізу матеріальних, товарних, фінансових потоків, пошук обґрунтованих рішень у регулюванні виробничо-господарських і фінансових ситуацій [1, с.26].

Впровадження в управлінську діяльність дослідницького підходу базується на застосуванні сучасних досягнень в області інформаційних технологій, що забезпечують повноту, своєчасність інформаційного відображення керованих процесів, можливість їх моделювання, аналізу, прогнозування.

Одним з основних факторів впливу науково-технічного прогресу на всі сфери діяльності людини є широке використання нових інформаційних технологій. Серед найбільш важливих і масових сфер, в яких інформаційні технології відіграють вирішальну роль, особливе місце займає сфера управління. Під впливом нових інформаційних технологій відбуваються корінні зміни в технології управління (автоматизуються процеси обґрунтування і прийняття рішень, організація їх виконання), підвищується кваліфікація і професіоналізм фахівців, зайнятих управлінською діяльністю [1, с.29].

Стрімке зростання і диференціація попиту на всі види інформації, у тому числі наукову, технічну і більшою мірою економічну, а також підвищення вимог до змісту та форми подання даних є серйозними стимулами розвитку ринку інформаційних і комунікаційних технологій. Саме володіння достовірною і актуальною інформацією разом з умінням ефективно використовувати адекватні методи і засоби її збору, обробки та передачі служить основою успішної діяльності будь-яких підприємств і організацій, незалежно від їх організаційно-правової форми.

Контролінг є важливим інструментом удосконалення всієї облікової політики та практики різних підприємств і організацій. Саме на основі широкого застосування управлінського обліку та контролінгу стає реальним підвищення якості управління підприємствами і організаціями в нових умовах господарювання.

При цьому, управлінський облік і контролінг, представляючи самостійні управлінські інструменти, доповнюють один одного і забезпечують менеджмент всією необхідною для його функціонування інформацією [2, с.12].

Можна виділити основні підходи до розуміння поняття «контролінг». Це – концепція ефективного управління підприємством; механізм саморегулювання; система забезпечення існування підприємства; система інформаційно-аналітичної і методологічної підтримки керівників; система управління процесом досягнення кінцевих результатів діяльності підприємства [3, с. 43].

Потенціал контролінгу дозволяє найбільш ефективно планувати як доходи, так і витрати підприємства, контролювати процеси мобілізації доходів і напрямки витрат, а також оцінювати їх раціональність і, крім того, на його основі підготувати конструктивні пропозиції щодо поліпшення діючої практики.

Застосування принципів контролінгу відкриває можливість істотного поліпшення процесів і результатів бюджетування, що обумовлює не тільки розвиток внутрішньогосподарського розрахунку, але і нарощування прибутку. Особливу значимість набуває автоматизація бюджетування і впровадження його за видами діяльності [4, с. 176].

На підприємствах доцільно розробити положення про впровадження контролінгу, де необхідно зафіксувати основні напрямки розвитку контролінгу та відповідні зміни в системі управлінського обліку для того, щоб створити умови для досягнення намічених в плані результатів. Основну увагу потрібно приділити вдосконаленню роботи з витратами. Крім цього положення на підприємствах необхідно розробити цілісну систему базових документів, на основі яких здійснювалося впровадження контролінгу.

На наш погляд, контролінг дозволяє успішно вирішувати проблеми, що виникають в рамках сучасної трансформації економіки, будучи одним з найбільш ефективних інструментів управління на мікрорівні в умовах глобалізації та в суспільстві інновацій за такими обставинами:

– контролінг забезпечує систематичний і кваліфікований контроль за функціонуванням всіх ланок організації в їх взаємодії і взаємозалежності щодо реалізації заходів, що намічені планом, дозволяє розкривати недоліки практики планування, оптимізувати їх допомогою своєчасного внесення необхідних корективів, а також, за допомогою комп'ютерних програм;

– контролінг служить дієвим інструментом підвищення відповідальності керівників і персоналу служб і підрозділів організації за результативність їх діяльності, реалізацію намічених завдань у встановлені планом строки; розробка комп'ютерних програм, які оптимізують варіативні завдання, стимулює постійне підвищення кваліфікації працівників, систематичне придбання необхідних нових знань, розвиток здібностей роботи з інформацією, що є об'єктивно необхідним у суспільстві знань;

– використання потенціалу контролінгу допомагає керівникам і персоналу підприємства в найбільшій мірі й у відносно короткі терміни адаптуватися до умов і специфіки суспільства інновацій, раціональніше використовувати його можливості та резерви.

Список використаної літератури

1. Васенев К.А. Анализ информационных потоков промышленного предприятия в контроллинге / К.А.Васенев // Контроллинг и менеджмент. – 2006. - № 4. – С.25-37.
2. Пич Г. Уточнение содержания контроллинга как функции управления и его поддержки / Г. Пич, Э.Шерм // Проблемы теории и практики управления. - 2011. - № 3. – С.10-18.
3. Управління потенціалом конкурентоспроможності підприємств на засадах контролінгу: монографія / В.В. Прохорова, В.І. Чобіток. – Харків: НТМТ, 2012. – 248 с.
4. Анискин Ю.П. Планирование и контроллинг/ Ю.П. Анискин, А.М. Павлов. – М.: Омега – Л, 2003. – 280 с.

*Бержанір І.А., к.е.н., старший викладач кафедри
фінансів, обліку та економічної безпеки
Уманський державний педагогічний університет імені Павла Тичини
innaberzhanir@ukr.net
Скиба А.І., к.е.н., доцент кафедри
обліку і аудиту
ІМЕФ, ПрАТ «ВНЗ» МАУП
tsiluyrik@ukr.net*

НАПРЯМИ ВДОСКОНАЛЕННЯ ОБЛІКУ РОЗРАХУНКІВ З ПОСТАЧАЛЬНИКАМИ І ПІДРЯДНИКАМИ

В умовах ринкового господарювання, функціонування підприємств, установ, організацій різних форм власності і здійснення підприємствами господарської діяльності супроводжується виникненням між ними розрахункових відносин як у готівковій, так і безготівковій формах. Однак, здійснюючи розрахунки, як підприємства, так і кредитні установи зобов'язані суворо дотримуватись чинних законодавчих актів, банківських правил, вдосконалювати системи розрахункових відносин в Україні, сприяти прискоренню платежів та зміцненню розрахункової дисципліни. Тому питання обліку розрахунків з суб'єктами господарської діяльності є досить актуальним на цьому етапі становлення національної економіки України.

Згідно з Податковим кодексом України дебітор – особа, у якої внаслідок минулих подій утворилася заборгованість перед іншою особою у формі певної суми коштів, їх еквіваленту або інших активів [1]. Відповідно до П (С)БО 10 «Дебіторська заборгованість» дебіторами є юридичні та фізичні особи, які внаслідок минулих подій заборгували підприємству певні суми грошових коштів, їх еквівалентів або інших активів, а дебіторська заборгованість – це сума заборгованості дебіторів підприємству на певну дату [2].

Основними завданнями обліку розрахунків з постачальниками є:

- своєчасне документальне оформлення розрахункових операцій;
- ведення аналітичного і синтетичного обліку розрахунків з постачальниками з дотриманням принципів бухгалтерського обліку;

- своєчасне і достовірне відображення розрахункових операцій у податковому обліку;

- своєчасна взаємна звірка розрахунків з кредиторами і дебіторами;

- недопущення нереальної кредиторської та дебіторської заборгованості [3].

В умовах кризи неплатежів особливо зростає роль ефективного управління дебіторською заборгованістю, своєчасного її повернення та попередження безнадійних боргів. При цьому слід пам'ятати, що політика управління дебіторською заборгованістю є одночасно складовою не лише фінансової, а й маркетингової стратегії підприємства.

У зв'язку з тим, що безнадійна заборгованість, на сьогоднішній день в Україні, посідає досить вагоме місце у складі всієї заборгованості особливої уваги потребує порядок списання простроченої дебіторської заборгованості, оскільки існує прямий взаємозв'язок між таким списанням і формуванням оподатковуваної бази податку на прибуток. Проблема підприємства не лише у тому, що борги не повертаються, а і у тому, що досить складно оцінити суму ймовірної безнадійної заборгованості, розрахувати резерв для її списання і, тим більше, списати її у бухгалтерському обліку. Основними завданнями є:

- недопущення порушення строків оплати нерезидентами експортного товару, строків отримання оплаченого імпортного товару, а також строків отримання імпортного товару за бартерними операціями;

- своєчасне і якісне проведення річної інвентаризації розрахунків із постачальниками;

- дотримання умов поставки, передбачених у договорі або контракті купівлі-продажу, в яких має міститися письмова згода сторін про поставку товарів, а також зобов'язання сплатити за нього грошову суму [4].

Виконання цих завдань забезпечує комплексність обліку розрахунків з постачальниками, сприяє всебічному контролю за ними.

Ринковий механізм регулювання роботи з дебіторською заборгованістю включає в себе загальний стан економіки в країні, доступність кредитних ресурсів, сезонність виробництва і продажу, стан розрахунків між підприємствами в

державі; рівень інфляції, галузеві особливості та ін. Розробка системи інформаційного забезпечення процесу управління дебіторською заборгованістю здійснює інформаційну підтримку та є важливим етапом та необхідною умовою побудови ефективної системи роботи з дебіторською заборгованістю.

Отже, аналізуючи проблеми обліку та управління дебіторською заборгованістю, пропонуємо наступні напрями її подолання:

- внесення змін до П(С)БО «10» щодо чіткого розмежування довго- та короткострокового періоду;
- вдосконалення методів визначення суми резерву сумнівних боргів та здійснити заходи щодо стимулювання створення цього резерву; забезпечення тільки достовірною інформацією;
- забезпечення ефективної роботи посередницької діяльності у формі «підприємство-банк-замовники».

Процес управління дебіторською заборгованістю базується на певному механізмі, який включає елементи зовнішнього і внутрішнього регулювання, а саме:

- державне, правове та нормативне регулювання процесу обліку дебіторської заборгованості підприємства;
- ринковий механізм регулювання роботи підприємства з контрагентами;
- розробка системи інформаційного забезпечення процесу управління дебіторською заборгованістю підприємства;
- розробка кредитної політики та адаптація її умов до кожного дебітора підприємства;
- облік та оцінка стану дебіторської заборгованості підприємства;
- розробку заходів щодо зниження ризику та підвищення ефективності управління дебіторською заборгованістю.

Таким чином, наведені заходи сприятимуть суттєвому підвищенню ефективності організації обліку розрахунків з покупцями та замовниками, оптимізації рівня дебіторської заборгованості, зміцненню фінансового стану підприємств та їх платоспроможності у сучасних умовах господарювання.

Список використаної літератури

1. Податковий кодекс // Електронний ресурс. – Режим доступу: <http://www.rada.gov.ua>.
2. Положення (стандарт) бухгалтерського обліку № 10 «Дебіторська заборгованість», затверджено наказом МФУ від 08.10.1999 р. № 237. // Електронний ресурс. – Режим доступу: <http://www.rada.gov.ua>.
3. Білик М. Д. Управління дебіторською заборгованістю підприємств / М. Д. Білик // Фінанси України. – 2013. – № 12. – С. 24–36.
4. Гуменна Ю. Г. Облік та управління дебіторською заборгованістю: проблеми та шляхи їх подолання [Текст] / Ю. Г. Гуменна, Г. Н. Конопелько // Економічні проблеми сталого розвитку: матеріали Міжнародної науково-практичної конференції імені проф. Балацького О. Ф., м. Суми, 11-12 травня 2016 р.: у 2-х т. / За заг. ред. О.В. Прокопенко. – Суми: СумДУ, 2016. – Т.1. – С. 165–166.

*Бізарі Л.І., магістр
Науковий керівник: Ліба Н.С., к.е.н., доцент
доцент кафедри обліку і оподаткування та маркетингу
Мукачівського державного університету*

МІСЦЕ ВНУТРІШНЬОГО КОНТРОЛЮ ІНВЕСТИЦІЙ В ЗАГАЛЬНІЙ СИСТЕМІ УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВОМ

На сьогодні існують досить різноманітні підходи щодо визначення поняття внутрішнього контролю та його ролі у системі управління. У нових умовах господарювання гостро постає питання удосконалення системи внутрішнього контролю, що пов'язано зі спрямуванням його не лише на збереження активів, але, передусім, на підвищення ефективності діяльності суб'єктів господарювання.

В умовах обмежених власних фінансових ресурсів внутрішній контроль може розглядатися як один з прийнятних підходів до підвищення ефективності управління інвестиційною діяльністю на промисловому підприємстві. Застосування даної концепції при реалізації інвестиційної програми підприємства може сприяти оптимізації управлінських рішень в інвестиційній сфері, ефективнішому використанню обмежених інвестиційних ресурсів

підприємства, зниженню потреби в ресурсах, що залучаються, позитивній динаміці основних показників фінансово-господарської діяльності.

Сьогодні ефективність інвестиційної діяльності промислового підприємства в значній мірі залежить від організації контролю управління інвестиційною діяльністю в компанії.

Прийняття обґрунтованих та ефективних управлінських рішень щодо реальних інвестицій є першочерговим завданням управління інвестиціями. У зв'язку з чим постає необхідність структурно-функціональної інтеграції всіх учасників інвестиційного процесу через призму системного внутрішнього контролю.

Внутрішній контроль здійснюється на основі інформації про функціонування об'єкта управління і покликаний забезпечити єдність управлінського рішення та його реалізації, тобто весь процес управління. Тим самим контроль забезпечує зворотний зв'язок, який сигналізує про хід і стан реалізації управлінських рішень [2, с.129].

Необхідність здійснення внутрішнього контролю саме як механізму зворотного зв'язку полягає у вивченні всіх елементів системи управління, на входу в яку маємо – розробку рішень про відповідний проект, в процесі – прийняття відповідного рішення, а на вході – реалізацію цього рішення. Здійснюючи контроль на всіх етапах можливим є своєчасне отримання достовірної та аналітичної інформації, яка вплине на хід реалізації управлінського рішення і повідомить про його здійснення.

Місце внутрішнього контролю в загальній системі управління можна визначити за наступними напрямками:

- інформація управлінського обліку, оброблена системою контролю використовується в системі управління;
- внутрішнім контролем здійснюється перевірка інформації фінансового обліку для надання фінансової звітності зовнішнім користувачам;
- внутрішнім контролем обробляється та перевіряється зовнішня інформація для цілей прогнозування;

- внутрішній контроль вирішує завдання економічної діагностики та аналізу;

- внутрішній контроль надає інформацію для використання в системі управління, прийняття управлінських рішень, визначення стратегії тощо.

При визначенні ролі і місця внутрішнього контролю в системі управління підприємством необхідно виходити з того, що система управління є головною складовою господарюючого механізму, а система внутрішнього контролю – обслуговуючою складовою [3, с.53].

Система внутрішнього контролю на підприємстві повинна бути направлена на реальну оцінку поточного економічного стану підприємства, встановлення, аналіз і оцінку проблем його розвитку, виявлення «вузьких місць» підприємства, встановлення причин виникнення негативних результатів і небажаних тенденцій у діяльності підприємства і прийняття обґрунтованих і оптимальних управлінських рішень.

В результаті поглибленої інтеграції контролю та інших елементів процесу управління на практиці неможливо визначити масштаби діяльності для працівника таким чином, щоб це стосувалось лише одного елемента управління без взаємозв'язку і взаємодії з контролем. Управлінські функції обов'язково інтегровані з контрольними. Для оптимального здійснення будь-якої із стадій процесу управління для кожної з них потрібен контроль. Наприклад, на стадії планування інвестиційного портфелю підприємства реалізуються такі контрольні функції: оцінка раціональності можливих варіантів інвестиційних проектів; відповідність планових рішень в сфері інвестування прийнятим стратегічним орієнтирам розвитку підприємства [6, с. 133].

Для забезпечення раціональності і відповідності стратегії підприємства зовнішнім економічним чинникам, для забезпечення оптимальності управлінських рішень самій можливості їх вдалої реалізації також необхідний контроль. Якщо в стадію планування не «включити» елемент контролю, виникнення помилок у плануванні в кращому випадку проявиться на стадії організації та регулювання.

Облікова інформація формує базу для системи контролю, та, з іншого боку, необхідний контроль достовірності самого обліку [4, с. 13].

У сучасних умовах економічного розвитку керівництво та власники господарюючих суб'єктів потребують оперативної й достовірної інформації про інвестиційну діяльність. При цьому слід звернути увагу на те, що відділи і служби підприємств є багатофункціональними, тобто їх робота базується на основі інтеграції управлінських функцій. За таких умов практично нівелюються чіткі межі між контролем, управлінням, плануванням та аналізом [1, с. 328].

Оскільки інвестиційна діяльність традиційно вважається одним з каталізаторів розвитку підприємства, важливо досягти максимального ефекту від її здійснення, уникати непродуманих рішень, що призводять до втрати конкурентних переваг підприємства. Одним із засобів зменшення ризиків в управлінні інвестиціями на підприємстві є внутрішній контроль. Необхідність у створенні системи внутрішнього контролю за інвестиційною діяльністю на підприємстві зростає по багатьом причинам: по-перше, розвиток підприємства і ринку капіталів; по-друге, важливість дієвої системи самоуправління на підприємстві; по-третє, систематичне зниження втрат при здійсненні управлінських бізнес-процесів.

Доцільність здійснення внутрішнього контролю інвестиційної діяльності підприємства полягає у можливості керівництва здійснювати контроль правильності проведення інвестиційних операцій, визначати та не припускати навмисних або ненавмисних помилкових дій з боку працівників підприємства, виявляти можливості підвищення ефективності інвестиційних операцій шляхом визначення найбільш перспективних напрямків інвестування та ін.

Одним із чинників раціональної організації обліку і управління інвестиційною діяльністю є систематичний і ефективний контроль за реальними інвестиціями і операціями з ними, адже контроль, як функція управління є засобом зворотного зв'язку між об'єктом і системою управління, що інформує про дійсний стан керованого об'єкта, фактичне виконання управлінського рішення.

Оскільки внутрішній контроль інвестиційної діяльності є одним з підвидів контролю, він здійснюється як за принципами зовнішнього контролю, так і з урахуванням певної специфіки, що притаманна лише цьому виду діяльності.

При цьому інтерпретація внутрішнього контролю інвестицій лише як функції управління чи складової системи внутрішнього контролю є неповною, оскільки як механізм зворотного зв'язку він також є заключною стадією процесу управління підприємством [5, с. 67].

Саме тому, визначаючи місце внутрішнього контролю інвестицій в загальній системі управління підприємством розглядають його не лише як напрям внутрішнього контролю, функцію управління чи зворотній зв'язок у системі, а й у єдності трьох основних аспектів:

- як одну з основних самостійних функцій управління інвестиційним проектом, тобто контроль як діяльність;
- як заключну стадію процесу управління інвестиційним проектом, тобто механізм зворотного зв'язку;
- як складову процесу розробки, прийняття та реалізації управлінських рішень.

Разом із цим слід мати на увазі, що внутрішній контроль інвестицій одночасно виступає елементом управління з прямим зв'язком, оскільки передбачає також попереднє виявлення можливих відхилень. Про це свідчить і класифікація його за часом проведення на попередній, поточний та наступний. По відношенню до управлінського процесу такі види контролю здійснюються на відповідних етапах розробки, прийняття та реалізації рішення щодо інвестицій.

Отже, внутрішній контроль реальних інвестицій є складовою процесу прийняття управлінських рішень на підприємстві загалом та відносно інвестиційних проектів та ресурсів.

Внутрішній контроль реальних інвестицій органічно входить до загальної системи управління підприємством і посідає значне місце в процесі управління

і прийняття управлінських рішень, щодо реалізації інвестиційних проектів зокрема та розвитку підприємства загалом.

Система внутрішнього контролю реальних інвестицій взаємодіє з фінансовою системою підприємства у процесі формування інвестиційних ресурсів; з виробничою системою через контроль за формуванням та управлінням основними та оборотними коштами; а також з системою управління персоналом через контроль за інтелектуальними інвестиціями у робітників підприємства.

Внутрішній контроль інвестицій, можна розглядати як систему заходів, здійснюваних всередині підприємства окремими його суб'єктами, спрямованих на попередження й виявлення фактів відхилень, порушень, зловживань, нерационального або економічно неефективного використання ресурсів та збільшення витрат, встановлення їх причин та розробки механізму щодо усунення чи виправлення відхилень в інвестиційній діяльності.

Список використаної літератури

1. Бланк И. А. Основы инвестиционного менеджмента : учеб. курс [для студентов экон. вузов] / И.А. Бланк — К. : Ника-Центр : Эльга-Н, 2001. — Т.1. — 531 с.
2. Дорош Н. І. Аудит: методологія і організація / Дорош Н. І. — К. : КОО т-ва "Знання", 2001. — 402 с.
3. Концевая С. Р. Методика оценки эффективности функционирования внутрихозяйственного контроля / С. Р. Концевая // Бухгалтерский учет. — 2005.— № 3(6). — С.51—54.
4. Мизиковский Е. А. О внутреннем контроле в управлении хозяйствующим субъектом / Мизиковский Е. А. // Менеджмент в России и зарубежом. — 2006. — № 2. — С. 13.
5. Нападовська Л. В. Внутрішньогосподарський контроль в ринковій економіці : [монографія] / Нападовська Л. В. — Дніпропетровськ : Наука і освіта, 2000. — 223 с.
6. Остапчук Т. П. Організація внутрішньогосподарського контролю операцій з капітальними інвестиціями / Остапчук Т. П. // Вісник Житомирського державного технологічного університету. Економічні науки. — 2004. — № 1 (27). — С. 127—140.

*Бігун У. В., аспірант
кафедри міжнародної економіки
Національний технічний університет України
«Київський політехнічний інститут імені Ігоря Сікорського»
uliana_bihun@ukr.net*

ПРИНЦИПИ УЗГОДЖЕННЯ ЕКОНОМІЧНИХ ІНТЕРЕСІВ СУБ'ЄКТІВ ЕНЕРГОРИНКУ У ПРОЦЕСІ ІНТЕГРАЦІЇ З ЄС

Економічна глобалізація як одна з головних передумов інтернаціоналізації стає поштовхом до процесу створення міжнародних ринків електроенергії, газу та нафтопродуктів. Відповідно, ключовою умовою інтеграції енергетичного сектору України у загальноєвропейський енергоринок є успішне проведення внутрішніх реформ, що відповідають європейським стандартам.

У свою чергу, економічна безпека енергетичного ринку залежить від узгодження економічних інтересів, що виникають і реалізуються в сферах виробництва, передачі, розподілу та споживання електроенергії. Так, вимозі сьогодення більшою мірою відповідає не принцип їх жорсткої ієрархії «від загального до одиничного» чи навпаки, а прагнення до їх гармонізації, єдності, що досягається на всіх рівнях соціально-економічної політики.

Багатостороння енергетична співпраця на регіональному рівні здійснюється в рамках відповідних організацій на основі міжнародно-правової бази. З метою реалізації єдиної енергетичної політики в ЄС створено інституційну основу, пріоритетною ціллю якої є забезпечення безпеки поставок енергетичних ресурсів із зовнішніх джерел. Опублікований у 2007 році Третій енергетичний пакет (ТЕП) покликаний гарантувати вільний доступ споживачів до ринків газу та електроенергії і містить заборону одночасного контролю над виробництвом і видобутком газу (електроенергії) та їх транспортуванням. Зокрема, підзаконні акти, що ввійшли до ТЕП, зобов'язують країни-учасниці вживати заходів, спрямованих на забезпечення високого рівня безпеки та надійності поставок електроенергії. У числі таких заходів, крім достатньої

правової бази, зокрема, передбачені: наявність адекватного рівня потужності для забезпечення балансу між пропозицією і попитом на електроенергію; достатній рівень інвестицій у розвиток інфраструктури, що забезпечує транспорт енергії тощо.

Отримавши у 2011 році статус Договірної Сторони в Європейському Енергетичному Співтоваристві (ЄЕС), Україна взяла на себе зобов'язання виконати ряд вимог, які полягають у створенні спільного правового поля на енергетичних ринках країн-членів ЄЕС, зокрема, імплементацію Директиви 2009/72/ЄС [1]. Останньою передбачається недискримінаційний і прозорий процес формування тарифів, рівний і гарантований доступ до мереж, а також конкуренція в постачанні електроенергії.

Згідно з Європейською стратегією сталої, конкурентоспроможної та безпечної енергетики [3] для досягнення конкурентоспроможного внутрішнього ринку енергії повинна бути розроблена, прийнята і застосована на практиці ефективна законодавча і нормативна база. Діючи послідовно в цьому напрямку, ЄС активно проводить політику уніфікації правового регулювання в енергетичній сфері з метою створення національних конкурентних ринків та їх інтеграції в єдину європейську енергосистему. Тож, процес створення ринків в енергетичній сфері супроводжується дерегулюванням, тобто зниженням ступеня державного регулювання та впровадженням ринкових механізмів. Ефективна конкуренція на ринку зменшує потребу в зовнішньому регулюванні, головним чином завдяки тому, що вона спирається на механізм саморегулювання. Конкуренція змушує фірми знижувати витрати, стимулює інновації та розвиток.

Тож, економічні перетворення, що відбуваються на енергоринку, пов'язані з його реформуванням, чинять серйозний вплив на систему економічних інтересів учасників енергоринку та напрямки їх взаємозв'язків, що призводить як до появи нових економічних інтересів, так і більш глибокого усвідомлення вже існуючих. Отже, з метою вирішення проблеми протиріч інтересів нами пропонуються принципи узгодження економічних інтересів

учасників енергетичного ринку відповідно до вимог європейського законодавства, а саме: уніфікація, інституціоналізація, дезінтермедіація та лібералізація (рис. 1).

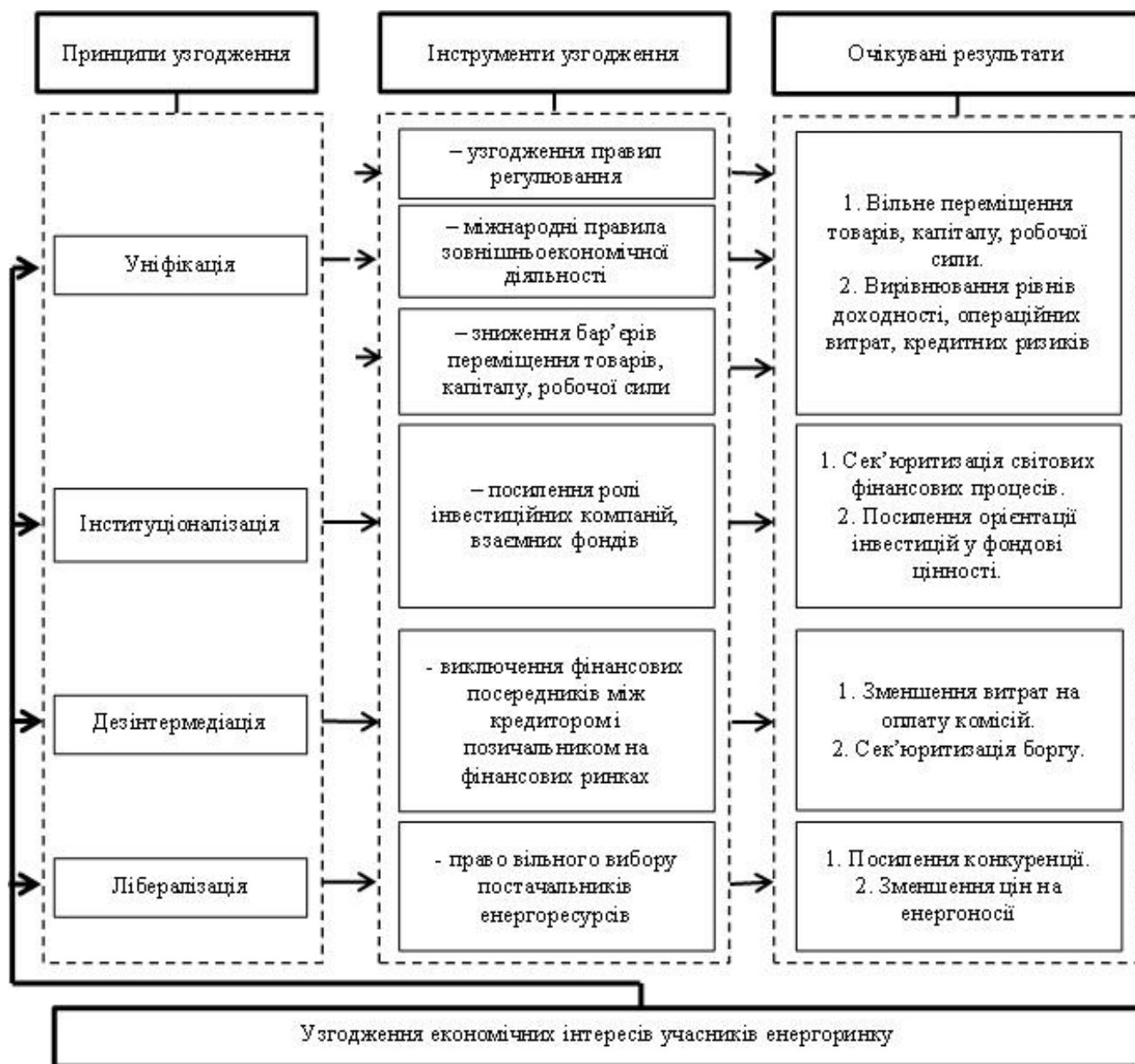


Рисунок 1 - Узгодження економічних інтересів учасників енергетичного ринку

Джерело: розроблено автором на основі [1; 2]

Запропоновані принципи завдяки інструментам узгодження призведуть до зміни у відносинах у сфері енергетики. Наприклад, дезінтермедіація шляхом усунення спекулятивно-посередницьких ланок у ланцюжку «виробник-

споживач», що істотно підвищують ціни на товари, дасть змогу збільшити частку виробника в їхній ціні. Зміна моделі організації ринку за принципом лібералізації створить можливості для входу на енергетичний ринок нових суб'єктів, сприятиме розширенню виробничих потужностей та підвищенню рівня інвестиційної привабливості галузі. Таким чином, створюватимуться умови для розробки інноваційних продуктів, що дозволяють збільшити еластичність попиту і дати споживачам можливість зробити більш раціональний вибір. Саме ефективний захист прав споживачів є головною умовою функціонування ринкової економіки, висунутою ЄС. Передумовою цього служила думка, що реформи, які проводяться без соціальних механізмів, неминуче призведуть до зниження якості життя.

Отже, вище зазначені положення покликані узгоджувати економічні інтереси суб'єктів господарювання задля досягнення основної мети – створення єдиного конкурентоспроможного енергетичного ринку. Відповідно, реалізація економічних інтересів суб'єктів енергетичного ринку в умовах інтеграції з ЄС можлива лише шляхом системної організації економічних відносин, яка, в свою чергу, може здійснюватися через реалізацію принципів узгодження, що забезпечують компроміс цих інтересів.

Список використаної літератури

1. Willie J.H. European security in the new political environ: Ananalysis of the relationship between nat. interests, intern, institutions a the great powers in the post-Coldwar Europ. Security arrangements. – L; N.Y.: Longman, 1997.– 140 p.
2. Гершкович Б. Я. Экономические интересы и их реализация: [материалы спец. курса] / Б. Я. Гершкович. – Пятигорск : ПГЛУ, 1999. – 181 с.
3. Green Paper. A European Strategy for Sustainable, Competitive and Secure Energy 2006 [Electronic resource] // Commission of the European communities [Official website]. – Access mode: http://fire.pppl.gov/eu_energy_greenpaper_030806.pdf

*Бідзіля І., магістр
Науковий керівник: Максименко Д.В., к.е.н., доцент
доцент кафедри обліку і оподаткування та маркетингу
Мукачівський державний університет
diana2479@list.ru*

ІНФОРМАЦІЙНА БАЗА УПРАВЛІНСЬКОГО ОБЛІКУ

В сучасних економічних умовах велике значення має уточнення ролі всіх функцій управління підприємством. Особливої уваги потребує функція управлінського обліку, як основний засіб накопичення інформації, необхідної для прийняття оперативних управлінських рішень.

Формування системи управлінського обліку є об'єктивною необхідністю сучасного періоду, яка покликана вирішити завдання, які неможливо вирішити на основі існуючої вітчизняної системи бухгалтерського обліку.

У країнах з розвинутою ринковою економікою система обліку організаційно і методологічно поділена на фінансовий і управлінський. Прийняття Закону України “Про бухгалтерський облік та фінансову звітність в Україні” дало можливість підприємствам вести внутрішньогосподарський (управлінський) облік паралельно з фінансовим. Це означає, що управлінський облік на підприємстві організовує керівник підприємства.

Процес управління – це процес координації діяльності підприємства. У більш широкому понятті управління підприємством можна розглядати як процес накреслення планів (цілей) та досягнення цих цілей шляхом координації та регулювання його діяльності. Система управління включає різні рівні на яких і здійснюється процес управління. Всі рівні управління з моменту встановлення цілей і до моменту їх досягнення потребують інформації [3, с.43].

Таким чином, управлінський облік можна визначити як процес підготовки інформації, яка використовується управлінською ланкою для планування, контролю та оцінки всередині підприємства. Іншими словами, управлінський облік — це підсистема обліку, пов'язана із забезпеченням

менеджменту підприємства інформацією для використання у плануванні, контрольних діях і в прийнятті управлінських рішень.

В основу системи управлінського обліку покладено інформаційну систему, яка використовує вхідну інформацію та відповідні процеси з метою одержання результатів, що відповідають точно визначеним цілям управління.

Інформаційна база управлінського обліку використовується всіма функціями управління, в тому числі функціями планування, контролю та оцінки з метою прийняття управлінських рішень.

Керівники різних рівнів управління можуть отримувати інформацію безпосередньо від об'єкту управління, або від спеціального органу (служби) вже в підготовленому (інтерпретованому) вигляді. Найважливішою інформаційною службою, що забезпечує систему управління інформацією в сучасний період є бухгалтерія, яка формує інформацію про фактичну наявність, використання майна і ресурсів організації, про господарські процеси і результати діяльності, про позикові кошти, розрахунки, претензії й ін.

В літературі, традиційно облік визначали як одну із функцій управління зі своїми характерними цілями, принципами, завданнями. Управління підприємством вважали самостійною сферою спеціальних знань, тому лише йому відводилась провідна роль у розробці можливих варіантів та вибору оптимальних рішень [1, с.342].

Значним недоліком сучасної системи управління є розмежування різноманітних служб – планового відділу, бухгалтерії, відділу праці і заробітної плати, маркетингу, виробничого відділу, які працюють незалежно один від одного і мають вузьку спеціалізацію. При цьому мета у них різна: у планового відділу – формування планів і показників на перспективу, бухгалтерії – відображення результатів виробничого процесу та своєчасне складання форм звітності, відділу маркетингу – матеріально-технічне забезпечення діяльності виробничого відділу дотримання технології виробництва та забезпечення якості продукції. В той час як єдиною і основною метою діяльності перелічених структурних підрозділів в сучасний період повинно бути підтримання

ефективної діяльності підприємства і його довгострокове економічне зростання.

Значні недоліки мають місце, зокрема, внаслідок роз'єднаності обліку і економічного аналізу – як важливих функцій системи управління. Між обліком і економічним аналізом відсутні й тісний взаємозв'язок тому аналітики не повідомляють яку додаткову інформацію вони хотіли б отримати, а бухгалтери, не знаючи, що необхідно аналітикам не можуть удосконалювати і перебудовувати бухгалтерську інформаційну систему.

Розвиток концепції управлінського обліку, яка б відповідала сучасним проблемам управління, очевидно міститься у поєднанні та координації всіх функцій управління, результатом якого повинно стати формування інформації для прийняття управлінських рішень. Система управлінського обліку – це комплексна багатоступінчаста і багатопланова система. Для пошуку і обробки важливої (релевантної) інформації необхідна особлива система – система управлінського обліку.

У сучасних умовах, коли підприємствам надано самостійність у розробці своїх виробничих програм, планів виробничого та соціального розвитку, у визначенні стратегії в області цінової політики, істотно зростає відповідальність керівників за прийняті ними управлінські рішення.

Для вироблення ефективних і оперативних рішень керівникам необхідна достовірна інформація як про виробничий потенціал, так і про фінансове становище підприємства, яку можна представити в наступному вигляді:

- Економічна інформація;
- Нормативно-довідкова інформація;
- Звітна інформація.

Економічна інформація послідовно і повно відображає виробничо-господарську діяльність підприємства.

Нормативно-довідкова інформація служить сполучною ланкою між іншими видами економічної інформації. Склад нормативно-довідкової інформації визначається типом виробництва, номенклатурою і складністю

виробів, що випускаються, технологією і організацією виробництва, внутрішньовиробничим поділом праці, рівнем розвитку внутрішніх господарських зв'язків. Зазначені ознаки є основоположними для поточного і календарного планування, обліку стану виробництва, систем обліку виробничих витрат і методів калькулювання собівартості продукції. Спеціально згрупована ця інформація являє собою нормативне дані підприємства [58, с.532].

Планова інформація містить дані для вибору дій, які можуть бути зроблені в майбутньому. Основний зміст планово-економічної роботи включає техніко-економічне і оперативно-календарне, стратегічне і тактичне, коротко-і довгострокове планування.

Планування складається з прогнозів, проектів програм і планів, їх обґрунтування, оцінки можливості виконання та перевірки їх реальності. Воно включає стратегічне, тактичне, поточне та календарне планування виробництва, охоплює діяльність не тільки підприємства в цілому, а й усіх структурних підрозділів.

Стратегічне планування потребує специфічної інформації про зовнішнє середовище, про відносини підприємства з іншими організаціями, про його розвиток і економічний стан, про обсяг і структуру ресурсів, потрібних для досягнення цілей у середньостроковій і довгостроковій перспективі.

Тактичне планування має на меті пов'язати в часі, за напрямками, стадіями розробки та впровадження, конкретні заходи, спрямовані на виконання стратегічних цілей підприємства.

Таким чином, система облікової інформації передбачає в своєму складі елементи нормування, планування та прогнозу. Вони дають можливість розширити інформативну та регулюючу функції обліку, забезпечити необхідний зв'язок між виробничими, технологічними та економічними службами підприємства, виконують прогноз, планування, контроль, диспетчеризацію та інші подібні роботи.

Список використаної літератури

1. Друри К. Управленческий учет для бизнес-решений. Учебник (Серия “Зарубежный ученик”)/ Друри К. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2003. – 655 с.
2. Чумаченко М. Управлінський облік потребує підтримки/ Чумаченко М. // Бухгалтерський облік і аудит – 2003. – №5. – С. 3-7.

*Бобалік К.О, магістр
Науковий керівник: Ліба Н.С., к.е.н., доцент
доцент кафедри обліку і оподаткування та маркетингу
Мукачівського державного університету*

ОБЛІКОВА ІНФОРМАЦІЯ ЯК ОСНОВА ЗАДОВОЛЕННЯ СУЧАСНИХ ПОТРЕБ УПРАВЛІННЯ

Інформація бухгалтерського обліку потрібна менеджерам в управлінні господарськими процесами для забезпечення поточних і майбутніх вигод. Так, у процесі постачання використовують інформацію щодо відхилень фактичних даних від планів за показниками: затрати на постачання, кількість запасів на складі, ціни на матеріальні цінності, надходження запасів, відповідність їх якості умовам контрактів. У процесі виробництва для прийняття рішень необхідна інформація про відхилення фактичних даних від планових щодо затрат на виробництво за видами продукції, загальновиробничих витрат, кількості виробленої продукції. У процесі реалізації визначають відхилення фактичних даних від планових за такими показниками як витрати на збут, собівартість реалізованої продукції, ціни на продукцію, обсяги продаж, прибутки від реалізації. Використовуючи ці та інші дані обліку, виявивши наявності відхилень адміністративних та інших витрат від запланованих приймають управлінські рішення.

Поняття “облікової інформації” серед науковців є найбільш поширеним і розглядається у багатьох працях. Дослідженням його суті з використанням мікроекономічних концепцій займалися такі вітчизняні вчені: Ф. Ф. Бутинець, Б. І. Валуєв, С. Ф. Голов, В. В. Сопко, Я. В. Соколов, В. Г. Швець та інші відомі

науковці. Необхідно зауважити, що на сучасному етапі та з урахуванням іноземного досвіду актуальним під час вивчення поняття “облікової інформації” є, передусім, макроекономічний рівень розвитку підприємства.

На сучасному етапі серед науковців сформовано широкий спектр точок зору на сутність, форми, способи опрацювання та роль облікової інформації.

Так, Н. М. Лисенко зазначає, що “облікова інформація є продуктом інформаційної системи та системи управління, які постійно пристосовуються до потреб економіки” [1].

В.Г. Швець досліджує такі поняття як “інформаційна система бухгалтерського обліку”, “локальна інформаційна система бухгалтерського обліку”, “обліково-аналітичне інформаційне забезпечення” [3].

Я.В. Соколов, зокрема, вважає обліково-аналітичну інформацію фундаментом при прийнятті управлінських рішень та трактує її як нові знання про об’єкт управління, що дозволяють формувати управлінські рішення, як міру ліквідації невизначеності в управлінській системі та впорядковане відображення дійсності [2]. О. Н. Шуть розглядає управлінську (облікову) інформацію як засіб зниження невизначеності і ризиків, що сприяє реалізації певної мети управління підприємством [4].

Виходячи із вищезазначеного, можна констатувати, що у наукових колах поняття “облікова інформація” трактується, як правило, з урахуванням загального розуміння терміна “інформація”.

Загальну сукупність всієї інформації на підприємстві класифікують за такими двома основними ознаками:

1. Інформація, яка необхідна для ефективного управління підприємством. Вона потрібна внутрішнім користувачам для забезпечення поточного та оперативного управління. До такої інформації відносять дані про витрати на виробництво та реалізацію продукції (товарів), про відповідність обсягу реалізованої продукції (товарів) її витратам та прибутку, про величину доходів та витрат в результаті здійснення господарських операцій тощо.

2. Інформація, яка відображає поточний фінансовий стан підприємства, величину та структуру його активів (майна) та джерел їх утворення, розмір залучених до обороту матеріальних та фінансових ресурсів, результати господарської діяльності за певний період.

Інформаційні потреби більшості підприємств приблизно однакові. Тому основні вимоги, які висувають до інформації є такими:

значимість - впливає на прийняття рішень, корисна для користувачів у потрібний час при складанні планів;

достовірність - правдиво поставлена, легко перевіряється та має нейтральний характер;

повнота - містить максимум того, що необхідно знати зацікавленим особам і включає всі необхідні коментарі;

релевантність - пов'язана з діями, що передбачають отримання бажаних результатів. Для цього необхідно знати сферу застосування інформації та її джерело;

відсутність систематичних помилок - передбачає незацікавлене визначення та передачу інформації, а також використання технічних прийомів та методів, що виключають внесення систематичних помилок.

Крім того, існує поняття економічної інформації. Економічна інформація – це інформація, яка послідовно і повно відображає виробничо-господарську діяльність підприємства. Вона розглядається під різними кутами зору:

змістовності (семантичного підходу) – розуміння користувачем інформації (відомостей), отриманих від передавача, способів знакового вираження;

корисності для споживача (релевантність), що означає необхідність доведення лише тих відомостей, які потрібні для виконання функцій;

цінності (актуальності, достовірності, неупередженості).

Інформаційні ресурси, на відміну від матеріальних, мають такі властивості: невичерпність та відтворюваність;

збереження і збільшення незалежно від використання;

потенційність використання у майбутньому.

Одержання усіх видів інформаційних ресурсів відбувається за допомогою системи бухгалтерського обліку, роль якого полягає в забезпеченні інформації для системи управління про фактичні значення показників використання та стану ресурсів, протікання процесів, використання капіталу, стану розрахунків з дебіторами і кредиторами тощо. Облікова система являє собою фотографію, а точніше проекцію в інформаційний вимір тих матеріальних потоків і змін у них, що відбуваються у технологічній сфері підприємства. Облік підприємства дає показники тих процесів, що відбуваються в технології на мові інформації. Система обліку постійно розвивається і адаптується до нових умов шляхом створення нових зв'язків, елементів, підсистем із своїми локальними цілями та засобами їх досягнення.

Облік, як система вимірювання, відіграє важливу роль в отриманні знань про те, що поліпшення зберігаються, а управління розглядає варіанти подальшого покращення використання факторів зовнішнього середовища і внутрішнього розвитку. Метою процесу збереження системи є вибір варіантів, які забезпечують поліпшення, допустимі з точки зору екології, соціально-економічного та соціально-культурного розвитку підприємства. Це означає, що система обліку не лише відслідковує ті об'єкти, що визначені раніше, а й ті, які з'являються на новому етапі економічного розвитку. Система обліку формує нові підсистеми, оскільки підприємства повинні реагувати на зміну навколишнього середовища та зберігати індивідуальність, що робить її системно та вільно зв'язаною.

Передумовою використання інформації є її отримання. Саме тому розглядається створення відокремленого від бухгалтерського управлінського обліку, метою якого є надати керівнику або менеджеру облікову інформацію в найзручнішому для нього розрізі. Така інформація повинна бути своєчасною і корисною, для прийняття управлінських рішень, планування, здійснення контролю й оцінювання показників функціонування підприємства та його підрозділів.

Таким чином, управлінський облік можна визначити як процес виявлення, вимірювання, накопичення, аналізу, підготовки, інтерпретації та передачі інформації, що використовується управлінською ланкою підприємства для здійснення планування, оцінки, контролю за господарською діяльністю всередині підприємства і прийняття обґрунтованих управлінських рішень, забезпечуючи оптимальне використання ресурсів і контроль за повнотою їх обліку. Іншими словами, управлінський облік — це підсистема обліку, пов'язана із забезпеченням менеджменту підприємства інформацією для використання у плануванні, контрольних діях і в прийнятті управлінських рішень.

В основу системи управлінського обліку покладено інформаційну систему, яка використовує вхідну інформацію та відповідні процеси з метою одержання результатів, що відповідають точно визначеним цілям управління.

Його інформаційна база використовується всіма функціями управління, в тому числі функціями планування, контролю та оцінки з метою прийняття управлінських рішень.

Процес контролю неможливий без використання інформації обліку. По закінченні звітного періоду на основі облікової інформації складаються звіти про виконання бюджету (плану) кожним центром відповідальності, в якому здійснюється порівняльний аналіз запланованих та фактично досягнутих результатів. При цьому виявляються небажані розбіжності між фактичними і плановими показниками, визначаються причини цього з метою недопущення їх впливу у майбутньому. Звіти, підготовлені на основі інформації управлінського обліку, з одного боку, дозволяють об'єктивно оцінити діяльність центрів відповідальності, а з іншого — інформують керівництво про те, на яких ділянках не вдалося досягти планових показників.

Бюджети та звіти про їх виконання, які готуються на основі інформації управлінського обліку, дають можливість оцінити діяльність менеджменту підприємства [5].

Таким чином, управлінський облік пов'язує обліковий процес з процесом управління, а його основними завданнями є забезпечення інформацією менеджерів різних рівнів управління.

Список використаної літератури

1. Лисенко Н. М. Облікова інформація в системі управління підприємства (на прикладі житлово-комунального господарства) / Н. М. Лисенко // Формування ринкових відносин в Україні. – 2005. - № 9(52). – С. 62-68.
2. Соколов Я. В. Основы теории бухгалтерского учета / Я. В. Соколов. – М. : Финансы и статистика, 2005 – 496 с.
3. Швець В. Г. Теорія бухгалтерського обліку : [підручник] / В. Г. Швець – К. : Знання, 2008. – 525 с.
4. Шуть О. Н. Информация как экономический ресурс : [Электронный ресурс]. / О. Н. Шуть // Экономика России: основные направления совершенствования. – 2005. - № 7. – Режим доступа : [http:// www/cfin.ru](http://www.cfin.ru).
5. Яворов В.В. Роль облікової інформації в управлінні підприємством Електронний ресурс . – Режим доступу <http://magazine.faaaf.org.ua/rol-oblikovoi-informacii-v-upravlinni-pidpriemstvom.html>

***Бондар Ю. А., к.е.н., доцент
доцент кафедри менеджменту, економіки та права
Льотна академія національного авіаційного університету
E-mail:cooperjulia@mail.ru***

СТАНДАРТИЗАЦІЯ ТА АУДИТ В СИСТЕМІ УПРАВЛІННЯ ОРГАНІЗАЦІЄЮ

Стрімкий розвиток економіки, створення нових сучасних підприємницьких структур суттєво ускладнює управлінську діяльність. Багато керівників відчують потребу в сучасних методах професійного управління та контролю. Саме тому дослідження питання стандартизації та аудиту в системі управління організацією є актуальним.

В основі розгляду такої проблематики лежать три групи стандартів [2]:

- елементи управлінської діяльності та механізму управління;
- форми обліку цих елементів;
- технологію проведення аудиту.

Стандарти та ключові елементи системи управління підприємством повинні бути суміжні з розробкою прийомів і методів їх перевірки. Успішна діяльність організації в першу чергу залежить від професіоналізму керівників і фахівців в галузі управління. Навіть часткова стандартизація управлінської діяльності дозволяє [2]:

- регламентувати виконання функцій управління за змістом і часу;
- домагатися впровадження найкращих управлінських технологій;
- зменшувати дублювання, непродуктивні витрати і втрати часу;
- погоджувати цілі, засоби та методи їх досягнення;
- формувати критерії для оцінки діяльності апарату управління.

Існування стандартизації неможлива без контролю. Сучасний управлінський контроль реалізується в аудиті систем управління. Аудит, створений спочатку для контролю бухгалтерського обліку, набув ширшого тлумачення і в сфері управління підприємством завдяки хорошій методологічній та практичній базі.

Слід зазначити, що керівнику або засновнику організації будь-якої форми власності стандартизація та внутрішній аудит системи управління дозволить:

- оцінити власні погляди на управлінську діяльність;
- об'єктивно оцінювати діяльність своїх підлеглих;
- об'єктивно оцінити загальний рівень системи управління організації;
- спростити систему контролю;
- удосконалювати внутрішні стандарти системи управління.

Це справедливо як для дуже малих організацій, так і для великих, як у державному, так і в приватному секторі економіки.

Будь-якому виду підприємницької діяльності притаманний ризик швидких успіхів або невдач. Зазвичай ризик пов'язаний з рядом причин і подій, в т. ч. з не про інформованістю про будь-які процеси або непрофесіоналізмом керівників або фахівців в галузі виробництва та управління.

Розвиток інформаційного середовища підприємства у сучасному світі поступово зменшує ризик з причин необізнаності: через відсутність необхідної для прийняття рішень інформації.

Контроль на підприємстві завжди існував і буде існувати. Часто контроль є основною функцією для ряду керівників. Однак тільки професійний підхід до контрольної діяльності в галузі управління може принести відчутні результати. Даний підхід реалізується в концепції аудиту та його організації.

У найбільш загальному вигляді аудит є процесом управління та контролю об'єктивними даними. Такими нормами та стандартами є міжнародні нормативи аудиту та стандарти до відповідної професійної діяльності. Стосовно організаційної системи аудит дає наступні переваги по відношенню до звичайного контролю: гармонізація, достовірність, незалежність, об'єктивність, однозначність, повторюваність, зрозумілість, професіоналізм, доречність, порівнянність, стабільність, своєчасність.

Слід нагадати, що контроль може здійснюватися трьома шляхами [1]:

1) за авторською методикою, виходячи з професійної підготовки керівника або консультанта. При цьому вони самі формують механізм проведення відповідної функції. Цей шлях може бути дуже хорошим, але він важко відтворюється іншими людьми, наприклад, при можливому заміщенні конкретного керівника або укладення договору на консультаційне обслуговування з іншою фірмою;

2) за результатами порівняння з діяльністю інших аналогічних підрозділів або організацій в цілому. Керівник заздалегідь вибирає для себе приклад організації або діяльності, показники якої є для неї орієнтирами в роботі.. Цей шлях дозволяє без великого ризику підтримувати прийнятний рівень виконання функції. Однак аналог ніколи не може бути точним ідеалом якийсь організаційної системи, тому керівник повинен постійно зіставляти аналізовані об'єкти своєї організації і аналога;

3) за затвердженими нормами чи стандартами на ключові елементи організаційної системи. При цьому формується наступність при аналізі і

вдосконаленні елементів організаційної системи протягом значного часу. Цей шлях представляє суть аудиту організації.

Аудит поступово перетворюється у велику взаємопов'язану систему контрольної діяльності. Він поділяється за галузями, підгалузями, напрямками і в залежності від повноти його проведення.

До галузей аудиту відносять: аудит майна, аудит професіоналізму персоналу, аудит інтелектуальної власності, аудит методології та процесу управління, аудит механізму управління, аудит технології і процесу виробництва, аудит організації виробництва, операційний аудит, управлінський аудит, аудит бухгалтерського обліку.

До рівнів повноти аудиту відносять: функціональний, комплексний і системний. Функціональний аудит визначається поділом праці аудиторів за функціями управління і виробництва. Об'єктами функціонального аудиту є окремо: бухгалтерський облік, фінанси, персонал, діловодство, екологія та ін. Комплексний аудит характеризується охопленням найбільш значимих елементів і процесів у діяльності організації, наприклад, аудит управлінських технологій, цілей і функцій одночасно. Він здійснюється на базі функціональних аудитів або самостійно за встановленим переліком перевірок. Виділяють комплексний аудит виробництва і управління. Системний аудит - це більш глибокий порівняно з комплексним аудитом контроль організації за рахунок врахування впливу кожного функціонального аудиту один на одного і аудиту елементів і процесів, що зв'язують організацію із зовнішнім середовищем. Системний аудит може використовуватися в організації для підтвердження правильності розрахунків за: економічної, організаційної та соціальної ефективності роботи організації; прогнозування ризиків; визначення вартості організації для продажу або страхування; визначення вартості системи управління для продажу або страхування; атестації керівників і фахівців; витрат на лобіювання інтересів організації; витрат на послуги консультаційних фірм.

Кожен напрямок аудиту організації складається з п'яти видів аудиту: технологічного, організаційного, економічного, правового та соціального. Так,

аудит інформаційного забезпечення процесу управління складається з наступних конкретних видів контролю [1]:

- технологічний аудит. Контроль наявності інформаційної техніки та технології, що числиться на балансі організації, і перевірка її стану, заявленої в управлінському обліку, сумісність між собою;
- економічний аудит. Контроль ефективності використання інформаційної техніки та технології, ефективності отриманої і виробленої інформації;
- організаційний аудит. Контроль схеми документообігу, параметрів інформації для заявлених підрозділів або фахівців, умов зберігання інформації та забезпечення її захисту від несанкціонованого доступу, розподілу прав і відповідальності працівників інформаційних підрозділів;
- правовий аудит. Контроль за дотриманням законодавства РФ, умов договорів та статутних документів в частині прийому і видачі інформації, контроль за веденням представниками організації справ у суді або арбітражі;
- соціальний аудит: контроль за виконанням умов колективного договору в частині інформування працівників за заявленим сторін діяльності організації та соціально-побутових питань.

Таким чином, можна сказати, що технології, стандарти, норми та нормативи аудиту є запорукою успішного функціонування підприємства. Досягненню високих економічних результатів діяльності підприємств їх функціонуванню сприяє достовірність економічної інформації, тому виникає об'єктивна необхідність подальшого розвитку аудиту відповідно до потреб в системі управління підприємством.

Список використаної літератури

1. Виноградова М. О. Аудит: навч. посіб. / М. О. Виноградова, Л. І. Жидєєва. – К. : «Центр учбової літератури», 2014. – 654 с.
2. Міжнародні стандарти контролю якості, аудиту, огляду, іншого надання впевненості та супутніх послуг. Ч. 1 / Переклад з англ. О. Л. Ольховікова [та ін.]. - К.: Міжнародна федерація бухгалтерів; Аудиторська палата України, 2013. - 976 с.

3. ISO – the International Organization for Standardization [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.iso.org/>;

Ведмідь О.Г., студентка

Науковий керівник: д.держ.упр., професор Бондарчук Н.В.

*Дніпропетровський державний аграрно-економічний університет
elenavedmyd@mail.ru*

ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ ОБЛІКУ ДОХОДІВ

Розвиток ринкових відносин, впровадження різноманітних форм власності, охоплення приватизацією різних галузей, реформування економічних відносин в Україні висувають дедалі нові вимоги до бухгалтерського обліку, як основного засобу контролю за веденням фінансово-господарської діяльності підприємств. Актуальність обліку доходів полягає в тому, що від доходу залежить величина прибутку підприємства – одного з найважливіших показників його діяльності. Тому дуже важливо правильно та своєчасно відобразити в бухгалтерському обліку дохід підприємства.

Величина доходів безпосередньо впливає на рівень прибутку підприємства. В економічній теорії у різні періоди розвитку країни категорія прибутку була об'єктом особливого вивчення. Однак до теперішнього часу в економічній літературі не існує єдності у позиції щодо сутності даної категорії, її походження, функцій, а також правильного відображення в обліку.

Розглянемо погляди авторів відносно визначення терміну «доходи». Наприклад, Йозеф Шумпетер, визначив «дохід», як «винагороду за нововведення. Його отримує той хто раніше за всіх використовує нововведення» [1].

Тоді, як Адам Сміт визначив такі види доходів : «рента заробітна плата, прибуток. Дохід, як заробітна плата залежить від рівня національного багатства країни. Дохід, як прибуток на капітал визначається вартістю використаних на справу капіталу, і буває більшим або меншим залежно від розмірів цього капіталу»[1].

А група авторів під доходами пропонують розуміти винагороду за підприємницьку діяльність, компенсацію негативних емоцій, пов'язаних з ризиком, конкуренцією, невизначеністю, страхом та виробництвом, орієнтованим на невідомий ринок [4].

Згідно з П(С)БО 15 під доходами слід розуміти збільшення економічних вигод у вигляді надходження активів або зменшення зобов'язань, які призводять до зростання власного капіталу (крім зростання капіталу за рахунок внесків учасників (власників) [2].

Отже, доходи – це певна кількість грошових коштів, матеріальних благ чи послуг, отриманих фізичною особою, підприємством чи економікою в цілому за певний проміжок часу.

Методологічні засади формування, оцінки і визнання у бухгалтерському обліку інформації про доходи та фінансові результати діяльності, а також порядок їх розкриття у фінансовій звітності визначають П(С)БО 15 «Дохід».

Норми П(С)БО 15 «Дохід» поширюються на:

- 1) доходи підприємств від звичайної діяльності: реалізації продукції (товарів, інших активів);
- 2) надання послуг;
- 3) отримання цільового фінансування; використання активів підприємства іншими сторонами, результатом чого є отримання відсотків, роялті та дивідендів.

Норми П(С)БО 15 не поширюються на:

- 1) реалізацію цінних паперів;
- 2) договори оренди;
- 3) дивіденди, які належать за результатами фінансових інвестицій та обліковуються методом участі в капіталі;
- 4) страхову діяльність;
- 5) зміни у справедливій вартості фінансових активів і зобов'язань, а також з ліквідації (продаж, погашення) названих активів, зобов'язань;
- 6) зміни вартості інших поточних активів;

7) природний приріст поголів'я худоби, вихід продукції сільського та лісового господарства.

Не визнаються доходами, оскільки не є економічними вигодами, що надходять на підприємство, і не ведуть до збільшення власного капіталу суми, одержувані від імені третіх осіб, такі як: - податок на додану вартість, акцизи, інші податки й обов'язкові платежі, що належать до перерахування в бюджет і позабюджетні фонди; надходження за договорами комісії, агентськими та іншими аналогічними договорами на користь комітента, принципала і т. ін.; - попередня оплата (аванс у рахунок оплати) продукції (товарів, робіт, послуг); завдаток під заставу або в погашення позики, якщо це передбачено відповідним договором; надходження, що належать іншим особам.

Термін «доходи» означає суми, одержані внаслідок інвестиції та зокрема, хоча не виключно, включатиме прибутки, відсоток, приріст капіталу, акції, дивіденди, роялті та плату за послуги.

Доходи – це різниця між виручкою від реалізації продукції, товарів, та надання послуг і вартістю матеріальних витрат на виробництво та збут продукції.

Поняття «дохід» означає надходження економічної вигоди протягом звітного періоду, який виникає у процесі звичайної діяльності підприємства.

Дохід оцінюють в такому порядку:

- дохід, що підлягає отриманню або вже отриманий, виражається у сумі справедливої вартості;

- у разі відстрочення платежу, внаслідок чого виникає різниця між справедливою вартістю та номінальною сумою коштів або їх еквівалентів, які підлягають отриманню за продукцію (товари, роботи, послуги та інші активи), така різниця визнається доходом у вигляді відсотків;

- сума доходів за бартерними контрактами визначається за справедливою вартістю отриманих активів, робіт, послуг або тих, що підлягають отриманню, зменшенню або збільшенню відповідно на суму переданих або отриманих коштів та їх еквівалентів;

- у разі неможливості визначення справедливої вартості отриманих активів, робіт, послуг або таких, що підлягають отриманню, дохід визначається за справедливою вартістю переданих активів, робіт, послуг за цим бартерним контрактом.

Отже, кожне підприємство, виходячи з напрямів власної фінансово-господарської діяльності, структури її видів і обсягів вкладень, вибирає ту або іншу сукупність рахунків, організовує бухгалтерський облік доходів у розрізі вибраних способів їх отримання і закріплює прийняте рішення наказом про облікову політику.

Для забезпечення обліку доходів підприємства, що надходять від різних видів статутної діяльності, Планом рахунків передбачено рахунки класу 7 «Доходи й результати діяльності»: 70 «Доходи від реалізації», 71 «Інший операційний дохід», 72 «Дохід від участі в капіталі», 73 «Інші фінансові доходи», 74 «Інші доходи» [3]. У кінці звітного періоду сальдо цих рахунків переноситься на рахунок 79 «Фінансові результати».

Таким чином, поняття «дохід» означає надходження економічної вигоди протягом звітного періоду, який виникає в процесі звичайної діяльності підприємства.

Список використаної літератури

1. Історія економічних вчень [Електронний ресурс]/ Буковинська бібліотека. – Режим доступу : <http://buklib.net/books/21861/>
2. Положення (стандарт) бухгалтерського обліку №15 «Дохід» МФУ № 290 від 29.11.1999 р.[Електронний ресурс]/ Верховна Рада України. – Режим доступу : <http://zakon.rada.gov.ua/go/z0860-99> – Офіційний сайт Верховної Ради України.
3. План рахунків бухгалтерського обліку активів, капіталу, зобов'язань і господарських операцій підприємств і організацій від 30.11.1999 № 291[Електронний ресурс] /Верховна Рада України. – Режим доступу : <http://zakon2.rada.gov.ua>.
4. Фінанси підприємств: Навч. посіб. — 3-тє вид., стер. / Гриньова В.М., Коюда В.О. — К., 2006. — 423 с.

*Гайдаєнко О.М., к.е.н., доцент
доцент кафедри економічного аналізу
Одеський національний економічний університет
olga1483@ya.ru*

ОПТИМІЗАЦІЯ СТРУКТУРИ КАПІТАЛУ ЗА КРИТЕРІЄМ МІНІМІЗАЦІЇ РІВНЯ ФІНАНСОВОГО РИЗИКУ

Процес функціонування будь-якого підприємства залежить від правильного та ефективного управління капіталом підприємства. Важливою складовою цього процесу вважається оптимізація структури капіталу, яка може дозволити підприємству сповна реалізувати свої виробничі можливості. Раціональна структура капіталу є базовим чинником і джерелом ефективності не тільки фінансової, але й операційної та інвестиційної діяльності [1, с. 101].

Велика частка позикового капіталу, особливо в несприятливих умовах, погіршує фінансову стійкість підприємства, його платоспроможність, підвищує фінансові ризики. Тому, під політикою фінансування активів за критерієм мінімізації ризику розуміють певну сукупність управлінських рішень і дій щодо вибору джерел коштів, які використовуються для формування активів й дотримання оптимального співвідношення між ними. При цьому використовують три принципових підходи до управління активами підприємства: консервативний, помірний та агресивний.

Для цього усі активи поділяють на три групи – необоротні активи, постійна частина оборотних активів і змінна частина оборотних активів. Формування активів здійснюється за рахунок таких джерел, як власний капітал, довгостроковий позиковий капітал, короткострокові кредити й кредиторська заборгованість.

Дізнаємося якої моделі дотримується ПАТ «Чумак» [2]. Для цього необхідно визначити постійну частину оборотних активів. Це можна зробити з той точки зору, що постійна частина оборотних активів – це мінімум оборотних активів, необхідний підприємству для здійснення поточної операційної

діяльності (табл. 1).

Таблиця 1

Знаходження постійної частини оборотних активів на ПАТ «Чумак»

Рік/Місяць	1	2	3	4	5	6
01	02	03	04	05	06	07
2013	193363	189820	162000	181553	185967,5	169266
2014	179805	190850	191000	210236	215145	225111
2015	223428	223278	224128	223753	224212	224103
7	8	9	10	11	12	Постійна частина оборотних активів
08	09	10	11	12	13	14
182222	186945	192111	187488	183000	178572	162000
258000	236478	221000	239655	242100	248493	179805
200777	224580	224940	223940	224828	223728	200777

Фактична структура капіталу має такий вигляд (табл. 2):

Таблиця 2

Фактична структура капіталу на ПАТ «Чумак»

Показники	Роки		
	2013	2014	2015
01	02	03	04
Загальна сума активів, тис.грн.	1387994	1505845	1532193
Необоротні активи, тис. грн	1209422	1257352	1308465
Постійна частина оборотних активів, тис. грн.	162000	179805	200777
ВК+Довгострокові зобов'язання, тис. грн.	1130952	1123176	1228843
Короткостроковий капітал, тис. грн.	257042	382669	303350
Питома вага короткострокового капіталу, %	18,52	25,41	19,80

З таблиці 2 видно, що питома вага короткострокового капіталу у 2013-2015 рр. становила 18,5%, 25,4% та 19,8% відповідно. Отже на власний капітал та довгострокові зобов'язання приходилося 71,5%, 74,6% та 80,2% відповідно.

У таблицях 3 - 5 представимо як виглядатиме структура капіталу ПАТ «Одесагаз» при використанні консервативної, помірної та агресивної політики використання капіталу.

Таблиця 3

Консервативна політика фінансування активів на ПАТ «Чумак»

Фактори	Роки		
	2013	2014	2015
01	02	03	04
Загальна сума активів, тис.грн.	1387994	1505845	1532193
Необоротні активи, тис. грн	1209422	1257352	1308465
Постійна частина оборотних активів, тис. грн.	162000	179805	200777
Половина змінної частини оборотних активів	8286	34344	11475,5
ВК+Довгострокові зобов'язання, тис. грн.	1379708	1471501	1520718
Короткостроковий капітал, тис. грн.	8286	34344	11475,5
Питома вага короткострокового капіталу, %	0,60	2,28	0,75

Таблиця 4

Помірна політика фінансування активів на ПАТ «Чумак»

Фактори	Роки		
	2013	2014	2015
01	02	03	04
Загальна сума активів, тис.грн.	1387994	1505845	1532193
Необоротні активи, тис. грн	1209422	1257352	1308465
Постійна частина оборотних активів, тис. грн.	162000	179805	200777
ВК+Довгострокові зобов'язання, тис. грн.	1371422	1437157	1509242
Короткостроковий капітал, тис. грн.	16572	68688	22951
Питома вага короткострокового капіталу, %	1,19	4,56	1,50

Таким чином, не зважаючи на те, що підприємство не залучає кредити банків, фактична структура капіталу підприємства найближче схожа на структуру капіталу при використанні агресивної політики. На ПАТ «Чумак» 40% у структурі капіталу займає залучений капітал у виді відстрочених податкових зобов'язань, кредиторської заборгованості, інших довгострокових та короткострокових зобов'язань. Короткостроковий капітал формує не лише усі оборотні активи, а і частину необоротних (6,5%, 10,7% та 6,1% у 2013, 2014 та 2015 роках відповідно. Тому підприємство дотримується саме агресивної політики фінансування активів.

Таблиця 5

Агресивна політика фінансування активів на ПАТ «Чумак»

Фактори	Роки		
	2013	2014	2015
01	02	03	04
Загальна сума активів, тис.грн.	1387994	1505845	1532193
Необоротні активи, тис. грн	1209422	1257352	1308465
ВК+Довгострокові зобов'язання, тис. грн.	1209422	1257352	1308465
Короткостроковий капітал, тис. грн.	178572	248493	223728
Питома вага короткострокового капіталу, %	12,87	16,50	14,60

Цей підхід є найризикованішим з позицій ліквідності через те, що, за несприятливих умов, підприємство може постати перед необхідністю продажу частини своїх основних засобів для покриття поточної кредиторської заборгованості. Іншими словами ця модель є проблематичною з позиції забезпечення платоспроможності й фінансової стійкості промислового підприємства, оскільки існує чимала загроза настання кризи платоспроможності [3]. В сучасній економічній ситуації країни, з точки зору мінімізації ризику підприємству рекомендується перейти на консервативну політику використання капіталу.

Для підвищення фінансової стійкості підприємству необхідно:

- вчасно погашати кредиторську заборгованість;
- термін погашення дебіторської заборгованості повинен бути меншим за термін погашення кредиторської заборгованості;
- слідкувати за тим, щоб період обороту запасів був менше, ніж період обороту кредиторської заборгованості, так з'являться вільні грошові кошти. Збільшити оборотність можна шляхом збільшення чистого доходу та оптимізації запасів. Перше можна зробити за допомогою підвищення ефективності виробничого процесу, задіяти всі фактори, як внутрішні, так і зовнішні, що сприяють збільшенню обсягу виробництва та реалізації. При цьому суворо слідкувати за виконанням всіх договірних зобов'язань, умовами поставок и оплати продукції ;

- збільшити обсяг виробництва можна за рахунок ефективного використання трудових, матеріальних ресурсів і основних засобів виробництва, а саме ефективно використовувати робочий час, не допускати внутрішньо-змінних втрат і цілоденних простоїв, збільшити питому вагу активної частини основних засобів і їх фондівіддачу, підвищувати годинну продуктивність праці, зменшувати матеріаломісткість, збільшувати коефіцієнт асортиментності та ритмічності тощо. Оптимізувати запаси можливо за рахунок дотримання збалансованої системи управління запасами для виробництва, їхнього нормування, пошуку більш вигідних постачальників;

- зменшити суму необоротних активів: основні засоби, які не використовуються, продати або, наприклад, віддати в оренду.

Все це дозволить прискорювати оборотність оборотного капіталу за рахунок підвищення виручки від реалізації та оптимізації залишків оборотного капіталу; збільшувати частку власного капіталу у загальній структурі джерел фінансування підприємства за рахунок збільшення прибутку і тим самим збільшувати відсоток розподілення власного капіталу в оборотні активи; не допускати зростання понаднормативних залишків запасів на складі.

Дані заходи допоможуть підприємству наростити джерела фінансування і дотримуватися фінансової стійкості.

Список використаної літератури

1. Гайдаєнко О. Формування оптимальної структури капіталу підприємства / О. Гайдаєнко, М. Славінська. // Облік. Економіка. Менеджмент: наукові нотатки Міжнародний збірник наукових праць.. – 2016. – №1. – С. 100–107
2. Річна фінансова звітність [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://smida.gov.ua/db/emitent/report/year/xml/show/64680>
3. Басова О. О. Оптимізація структури капіталу: основні напрямки та моделі [Електронний ресурс] / О. О. Басова, А. І. Левченко. – 2013. – Режим доступу до ресурсу: http://www.rusnauka.com/37_NH_2015/Economics/3_201047.doc.htm

*Гільорме Т.В., к.е.н., доцент
кафедри статистики, обліку та економічної інформатики
Єлісєєв Є.Ю., студент
Дніпропетровський національний університет імені Олеся Гончара
gillyorme@i.ua*

УДОСКОНАЛЕННЯ МЕТОДИКИ ОБЛІКУ ВИПЛАТ ПРАЦІВНИКАМ

Після чотирнадцятирічного існування П(С) БО 26 «Виплати працівникам», в Україні існує велика безліч досліджень та пропозицій щодо вдосконалення методики обліку винагород працівникам. Облік витрат на персонал полягає у фіксуванні витрачених коштів та ресурсів, визначенні динаміки в різні періоди. При цьому відсутні: зіставлення доходів та витрат, визначення ефекту від реалізації конкретних витрат на персонал інвестиційного характеру, урахування альтернативних витрат при визначенні очікуваної майбутньої економічної вигоди, безповоротних витрат тощо.

Так, Т.Г. Мельник пропонує відкрити субрахунки до рахунка 66 «Розрахунки за виплатами працівникам», а саме: 661 «Поточні виплати працівникам», 662 «Виплати при звільненні», 663 «Виплати по закінченні трудової діяльності», 664 «Виплати інструментами власного капіталу», 665 «Інші довгострокові виплати працівникам»; 666 «Розрахунки за депонентами», 667 «Розрахунки за іншими виплатами» [1]. Але, по-перше, 66 «Розрахунки за депонентами» є неактуальними в умовах безготівкової форми розрахунків за оплатою праці, по-друге, дана методика суперечить сутності класифікації винагород працівникам відповідно до МСБО 19 «Виплати працівникам».

І.М. Щирба вважає, що відповідно до класифікації виплат працівникам у П(С) БО 26 «Виплати працівникам» до рахунка 66 «Розрахунки за виплатами працівникам» необхідно розкрити чотири субрахунки: 661 «Поточні виплати працівникам», 662 «Виплати при звільненні», 663 «Виплати по закінченні трудової діяльності», 664 «Інші довгострокові виплати працівникам» [2]. Необхідно відмити недоліки запропонованої методики: по-перше, виплати по закінченні трудової діяльності та інші довгострокові виплати працівникам не

можуть відображатися у складі поточних зобов'язань за своєю суттю; по-друге, в пасиві для обліку таких витрат використовується окремий субрахунок – 472 «Додаткове пенсійне забезпечення», на якому ведеться облік коштів для реалізації програми пенсійного забезпечення.

Н.В. Шульга відокремлює у дослідженні обліку виплат працівникам пропозиції щодо поточних та довгострокових виплат [3]. У складі поточних виплат пропонує обліковувати на окремому субрахунку виплати за державним соціальним страхуванням. Але внески на соціальне страхування не повинно бути включено до винагород працівникам тому що, в Україні традиційною методологією при обліку заробітної плати застосовується метод брутто, тоді як за західною, відповідно до МСБО 19 «Виплати працівникам». Це можливо порівняти з дослідженням Романової О.В.: вважає за доцільне ввести в облікову практику окремі субрахунки – 126 «Персональні (людські) активи» для обліку ідентифікованих людських активів; 99 «Витрати на розвиток людських ресурсів» для узагальнення інформації про витрати підприємства на цілі безперервного людського розвитку, що як наслідок, витрати на розвиток персоналу капіталізуються в балансі підприємства, поглиблюється змістовне наповнення та поширюються перелік облікових об'єктів [4]. Також відокремити субрахунок 665.n «Розрахунки за індивідуальними рахунками розвитку» для кожного працівника [4]. Щодо запропонованої методики обліку витрат на розвиток персоналу: по-перше, як визначалося раніше – існування в Україні методу брутто, по-друге, витрати на розвиток персоналу має довгостроковий характер вкладення витрат, який має пролонгувати життєвий цикл робочої сили – це стосується виплат як поточних, так і при звільненні та інших.

І.В. Саух запропоновано ввести до 661 субрахунку «Розрахунки з заробітної плати» ввести наступні аналітичні рахунки: 661.1 «Продуктивні затрати фонду основної заробітної плати», 661.2 «Продуктивні затрати фонду додаткової заробітної плати», 661.3 «Непродуктивні витрати фонду основної заробітної плати», 661.2 «Непродуктивні затрати фонду додаткової заробітної плати» [5]. Проте, де знаходиться межа продуктивних та непродуктивних

витрат фонду заробітної плати, особливості відмінності дефініцій «витрати» та «затрати», резервування для недержавного пенсійного страхування.

Штик Ю.В. пропонує серед поточних витрат виділити субрахунок 664 «Негрошові винагороди» відповідно до МСБО 19 «Виплати працівникам» – необхідність виділяти в обліку у складі поточних витрат, які не підлягають накопиченню [6]. Щодо довгострокових винагород, окрім відстрочених грошових винагород, науковець пропонує відображати на рахунку 53 і надати йому назву «Довгострокові винагороди працівникам», з використанням субрахунків: 561 «Довгострокові очікувані періоди відсутності», 562 «Довгострокові соціальні виплати», 563 «Довгострокові заохочувальні та компенсаційні винагороди» [6]. Ми погоджуємося з автором: пропозиції актуальні і зв'язку з розвитком недержавного пенсійного страхування, намагання підприємств сформуванню кадрові стратегії, що мають напрямки на розвиток персоналу в умовах соціальної відповідальності підприємств.

Традиційний облік розглядає тільки ресурси, які є власністю підприємства. У зв'язку з тим, що персонал, як особливий вид ресурсу, не може бути ні майном, ні є об'єктом власності, представники традиційного обліку не розглядають його як об'єкт обліку – актив (ресурси, контрольований підприємством у результаті минулих подій, використання якого, як очікується, призведе до отримання економічних вигод у майбутньому [7]). Але витрати на персонал ведуться систематично. Це обумовлено традиційним юридичним трактуванням бухгалтерського обліку, уявленням про те, що персонал потрібен в суспільному виробництві не сам по собі, а для виконання виробничих завдань на робочому місці, функціональних обов'язків.

Отримання економічних вигод у майбутньому персоналу як ресурсу розглядається шляхом вимірювання принесеної ними додаткової вартості, при цьому вони не можуть включатися в активи суб'єктів господарювання, оскільки їх можливо контролювати тільки на робочу місці. При цьому необхідно врахувати особливості персоналу як об'єкта управління:

1. Особливий, пріоритетний вид ресурсу, якій у комбінації з іншими

ресурсами підприємства (активами, інформацією, знаннями, підприємницькими здібностями та іншими ресурсами), їх якісного стану, дозволяє такій адміністративній одиниці розробляти і застосовувати стратегії, що ведуть до підвищення раціональності і ефективності своєї діяльності.

2. Це сукупність найманих особистостей, які є носіями відповідних властивостей (природніх, придбаних та системних), що використовуються в трудовій діяльності та адаптуються в існуючих умовах на підприємстві в залежності від виду економічної діяльності. Тобто це здатність відповідати вимогам робочого місця на підприємстві, функціональним обов'язкам згідно внутрішнього регламенту, що дозволяє максимально наблизитися до досягнення цілей підприємства.

3. Це носій інших особливих ресурсів підприємства: інформації, знань, підприємницьких здібностей – необхідно враховувати специфіку особистих цілей найманих штатних, тимчасових, зовнішніх сумісників працівників, працюючих власників підприємства.

4. Це відкрита система суспільних відношень – формується і змінюється під впливом зовнішніх та внутрішніх факторів. При цьому даній системі характерно: цілісність (трудоий колектив (єдине ціле) та підсистема окремих особистостей (персоналій)); ієрархічність побудови (взаємодія двох підсистем: керуючої (роботодавець) та керованої (трудоий колектив та окремі особистості (персоналій)); структурізація (процес функціонування системи обумовлений не стільки властивостями її окремих елементів, скільки властивостями самої структури); множинність (для опису окремих елементів і системи взагалі можливо використати безліч кібернетичних, економічних і математичних моделей) та системність (властивість об'єкта володіти всіма ознаками системи).

Облік як основу інформаційного забезпечення управління підприємства необхідно реформувати з декілька причин: по-перше, він сконцентрований на збереженні майна (об'єктами виступає тільки власність – ресурси, контрольовані підприємством), по-друге, зосереджений на минулому (у результаті минулих

подій). При цьому при формуванні витрат на персонал (зменшення економічних вигод у вигляді вибуття активів або збільшення зобов'язань, які призводять до зменшення власного капіталу (за винятком зменшення капіталу за рахунок його вилучення або розподілення власниками) [7])), майже не розглядається характеристика активу «як очікується, призведе до отримання економічних вигод у майбутньому» [7], це у методологічному аспекті є економічною сутністю особливого ресурсу підприємства – персоналу.

Список використаної літератури

1. Мельник Т.Г. Облік, аналіз та аудит праці і її оплати: автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. екон. наук: спец. 08.00.09 «Бухгалтерський облік, аналіз та аудит (за видами економічної діяльності)» / Т.Г. Мельник. – Київ, 2007. – 20 с.
2. Щирба І.М. Облік оплати праці та аудит її ефективності: автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. екон. наук: спец. 08.00.09 «Бухгалтерський облік, аналіз та аудит (за видами економічної діяльності)» / І.М. Щирба. – Тернопіль, 2011. – 21 с.
3. Шульга Н.В. Облік і аудит з оплати праці та аналіз ефективності використання трудових ресурсів: автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. екон. наук: спец. 08.00.09 «Бухгалтерський облік, аналіз та аудит (за видами економічної діяльності)» / Н.В. Шульга. – Київ, 2008. – 19 с.
4. [Романова О. В.](#) Облікове відображення витрат на утримання і розвиток персоналу: стан та шляхи вдосконалення / О. В. Романова // [Вісник Хмельницького національного університету. Економічні науки](#). – 2016. – № 1. – С. 68-75.
5. Саух І.В. Бухгалтерський облік і контроль затрат на оплату праці в умовах ресурсозбереження: автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. екон. наук: спец. 08.00.09 «Бухгалтерський облік, аналіз та аудит (за видами економічної діяльності)» / І.В. Саух. – Житомир, 2012. – 21 с.
6. Штик Ю.В. Бухгалтерський облік винагород працівникам торговельно-виробничих підприємств: автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. екон. наук: спец. 08.00.09 «Бухгалтерський облік, аналіз та аудит (за видами економічної діяльності)» / Ю.В. Штик. – Харків, 2016. – 21 с.
7. Про затвердження Національного положення (стандарту) бухгалтерського обліку 1 «Загальні вимоги до фінансової звітності». [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/z0336-13>

*Гордєєва-Герасимова Л.Ю.
старший викладач кафедри статистики,
обліку та економічної інформатики
Дніпровський національний університет ім. Олеся Гончара
gor.luda@gmail.com*

ВПЛИВ ІНВЕСТИЦІЙ НА ЕКОНОМІКУ РЕГІОНІВ ТА КЛЮЧОВІ НАПРЯМКИ ЇХ ПОДАЛЬШОГО ВПРОВАДЖЕННЯ

Інвестиції здійснюють комплексний вплив на економіку регіонів: інфраструктуру, промисловість, сільське господарство тощо. Оскільки такий вплив ідентичний по регіонах, розглянемо його на прикладі Дніпропетровського регіону.

Всього за 2015р. в економіку Дніпропетровської області було спрямовано майже 26 млрд. грн. капітальних інвестицій. Переважна частка (79%) – це інвестиції в основний капітал (у капітальне будівництво, придбання машин та обладнання, реконструкцію та технічне переоснащення діючих підприємств усіх видів економічної діяльності, у транспортні засоби та основні засоби та інше). Інвестиції у поліпшення та модернізацію обладнання підприємств складала усього 14,5% усіх інвестиційних вкладень. Джерелами фінансування в основний капітал на підприємствах Дніпропетровської обл. у 2015р. були: власні кошти підприємств та організацій – 77,2%; кошти бюджетів різних рівнів – 5,9%; кредити банків та інші позики – 11,4%; кошти іноземних інвесторів – 3% та інші.

Частка Дніпропетровської обл. у загальному обсязі інвестицій в основний капітал в Україні складала: у 1990 р. – 8,3%, у 1995р. – 11,2%, у 2000р. – 9,5%, у 2005р. – 10,1% , у 2011р. – 15%, у 2015р. – 17,6%. Тобто цей показник зростає.

Заслуговують уваги питання розподілу інвестицій в основний капітал за видами економічної діяльності. У Дніпропетровській обл. найбільші інвестиції по всіх роках здійснені у промисловість, у тому числі в енергозберігаючі

технології, (57,3% – 58,5%), у транспорт та зв'язок (11,9 – 16,8%) та у операцій з нерухомістю (8,7 – 9,2%) від усіх інвестиційних вкладень.

У сучасних умовах за обсягами вкладених інвестицій у Дніпропетровській обл. лідирують металургійна, добувна та переробна промисловість, які безпосередньо пов'язані з виробництвом технологічно новітнього устаткування та впровадженням енергозберігаючих технологій.

Серед інвестицій в Україні певне місце належить залученню прямих іноземних інвестицій. Сьогодні, за ствердженнями аналітиків, потреба в іноземних інвестиціях в Україні становить 100,0 млрд. дол. Проте наразі загальний обсяг прямих інвестицій становить близько 50 млрд. дол. Аналіз динаміки прямих іноземних інвестицій свідчить про зростання їх обсягу. Однак, порівняно з іншими країнами, обсяг прямих іноземних інвестицій є недостатнім. За регіонами іноземні інвестиції розподіляються нерівномірно. Їх найбільший обсяг приходить на м. Київ, Дніпропетровську обл. (8,8% у загальнодержавному обсязі інвестицій або 7,1 млрд. дол.), Харківську обл.

У сучасних умовах господарювання одним із перспективних напрямів іноземного інвестування є вкладення в енергозберігаючі технології.

Наприклад, Європейським Банком Реконструкції та Розвитку розроблена Українська програма підвищення енергоефективності (UKEEP) для українських приватних підприємств, котрі пріоритетним вважають здійснення інвестування у підвищення ефективності використання енергії чи створення джерел відновлюваної енергії. Тобто інвестиції, результатом яких є скорочення споживання енергоносіїв, збільшення їх виробництва чи більш ефективне їх використання. Крім того, на базі UKEEP надається безкоштовна технічна допомога міжнародних експертів з енергоефективності підприємств, чії проекти відповідають умовам фінансування програми [4].

У Дніпропетровському регіоні даною програмою скористалися:

– у сфері промисловості – [Веста Індастріал, Дніпро](#) (обсяг інвестицій складає 15,5 млн. дол. США). Результати впровадження програми є: зниження споживання природного газу на 37 600 МВт/г на рік; скорочення споживання

електроенергії більше ніж на 1 000 МВт/г на рік; скорочення споживання води на 36 500 м³ на рік; річні заощадження склали близько \$3 200 000; період повернення інвестицій – 5 років [5];

–у сфері сільського господарства – Дніпровський тепличний комбінат, Дніпро (обсяг інвестицій складає приблизно 1,2 млн. дол. США). Завдяки впровадженню програми очікується: скорочення споживання природного газу на 825 000 м³; скорочення споживання електроенергії на 140 МВт/рік; фінансові щорічні заощадження складатимуть \$ 270 000; період повернення інвестицій – 5 років [6].

Крім того, в Україні збільшується обсяг інвестицій в сферу альтернативної енергетики. Для інвестування у таку сферу створена Програма фінансування альтернативної енергетики в Україні (USELF). Європейським Банком реконструкції та розвитку для впровадження цієї програми відкрита кредитна лінія у розмірі 140 млн євро. USELF функціонує з метою сприяння реалізації проектів з використання відновлюваних джерел енергії. В рамках цієї програми фінансуються проекти по впровадженню сонячних електростанцій, біогазу, гідроелектростанцій, біомаси, вітрових електростанцій, паливних брикетів [7].

У Дніпропетровському регіоні за допомогою USELF підприємством «Солар парк Підгородне» було створено сонячні електростанції. Для підтримки інвестування в сферу альтернативної енергетики на державному рівні запроваджений спеціальний тариф на електроенергію для електростанцій, що використовують енергію сонця. Оскільки, «зелений тариф» вищий, в порівнянні з тарифами на відпуск традиційної енергії, держава гарантує закупівлю такої електроенергії в повному обсязі [2].

Практика свідчить, що впровадження енергозберігаючих технологій у своїй більшості потребує значних капітальних вкладень (витрат), що збільшує обсяг інвестицій та сприяє економічному розвитку як країни в цілому, так і кожного із її регіонів.

Також, позитивна роль іноземного інвестування у розвитку економіки полягає у тому, що, за наявності дефіциту платоспроможного попиту всередині країни, особливо під час фінансової кризи, при слабкій конкурентоспроможності вітчизняних підприємств на зовнішніх ринках, виникає проблема підвищення віддачі на вкладений капітал та раціонального використання вкладених коштів в ті чи інші галузі економіки, у тому числі в енергозберігаючі технології, що притаманне іноземному інвестуванню.

Наші дослідження свідчать, що у розрізі галузей економіки України пріоритет іноземного інвестування зберігає реальний сектор. Більш, ніж 60% обсягу прямих іноземних інвестицій припадає на машинобудівне, металургійне виробництво та виробництво готових металевих виробів, виробництво харчових продуктів та впровадження енергозберігаючих технологій у ці сфери виробництва, близько 10% займають операції з нерухомими майном, оренда, інжиніринг та надання консультативних послуг підприємцям і ін.

Нажаль, на сьогоднішній день наша країна на міжнародному ринку інвестицій ще не набула провідної ролі. Причин у цьому багато, це і нестійка нормативна та законодавча база інвестування, і високий рівень корупції. Також досить вагому роль грає і податкова політика, яка не надає стабільності у економічних стосунках між державою та іноземними інвесторами. З 1 грудня 2011р. в Україні створено «Єдине інвестиційне вікно» метою якого є поліпшення роботи по залученню іноземних інвестицій: надання консультації по привабливості різних галузей економіки, пояснення нормативно-правових актів, обґрунтування пріоритетності вкладення інвестицій тощо.

Слід звернути увагу і на подальшу підтримку інвестиційної діяльності з боку держави. У планах розвитку Дніпропетровського регіону передбачається, що попередній обсяг ресурсу, що надається державою до інвестиційного портфелю області, становить понад 1 млрд. грн.

Інвестиційна політика в Дніпропетровській області в цілому повинна бути спрямована в першу чергу на підвищення інвестиційної привабливості регіону. Ключовими напрямками її подальшого розвитку мають бути такі:

- забезпечення ефективного функціонування «Єдиного вікна» супроводу проектів;
- створення реєстру інвестиційних проектів комунальної власності;
- сприяння концентрації капітальних видатків на виконанні пріоритетних інвестиційних проектів, добудови об'єктів незавершеного будівництва з високим ступенем будівельної готовності;
- сприяння реалізації інвестиційних проектів розвитку основних фондів базових підприємств економіки області з будівництва, реконструкції та капітальних ремонтів;
- сприяння реалізації інвестиційних проектів підвищення енергоефективності будівель державного сектору та запровадження ЕСКО-механізму у цій сфері;
- сприяння реалізації інвестиційних проектів на підприємствах Дніпропетровської обл., пов'язаних з виробництвом та використанням альтернативного палива – біогазу-біометану (ПП «АФ “Борисфен», ТОВ «Марганецька птахофабрика», Комунальне підприємство «Дніпроводоканал» Дніпровської міської ради, Комунальне підприємство «Комсервіс» та інші).

Отже, постійне зростання інвестицій в економіку регіону приводить до збільшення його фінансової бази, що є позитивним явищем. Але необхідно врахувати той факт, що структура інвестиційних вкладень повинна рухатись все більш у сторону збільшення вкладів у реальний сектор економіки: промисловість, будівництво, сферу довкілля та ін.

Позитивним для стимулювання залучення інвестицій є також створення урядом України у 2016 році «Офісу із залучення та підтримки інвестицій», який призначений для організації та забезпечення функціонування відкритого інформаційного ресурсу щодо інвестиційного потенціалу та інвестиційної діяльності в Україні, супроводу іноземних інвесторів для здійснення інвестицій в Україні. Це буде сприяти поліпшенню бізнес-клімату в як в країні в цілому, так і в її регіонах, у тому числі такому привабливому для іноземних інвесторів, як Дніпропетровська область.

Список використаної літератури

1. Гирник Л. Інвестиційна привабливість проектів впровадження нетрадиційних та відновлювальних джерел енергії в Україні [Електронний ресурс]. — Режим доступу: http://sophus.at.ua/publ/2014_05_22_23_kampodilsk/sekcija_3_2014_05_22_23/investicijna_privablivist_pr_oektiv_vprovadzhenja_netradicijnikh_ta_vidnovljuvalnikh_dzherel_energiji_v_ukrajini/61-1-0-964.
2. Гордєєва-Герасимова Л.Ю. Інвестиційний фонд як складова частина фінансової бази регіону / Л.Ю. Гордєєва-Герасимова // Науковий вісник Херсонського державного університету. Серія «Економічні науки». Випуск 8/2014. - С.74-79.
3. Карпович М. Інвестиційний клімат в Україні та проблема реалізації інвестиційного потенціалу [Електронний ресурс]. — Режим доступу до ресурсу: <http://naub.ua.edu.ua/2014/investytsijnyj-klimat-v-ukrajini-ta-problema-realizatsiji-investytsijnogo-potentsialu/>.
4. Програма фінансування альтернативної енергетики [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <http://aesd.org.ua/?p=903>.
5. Проект UKEEP забезпечує надійність поставок електроенергії у майбутньому: ТОВ «Веста Індастріал» (Дніпропетровськ) заощадить більше \$3,200,000 на рік [Електронний ресурс]. — Режим доступу до ресурсу: http://www.ukeep.org/images/pdf/Case_Westa_ukr.pdf.
6. UKEEP допомагає сільськогосподарському підприємству Дніпропетровський тепличний комбінат заощаджуватиме \$270,000 щорічно завдяки підвищеній енергоефективності [Електронний ресурс]. — Режим доступу до ресурсу: http://www.ukeep.org/images/pdf/Case_Dniprovskiy_ukr.pdf.
7. USELF «Програма фінансування альтернативної енергетики в Україні». Новини / Події [Електронний ресурс]. — Режим доступу до ресурсу: http://www.journal.esco.co.ua/industry/2014_11_12/art048.html.

*Грибовська Ю. М., к.е.н., доцент
доцент кафедри бухгалтерського обліку
Савченко А. М., магістр
Полтавська державна аграрна академія
julijal@ukr.net*

ВИКОРИСТАННЯ НЕРОЗПОДІЛЕНОГО ПРИБУТКУ ПІДПРИЄМСТВА

Узагальнюючим фінансовим показником діяльності підприємства є прибуток. На його формування як фінансового показника, який відображається у бухгалтерському обліку та фінансовій звітності суб'єктів господарювання, впливають: особливості обчислення собівартості продукції (робіт, послуг);

понесені загальногосподарські витрати; порядок визначення доходів і витрат від операційної, фінансової та інвестиційної діяльності.

У фінансовій політиці підприємства важливе місце займає розподіл і використання одержуваного прибутку як основного джерела фінансування виробничих, соціальних та інвестиційних потреб, а також задоволення економічних інтересів власників.

Загальний порядок використання прибутку суб'єктом господарювання визначається його статутними документами, а конкретні напрями його використання у звітному періоді встановлюються рішенням власників.

Облік накопичення і списання прибутку підприємства ведуть на субрахунку 441 «Прибуток нерозподілений». Розподіл прибутку між власниками (у т. ч. нарахування дивідендів), відрахування до резервного капіталу та інші напрями його використання відображають на субрахунку 443 «Прибуток, використаний у звітному періоді».

У цілому прибуток підприємства може спрямовуватися на:

1. Покриття збитків минулих років: Д-т – 443 К-т – 442 «Непокриті збитки».

2. Виплату дивідендів: Д-т – 443 К-т – 67 «Розрахунки з учасниками». Дивідендами визначається частина чистого прибутку, яка розподіляється між власниками відповідно до частки їх участі у власному капіталі підприємства.

3. Створення резервного капіталу: Д-т – 443 К-т – 43 «Резервний капітал». Резервний (страховий) фонд створюється для покриття потенційно можливих збитків підприємства, виплати дивідендів за привілейованими акціями, погашення заборгованості у разі ліквідації підприємства тощо. Розмір резервного капіталу в господарських товариствах вказується в засновницьких документах і складає не менше 25 % статутного капіталу [1, 3].

Засновницькими документами господарського товариства повинні бути передбачені щорічні відрахування до резервного капіталу в розмірі не менше 5 % чистого прибутку товариства. Акціонерні товариства формують резервний капітал в розмірі не менше 15 % статутного капіталу шляхом щорічних

відрахувань від чистого або нерозподіленого прибутку товариства [2].

4. Збільшення статутного капіталу: Д-т – 443 К-т – 40 «Статутний капітал».

5. Інші цілі, пов'язані з виконанням соціальних програм і розширенням виробництва: Д-т – 443 К-т – 42 «Додатковий капітал».

Національними стандартами бухгалтерського обліку визначено, що субрахунок 441 використовується усіма підприємствами в обов'язковому порядку до того, як будуть підведені підсумки господарської діяльності за звітний період і власники отримають доступ до нерозподіленого прибутку підприємства, зокрема, коли:

- виправляються помилки, допущені при складанні фінансової звітності за попередні роки [5];
- змінюється облікова політика, яка поширюється на події та операції минулих періодів [5];
- витрати на випуск або придбання інструментів власного капіталу здійснюються за відсутності додаткового вкладеного капіталу [4];
- збиток від продажу, випуску або анулювання випущених інструментів власного капіталу перевищує величину додаткового вкладеного капіталу [4];
- проводиться уцінка раніше дооціненого об'єкта основних засобів, частина суми дооцінки якого в попередніх періодах була включена до складу нерозподіленого прибутку.

Приклад. Засновницькими документами ТОВ «Укрпродукт» передбачено щорічні відрахування до резервного капіталу у розмірі 5 % чистого прибутку. У 2015 р. товариство отримало збиток. На 01.01.2016 р. сальдо за дебетом субрахунка 442 становило 100000 грн. У 2016 р. чистий прибуток ТОВ «Укрпродукт» (ряд. 2350 Звіту про фінансові результати) становив 300000 грн. Частина прибутку в сумі 100000 грн. була спрямована на відрахування до резервного капіталу і покриття збитку минулого року.

Господарські операції з обліку використання прибутку товариства наведено в табл. 1.

Таблиця 1

Бухгалтерські записи з обліку використання прибутку ТОВ «Укрпродукт»
за 2016 р.

№ п/п	Зміст операції	Первинний документ	Кореспонденція рахунків		Сума, грн.
			Дт	Кт	
1	Списано прибуток, використаний у звітному році	Бухгалтерська довідка	441	443	100000
2	Спрямовано прибуток на формування резервного капіталу		443	43	15000
3	Використано резервний капітал на покриття збитків минулих років		43	442	15000
4	Направлено частину прибутку за 2016 р. на покриття збитку минулого року		443	442	85000

Аналітичний облік прибутку, використаного у звітному періоді, ведеться за напрямками використання. Нерозподілений прибуток підприємства на кінець року є реінвестованим у його діяльність. Дані рахунку 44 «Нерозподілені прибутки (непокриті збитки)» відображаються в Балансі (Звіті про фінансовий стан) та Звіті про власний капітал.

Отже, прибуток підприємства формується з надходжень від його господарської діяльності. З прибутку сплачують передбачені законодавством податки. Ставка податку на прибуток – 18 %. З 01.01.2017 р. фінансовий результат до оподаткування збільшується: на суму бухгалтерських витрат на ремонт, реконструкцію, модернізацію або інші поліпшення невиробничих основних засобів та нематеріальних активів; на суму бухгалтерської залишкової вартості окремого об'єкта невиробничих основних засобів або невиробничих нематеріальних активів, у разі ліквідації або продажу такого об'єкта. Фінансовий результат до оподаткування зменшується: на суму первісної вартості придбання або виготовлення окремого об'єкта невиробничих основних

засобів або нематеріальних активів та витрат на їх ремонт, реконструкцію, модернізацію або інші поліпшення, у разі продажу об'єкта невиробничих основних засобів або нематеріальних активів, але не більше суми доходу (виручки), отриманої від продажу.

Різниця, що залишається у розпорядженні підприємства називається нерозподіленим прибутком, використання якого не впливає на об'єкт оподаткування податком на прибуток.

Список використаної літератури

1. Господарський кодекс України № 436-IV від 16 січ. 2003 р. [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://zakon.rada.gov.ua>.
2. Закон України «Про акціонерні товариства» № 1576-XII від 17 вер. 2008 р. [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://zakon.rada.gov.ua>.
3. Закон України «Про господарські товариства» № 1576-XII від 19 вер. 1991 р. [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://zakon.rada.gov.ua>.
4. Положення (Стандарт) бухгалтерського обліку 13 «Фінансові інструменти», затверджене наказом Міністерства фінансів України № 559 від 30 лист. 2001 р. [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://zakon.rada.gov.ua>.
5. Положення (Стандарт) бухгалтерського обліку 6 «Виправлення помилок і зміни у фінансових звітах», затверджене наказом Міністерства фінансів України № 137 від 28 трав. 1999 р. [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://zakon.rada.gov.ua>.

*Грибовська Ю. М., к.е.н., доцент
доцент кафедри бухгалтерського обліку
Полтавська державна аграрна академія
julijal@ukr.net*

ФІНАНСОВІ ІНСТРУМЕНТИ: ВИЗНАННЯ ТА ОЦІНКА ЗА МСФЗ

Міжнародні стандарти фінансової звітності (далі – МСФЗ) регулюють порядок визнання і обліку, а також відображення фінансових інструментів у фінансовій звітності підприємства на відповідну звітну дату.

Відповідно до п. 11 МСБО 32 «Фінансові інструменти: подання», фінансовий інструмент – це будь-який контракт, який призводить до

виникнення фінансового активу у одного суб'єкта господарювання та фінансового зобов'язання або інструмента капіталу у іншого суб'єкта господарювання [1].

Фінансовий актив – це будь-який актив, що є:

- грошовими коштами;
- інструментом власного капіталу іншого суб'єкта господарювання;
- контрактним правом отримувати грошові кошти або інший фінансовий актив, або обмінювати фінансові інструменти з іншим суб'єктом господарювання за умов, які є потенційно сприятливими;
- контрактом, розрахунки за яким здійснюватимуться або можуть здійснюватися власними акціями (частками).

Фінансове зобов'язання – це будь-яке зобов'язання, що є:

- контрактним зобов'язанням надавати грошові кошти або інший фінансовий актив іншому суб'єктові господарювання чи обмінювати фінансові активи або фінансові зобов'язання з іншим суб'єктом господарювання за умов, які є потенційно несприятливими для суб'єкта господарювання;
- контрактом, розрахунки за яким здійснюватимуться або можуть здійснюватися власними інструментами капіталу суб'єкта господарювання [1].

Інструмент капіталу – це будь-який контракт, який засвідчує залишкову частку в активах суб'єкта господарювання після вирахування всіх його зобов'язань.

Складові фінансових інструментів наведені на рис. 1.

Відповідно до п. 5.1 МСФЗ 9 «Фінансові інструменти», фінансові активи та фінансові зобов'язання первісно визнаються за їх справедливою вартістю плюс (для фінансових активів) мінус (для фінансових зобов'язань) витрати на операцію, що прямо відносяться на придбання фінансового активу чи виникнення фінансового зобов'язання [3].

Для фінансових інструментів, що оцінюються за справедливою вартістю з відображенням переоцінки у прибутку або збитку, витрати на операцію не включаються до первісної вартості.

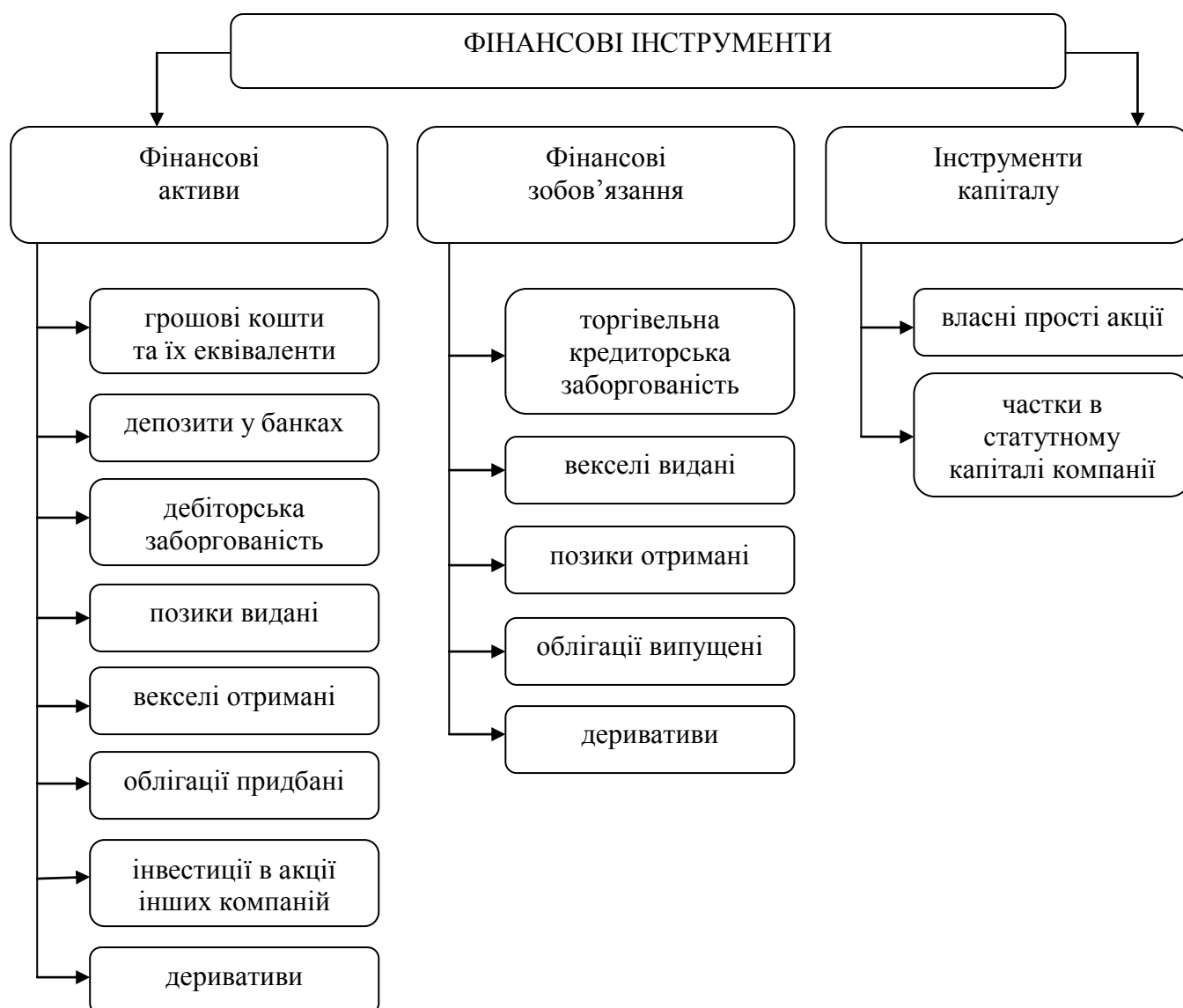


Рисунок 1 - Фінансові інструменти: складові та їх види [4, с. 5]

Наприклад, лізингова компанія при передачі об'єкта фінансового лізингу орендарю стягує комісію за адміністрування договору лізингу. Комісія стягується один раз у розмірі 1 % від вартості предмету лізингу. Сума комісії включається до складу довгострокової дебіторської заборгованості лізингової компанії за даним об'єктом фінансового лізингу, оскільки вона прямо відноситься до придбання фінансового активу (виникнення контрактного права на отримання грошових коштів), і без сплати такої комісії передача предмета фінансового лізингу орендарю не відбудеться.

Згідно із МСФЗ 7 «Фінансові інструменти: розкриття інформації», фінансові активи за видами оцінки поділяються на три групи, рис. 2.

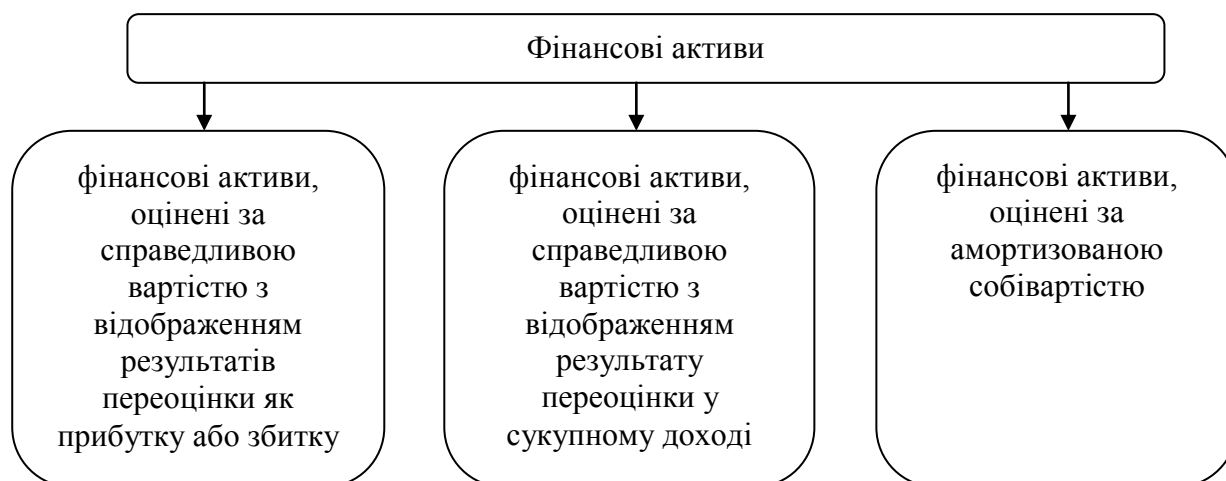


Рисунок 2 - Фінансові активи та їх оцінка [2]

До фінансових активів, оцінених за справедливою вартістю з відображенням результатів переоцінки як прибутку або збитку, відносяться фінансові активи, утримувані для торгівлі. Згідно із МСФЗ 9 торгівля передбачає активне придбання та продаж, а фінансові інструменти, утримувані для торгівлі, як правило, використовуються з метою отримання прибутку від короткострокових коливань цін або маржі дилера [3]. До таких фінансових активів належать фінансові інструменти, що утримуються з метою отримання прибутків внаслідок короткострокових коливань цін, курсів, котирувань і перепродажу протягом фінансового року. Це можуть бути банківські метали, інвестиційні монети, акції тощо. Зміна вартості такої фінансової інвестиції відображається у складі прибутку або збитку Звіту про прибутки та збитки за відповідний звітний рік.

До фінансових активів, оцінених за справедливою вартістю з відображенням результату переоцінки у сукупному доході, належать фінансові активи, придбані з метою збільшення їх справедливої вартості у довгостроковій перспективі, тобто активи, що будуть утримуватися більше року. До таких активів належать: банківські метали, інвестиційні монети, інвестиційні папери без визначеного терміну погашення, акції тощо.

МСФЗ не містять чіткої вимоги проводити переоцінку фінансових інструментів на кожну дату балансу. Відповідно до вимог МСФЗ переоцінка

фінансових активів за поточний рік відображається у Звіті про прибутки і збитки поточного фінансового року.

До фінансових активів, оцінених за амортизованою собівартістю, належать фінансові активи, які утримуються до погашення, тобто мають граничний термін погашення, рис. 3.

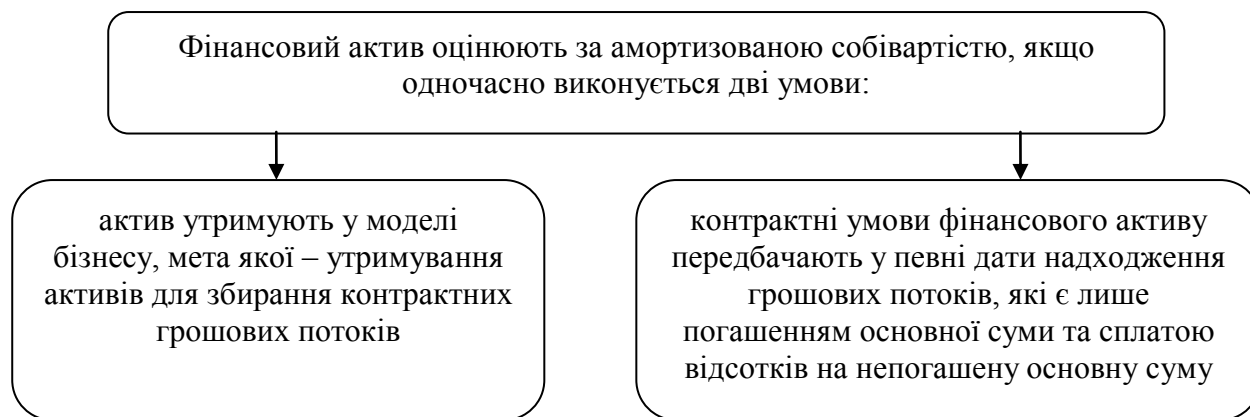


Рисунок 3 - Умови для оцінки фінансового активу за амортизованою собівартістю

До фінансових активів, оцінених за амортизованою собівартістю належать:

- депозити у банках;
- векселі отримані;
- позики видані;
- облігації придбані;
- дебіторська заборгованість (включаючи торгівельну дебіторську заборгованість).

При первісному визнанні суб'єкт господарювання може зробити вибір щодо подання змін справедливої вартості інвестиції в інструмент капіталу (який не утримується для торгівлі) в іншому сукупному доході. В подальшому цей метод обліку зміни не підлягає.

Якщо підприємство приймає рішення про облік зміни справедливої вартості інвестиції в іншому сукупному доході, то воно визнає у прибутку або

збитку дивіденди від такої інвестиції.

У подальшому зміни вартості інвестиції в акції (частки), що були відображені в іншому сукупному доході, у Звіт про прибутки і збитки не переносяться.

Відповідно до § 4.2 МСФЗ 9 фінансові зобов'язання поділяються на:

- фінансові зобов'язання, оцінені за амортизованою собівартістю;
- фінансові зобов'язання, оцінені за справедливою вартістю з відображенням результату переоцінки як прибутку або збитку;
- інші [3].

Облік фінансових зобов'язань, оцінених за амортизованою собівартістю, аналогічний обліку фінансових активів, оцінених за амортизованою собівартістю. Як і для фінансових активів, до фінансових зобов'язань, оцінених за амортизованою собівартістю, відносяться фінансові зобов'язання, що утримуються до погашення. Відмінність лише в тому, що при первісному визнанні фінансових зобов'язань, оцінених за амортизованою собівартістю, із суми їх справедливої вартості вираховуються прямі витрати, пов'язані з виникненням таких фінансових зобов'язань [4, с. 10].

Фінансове зобов'язання, оцінене за справедливою вартістю з відображенням результату переоцінки як прибутку або збитку, – це фінансове зобов'язання, яке задовольняє одну з таких умов:

- відповідає визначенню «утримуване для торгівлі»;
- після первісного визнання оцінюється за справедливою вартістю з відображенням результату переоцінки у прибутку або збитку;
- після первісного визнання, або у подальшому оцінюється за справедливою вартістю з відображенням результату переоцінки у прибутку або збитку [3].

Тобто зміна справедливої вартості фінансового зобов'язання, що виникає внаслідок зміни базової ставки відсотка, товарної ціни, валютного курсу або індексу цін чи ставок, які спостерігаються на ринку, визнаються відповідними доходами чи витратами і відображаються у Звіті про прибутки і збитки за

поточний рік.

Отже, фінансові активи та фінансові зобов'язання первісно визнаються за їх справедливою вартістю, з урахуванням (для фінансових активів) та виключенням (для фінансових зобов'язань) витрат на операції, що прямо відносяться на придбання фінансового активу чи виникнення фінансового зобов'язання.

Список використаної літератури

1. Міжнародний стандарт бухгалтерського обліку 32 «Фінансові інструменти: подання» [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://zakon.rada.gov.ua>.
2. Міжнародний стандарт фінансової звітності 7 «Фінансові інструменти: розкриття інформації» [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://zakon.rada.gov.ua>.
3. Міжнародний стандарт фінансової звітності 9 «Фінансові інструменти» [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://zakon.rada.gov.ua>.
4. Мурашко Т. Фінансові інструменти: облік та звітність за міжнародними стандартами / Т. Мурашко // Вісник. Право знати все про податки і збори. – 2016. – № 29. – С. 4 – 14.

Гриценко О.М., к.е.н.

*Хмельницький торговельно-економічний коледж КНТЕУ
gig@ic.km.ua*

НЕОБХІДНІСТЬ ОПЕРАТИВНОГО ОБЛІКУ В СИСТЕМІ УПРАВЛІННЯ ВІТЧИЗНЯНИХ СУБ'ЄКТІВ ГОСПОДАРЮВАННЯ

В сучасних ринкових умовах вітчизняні суб'єкти господарювання з метою ефективного функціонування потребують адекватної системи оперативного обліку. Зазначене обґрунтовується тим, що реформування бухгалтерського обліку не вирішило питань щодо необхідності застосування даних оперативного обліку. Своєчасному ухваленню рішень сприяє ефективна система оперативного обліку та контролю, що дозволяє одержанню швидкої та перевіреної інформації щодо тенденцій розвитку, використання внутрішніх ресурсів, процесів виробництва і потенційних можливостей, забезпечуючи тим

самим якісне функціонування системи управління, що спрямоване на одержання доходів підприємства.

Питання існування та необхідності оперативного обліку присвячені численні роботи відомих вітчизняних і закордонних учених, які зробили істотний внесок у розвиток і вдосконалення сучасної системи обліку. Серед них: М.Я. Дем'яненко, В.М. Жук, Г.Г. Кірейцев, Ю.А. Кузьмінський, В.О. Ластовецький, В.Г. Линник, Ю.А. Литвин, Л.В. Нападовська, Г.О. Партин, В.В. Сопко, П.А. Хомин тощо.

Проте на основі проведених досліджень, необхідно відзначити, що праць відносно методології оперативного обліку та контролю в економічній літературі недостатньо. Зазначене і обумовлює актуальність даної теми.

В період реформування бухгалтерського обліку, коли велася гостра дискусія щодо поділу його на фінансовий та управлінський, питання оперативного обліку навіть не згадувалось. Його порівнювали з бухгалтерським обліком і вказували на напрямки їх взаємодії [1, с. 72].

Проте, саме оперативний облік спрямований на забезпечення управлінської ланки оперативною інформацією, необхідної для поточного аналізу результатів господарської діяльності підприємства, прийняття на цій основі оптимальних управлінських рішень і здійснення контролю за їх реалізацією. Тому доцільно провести дослідження значення оперативного обліку, його важливості та необхідності при формуванні оперативної інформації з метою прийняття управлінських рішень.

Своєчасна адаптація до зовнішніх сприятливих і несприятливих умов, аналіз альтернативних варіантів розвитку і вироблення механізмів їх здійснення багато в чому повинні базуватися на оперативній інформації. Своєчасному ухваленню рішень сприяє ефективна система оперативного обліку та контролю, що дозволяє своєчасно аналізувати та оцінювати тенденції розвитку, використання внутрішніх ресурсів, процесів виробництва і потенційних можливостей, забезпечуючи тим самим ефективне функціонування системи управління, спрямованої на збільшення доходів підприємства.

В процесі діяльності суб'єктів господарювання вирішується безліч завдань з метою ефективного управління ними. Важливим моментом при цьому є процес одержання потоку інформації спрямованої на реалізацію поставлених завдань. Дослідження існуючих у науковій літературі трактувань оперативного обліку [3; 4] дозволяють зробити висновок про те, що автори у цілому сходяться на думці про необхідність розгляду оперативного обліку для поточного спостереження за процесами та господарськими операціями з метою оперативного управління ними.

У працях економістів відзначається, що в оперативному обліку відображаються окремі факти господарського життя, господарські явища, об'єкти без взаємозв'язку з іншими проявами виробничо-господарської діяльності підприємств.

Дослідники, що займалися цією проблемою наголошують на тому, що у роботах основоположників оперативного обліку є важливі теоретичні результати, а саме:

- вказано на зв'язок між оперативним обліком та поточним плануванням з однієї сторони та оперативним регулюванням з іншої;
- детально охарактеризовано призначення оперативного обліку;
- розроблено принципи карточної, графічної та табличної техніки облікових записів;
- підкреслена одна з фундаментальних відмінностей оперативного обліку від бухгалтерського, що полягає в тому, що бухгалтерія фіксує тільки вже завершену операцію, а в оперативному обліку можуть також за необхідності відображатися і окремі елементи операції до її закінчення [2, с. 9-10].

Впродовж тривалого часу серед науковців та практиків було багато дискусій щодо впровадження оперативного обліку, які існують і досі. Це протистояння призвело до того, що довгий час він не проникав серйозно у сферу економічних показників, а поступово відтіснявся в область регулювання виробничо-технічних процесів, став частіше називатися виробничо-технічним обліком.

Така ситуація не могла сприяти розвитку оперативного управління підприємствами, тому, що вирішувати завдання щодо створення оперативної інформації силами бухгалтерії було в той час неможливо. Крім зазначеного, успіх бізнесу багато в чому залежить від якості інформації, на основі якої приймаються рішення.

В сучасний період на більшості підприємств України оперативний облік ще не сформувався як цілісна система збору інформації підприємства з метою прийняття на її основі оперативних рішень. А працівники бухгалтерії не в змозі надавати необхідну інформацію для щоденного оперативного планування та регулювання діяльністю підприємства.

У ході оперативного обліку відбувається регламентована реєстрація, накопичення, відповідне угруповання, систематизація даних, що відображають діяльність кожного структурного підрозділу. Отримання користувачами - керівниками структурних підрозділів - оперативної, достовірної та релевантної інформації має вирішальне значення для оцінки ходу виробництва і прийняття обґрунтованих заходів зі своєчасного коректування управлінських рішень. Ринкові відносини обумовлюють об'єктивну необхідність значного підвищення уваги до організації оперативного контролю, який орієнтований не на виявлення і фіксацію порушень або втрат, що вже відбулися, а на їх запобігання або усунення.

Отже, оперативний облік спрямований на забезпечення управлінської ланки оперативною інформацією, необхідної для поточного аналізу результатів господарської діяльності підприємства, прийняття на цій основі оптимальних управлінських рішень і здійснення контролю за їх реалізацією. Без раціонального використання ресурсів неможливо ефективне управління діяльністю підприємства. Тому, перш за все, необхідна інформація про наявність та рух різних видів майна, капіталу та зобов'язань підприємства. У зв'язку з цим, виникає необхідність одержання інформації з метою спостереження, вимірювання, накопичення, зберігання, передачі, узагальнення, аналізу та оцінки змін, що відбуваються.

Список використаної літератури

1. Оперативный контроль экономической деятельности предприятия / Б.И. Валуев, Л.П. Горлова, Е.Л. Зернов и др. - М.: Финансы и статистика, 1991. - 224с
2. Бухгалтерський облік: актуальні проблеми та рішення : монографія / За ред. д-ра екон. наук, проф. С.С.Герасименко, д-ра екон. наук, проф. А.О. Єпіфанова; [С.С. Герасименко, А.О.Єпіфанов, М.Д.Корінько та ін.]. - Суми : ДВНЗ «УАБС НБУ», 2010. - 162 с.
3. Калюга Є.В. Фінансово-господарський контроль у системі управління : монографія / Є.В.Калюга. - К. :Ельга, Ніка-Центр, 2002. - 360 с.
4. Голов С.Ф. Сучасний стан та перспективи розвитку бухгалтерського обліку в Україні : автореф. дис. д-ра екон. наук.: 08.00.09 /С. Ф. Голов; Державний навчальний заклад "Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана ". - К., 2009. - 35 с.

Данилова В. Є., студентка
Гільorme Т. В., к.е.н., доцент
доцент кафедри статистики, обліку та економічної інформатики
Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара (м. Дніпро)
Vika-316@yandex.ru

ПРОБЛЕМНІ ПИТАННЯ ЩОДО ОБЛІКУ ПЕРЕОЦІНКИ ОСНОВНИХ ЗАСОБІВ НА ПРОМИСЛОВОМУ ПІДПРИЄМСТВІ

Перш за все, необхідно зауважити, що переоцінка основних засобів є справою добровільною. Це підтверджується насамперед п. 16 П(С)БО 7 «Основні засоби»: підприємства або установи можуть здійснювати переоцінку об'єктів основних засобів, коли залишкова вартість цих об'єктів суттєво відрізняється від їх справедливої вартості на дату складання балансу [1]. Тобто, слово «можуть» не означає, що підприємства зобов'язані здійснювати переоцінку основних засобів. Як правило, здійснення переоцінки у підприємства відбувається при зміні вартості об'єкта основних засобів або при складанні звітності. Відповідно до ст. 13 Закону України «Про бухгалтерський облік та фінансову звітність в Україні», проміжна звітність повинна складатися щоквартально з наростаючим підсумком з початку року (баланс та звіт про фінансові результати) [2]. Таким чином, можливо зробити висновок, що

переоцінку основних засобів зовсім не обов'язково здійснювати частіше ніж 4 рази на рік. Це означає, що керівники підприємства самостійно приймають рішення щодо здійснення або нездійснення переоцінки об'єктів основних засобів. У випадку позитивного рішення, переоцінка здійснюється лише за наказом керівника.

Порядок здійснення переоцінки є важливим елементом облікової політики. Відповідно до чинного законодавства переоцінкою основних засобів є приведення залишкової вартості у відповідність до їх справедливої – ринкової. Але у зв'язку з тим, що проводиться переоцінка всієї групи основних засобів – не тільки відповідного об'єкту, то даний обліковий процес це достатньо трудомістким навіть при повній автоматизації введення обліку. Неминучі і додаткові витрати праці у зв'язку з необхідністю постійного відстеження змін справедливої вартості та її порівняння із залишковою вартістю, яка не відображається на рахунках обліку і потребує додаткового розрахунку [3, с. 248]. Методичними рекомендаціями з бухгалтерського обліку основних засобів зазначено [4], що можливим порогом суттєвості для здійснення переоцінки може бути як 1 % чистого прибутку (або збитку) підприємства, так і 10 % відхилення залишкової вартості від справедливої вартості об'єктів основних засобів.

Відповідно до чинного законодавства, підприємства повинні наймати суб'єктів оціночної діяльності для здійснення переоцінки основних засобів. Цей вид стосунків закріплюється певним договором. Таким суб'єктом може бути як фізична, так і юридична особа, до якої обов'язково повинен входити такий оцінювач, який має відповідний сертифікат на здійснення даного виду діяльності. Якщо ж підприємство здійснює переоцінку основних засобів власними силами, то ця переоцінка буде недійсною. Крім недійсності переоцінки, оцінка об'єкта оподаткування може бути занижена. Це в свою чергу, при перевірці призведе до нарахування штрафу та пені [5]. Таким чином, для переоцінки основних засобів, підприємства будуть зобов'язані здійснити додаткові фінансові витрати. На нашу думку, це призведе до небажання

підприємств витратити значну суму коштів на професійних оцінювачів, як наслідок – залишкова вартість об'єктів основних засобів не буде відповідати ринкової вартості.

Щоб максимально наблизити дані бухгалтерського обліку до реальної вартості об'єкта основних засобів, насамперед необхідно мотивувати суб'єктів господарювання на законодавчому рівні здійснювати переоцінку – надати право самостійно вирішувати питання щодо проведення переоцінки основних засобів: наймати суб'єкта оціночної діяльності або ж здійснити цей процес власними силами. Це пов'язано з тим, що послуги оцінювача буде коштує чималу суму грошей – підприємствам малого та середнього бізнесу це обтяжливо. Тобто, існує необхідність внесення змін до Методичних рекомендацій з бухгалтерського обліку основних засобів, але це, на нашу думку, призведе до підвищення мотивації проведення переоцінки основних засобів.

На нашу думку, переоцінка основних засобів має важливе значення й з точки зору фінансового менеджменту. Наприклад, якщо на підприємстві буде здійснено дооцінку, то це призведе до збільшення суми амортизаційних відрахувань. А якщо з'єднати метод прискореної амортизації та відповідний метод переоцінки, то це забезпечить підприємству надходження грошових коштів у такій кількості, яка буде необхідна для впровадження нових капітальних інвестицій. Але цей варіант є припустимим лише для підприємств, які мають високий рівень рентабельності. Оскільки на підприємствах, в яких прибуток є незначний, це призведе до збільшення амортизації і таким чином зменшить прибуток. Тому такий варіант розвитку для підприємств є не вигідним. Необхідно наголосити, що методи переоцінки основних засобів в П(С)БО 7 «Основні засоби» були запозичені з М(С)БО 16 «Основні засоби». Але, на нашу думку, це запозичення є не доцільним для вітчизняних підприємств, оскільки в зарубіжних країнах переоцінка пов'язана з діючою системою оподаткування.

Отже, проведення переоцінки об'єктів основних засобів є важливим для підприємства, оскільки невірна оцінка об'єктів основних засобів може призвести до неточного нарахування амортизації і до викривлення значення показника собівартості продукції, робіт та послуг, так як наслідок, викривлення показників прибутку та рентабельності діяльності підприємства, що спотворить обґрунтованість управлінських рішень.

Список використаної літератури

1. Про затвердження положення (стандарту) бухгалтерського обліку 7 «Основні засоби»: наказ М-ва фінансів України від 07.07.1999 р. № 163. зі змінами від 24.07.15 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/z0288-00>
2. Закон України «Про бухгалтерський облік та фінансову звітність в Україні» від 16.07.1999 № 996-XIV зі змінами від 03.01.17. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/996-14>
3. Савченко В.М. Облікова політика: навч. посіб. / В.М. Савченко, О.В. Пальчук, Л.В. Саловська та ін.; за ред. Г.М. Давидова. – К.: Знання, 2010. – 479 с.
4. Про затвердження Методичних рекомендацій з бухгалтерського обліку основних засобів: наказ М-ва фінансів України від 30.09.2003 р. № 561 зі змінами від 30.12.2013 № 1192. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon.golovbukh.ua/regulations/1521/8199/8200/461727/>
5. Закон України «Про оцінку майна, майнових прав та професійну оціночну діяльність в Україні» № 47 зі змінами від 16.01.2016. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon0.rada.gov.ua/laws/show/2658-14?test=XX7MfyrCSgkyZ3lIZiWzy5C8HdlsYsFggkRbI1c>

*Даниш Н.І., Турок М.М. студенти,
Науковий керівник: Максименко Д.В., к.е.н.,
доцент кафедри обліку, оподаткування та маркетингу
Мукачівський державний університет*

МЕТОДИ ОБЛІКУ ВИТРАТ І КАЛЬКУЛЮВАННЯ СОБІВАРТОСТІ ПРОДУКЦІЇ

Сучасні умови структурної перебудови економіки України визначають інноваційні підходи і вимоги до системи інформаційного забезпечення, яке повинно сприяти підвищенню результативності управлінських рішень із

стратегічних і тактичних питань розвитку підприємства. У реальній практиці облік зорієнтований головним чином на складання фінансової та податкової звітності й інформація, яку надає така система обліку, не є достатньою для управління. Безсумнівним є той факт, що сучасна обліково-аналітична система підприємства повинна орієнтуватися на вимоги різних рівнів керівників, власників, акціонерів, інвесторів, представників влади та інших користувачів інформації.

Основними завданнями організації обліку витрат на підприємствах є:

1. Забезпечення достовірності визнання та оцінки витрат.

2. Формування показників бухгалтерської звітності, які сприяють проведенню економічного аналізу для визначення напрямів оптимізації витрат виробництва, здійсненню контролю їх величини в процесах постачання, виробництва та реалізації продукції.

3. Нормування витрат за статтями калькуляції.

Метою обліку витрат на виробництво є визначення розміру витрат, які припадають на кожну окрему операцію або кожний вид продукції. Завдання обліку витрат на виробництво полягає в накопиченні даних для розрахунку собівартості продукції.

В управлінському обліку застосовують різні методи обліку витрат і калькулювання собівартості продукції. Однак, розвиток та інтеграція України вимагають вивчення та застосування в практиці зарубіжного досвіду обліку витрат і калькулювання [1].

У вітчизняній практиці застосовуються позамовний, попередільний і попроцесний (простий) методи. При використанні нормативного вони набувають характеру позамовно-нормативного, попередільно-нормативного, попроцесно-нормативного методів.

На підприємствах, де сировину й оплату праці, інші витрати порівняно легко можна віднести до виробництва конкретного виду продукції (робіт, послуг), застосовують позамовний метод.

Сутність позамовного методу полягає в тому, що всі прямі затрати враховуються в розрізі статей за окремими виробничими замовленнями, які видаються на раніше визначену кількість даного виду продукції. Інші затрати враховуються за місцями їх виникнення і їх призначення в розрізі статей витрат та відносяться на собівартість окремих замовлень відповідно до встановленої бази їх розподілу.

Цей метод використовується в машинобудуванні, будівництві, при виконанні ремонтних робіт в процесі виготовлення складної продукції (автомобілів, кораблів тощо) [2].

Попередільний метод обліку застосовується на підприємствах з однорідною за вихідною сировиною та матеріалами і характером обробки масовою продукцією, під час виробництва якої переважають фізико-хімічні і термічні виробничі процеси. Найбільше цей метод застосовується у хімічній, лісовій, металургійній, текстильній, шкіряній, легкій, харчовій галузях промисловості.

Сутність попередільного методу полягає в тому, що всі або деякі прямі витрати відображають в поточному обліку не за видами продукції, що виготовляється, а за переділами виробництва.

При використанні цього методу обліку витрат на виробництво, починаючи з підготовки видобування корисних копалин або обробки вихідної сировини і до випуску кінцевого продукту, витрати враховуються в кожному цеху, включаючи собівартість напівфабрикатів, виготовлених у попередньому цеху [3]. Облік витрат на виробництво при попроцесному методі може здійснюватись як напівфабрикатним, так і безнапівфабрикатним способами. Застосування напівфабрикатного або безнапівфабрикатного варіанту зведеного обліку витрат залежить від необхідності визначення собівартості деяких напівфабрикатів, які є незавершеною продукцією основного виробництва.

При напівфабрикатному способі собівартість напівфабрикатів власного виробництва при передачі їх з цеху в цех відображаються в системі рахунків бухгалтерського обліку. Цей варіант використовується на підприємствах, що

реалізують напівфабрикати власного виробництва на сторону, коли бухгалтерії необхідно здійснити зведення витрат на виробництво напівфабрикатів та визначити їх собівартість. При безнапівфабрикатному способі витрати на виготовлення напівфабрикатів, деталей і вузлів обліковуються по цехах в розрізі статей витрат. Собівартість напівфабрикатів власного виробництва при передачі їх з одного структурного підрозділу в інший не визначається.

Попроцесний метод досить часто застосовують у таких галузях, як вугленафтодобувна. Особливістю підприємств цих галузей є те, що витрати на виробництво узагальнюються в реєстрі бухгалтерського обліку в цілому по процесу і діляться на кількість продукції, а також характерна відсутність незавершеного виробництва. При цьому не доцільно ділити загальну суму витрат між готовою продукцією та незавершеним виробництвом.

У попроцесних виробництвах облік ведуть за кожним процесом. Також при цьому методі прямі затрати відображаються в поточному обліку не за видами виготовленої продукції, а за переділами або стадіями виробництва.

Нормативний метод - це основний метод виробничого обліку, який сприяє впровадженню прогресивних норм витрат, дієвого контролю за рівнем витрат виробництва, що дає змогу використовувати дані обліку для виявлення резервів, зниження собівартості продукції та оперативного керівництва виробництвом.

Цей метод є найбільш сучасним, значно підвищує можливість здійснення контролю виявлених у виробництві відхилень від діючих норм, що зумовлені організацією виробництва.

Основним елементом методу є облік відхилень від норм і облік зміни норм. Кожен з цих елементів повинен бути документально оформлений. Оформлення відхилень або змін здійснюється відповідно до характеру технології, форм оплати праці, виду продукції [4].

Отже, можна зробити висновок, що витрати виробництва – це зменшення економічних вигод у вигляді вибуття активів або збільшення зобов'язань, які призводять до зменшення власного капіталу (за винятком зменшення капіталу

за рахунок його вилучення або розподілення власниками). Для обліку витрат у вітчизняній практиці застосовуються такі методи: попроцесний; попередільний; позамовний; нормативний.

Визначаючи сутність методів обліку витрат собівартості продукції, відмітимо, метод обліку витрат - це сукупність способів відображення, групування та систематизації даних про витрати для досягнення певної мети.

Список використаної літератури

1. Атамас П. Й. Управлінський облік: Навчальний посібник/ Атамас П. Й. — К.: Центр учбової літератури, 2009.
2. Добровський В.М. Управлінський облік : навчальний посібник/ Добровський В.М. - К. : КНЕУ, 2003.
3. Карпенко О. В. Управлінський облік : навчальний посібник. [/ О. В. Карпенко, Д. В. Карпенко. — К. : Центр учбової літератури, 2012.
4. Мишин Ю.А. Управленческий учет: управление затратами и результатами производственной деятельности . - М.: Дело и сервис, 2002.

*Довбня С.Б., д.е.н., професор
зав. кафедри економіки та підприємництва ім. Т.Г. Беня
Чабанець Т.М., здобувач
Національна металургійна академія України
k-econom@metal.dmeti.dp.ua*

МЕТОДИЧНИЙ ІНСТРУМЕНТАРІЙ ДІАГНОСТИКИ РЕЗУЛЬТАТИВНОСТІ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

Динамічні умови господарювання, підсилення конкурентного тиску на виробників, безперервні трансформаційні процеси обумовлюють необхідність застосування адекватного інструментарію діагностики результативності діяльності підприємств. В закордонній практиці для цього достатньо широко використовується система збалансованих показників (СЗП), яка передбачає наявність таких елементів: клієнти, бізнес-процеси, навчання і розвиток, фінанси. Така структура системи та склад показників, що входять до окремих підсистем не містить ряд дуже важливих для промислових підприємств аспектів. Зокрема, недостатньо уваги приділено операційній діяльності та її

ефективності, не оцінюється результативність використання трудових ресурсів, відсутній аналіз конкурентного середовища.

Недостатня опрацьованість цілого ряду методичних аспектів системи збалансованих показників, як інструменту конкретизації стратегії та оцінки ефективності функціонування саме промислових підприємств, стримує її впровадження та зменшує дієвість. Тому удосконалення методичного інструментарію та адаптація його до трансформаційних умов функціонування вітчизняних промислових підприємств є важливим науковим завданням.

З нашої точки зору система збалансованих показників – це ретельно підібраний склад індикаторів, які конкретизують стратегічні цілі підприємства шляхом їх декомпозиції і забезпечують комплексну, повну та різнобічну оцінку ефективності його функціонування.

Основні функції збалансованих показників полягають в наступному:

- конкретизація стратегії шляхом її декомпозиції в систему конкретних показників по окремих напрямках діяльності, ієрархічних рівнях, підрозділах;
- комплексна оцінка результативності підприємства та окремих підрозділів за допомогою важливих і різних за своєю суттю показників;
- формування інформаційної бази, яка є підґрунтям аналізу, поточного планування, прогнозування, актуалізації стратегії та ін.;
- забезпечення реалізації стратегії за рахунок доведення її до конкретних виконавців різних ієрархічних рівнів у вигляді показників, досягнення яких входить до сфери їх компетентності та відповідальності;
- формування дієвої системи мотивації, орієнтованої на ступінь досягнення ключових показників.

Запропонований нами підхід до адаптації традиційної структури СЗП і показників, що входять до її складу, полягає в наступному.

Підсистема «Клієнти» трансформується в підсистему «Конкурентоспроможність підприємства», яка, з нашої точки зору, більш повно характеризує конкурентне положення промислових підприємств, а також ступінь задоволення ними суспільних потреб та вимог окремих клієнтів.

Найбільш суттєво змінюється підсистема «Бізнес-процеси», яка в умовах промислових підприємств може мати назву «Операційні процеси». Запропоновано представити цю складову у вигляді трьох наступних блоків: «Сировина і матеріали», «Основні фонди», «Організація операційних процесів».

Блок «Сировина і матеріали» характеризує якість сировини та матеріалів, які мають визначальний вплив на конкурентоспроможність продукції; швидкість доставки; оборотність сировинних ресурсів; рівень матеріаломісткості продукції.

У блок «Організація операційних процесів» включені показники, що характеризують організацію і ефективність операційної діяльності, а саме терміни виконання, витрати, продуктивність обладнання і т.і.

Особливу увагу приділено блоку «Основні фонди» у зв'язку з високим рівнем їх зносу на вітчизняних підприємствах та недостатньою ефективністю використання. З метою забезпечення збалансованості показників цього блоку та виконання комплексної оцінки в його складі передбачено наступні чотири групи показників.

1. Показники, що характеризують стан основних фондів підприємства: коефіцієнт зносу основних фондів; коефіцієнт оновлення основних фондів; коефіцієнт вибуття основних фондів; частка основних фондів, термін служби яких перевищує нормативний; частка основних фондів, що відповідають (перевищують) світовий рівень.

2. Показники, що характеризують оновлення основних фондів підприємства: сума інвестицій, що спрямована на оновлення основних фондів; частка інвестицій на оновлення ОФ в загальному обсязі інвестування; співвідношення запланованих та виконаних заходів по оновленню основних фондів.

3. Показники, що характеризують витрати, пов'язані з експлуатацією основних фондів підприємства: енергомісткість 1 часу роботи обладнання; витрати, обумовлені недостатністю (недоліками) основних фондів; темп

зростання витрат на ремонт основних фондів; частка витрат на ремонт основних фондів в загальних поточних витратах підприємства.

4. Показники, що характеризують ефективність використання основних фондів підприємства: фондівіддача; темп зростання фондівіддачі; коефіцієнт завантаження основних фондів; темп зростання завантаження основних фондів; рентабельність основних фондів.

Назва третьої підсистеми «Навчання та розвиток», а також склад традиційних показників, що її характеризують, не в повній мірі відповідає її призначенню. Показники цієї підсистеми повинні характеризувати, в першу чергу, кількісний та якісний склад персоналу, ефективність управління та результативність праці. В зв'язку з цим запропоновано змінити її назву на «Потенціал трудового колективу і ефективність його використання», включивши до складу підсистеми відповідні показники.

Четверту підсистему ми пропонуємо назвати: «Фінансово-економічний стан», оскільки фінанси в традиційному розумінні вітчизняної економічної науки представляють собою систему економічних відношень. До складу цієї системи запропоновано включити показники, що характеризують платоспроможність підприємства, фінансову незалежність, грошові потоки, а також індикатори фінансових ризиків діяльності підприємства. Адаптована структура ключових показників ефективності наведена у табл.

Таблиця

Структура системи ключових показників ефективності

Назва елементів	Характеристика елементів
1. Конкурентоспроможність підприємства	Конкурентне положення підприємства на ринку та ступень задоволення потреб клієнтів
2. Бізнес- процеси (операційні процеси)	Сировина та матеріали
	Організація операційних процесів - тривалість, витрати та ефективність виробничого процесу
	Основні фонди
3. Потенціал трудового колективу та ефективність його використання	Відповідність трудового колективу цілям і задачам підприємства, наявність стимулів їх реалізації, розвиток трудового колективу та ефективність його роботи
4. Фінансово-економічний стан	Основні економічні результати діяльності підприємства, фінансовий стан, фінансові ризики

Таким чином запропонована структура системи ключових показників ефективності більш коректно відображає специфіку промислових підприємств і дозволяє своєчасно і коректно оцінювати результативність діяльності підприємства та ступінь виконання його стратегії.

Список використаної літератури

1. Каплан Роберт С. Сбалансированная система показателей. От стратегии к действию / Роберт С. Каплан, Дейл П. Нортон // Пер. с англ. – М.: ЗАО «Олимп - Бизнес», 2003. – С. 304.
2. Нивен Пол Р. Сбалансированная система показателей – шаг за шагом: Максимальное повышение эффективности и закрепление полученных результатов / Нивен Пол Р. // Пер. с англ. – Днепропетровск: Баланс-Клуб, 2003. – С. 328.
3. Энди Нили, Призма эффективности. Карта сбалансированных показателей для измерения успеха в бизнесе и управления им / Энди Нили, Крис Адамс, Майк Кеннерли // Пер. с англ. – Днепропетровск: Баланс-Клуб, 2003. – С. 398.

*Дубовик С.Г. к. е. н.,
доцент кафедры менеджменту
Сумський національний аграрний університет
tatiana_dubovik@mail.ru*

РЕЗУЛЬТАТИВНІСТЬ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

Окремі проблеми ефективності та результативності діяльності підприємства присвячена значна кількість публікацій: С.Керр, Д. Пармендер, Р. Каплан, Р.Нортон, Р. Кокинз, В. Ансофф, Р. Мінцберг, Б. Альстренд, С. Ейлон, Ст. Паретто, Ф. Друкер, Т. Пітерс, А. В. Олексюк, С. Ф. Покропивний, В. Геєць, І. Бланк., Л. Донець, К. Ізмайлова, А. Крутік, Л. Мельник, В. Мец, В. Москаленко, Р. Савицька, Н. Тарасенко, М. Хайкін, Ю. Цал-Цалко, А. Шеремет та ін.

Розбіжності в теоретичних підходах до розуміння категорій «ефективність» і «результативність» підкреслюють необхідність їх дослідження та застосування, відповідно до умов господарювання, що склалися в сучасних організаціях.

Ефективність – це співвідношення результатів діяльності організації та витрат на досягнення цих результатів. Під ефективністю стосовно до управління розуміють кількісний вплив управління на результати діяльності організації, віднесеного до витрат на отримання цього результату.

Економічна ефективність – кількісна оцінка співвідношення результатів і витрат у конкретних умовах; економія, отримана за рахунок оптимізації і раціоналізації діяльності компанії. Для продуктивного функціонування і реалізації всього потенціалу організація повинна бути внутрішньо результативною і раціонально використовувати всі види ресурсів.

В цілому, «результативність» являє собою багаторівневу комплексну характеристику, що відображає певний результат функціонування підприємства (кількісний, якісний) у розрізі ресурсів, видів продукції, видів діяльності, що сприяє як підвищенню ефективності діяльності, так і подальшого розвитку господарюючого суб'єкта. Схематично зв'язок напрямків дослідження результативності, спрямовані в кінцевому рахунку на новий результат, відповідно оновлену мету і подальший розвиток підприємства представлено на рис. 1.

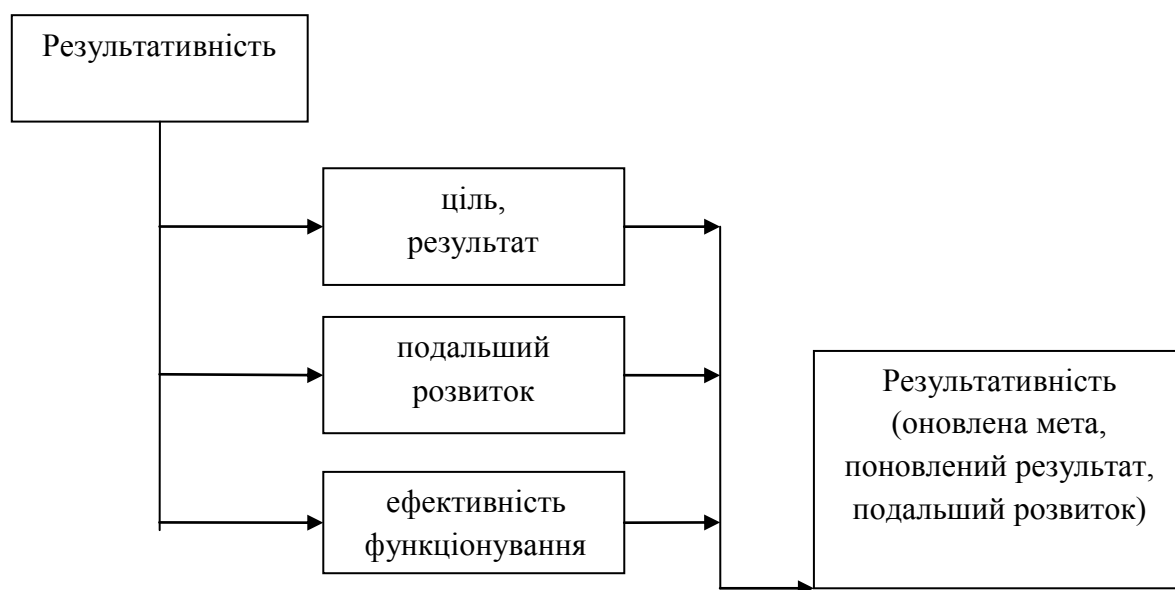


Рисунок 1 - Взаємозв'язок «результативності», напрямки її дослідження та «ефективності»

Проблема результативності діяльності підприємства досить складна. Це обумовлено специфікою внутрішньої глибинної сутності досліджуваної проблеми, множинністю факторів зовнішнього і внутрішнього середовища, що впливають на її розвиток.

Проведення оцінки внутрішньої результативності діяльності організації стосуються оцінки ефективності керованої підсистеми організації. Ця оцінка передбачає проведення:

- оцінки ефективності управління операційною діяльністю;
- оцінки ефективності управління фінансовою діяльністю;
- оцінки ефективності управління персоналом;
- оцінки ефективності управління маркетинговою діяльністю;
- оцінки ефективності управління інноваційною та інвестиційною діяльністю.

Крім цього, оцінка внутрішньої результативності діяльності організації передбачає проведення оцінки ефективності керуючої підсистеми організації. Ця оцінка передбачає проведення:

- оцінки ефективності технології управління;
- оцінки ефективності структури управління;
- оцінки ефективності діяльності управлінського персоналу;
- оцінку ефективності організаційної культури організації.

Якщо оцінка внутрішньої результативності діяльності підприємства ґрунтується на оцінці результативності за окремими елементами, які складають цілісну систему управління підприємством, то оцінка зовнішнього результативності діяльності характеризує результативність діяльності з точки зору використання зовнішніх можливостей організації.

Дослідження, яке нами проводились на базі Романівської філії ПрАТ «Райз-Максимко» Тростянецького району Сумської області показало, що підприємство достатньою мірою пристосовується до змін зовнішнього оточення, а саме до можливостей співпраці з постачальниками, споживачами,

інвесторами, конкурентами, що забезпечує йому умови формування внутрішньої результативності діяльності.

Таблиця 1

Оцінка результативності менеджменту підприємства, 2015р.

№ п/п	Ціль	Критерії результативності	Оцінка результативності (рівень)
1.	Виживання в перспективі	Конкурентоспроможність стратегії Інноваційний потенціал Рівень реалізації обраних стратегій	Достатній Достатній Високий
2	Збереження позиції на ринку	Рівень забезпечення ринкової частки	Достатній
		Рівень адекватності обраних стратегій, тактики і механізмів управління рівнем досягнення поставленої мети	Достатній
3.	Забезпечення результативності всіх підсистем менеджменту	Рівень ефективності окремих підсистем менеджменту: фінансової, маркетингової, кадрової, інноваційної, інвестиційної та ін.	Достатній

Управління результативністю діяльності підприємства залежить від результативності системи менеджменту.

Результативність системи менеджменту – це міра точності управління, яка характеризується ступенем досягнення очікуваного стану об'єкта управління, мети управління або рівнем наближення до них.

Провівши оцінку результативності діяльності залежно від поставленої мети підприємства можемо стверджувати, що в Романівській філії ПРАТ «Райз-Максимко» система управління в цілому здатна створювати умови для реалізації цілей, стабільного розвитку економічної ефективності підприємства, формування його результативності.

Список використаної літератури

1. Гудзинський О. Д. Управління результативністю діяльності підприємств (теоретико-методологічний аспект): монографія / О. Д. Гудзинський, Н. В. Гайдамак, С. М. Судомир – К. : ТОВ «Аграр Медіа Груп», 2011. – 175 с.

2. Кокинз Г. Управление результативностью. Как преодолеть разрыв между объявленной стратегией и реальными процессами / Гэри Кокинз; Пер. с англ. – М.: Альпина Бизнес Букс, 2007. – 315 с.

3. Лепейко Т. І. Теоретико-методичні засади управління підприємством: забезпечення гнучкості [текст] : монографія / Т. І. Лепейко ; Укр. інж.-пед. акад. – Х.: [б. в.], 2012. – 220 с.

Єгорова О.В., к.е.н., доцент
доцент кафедри економічної теорії та економічних досліджень
Полтавська державна аграрна академія
ehorova@yandex.ru

МЕТОДИКА ЕКОНОМІЧНОГО АНАЛІЗУ ЯКОСТІ ПРОДУКЦІЇ

Якість продукції сучасна економічна термінологія здебільшого визначає як сукупність властивостей продукції та можливість задовольняти певні вимоги споживачів відповідно з її призначенням. Існують різні класи характеристик якості продукції, такі як: фізичні (механічні, електричні, біологічні, хімічні); органолептичні (пов'язані з органами чуття людини); ергономічні (характеристики фізіологічні або пов'язані з безпекою людини); функціональні (максимальна швидкість літака) тощо [5].

З метою упорядкування термінології у сфері якості Міжнародною організацією з стандартизації (ISO) був розроблений стандарт ISO 9000:2000, який був прийнятий в Україні як ДСТУ ISO 9001:2009 «Система управління якістю. Вимоги». Найбільш використовуваною на українських підприємствах є система управління якістю HACCP (Система аналізу небезпечних чинників і критичних точок контролю (HACCP «Hazard Analysis and Critical Control Point»)), яка дозволяє виробляти безпечну продукцію шляхом ідентифікації і контролю небезпечних чинників. [3, 4]

Необхідно підкреслити, що управління якістю не є ізольованим видом діяльності відділу технічного контролю або управління якістю. Щоб бути ефективним, цей процес повинен охоплювати операції всіх відділів, включаючи ті, які займаються маркетингом, проектно-конструкторськими розробками,

технологією, виробництвом, пакуванням, диспетчеризацією і транспортуванням. Фактично, управління якістю повинно охоплювати всі аспекти та етапи господарської діяльності.

Управління якістю продукції неможливе без своєчасного аналізу не лише технічного, але й економічного аспекту її забезпечення. Для підприємств важливо розуміти вимоги споживачів, аналізувати вплив рівня якості продукції на результати її реалізації. При цьому в аналізі використовують сукупність методичних прийомів, доцільність використання яких в кожному дослідженні вирішується залежно від його об'єкта, змісту досліджуваної проблеми, мети і завдань, умов проведення дослідження та ресурсів, які є в наявності.

Для дослідження якості продукції економічний аналіз використовує загальнонаукові методи:

1) для збирання та накопичення інформації даних – емпіричні методи: спостереження, опитування, метод експертних оцінок, експеримент;

2) для узагальнення та аналізу інформації – теоретичні та теоретико-емпіричні методи: порівняння, формалізація, конкретизація, моделювання, ідеалізація, абстрагування, аналіз, синтез, індукція, дедукція логічний метод (містить елементи аксіоматичності та гіпотетичності), історичний метод тощо.

Основні конкретно наукові методичні прийоми, що застосовуються в економічному аналізі якості продукції: динамічний, трендовий, структурний, аналіз відносних показників (коефіцієнтів), міжгосподарський порівняльний аналіз, економіко-статистичні методи (аналітичні групування, індексний, дисперсійний, кореляційно-регресійний аналіз, компонентний аналіз), ABC-аналіз, функціонально-вартісний аналіз (**ActivityBasedCosting**).

Аналіз якості продукції ґрунтується на дослідженні системи показників, серед яких виділяють загальні, індивідуальні і непрямі показники якості.

Індивідуальні показники якості продукції характеризують одну з її властивостей:

– вміст корисних речовин або шкідливих домішок (у % до загального обсягу або ваги). Наприклад, під час аналізу виробництва молока досліджують

жирність (частку жиру у загальній масі молока), вміст білка, кислотність тощо;

– надійність. Її характеризують довговічність, безвідмовність при експлуатації, строк служби (використання, споживання), гарантійний термін роботи, кількість і вартість гарантійних ремонтів у розрахунку на одиницю продукції; наявність рекламацій, їхні кількість і вартість;

– технологічність (трудомісткість, енергомісткість);

– естетичність;

– свіжість (є визначальним показником якості продуктів харчування).

В економічному аналізі здебільшого використовують загальні показники, які характеризують якість всієї виробленої продукції.

До узагальнюючих показників якості відносяться:

а) питома вага сертифікованої продукції, питома вага продукції, яка відповідає світовим стандартам та експортується. Найбільш узагальнюючий характер мають такі показники як частка в загальному обсязі випуску продукції, атестованої державними установами, та частка продукції, що одержала товарні знаки. Досить надійним показником якості є відповідність міжнародним стандартам. Своєрідним знаком якості може бути фірмовий знак відомих корпорацій, які вибороли славу виробників якісної продукції;

б) питома вага продукції вищої категорії якості. Сортність (у легкій, харчовій, хімічній та інших галузях промисловості) або марочність (у харчовій промисловості, виробництві будівельних матеріалів) використовують щодо продукції, в якій допускаються певні несуттєві відхилення деяких ознак, якостей від чинних стандартів і технічних вимог. Зважаючи на кількість сортів і співвідношення їх у загальному обсязі виробництва, визначають середній показник сортності;

в) питома вага продукції, яка забракована, та питома вага за рекламованої продукції (по якій пред'являлась претензія покупця з приводу неналежної якості, виявленої в період дії гарантійних зобов'язань, вимога про усунення недоліків, зниження ціни, відшкодування збитків (заподіяного збитку). В процесі аналізу визначають яка частина продукції псується та які втрати від

браку залежно від причин виникнення (через порушення технології, несправності устаткування, недосконалості організації виробництва або низьку кваліфікацію робітників), місцезнаходження, часу і винуватців. Особливу увагу потрібно аналізу прихованого браку, який з різних причин не відображається в облікових регістрах. Цей брак фігурує у вигляді якісної готової продукції і є причиною порушення в майбутньому ритму роботи і несподіваних збитків.

Брак продукції може бути виправним і невиправним, внутрішнім (виявлений на підприємстві) і зовнішнім (виявлений споживачами). Випуск браку веде до штрафів за неякісну продукцію, підвищення собівартості готової продукції, зменшенню обсягів товарної і реалізованої продукції, погіршенню показників прибутку і рентабельності. [1]

В окремих випадках як єдиний показник якості продукції використовують провідні часткові показники (калорійність харчів, міцність металів, теплотворність палива тощо).

Аналіз витрат на якість, здійснюють з урахуванням їх класифікації на корисні витрати, які пов'язані з попередженням дефектів, та збитки, які пов'язані з витратами на проведення оцінювання і з браком.

Отже, поліпшення якості виробленої продукції – одна із форм конкурентної боротьби з іншими виробниками аналогічної продукції, завойовування і утримання позицій на ринку. Високий рівень якості продукції сприяє підвищенню попиту, збільшенню обсягів продажу, суми прибутку тощо.

Список використаної літератури

1. Безродна С. М. Вплив якості на конкурентоспроможність продукції аграрних підприємств / С. М. Безродна, В. О. Лаготюк // Агросвіт. – 2016. – № 15-16. – С 32-35.

2. Буряк Р. І. Методика визначення рівня якості функціонування аграрних підприємств / Р. І. Буряк. // Наукові праці Полтавської державної аграрної академії. [Електронний ресурс] – Режим доступу: <https://www.pdaa.edu.ua/sites/default/files/nppdaa/5.2/58.pdf>.

3. Європейська організація з контролю якості (European Organization for Quality) [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://www.eoq.org/contact.html>.

4. Європейський фонд управління якістю(EFQM) [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://www.efqm.org>.

5. Сіменко І. В. Аналіз господарської діяльності: навч. посіб. / І. В. Сіменко, Т.Д. Косова, І.В. Гречина та ін. – К. : Центр учбової літератури, 2013. – 384 с.

*Єрмолаєва М. В., к.е.н., доцент
професор кафедри бухгалтерського обліку,
Лега І. А., магістр
Полтавська державна аграрна академія
E-mail: mv666@inbox.ru*

ВІДОБРАЖЕННЯ ІНФОРМАЦІЇ ПРО РОЗРАХУНКИ ЗА КРЕДИТАМИ БАНКУ У ФІНАНСОВІЙ ЗВІТНОСТІ

Господарська діяльність суб'єктів господарювання нерозривно пов'язана з інформаційним забезпеченням, найважливішою складовою якого є дані бухгалтерського обліку. Вагомою складовою фінансового стану суб'єкта господарювання є інформація про зобов'язання, їх динаміку зміни, що застосовується при оцінці фінансового стану підприємства. В сучасних умовах функціонування сільськогосподарських підприємств неможливо без такої складової зобов'язань, як кредитні ресурси. В бухгалтерському обліку суб'єктів господарювання вони представлені розрахунками з банком за довгостроковими кредитами та короткостроковими позиками [5].

Належна фіксація фактів здійснення розрахунків з банками за кредитами є невід'ємною складовою системи бухгалтерського обліку підприємств, яка побудована на основі документування та складання звітності.

Для отримання кредиту підприємство повинне надати певні документи, які умовно можна поділити на загальні (заява, картка зі зразками підписів перших осіб), установчі (свідоцтво про реєстрацію, статут, положення), фінансові документи та звітність (Баланс (Звіт про фінансовий стан), Звіт про фінансові результати (Звіт про сукупний дохід), Звіт про рух грошових коштів, Звіт про власний капітал, виписки із рахунків, довідки про попередні видані

кредити), гарантії повернення (договір застави, гарантії-поручительства 3-ьої сторони, договір страхування), спеціальні (графік повернення кредиту і виплати процентів, дозволи і ліцензії).

Формування інформаційної бази про розрахунки за кредитами банку починається із складання первинних документів, до яких відносяться: кредитні договори, виписки банку, розрахунки бухгалтерії, платіжні доручення, договори про відстрочення кредитів, договори позик тощо [6].

Для відображення бухгалтерської обробки облікової інформації про розрахунках за кредитами банку Інструкцією про застосування Плану рахунків бухгалтерського обліку активів, капіталу, зобов'язань і господарських операцій підприємств і організацій № 291 [1] передбачено наступні рахунки (табл. 1).

Таблиця 1

Склад рахунків для розрахунків підприємств за кредитами банків

Склад рахунку	Кореспонденція рахунків		Аналітичний облік
	за дебетом	за кредитом	
50 «Довгострокові позики»			
501 «Довгострокові кредити банків у національній валюті», 502 «Довгострокові кредити банків в іноземній валюті», 503 «Відстрочені довгострокові кредити банків у національній валюті», 504 «Відстрочені довгострокові кредити банків в іноземній валюті», 505 «Інші довгострокові позики в національній валюті», 506 «Інші довгострокові позики в іноземній валюті».	погашення заборгованості за ними та переведення до поточної заборгованості за довгостроковими зобов'язаннями	суми одержаних довгострокових позик, а також переведення короткострокових (відстрочених)	ведеться за позикодавцями (банками) в розрізі кожного кредиту (позики) окремо та строками погашення кредиту (позик).
60 «Короткострокові позики»			
601 «Короткострокові кредити банків у національній валюті», 602 «Короткострокові кредити банків в іноземній валюті», 603 «Відстрочені короткострокові кредити банків у національній валюті», 604 «Відстрочені короткострокові кредити банків в іноземній валюті», 605 «Прострочені позики в національній валюті».	сума їх погашення та переведення до довгострокових зобов'язань у разі відстрочення кредитів (позик)	суми одержаних кредитів (позик)	ведеться за позикодавцями (банками) в розрізі кожного кредиту (позики) окремо та строками їх погашення

Склад рахунку	Кореспонденція рахунків		Аналітичний облік
	за дебетом	за кредитом	
606 «Прострочені позики в іноземній валюті»			
95 «Фінансові витрати»			
951 «Відсотки за кредит» 952 «Інші фінансові витрати»	накопичення витрат фінансової діяльності	списання фінансових витрат на фінансові результати	-

Дані первинних документів є підставою для формування інформації у регістрах аналітичного та синтетичного обліку: Згідно методичних рекомендацій щодо застосування регістрів журнально-ордерної форми обліку для сільськогосподарських підприємств від 4 червня 2009 р. № 390 [3] дані щодо розрахунків за кредитами банку повинні узагальнюватися у Журналі-ордері № 2 с.-г., який відкривають на місяць. Для кожного рахунку виділяють окремі розділи. В кінці місяця кредитові обороти рахунків 50, 60 з Журналу-ордера № 2 с.-г. переносять в Головну книгу [3].

Інформація про стан розрахунків за кредитами банку у фінансовій звітності знайшла своє відображення у Балансі. Згідно НП(С)БО 1 «Загальні вимоги до фінансової звітності», затвердженого Наказом Міністерства фінансів України № 73 від 07.02.2013 р. баланс (звіт про фінансовий стан) - звіт про фінансовий стан підприємства, який відображає на певну дату його активи, зобов'язання і власний капітал [4]. Метою складання балансу є надання користувачам повної, правдивої та неупередженої інформації про фінансовий стан підприємства на звітну дату.

Звіт про фінансові результати – складова квартальної і річної фінансової звітності підприємств та є звітом про доходи, витрати і результати діяльності підприємства. Метою складання звіту про фінансові результати є надання користувачам повної, правдивої і неупередженої інформації про доходи, витрати, прибутки і збитки та сукупний дохід підприємства за звітний період [4].

Наступною формою є Звіт про рух грошових коштів. Згідно НП(С)БО 1

звіт про рух грошових коштів – звіт, який відображає надходження і вибуття грошових коштів протягом звітного періоду в результаті операційної, інвестиційної та фінансової діяльності. Метою складання звіту про рух грошових коштів є надання користувачам фінансової звітності повної, правдивої та неупередженої інформації про зміни, що відбулися у грошових коштах підприємства та їх еквівалентах) за звітний період [4].

Відображення інформації про розрахунки за кредитами банку у фінансовій звітності підприємства представлено у табл. 2.

Таблиця 2

Відображення інформації про розрахунки за кредитами банку у фінансовій звітності

Форми фінансової звітності	Розділ	Стаття
Баланс (Звіт про фінансовий стан)	II. «Довгострокові зобов’язання і забезпечення»	1510 «Довгострокові кредити банків»
У статті «Довгострокові кредити банків» наводиться сума заборгованості підприємства банкам за отриманими від них позиками, яка не є поточним зобов’язанням		
Баланс (Звіт про фінансовий стан)	III. «Поточні зобов’язання і забезпечення»	1600 «Короткострокові кредити банків»
У статті «Короткострокові кредити банків» відображається сума поточних зобов’язань підприємства перед банками за отриманими від них кредитами.		
Звіт про фінансові результати (Звіт про сукупні доходи)	I «Фінансові результати»	2250 «Фінансові витрати»
У статті «Фінансові витрати» відображаються витрати на проценти та інші витрати підприємства, пов’язані із запозиченнями (крім фінансових витрат, які включаються до собівартості кваліфікаційних активів відповідно до Положення (стандарту) бухгалтерського обліку 31 «Фінансові витрати», затвердженого наказом Міністерства фінансів України від 28 квітня 2006 року № 415		
Звіт про рух грошових коштів (за прямим методом)	III. Рух коштів у результаті фінансової діяльності	3305 «Отримання позик»
Звіт про рух грошових коштів (за непрямим методом)		
У додатковій статті «Фінансові витрати» відображаються витрати, включені до фінансового результату та наведені в статті «Фінансові витрати» звіту про фінансові результати. У додатковій статті «Сплачені відсотки» відображаються суми грошових коштів, використаних на сплату відсотків за користування позиковим капіталом, використаним в операційній діяльності, окрім сум сплачених відсотків, які капіталізуються. У статті «Отримані позики» відображаються надходження грошових коштів у результаті утворення боргових зобов’язань (позик, векселів, облігацій, а також інших видів короткострокових і довгострокових зобов’язань, не пов’язаних з операційною й інвестиційною діяльністю).		
Звіт про рух грошових коштів (за прямим методом)	III. Рух коштів у результаті фінансової	3350 «Погашення позик»

Форми фінансової звітності	Розділ	Стаття
Звіт про рух грошових коштів (за непрямим методом)	діяльності	
У статті «Витрачання на погашення позик» відображаються виплати грошових коштів для погашення отриманих позик. У додатковій статті «Витрачання на сплату відсотків» відображаються суми грошових коштів, використаних на сплату відсотків за користування позиковим капіталом, використаним у фінансовій діяльності, окрім сум сплачених відсотків, які капіталізуються.		

Отже, бухгалтерська фінансова звітність, ґрунтуючись на узагальнених даних бухгалтерського обліку, виступає ланкою зв'язку між підприємством із зовнішнім середовищем. На нашу думку, для того, щоб забезпечити більш глибокий та ефективний аналіз ліквідності підприємств необхідно запровадити методику обліку відстроченої (пронгрованої) заборгованості за кредитними операціями та передбачити у фінансовій звітності відображення інформації для обліку пронгрованої заборгованості в залежності від терміну її виникнення.

Список використаних джерел

1. Інструкція про застосування Плану рахунків бухгалтерського обліку активів, капіталу, зобов'язань і господарських операцій підприємств і організацій, затверджене наказом Міністерства фінансів України № 291 від 30 листоп. 1999 р. [Електронний ресурс] / Верховна Рада України. – Режим доступу : <http://www.zakon.rada.gov.ua>.
2. Методичні рекомендації щодо заповнення форм фінансової звітності, затверджені Наказом Міністерства фінансів України № 433 від 28 бер. 2013 р. [Електронний ресурс] / Режим доступу : <http://buhgalter911.com/>
3. Наказ Міністерства аграрної політики України «Про затвердження спеціалізованих форм реєстрів журнально-ордерної форми обліку для сільськогосподарських підприємств та методичних рекомендацій щодо їх застосування» № 390 від 4 черв. 2009 р. [Електронний ресурс] / Режим доступу : <http://pro-u4ot.info/index.php>.
4. Національне положення (стандарт) бухгалтерського обліку 1 «Загальні вимоги до фінансової звітності» затведжено Наказ Міністерства фінансів України № 73 від 07 лют. 2013 року [Електронний ресурс] / Верховна Рада України. – Режим доступу : <http://www.zakon.rada.gov.ua>.
5. Омецінська І. Я. Проблеми обліку та оподаткування позик як форми залученого капіталу підприємства [Електронний ресурс] / І. Я. Омецінська // Інноваційна економіка. Всеукраїнський науково-виробничий журнал. – С. 233 – 237.
6. Петренко Н. І. Документування операцій з пасивами підприємства [Електронний ресурс] / Н. І. Петренко // Економіка: реалії часу. – 2012. - №2(3).

– С. 141 – 146. – Режим доступу : economics.opu.ua/files/archive/.../141-146.pdf.

7. Положення (стандарт) бухгалтерського обліку 31 «Фінансові витрати», затверджено Наказом Міністерства фінансів України № 415 від 28 квітня 2006 р. [Електронний ресурс] / Верховна Рада України. – Режим доступу : <http://www.zakon.rada.gov.ua>.

Журавель Ю. В., викладач

*Львівського державного коледжу харчової і переробної промисловості
Національного університету харчових технологій
jul_zhur@ukr.net*

Старик Р. Я. к.е.н., викладач

*Львівського державного коледжу харчової і переробної промисловості
Національного університету харчових технологій
irima150@gmail.com*

СТРАТЕГІЧНЕ ПЛАНУВАННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ ХАРЧОВОЇ ПРОМИСЛОВОСТІ

Стратегічне планування становить собою один з найбільш складних і неоднозначних методів сучасного менеджменту. Адже в умовах посилення конкуренції керівники підприємств знаходяться в постійному пошуку адекватних рішень, інструментів управління підприємством і важелів підвищення конкурентоспроможності. Інтеграція у європейське співтовариство призводить до жорсткого конкурентного середовища, а низька економічна ефективність сучасного періоду в Україні зумовлюють необхідність становлення і розвитку системи стратегічного планування певного рівня конкурентоспроможності на підприємствах, у тому числі харчової промисловості.

На сьогодні, основні засади і підходи стратегічного планування на українських підприємствах запозичені переважно з розробок зарубіжних учених і практики американських, японських і європейських корпорацій з огляду на те, що досвід України у цій сфері невеликий. А методи стратегічного планування, які використовуються у зарубіжній практиці, не адаптовані до

вітчизняного ринку, і, як наслідок, результати їхнього використання виявляються не завжди задовільними [1, с.7].

Управління конкурентоспроможністю на рівні підприємств харчової промисловості стикається з необхідністю враховувати економічні, соціально-політичні, науково-технічні та інші зміни, що відбуваються в державі. Адже в сучасних реаліях українського розвитку підприємств харчової промисловості принципи, функції, механізми стратегічного планування і управління їх конкурентоспроможністю перебувають в процесі стагнаційного розвитку.

Можна вважати, що внутрішній ринок вступив у стадію, коли відсутність розробленої системи управління конкурентоспроможністю гальмує розвиток економіки в цілому. У вітчизняній і зарубіжній теорії і практиці управління найбільша увага приділяється розробкам параметрів і показників конкурентоспроможності, що дозволяє оцінювати цю категорію, а також основним підходам до управління конкурентоспроможністю, методам її підвищення [2, с.18]. В той же час методологічні підходи до процесу управління конкурентоспроможністю, що визначають його основні етапи, використання принципів, на яких він повинен базуватися, до теперішнього часу не дали результатів – рівень конкурентоспроможності значної частини підприємств харчової промисловості залишається низьким.

Сьогодні необхідно створювати механізми, здатні гарантувати високу конкурентоспроможність підприємств харчової промисловості. Можна сказати, що найбільш вдала стратегія підвищення конкурентоспроможності повинна вирішувати два завдання щодо діючих сил конкуренції:

- якомога сильніше ізолювати своє підприємство від негативного впливу конкурентів;
- використовувати сформовану в харчовій промисловості ситуацію і правила гри на свою користь.

Конкурентоспроможність підприємства характеризується трьома групами показників:

- наявністю на підприємстві певних ресурсів;

– операційною ефективністю підприємства, описуваною такими показниками, як: рентабельність основних напрямів діяльності та рівень витрат, що припадають на основні види продукції; наукоємність і технічний рівень продукції в порівнянні з основними конкурентами на внутрішньому ринку; ступінь диференціації діяльності підприємств; частка компанії на внутрішньому ринку; індекс цін на продукцію підприємств в порівнянні з динамікою цін у всій харчовій промисловості; ступінь експортної орієнтації та/або імпоротної залежності тощо;

– наявністю ефективної стратегії розвитку, спрямованої на формування конкурентних переваг підприємства.

Формування високого рівня конкурентоспроможності підприємств харчової промисловості залежить не тільки від його потенційних можливостей, умов реалізації стратегічних напрямків розвитку, але і від використання ефективних концепцій управління самої конкурентоспроможності. Управління конкурентоспроможністю має охоплювати, з одного боку, проблеми якості продукції, ресурсозбереження, вивчення інфраструктури, внутрішніх і зовнішніх ринків, з іншого – усі загальні функції управління – стратегічний маркетинг, планування, організацію процесів, мотивацію і регулювання, облік і контроль. У цілому – усі стадії життєвого циклу керованих об'єктів, починаючи зі стратегічного маркетингу і закінчуючи утилізацією відпрацьованого об'єкта. При цьому, виходячи з особливостей підприємств харчової промисловості кожній стадії життєвого циклу підприємства, комплекс заходів з управління конкурентоспроможністю може істотно змінюватися. Крім того, основою успіху в бізнесі є створення стійкої конкурентної переваги, яке визначається здатністю організації запропонувати товар або послугу, що перевершують товар або послугу конкурентів.

Відомий консультант по управлінській діяльності В. А. Гончарук зазначає, що більшості керівників хотілося б досягти відразу подвійного результату: отримати максимальний прибуток і зайняти міцне становище на ринку. Однак ці цілі не комплементарні – досягнення однієї нітрохи не

наближає до іншої [3, с. 77]. Гострота фінансових проблем у багатьох підприємств сьогодні обумовлює пріоритетну увагу саме до фінансових цілей. Дослідники стратегічного управління відзначають, що чиниться на керівників тиск, спрямований на вибір короткострокових цілей, що особливо сильно проявляється в деяких ситуаціях:

- коли підприємство перебуває в складному фінансовому становищі;
- коли вилучення ресурсів, необхідних для здійснення стратегічно вигідних дій, буде погіршувати показники підприємства впродовж кількох років;
- коли пропоновані стратегічні дії є ризикованими і можуть надати непередбачений вплив на ринкову позицію підприємства та його конкурентоспроможність [4, с. 47].

Тому керівництву підприємств важливо знайти баланс між стратегічними і короткостроковими фінансовими цілями в межах реалізації системи управління конкурентоспроможністю підприємств харчової промисловості.

Для підприємств харчової промисловості основна проблема створення повноцінної і ефективної системи управління конкурентоспроможністю полягає в трансформації систем, спрямованих, насамперед, на оперативний аналіз конкурентоспроможності, в прийнятті обґрунтованих рішень, в орієнтації на стратегічний розвиток підприємства і на синтез трьох важливих взаємодоповнюючих складових: стратегічного, тактичного й оперативного рівнів управління.

Основною метою управління конкурентоспроможністю на стратегічному рівні – формування передумов для ефективного використання наявних у підприємства зовнішніх конкурентних переваг і створення нових для діяльності в перспективі. Основне завдання управління конкурентоспроможністю на оперативному рівні – надання допомоги менеджерам в досягненні запланованих цілей, які виражаються найчастіше у вигляді кількісних планових показників розвитку, що забезпечує підприємству стійкий рівень розвитку [5, с. 24]. Тактичний рівень управління конкурентоспроможністю пов'язаний в

основному із забезпеченням високого рівня конкурентоспроможності продукції за рахунок високої якості, прийнятних цін і експлуатаційних витрат, а також ефективного маркетингового забезпечення. Сьогодні особливого значення набуває управління конкурентоспроможністю на стратегічному рівні, що дозволяє прогнозувати подальше розвиток підприємства, з урахуванням змін, що відбуваються у внутрішньому середовищі підприємств.

У сучасних умовах формування системи управління конкурентоспроможністю повинне відповідати низці вимог. Серед них слід відзначити орієнтацію виробництва на попит, на задоволення потреб ринку і на запити конкретних споживачів. Система управління створюється для реалізації конкретних цілей організації і становить собою сукупність принципів, методів, засобів управління, а також адміністративно-правових, економічних важелів, стимулів і органів управління. Механізм управління займає центральне місце в системі управління та служить для приведення системи в дію і забезпечення її ефективного функціонування для досягнення поставлених цілей і отримання бажаних кінцевих результатів. Основною метою стратегічного планування є розробка чітких цільових установок щодо конкретних показників розвитку підприємств, визначення конкурентної стратегії, узгодженої з умовами харчової промисловості, навичками і капіталом, якими володіє конкретне підприємство.

Управління конкурентоспроможністю може розглядатися як система реалізації стратегічних планів підприємства. Розробка і реалізація стратегічних планів спонукає керівництво підприємства приділяти серйозну увагу не тільки внутрішнім проблемам, але і відстежувати стан безпосереднього оточення і макросередовище підприємства. Система стратегічних планів підприємства виконує ключову функцію координації та узгодження в організаційно-економічних процесах підприємства. Система управління конкурентоспроможністю, заснована на взаємодії комплексної оцінки і прогнозування конкурентоспроможності, володіє можливостями формування і коригування цілей і стратегій розвитку підприємства, відповідно до досягнутим рівнем конкурентоспроможності.

Загалом, проблема використання стратегічного планування на підприємствах в Україні пов'язана з загальною економічною кризою, критичним станом виробництва тощо. Тільки успішне оволодіння методами і підходами сучасного стратегічного планування з урахуванням ризику появи кризових ситуацій і його успішне впровадження дозволить підприємствам функціонувати стабільно та забезпечить їм позитивні перспективи щодо зростання. На вітчизняних підприємствах запровадження системи стратегічного планування пов'язане з багатьма проблемами, зокрема з усвідомленням того, що для отримання бажаного результату потрібно одночасно вирішувати як поточні, так і стратегічні завдання. Але підприємство, яке володіє стратегією і запроваджує стратегічне планування, завжди має можливість поводитися послідовно і системно, що збільшує імовірність досягнення ними поставленої мети. Як показує зарубіжний досвід, більшість успішних підприємств регулярно розробляють стратегію свого розвитку. А основним завданням такого управління на цих підприємствах є забезпечення досягнення прибутку не тільки сьогодні, але й постійно в довготривалій перспективі.

Таким чином, в умовах високого рівня нестабільності внутрішнього середовища держави стратегічне планування конкурентоспроможності є дієвим способом прогнозування майбутніх проблем і можливостей підприємств харчової промисловості.

Список використаної літератури

1. Білорус О. Конкурентоспроможність у сучасному глобальному світі / О. Білорус, Ю. Мацейко // Економічний часопис-XXI. – 2002. – № 9. – С. 7-13.
2. Кашуба Я. М. Вибір методів та підходів стратегічного управління розвитком підприємництва / Я. М. Кашуба // Економіка і держава. – 2011. – №1. – С. 16-22.
3. Гончарук В. А. Развитие предприятия / В. А. Гончарук. – М. : Дело, 2000. – 144 с.
4. Благодаров А. В. Стратегические намерения в системе управления предприятием / А. В. Благодаров, М. А. Матушкин. – Саратов. – 2007. – 135 с.
5. Данільова Є. І. Взаємозв'язок стратегічного та оперативного управління в системі управління компанією / Є. І. Данільова // Економіка. Соціологія. Менеджмент. – 2009. – №4. – С. 24-27.

*Зелікман В.Д., к.т.н., доцент
завідувач кафедри обліку і аудиту
Цибаненко М. В., студентка
Національна металургійна академія України
zelikman@email.ua*

НАПРЯМИ УДОСКОНАЛЕННЯ ОРГАНІЗАЦІЇ ОБЛІКУ ВИТРАТ НА БУДІВЕЛЬНОМУ ПІДПРИЄМСТВІ

У ринкових умовах, за яких основним завданням керівництва підприємств є підвищення конкурентоспроможності продукції (товарів, робіт, послуг), особливого значення набуває система ефективного управління витратами підприємства. Контроль витрат стає однією з найважливіших складових управління підприємством, а, отже, виникає потреба в удосконаленні обліку витрат [1]. Повною мірою це стосується процесів будівництва, які характеризуються великими обсягами різноманітних витрат. Тим не менш, на сьогодні на багатьох вітчизняних будівельних підприємствах при створенні дієвої системи обліку та управління витратами виникають значні труднощі, що зумовлює актуальність задачі пошуку напрямів удосконалення організації обліку витрат будівельного підприємства.

Здобутки вітчизняних та зарубіжних учених стали підґрунтям для вдосконалення обліку витрат на виробництво на підприємствах будівельного сектору економіки. Проте в теорії залишаються дискусійними ряд положень щодо складу витрат і порядку їх обліку, а практика не має однозначних рішень з питань обліку будівництва. Для одержання своєчасної й достовірної інформації про витрати на виробництво слід раціонально організувати систему обліку прямих і непрямих виробничих витрат. Така система має забезпечити швидке одержання точних і об'єктивних даних про витрати за окремими підрозділами, за видами продукції, за економічними елементами й статтями собівартості, що вимагає чіткої класифікації витрат за відповідними класифікаційними ознаками.

Класифікація витрат на виробництво будівельного підприємства повинна

включати такі напрями:

а) для прийняття управлінських рішень, за якими витрати поділяються за конкретними ознаками залежно від цілей управління;

б) для визначення фінансового результату, де класифікація витрат відбувається за їх складовими (собівартість будівельної продукції або витрати періоду) та за суб'єктами покриття (замовник будівництва і будівельна підрядна організація);

в) для здійснення контролю, для чого витрати розподіляються за центрами відповідальності, центрами та місцями виникнення витрат [2].

На організацію та методику обліку виробничих витрат будівельних підприємств впливає ряд особливостей здійснення будівельного процесу, а саме: організаційні (відсутність потреби в складуванні, зберіганні й транспортуванні будівельної продукції, залучення до роботи за будівельним контрактом сторонніх субпідрядних організацій тощо), виробничо-технічні (тривалість операційного циклу, значні обсяги незавершеного будівництва, залежність будівельного процесу від кліматичних та природних умов, тощо) та економічні (індивідуальний порядок ціноутворення на основі специфічної кошторисної документації).

До основних особливостей будівництва відносять унікальність переважної більшості об'єктів будівництва, різноманітність виконуваних видів будівельних робіт, залежність значної частини робіт від погодних умов, тривалий життєвий цикл продукції будівництва, багатостадійність реалізації будівельних проектів та територіальну роз'єднаність адміністрації будівельного підприємства та виробництва. Ці групи факторів і зумовлюють напрями удосконалення організаційних засад і методичних підходів до обліку витрат на виробництво будівельної продукції [3].

Важливою умовою отримання інформації про собівартість будівельних робіт є чітке визначення складу виробничих витрат. Планування і облік витрат за статтями калькуляції дозволяє групувати витрати за цільовим призначенням: витрати, безпосередньо пов'язані з виробництвом продукції, зумовлені

процесами управління, реалізації тощо [4]. Без чіткого розмежування калькуляційних статей неможливо визначити, що в дійсності впливає на зростання собівартості об'єктів будівництва.

Таким чином, існуючі на сьогоднішній день способи угруповання статей виробничих витрат у будівництві не повною мірою відповідають зростаючим потребам управління будівельним підприємством. Окремі укрупнені статті включають в себе витрати, що мають різний економічний зміст, а, отже, діюча типова номенклатура калькуляційних статей не надає усієї необхідної для керівництва будівельним підприємством управлінської інформації і може бути використана в управлінських цілях тільки після додаткового аналізу і обробки. Зокрема, комплексний характер калькуляційних статей не дозволяє керівництву підприємства чітко розмежувати відповідальність за окремі складові собівартості будівельної продукції, встановивши зв'язок між величиною витрат та діяльністю конкретних менеджерів [5].

Для підвищення аналітичності й оперативності обліку та для посилення контролю за формуванням собівартості необхідно переглянути методи організації аналітичного обліку та склад калькуляційних одиниць на будівельних підприємствах. З цією метою розроблено вимоги та рекомендації до змісту калькуляційних статей, використання яких дозволить якісно покращити інформаційну базу для прийняття цілого ряду управлінських рішень, та запропонована класифікація калькуляційних статей, яка більш повно враховує особливості будівництва в сучасних умовах.

Вимоги та рекомендації до змісту калькуляційних статей витрат для вітчизняних будівельних підприємств наведені в таблиці 1, класифікація статей витрат – в таблиці 2.

Використання наведеного складу калькуляційних статей має підвищити інформативність системи обліку витрат на будівельному підприємстві, оскільки таке угруповання дозволяє посилити аналітичність обліку, що необхідно для обґрунтованого прийняття управлінських рішень.

Таблиця 1

Рекомендації до змісту калькуляційних статей

Вимоги до змісту калькуляційних статей	Можливості використання в управлінні
Можливості оцінки і нормування	Організація нормативного обліку і бюджетного планування
Розмежування прямих і непрямих витрат	Формування інформації про пряму собівартість об'єкту калькуляції
Розділене відображення змінних і постійних витрат	Ухвалення оперативних управлінських рішень на основі інформації про питомі витрати
Розмежування витрат, що знаходяться під контролем різних менеджерів	Організація обліку за центрами відповідальності і бюджетного планування
Виділення умовно-постійних та умовно-змінних накладних витрат	Виявлення причинно-наслідкових зв'язків між накладними витратами та об'єктами калькуляції, точніший підрахунок повної собівартості

Таблиця 2

Класифікації статей витрат будівельного підприємства

Типова класифікація	Запропонована класифікація
1. Матеріали 2. Витрати на оплату праці робітників 3. Витрати на утримання й експлуатацію будівельних машин і механізмів 4. Накладні витрати	1. Матеріали 2. Транспортні витрати по доставці матеріалів 3. Витрати на оплату праці виробничого персоналу 4. Відрахування на соціальні потреби 5. Витрати на утримання і експлуатацію будівельних машин і механізмів 6. Адміністративно-управлінські витрати 7. Накладні витрати структурних підрозділів 8. Загальнобудівельні накладні витрати 9. Витрати на організацію робіт на будівельних майданчиках 10. Охорона довкілля 11. Інші накладні витрати

Рекомендована класифікація витрат на будівельних підприємствах має забезпечити:

- 1) посилення аналітичної та інформаційної функцій системи бухгалтерського обліку;
- 2) встановлення прямого зв'язку між витратами та визначальним обсягом

будівельних робіт, а також з умовами їх здійснення;

3) створення необхідних умов для аналізу і контролю витрат;

4) більш обґрунтоване віднесення умовно-змінних витрат на собівартість конкретних робіт (коректний розподіл фактичних витрат між окремими видами будівельно-монтажних робіт);

5) підвищення зацікавленості менеджерів будівельних організацій у скороченні витрат на управління і обслуговування підприємства;

6) проведення пошуку резервів економії ресурсів.

Напрямом подальших досліджень має стати апробація запропонованої класифікації в умовах конкретного будівельного підприємства та удосконалення первинної документації для забезпечення обліку витрат за розробленими калькуляційними статтями.

Список використаної літератури

1. Апчерч А. Управленческий учет: принципы и практика: Пер. с англ. / Под ред. Я.В. Соколова, И.А. Смирновой. – М.: Финансы и статистика, 2002. – 952 с.

2. Все об учете и организации строительной деятельности / Рудяк Ю., Пирожненко О., Кавторева Я., Клименко А., Витковская О. – 2-е изд., перераб. и доп. – Х.: Фактор, 2005. — 456 с.

3. Кавторева Я.В. Строительство: особенности бухгалтерского и налогового учета. – Х.: Фактор, 2000. – 456 с.

4. Низомов С.Ф. Влияние отраслевой специфики строительных предприятий на организацию управленческого учета / С. Ф. Низомов // Аудит и финансовый анализ. – 2010. – № 1. – С. 307 – 313.

5. Пошерстник Н.В., Мейксин М.С. Бухгалтерский учет в строительстве: Долгосрочные инвестиции и источники их финансирования. Учет себестоимости строительных работ. Заработная плата в строительстве. – 3 изд., перераб. и доп. – М., СПб.: Изд. дом "Герда", 2001. – 590 с.

*Ілляшенко К.В., к.е.н., доцент
доцент кафедри обліку і оподаткування
Таврійський державний агротехнологічний університет
katerina.illyashenko@tsatu.edu.ua*

ПРОБЛЕМИ СКЛАДАННЯ СТАТИСТИЧНОЇ ЗВІТНОСТІ В БУХГАЛТЕРСЬКОМУ ОБЛІКУ

У сучасних умовах господарювання дуже велику роль відіграє інформація. Інформаційні ресурси стають одним з основних важелів в управлінні новою інформаційною економікою. Трансформаційні процеси потребують нових підходів до збирання та використання інформації, у тому числі в бухгалтерському обліку.

Для підприємств та державних органів найбільш поширеним джерелом інформації є фінансова, статистична та податкова звітність, яка формується та складається бухгалтерською службою.

У річних звітах організацій, поряд з бухгалтерським балансом і фінансовими показниками, відбиваються дані про чисельність і заробітну плату працівників, витратах робочого часу, реалізації продукції, виробництві та собівартості продукції рослинництва і тваринництва, засобах цільового фінансування, балансах продукції, сільськогосподарській техніці й енергетиці тощо.

Економічна статистика, як галузь єдиної статистичної науки, спираючись на положення загальної теорії статистики, вивчає кількісну сторону масових суспільних явищ і процесів у сфері матеріального виробництва з метою виявлення пропорцій тенденцій і закономірностей їх розвитку. Тобто вона кількісно характеризує дію економічних законів, досліджує обсяг, структуру і динаміку явищ, показує взаємозалежності економічних процесів з урахуванням конкретних природних та історичних умов розвитку суспільства. Економічна статистика досліджує всю економіку країни, даючи їй числову характеристику.

Об'єкт вивчення економічної статистики – це процес розширеного відтворення, його здійснення в умовах переходу до ринкових відносин і кінцеві результати для господарства в цілому, її предметом, як галузі практичної діяльності держави, є кількісна сторона масових економічних явищ, які в сукупності характеризують народне господарство [1].

Статистична звітність – форма державного статистичного спостереження, при якій відповідні органи отримують від підприємств (організацій і установ) необхідні їм відомості у вигляді встановлених в законному порядку звітних документів (статистичних звітів) за підписами осіб, відповідальних за представлення та достовірність даних, що повідомляються. За періодичністю звітність ділиться на періодичну й одноразову. В свою чергу, періодична звітність підрозділяється на поточну і річну [2].

Також, статистична звітність – це форма документу, в якому зібрано статистичні дані про роботу підприємства, та який представляється до спеціальної установи (регіональний орган державної статистики) у затверджені терміни за підписами уповноважених осіб. Метою складання статистичної звітності є надання інформації державі про соціально-економічні явища на конкретному підприємстві.

Особливістю статистичної звітності є те, що вона поєднує інформацію щодо економічних, соціальних, демографічних, екологічних явищ і процесів, які відбуваються в країні, регіонах і галузях економіки. Вона має важливе значення для підготовки та прийняття управлінських рішень у сфері визначення стратегії і тактики розвитку країни, регіонів, видів економічної діяльності, окремих суб'єктів господарювання та широкого інформування суспільства з усіх актуальних питань.

Статистика підприємств передбачає інтеграцію потоків інформації для організації наскрізного спостереження за процесами виробництва та продажу продукції, за фінансово-майновим станом підприємств, за витратами на виробництво та реалізацію продукції, станом розрахунків, інвестиціями, наявністю персоналу та його використанням [3, с.65].

Слід зазначити, що, якщо фінансова звітність має суцільний характер щодо суб'єктів складання і подання, то статистична звітність – вибірковий. Тобто щороку статистичними органами за визначеною методикою складаються переліки суб'єктів господарювання, які повинні звітуватися за тими чи іншими формами статистичної звітності. Така ситуація є причиною неповної вибірки статистичної інформації, що в свою чергу призводить до викривлення результатів на макрорівні [4, с.119].

Статистична звітність характеризується такими якостями, як обов'язковість, систематичність і достовірність. Статистичну звітність можна класифікувати за різними ознаками. Так, за частотою надання статистичну звітність можна розподілити на періодичну та річну. Періодична звітність (місячна, квартальна) охоплює показники поточної діяльності суб'єктів господарювання. У річній звітності подаються підсумки фінансово-виробничої діяльності суб'єктів за рік. Частота надання звіту зазначається в правій адресній частині під назвою кожного звіту. Слід зазначити, що одна звітна форма може складатися і надаватися щомісячно, щоквартально і наростаючим підсумком за рік [5, с.75].

Державний комітет статистики України на своєму офіційному порталі оприлюднив проект переліку форм державних статистичних спостережень на 2017 рік [6].

Проект таблиця мало чим відміняється від 2016 року, і містить перелік форм звітності (з зазначенням їх назв, строків подання та хто подає) зі:

статистики навколишнього середовища (інформаційне суспільство та навколишнє середовище);

економічної статистики:

- державні фінанси, податки та публічний сектор;
- економічна діяльність;
- ціни;
- зовнішньоекономічна діяльність та платіжний баланс;
- макроекономічна статистика;
- наука, технології та інновації;

демографічної та соціальної статистики:

- ринок праці;
- соціальний захист;
- доходи та умови життя;
- культура;
- населені пункти та житло;
- освіта;
- охорона здоров'я;
- політична та інша суспільна діяльність;
- правосуддя та злочинність.

Але, при складанні та обробці статистичної звітності виникають багато різних проблем. Однією з них є громіздкість форм статистичної звітності, їх велика кількість, багаторазове дублювання даних, трудомісткість складання багатьох показників, а також їх недосконалість знижують якість необхідної інформації і, відповідно, ефективність прийняття управлінських рішень, як на рівні держави, так і на рівні окремого підприємства.

Необхідність вирішення питань удосконалення методичного підходу до формування системи показників статистичної звітності та її обліково-аналітичного забезпечення відповідно до потреб зовнішніх і внутрішніх користувачів зумовила потребу в удосконаленні цього напрямку бухгалтерського обліку.

Отже, враховуючи велику кількість статистичної звітності, з метою поліпшення сприйняття інформації користувачами пропонуємо систематизувати форми у вигляді мотрійки з 3-4 інформаційних рівнів. Основних форм повинно бути мало і вони повинні відображати основні показники. Наступні форми повинні розкривати показники основних форм у систематизованому вигляді. Далі можна використовувати форми з детальним розкриттям показників попередніх форм. При цьому на самому рівні інформація не повинна дублюватися окрім тих випадків, коли подібне повторення показників має на меті перевірку отриманих даних.

Важливим є також посилення досліджень з обліково-аналітичного забезпечення статистичної звітності підприємств з метою створення науково-методичної бази з накопичення достовірної інформації для її складання.

Список використаної літератури

1. Закон України «Про державну статистику» від 17 вересня 1992 р. № 2614-XII [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.zakon.rada.gov.ua>
2. Нюанси подання статистичної звітності [електронний ресурс]. Режим доступу: http://cons.parus.ua/_d.asp?r=08FHD6b995a6523b33d1cd3a4affbe4d11b37
3. Кварцхава О. В. Проблеми формування статистичної звітності в умовах сімейних фермерських господарств / О. В. Кварцхава // АГРОСВІТ. – 2014. - №17. – С.64-68.
4. Іваненко В.О. Інтерпретація облікової інформації про обсяги виробництва промислової продукції через систему показників статистичної звітності / В.О. Іваненко // Міжнародний збірник наукових праць. Вип. 2(17). - 2010. - С.118-130
5. Жук, А. Статистическая отчетность / А. Жук, А. Озеран // Бухгалтерский учет и аудит. – 2005. – № 8. – С. 74–88.
6. «Дебет-Кредит» - бухгалтерські новини [електронний ресурс]. Режим доступу: <https://news.dtki.ua/accounting/reposts/40558>

*Кобець С.П., к.е.н., ст.викл.
кафедра економічної кібернетики
Власенко Н.С., студентка
Полтавський національний технічний університет
ім. Ю. Кондратюка
nataliya.vlasenko.95@mail.ru*

МЕТОДИ ДІАГНОСТИКИ ЙМОВІРНОСТІ НАСТАННЯ БАНКРУТСТВА ПІДПРИЄМСТВА У СУЧАСНИХ УМОВАХ

Складна економічна ситуація в Україні зумовлена багатьма різними факторами: конфліктом на сході країни, невизначеністю з поставками енергоресурсів, втратою ринків збуту призвела до різкого зростання кількості банкрутств підприємств на тлі уповільнення економічного зростання. Гнучка система фінансового менеджменту на підприємстві повинна оперативно реагувати на будь-які зміни в його діяльності. Розробка ефективних управлінських рішень щодо забезпечення стабільного функціонування

підприємства в умовах складної макроекономічної ситуації неможлива без використання ефективних методів оцінювання ризику банкрутства. Отже, у сучасних умовах для забезпечення стабільного функціонування підприємства потрібно здійснювати не тільки аналіз поточного фінансового стану підприємства, але і його діагностику на предмет можливого банкрутства в майбутньому.

Під банкрутством підприємства розуміють неможливість виконання ним своїх фінансових зобов'язань. З позицій фінансового менеджменту, банкрутство характеризує реалізацію катастрофічних ризиків підприємства в процесі його фінансової діяльності, унаслідок якої воно не в змозі задовольнити у встановлений термін пред'явлені з боку кредиторів вимоги і виконати зобов'язання перед бюджетом [3, с.130].

Закон України «Про відновлення платоспроможності платника або визнання його банкрутом» дає наступне визначення банкрутства: це «визнана господарським судом неспроможність боржника відновити свою платоспроможність та задовольнити визнані судом вимоги кредиторів не інакше як через застосування ліквідаційної процедури» [1].

Питанням діагностики банкрутства підприємств в економічній науці приділяється значна увага. Це зумовлене тим, що банкрутство певного суб'єкта господарювання призводить до порушення макроекономічної рівноваги. Від того, наскільки об'єктивно проведено оцінку ступеня ймовірності банкрутства підприємства, залежить ціна підприємства, його інвестиційна привабливість, що також відбивається на економічних інтересах держави.

Вітчизняне та закордонне методичне забезпечення діагностики загрози банкрутства характеризується значною різноманітністю підходів та інструментів її проведення, що обумовлює доцільність його класифікації й систематизації.

Існує цілий ряд ознак, за допомогою яких можна визначити банкрутство підприємства. Їх можна систематизувати і розділити на кілька груп [2, с. 95]. До першої групи відносяться показники, що свідчать про можливі фінансові

утруднення і ймовірність банкрутства в недалекому майбутньому: повторювані істотні втрати в основній діяльності, що виражаються в хронічному спаді виробництва, скороченні обсягів продажів і хронічній збитковості; наявність хронічно простроченої кредиторської і дебіторської заборгованості; низькі значення коефіцієнтів ліквідності і тенденція їх до зниження; збільшення до небезпечних меж частки позикового капіталу в загальній його сумі; дефіцит власного оборотного капіталу; систематичне збільшення тривалості обороту капіталу; наявність наднормативних запасів сировини і готової продукції; використання нових джерел фінансових ресурсів на не вигідних умовах; несприятливі зміни в портфелі замовлень; падіння ринкової вартості акцій підприємства; зниження виробничого потенціалу.

Друга група включає показники, несприятливі значення яких не дають підстави розглядати поточний фінансовий стан як критичний, але сигналізують про можливість різкого його погіршення в майбутньому при неприйнятті дієвих заходів:

- надмірна залежність підприємства від якого-небудь одного конкретного проекту, типу устаткування, виду активу, ринку збуту;
- втрата ключових контрагентів;
- недооцінка відновлення техніки і технології;
- втрата досвідчених співробітників апарата керування;
- змушені простої, неритмічна робота;
- неефективні довгострокові угоди;
- недостатність капітальних вкладень і т.д.

Класифікація існуючих методів та підходів для діагностики банкрутства підприємства зображена на рис.1.

З даної схеми можна зробити висновок, що існують три основних підходи для оцінки і прогнозування настання банкрутства підприємства:

- 1) статистичні методи;
- 2) штучні інтелектуальні системи;
- 3) теоретичні методи.



Рисунок 1 – Класифікація методів діагностики банкрутства підприємства

Статистичні методи найбільш широко використовуються для оцінки ймовірності банкрутства компаній. Особливостями цих моделей є фокусування на можливих ознаках банкрутства та використання класичних статистичних процедур моделювання.

В межах статистичного підходу можна виділити наступні методи моделювання:

- дискримінантний аналіз;
- аналіз умов ймовірності;
- кластерний аналіз;
- аналіз виживання;
- бінарний вибір.

У світовій та вітчизняній практиці серед статистичних моделей найбільш широко застосовуються моделі на основі дискримінантного аналізу. Цей підхід полягає в аналізі співвідношення фінансових коефіцієнтів та побудові дискримінантної функції за допомогою математично-статистичних методів.

Найбільш відомими моделями діагностики ймовірності банкрутства підприємства, отриманими з допомогою дискримінантного аналізу є моделі Е. Альтмана, Р. Ліса, У. Бівера, О. Терещенко та інших.

Особливостями методів штучного інтелекту є фокусування на можливих симптомах банкрутства, багатовимірність та залежність від технологій.

В рамках штучного інтелекту можна виділити наступні методи моделювання:

- дерева рішень;
- генетичні алгоритми;
- нейронні мережі;
- експертні системи;
- теорія нечітких множин.

Дерева рішень-це метод, що дозволяє прогнозувати приналежність спостережень або об'єктів до того чи іншого класу категоріальної залежної змінної.

Метод генетичних алгоритмів ґрунтується на ідеї генетичного спадкоємства та теорії еволюції Дарвіна. Алгоритм працює з використанням стохастичного методу пошуку з метою знаходження оптимального вирішення рішення на основі великого набору первинних даних.

Методи (штучні інтелектуальні системи), засновані на використанні експертних систем і спрямовані на прогнозування ймовірності банкрутства підприємства, умовно можна підрозділити на дві групи:

- 1) діагностичні експертні системи (виявлення причин виникнення проблем в економіці підприємства);
- 2) системи нейромережевих обчислень (вирішення завдань у сфері фінансів).

Третій підхід містить методики теоретичної діагностики банкрутства підприємства. Особливостями цих моделей є тільки багатовимірність, використання статистичних методів з подальшою додатковою аргументацією, зосередження на якісних причинах банкрутства.

В рамках теоретичного підходу можна виділити наступні методи:

- балансова зміна;
- теорія кредитного ризику;
- теорія розорення гравця;
- моделі на основі ринкових показників.

Для діагностики ймовірності банкрутства у вітчизняній практиці використовується система коефіцієнтів: коефіцієнт поточної ліквідності (покриття); коефіцієнт забезпеченості власними коштами; коефіцієнт відновлення (втрати) платоспроможності.

Проведене дослідження свідчить про те, що у сучасній економічній літературі існує достатня кількість методів, моделей діагностики кризового стану та загрози банкрутства суб'єктам господарювання.

Існує велика кількість моделей, що використовується на практиці, але жодна з цих моделей не дає стовідсоткового результату, тому що практично всі вищезгадані моделі діагностики банкрутства здебільшого розроблені для розвинутих країн та не відповідають реаліям української економіки.

Для більш аргументованого прогнозу доцільно комплексно використовувати одночасно декілька методів діагностики ймовірності банкрутства підприємства, що дозволить значно збільшити ступінь вірогідності отриманих результатів.

Список використаної літератури

1. Закон України «Про відновлення платоспроможності боржника або визнання його банкрутом» № 2343-ХІІ від 14.05.1992 р. зі змінами і доповненнями // <http://zakon.nau.ua/doc/?uid=1085.456.38&nobreak=1>
2. Костіна О.М. Методи та моделі діагностики кризового стану підприємства / О.М. Костіна, О.Є. Майборода // Вісник Сумського державного університету. Серія Економіка. – 2012. – № 4.- С. 91 –97. – Режим доступу до ресурсу: <http://naub.ua.edu.ua/2015>
3. Чібісова І.В. Методи оцінки і прогнозування банкрутства підприємства / І.В. Чібісова // Наукові праці Кіровоградського національного технічного університету. – 2012. – №22. – С. 130-135. – Режим доступу до ресурсу: http://www.kntu.kr.ua/doc/zb_22_ekon/stat_0_1/64.pdf

*Коваленко О. О., студентка,
Науковий керівник: Лисенко В. В., к.е.н., доцент
Харківський інститут фінансів КНТЕУ
lenusakov@yandex.ru*

ПРИЙНЯТТЯ УПРАВЛІНСЬКИХ РІШЕНЬ В МЕНЕДЖМЕНТІ ТА ЇХ ОПТИМІЗАЦІЯ НА СУЧАСНОМУ ЕТАПІ В УКРАЇНІ

Сьогодні одним з найважливіших завдань менеджменту в Україні та у світі в цілому є розробка, прийняття і здійснення управлінського рішення, як основного інструменту управляючого впливу. Адже розробка та здійснення ефективних управлінських рішень є передумовою забезпечення створення оптимальної структури організації та її конкурентоспроможності на ринку.

Прийняття рішень можна назвати «центром», навколо якого обертається життя організації. Саме тому прийняття рішень є важливою частиною управлінської діяльності. Відповідальність за прийняття важливих рішень – важкий моральний тягар, що особливо яскраво виявляється на вищих рівнях управління. Тому керівник, як правило, не може приймати необміркованих рішень.

Можна зазначити, що прийняття рішень являє собою свідомий вибір серед варіантів, що є альтернативним напрямком дій, що скорочують розрив між теперішнім часом і майбутнім бажаним станом організації. Таким чином, даний процес включає в себе багато різних елементів, але неодмінно в ньому присутні такі елементи, як проблеми, цілі, альтернативи і рішення – як вибір альтернативи. Даний процес лежить в основі планування діяльності організації [3].

Взагалі управлінське рішення – це процес, який реалізується суб'єктом управління і визначає дії, спрямовані на вирішення поставленого завдання в наявній чи спроектованій ситуації.

На сьогоднішній день за допомогою рішень:

- 1) встановлюються цілі діяльності;
- 2) закріплюються люди за посадами і робочими місцями;

- 3) визначаються функції, права і відповідальність працівників;
- 4) встановлюються правила поведінки на роботі;
- 5) розробляється система заходів щодо заохочення працівників;
- 6) розподіляються ресурси – матеріальні, трудові, фінансові тощо;
- 7) оцінюється якість продукції та ін. [2].

Важливим елементом процесу управління є люди, які беруть у ньому участь і приймають найрізноманітніші за змістом, значенням і характером рішення. Характер основних рішень менеджера залежить від його місця у системі ієрархічних відносин організації, а також від предметного кола функцій, які закріплюються за ним в цій організації. При чому, чим вищим є ієрархічний рівень менеджера, тим більшою мірою в його діяльності присутні стратегічні рішення, а чим нижчим – тим більше управлінські рішення носять оперативний характер.

Процес прийняття рішень може базуватися на інтуїції, минулому досвіді або мати раціональний характер. Чисто інтуїтивні рішення – це вибір, зроблений тільки на основі відчуття того, що він правильний. Особа, яка приймає рішення, не зважає при цьому всі «за» і «проти» з кожної альтернативи і не відчуває потреби навіть у розумінні ситуації. На значну залежність від інтуїції менеджера вищого рівня за результатами своїх досліджень вказують Мінцберг, Й.Сок, Пол Кук та інші спеціалісти. Але з точки зору статистики, шанси на правильний вибір без використання логіки невисокі. Надмірна орієнтація на досвід зміщує рішення в напрямках, знайомих керівникам за їх минулими діями. При цьому часто керівник, який надмірно довіряє міркуванням і минулому досвіду, може свідомо або несвідомо уникати вторгнення в нові сфери. А побоювання нових сфер діяльності може привести організацію до катастрофи.

Раціональні рішення обґрунтовуються за допомогою об'єктивного аналітичного процесу, що включає в себе п'ять етапів: діагностику проблеми, формулювання обмежень і критеріїв для прийняття рішень, виявлення альтернатив, оцінку альтернатив і остаточний вибір [1].

Раціональні рішення визначаються в процесі оптимізації. Під оптимізацією управлінських рішень розуміють вибір найбільш ефективного варіанту рішення із можливих альтернатив.

У найбільш загальному вигляді функцію оптимізації можна представити так:

$$y = f(x_1, x_2, \dots, x_n),$$

де y – параметр, за яким проводиться оптимізація;

$x_1, x_2, \dots, x_n$ – варіанти рішень (альтернативи).

Параметр « y » може виступати у вигляді прибутку, обсягу робіт тощо, а варіанти рішень « x » визначаються ресурсами, організацією праці, виробничою площею тощо.

На заході оптимізацією управлінських рішень займається напрямок під назвою «наука управління» (використовуються ще терміни «наука про прийняття рішень», «системний аналіз», «наука про системи», «дослідження операцій» та ін.). Наука управління виникла в Англії під час другої світової війни як необхідність розв'язання певних військових завдань. Широке застосування вона має в нашій державі, а також в США, Японії, Німеччині, Росії та ін. країнах. Використовується з метою розв'язання наступних завдань:

- 1) регулювання транспортних потоків в містах;
- 2) складання розкладу при розв'язанні різних завдань;
- 3) управління запасами на підприємствах, в організаціях;
- 4) розробка нових видів продукції;
- 5) розподіл витрат на рекламу різних видів продукції;
- 6) оптимізація чисельності допоміжного персоналу у структурі управління;
- 7) оптимізація обсягів виробництва та послуг.

Згідно з положенням американського менеджменту наука управління як механізм оптимізації рішень може реалізовуватись з допомогою наступних підходів:

- 1) застосування наукового методу;
- 2) використання системної орієнтації;
- 3) застосування моделей.

Науковий метод оптимізації управлінських рішень передбачає застосування схеми, представленої на рис. 1.

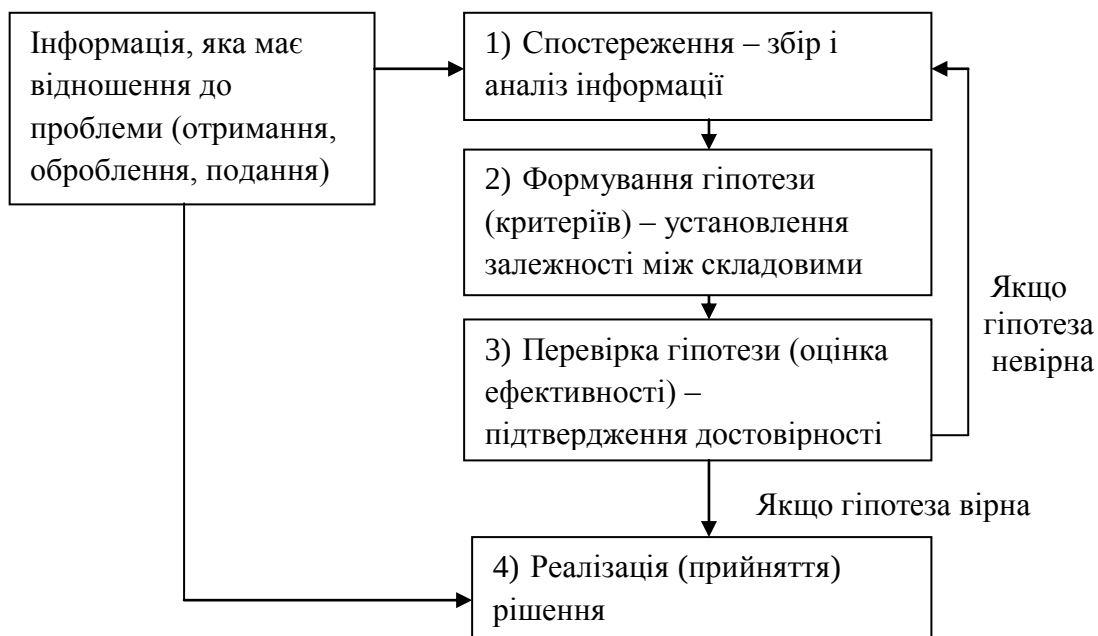


Рисунок 1 - Схема використання наукового методу оптимізації управлінських рішень в менеджменті [4]

Наприклад, в процесі оптимізації величини запасів на першому етапі збирається та аналізується інформація про попит, на другому – встановлюється вплив росту запасів на попит і визначається у вигляді гіпотези оптимальна величина запасів. Після третього етапу, який забезпечує процес перевірки гіпотези, можливі два варіанти:

- 1) реалізація рішення, якщо гіпотеза вірна (четвертий етап).
- 2) повернення з допомогою зворотного зв'язку на етап спостереження (перший етап), якщо гіпотеза не вірна.

В останньому випадку пошук оптимального варіанту продовжується.

Системна орієнтація в процесі оптимізації рішень базується на тому, що організація є відкритою системою, яка складається з взаємопов'язаних частин.

В процесі своєї діяльності (перетворення) організація обробляє входи (ресурси, інформацію тощо), перетворюючи їх в продукцію, послуги, прибуток та ін. На основі вивчення цього процесу і здійснюється підбір найбільш ефективного варіанту рішення.

Використання моделей дозволяє приймати рішення, при обґрунтуванні яких враховуються всі фактори і альтернативи, що виникають в складних умовах виробничо-господарської діяльності. Тому моделювання розглядається як найефективніший спосіб оптимізації управлінських рішень [4].

Проте, на сучасному етапі більшість менеджерів для того, щоб досягти успіху приймають нестандартні рішення. Саме здійснення несподіваних кроків можуть допомогти перемогти конкурентів.

На жаль, на сьогодні в Україні більшість компаній зазнають падінь, це пов'язано з тим, що керівництво не може здійснити ряд заходів для покращення розвитку організації. Проте навіть не дивлячись на складну економічну та політичну ситуація в країні можна знайти вихід прийняв правильне управлінське рішення.

Можна зробити висновок, що прийняття правильних управлінських рішень допомагає менеджерів компанії досягти успіху. Однак, здатність і уміння робити це розвивається з досвідом, придбаним керівником протягом всього життя. Саме сукупність знань і умінь складають компетентність будь-якого керівника і в залежності від рівня останнього кажуть про ефективну або неефективну роботу менеджера.

Таким чином, прийняття правильних управлінських рішень є областю управлінського мистецтва, завдяки якому менеджери досягають збільшення продажів, а також виходу на нові ринки для своїх компаній.

Список використаної літератури

1. Дробязко А. М. Теоретичні засади формування управлінських рішень [Електронний ресурс] / А. М. Дробязко. // Державне будівництво. – 2011. – № 1. – Режим доступу : <http://www.kbuara.kharkov.ua/e-book/db/2011-1/doc/1/05.pdf>
2. Рульєв В. А., Гуткевич С. О. Менеджмент : навч. посібник / В.А. Рульєв, С. О. Гуткевич. – К.: Центр учбової літератури, 2011. – 312 с.
3. Федоренко В. Г. Менеджмент: підручник / В. Г. Федоренко – 3-тє вид., переробл. і доповн. – К.: Алерта, 2015. – 492 с.
4. [Цюцюра С. В.](#) Теоретичні основи та сутність управлінських рішень. Моделі прийняття управлінських рішень / С. В. Цюцюра, О. В. Криворучко, М.І. Цюцюра // [Управління розвитком складних систем](#). – 2012. – Вип. 9. – С. 50–58.

Козенкова Н.П.
старший викладач кафедри фінансів
Національна металургійна академія України
nkozenkova@gmail.com

ФОРМУВАННЯ СИСТЕМИ УПРАВЛІННЯ ВИРОБНИЧИМИ ВИТРАТАМИ

У сучасних умовах система управління витратами через свої функції виступає як основний інформаційний фундамент управління внутрішньою діяльністю підприємства, його стратегією і тактикою. Основне призначення даної системи - це підготовка інформації для прийняття оперативних і прогнозних управлінських рішень. Управління витратами на підприємстві можна визначити як взаємопов'язаний комплекс робіт, який впливає на процес здійснення витрат під час господарської діяльності та направлений на досягнення оптимального рівня (в межах допустимих відхилень) витрат на виконання будь-яких робіт в усіх підсистемах підприємства. Зрозуміло, що критерієм оптимізації в такому разі є мінімальні витрати.

Всі витрати підприємства можуть бути ідентифіковані по їх видах, місцях виникнення і носіях [1]. Відповідно до цього цілеспрямоване формування витрат на підприємстві, тобто управління витратами, відбуваються за цими

параметрами. Управління витратами передбачає виконання всіх дій, які реалізуються під час управління будь-яким об'єктом, перед усе - розробку і реалізацію рішень, а також контроль за їх виконанням. Такі дії реалізуються через традиційні функції управлінського циклу - прогнозування, планування, організацію, регулювання, мотивацію, контроль (включаючи облік і аналіз).

Управління витратами на підприємстві здійснюється свідомо суб'єктами управління, якими є керівники, фахівці підприємства і його структурних підрозділів (цехів, ділянок та ін.). Об'єктом управління у системі управління витратами є процеси, операції, явища, які виникають на підприємстві під час його господарської діяльності, та які розглядаються з точки зору здійснення витрат, тобто витрачання ресурсів.

У системі управління витратами виділяють різні аспекти: функціональний, організаційний і мотиваційний [2].

Функціональний аспект є первинним. У контурі загального циклу управління витратами його сутність характеризують традиційні функціональні підсистеми. Наведемо коротку характеристику окремих частин підсистеми функціонального аспекту системи управління витратами. Планування витрат здійснюється при розробці плану діяльності підприємства. Визначення планових нормативів витрат потрібне для обґрунтування і ухвалення господарських рішень, фіксації рівня витрат, який досягатиметься в разі реалізації прийнятих до виконання рішень.

Розрізняють перспективне (довгострокове) і поточне планування. Довгострокове планування витрат пов'язане з розробкою довгострокових господарських заходів. Воно має невелику міру точності і імовірнісний характер. Поточні плани підприємства конкретизують реалізацію його довгострокових цілей. Вони також мають імовірнісний характер, хоча і в значно меншій мірі, чим довгострокові плани. Ця обставина зумовлює потребу оперативної корекції планових витрат в разі зміни чинників їх формування.

Визначення витрат під час планування діяльності підприємства – досить складне завдання. У його реалізації важливим чинником є формування на

підприємстві системи нормування витрат всіх ресурсів. Необхідність забезпечення мінімальних витрат на виробництво продукції потребує оптимізації режимів використання ресурсів з врахуванням конкретних умов виконання виробничих завдань, особливостей техніко-технологічної бази підприємства. Оптимізація використання виробничих ресурсів неможлива без постійних змін у техніко-технологічній базі підприємства відповідно до новітніх результатів науково-технічного прогресу.

Функція регулювання в управлінні витратами полягає в здійсненні оперативних заходів щодо усунення небажаних відхилень у виконанні планових завдань. Контроль витрат формує механізм зворотного зв'язку. Його складовими є підсистеми обліку і аналізу. Функція обліку витрат полягає в спостереженні, ідентифікації, вимірі і реєстрації фактів витрачання ресурсів в процесі господарської діяльності підприємства. За даними обліку проводиться аналіз виконання планових завдань. Проміжний аналіз направлений на поточну регуляцію процесу виконання плану витрат. Досягнуті результати порівнюються з планом, фіксуються відхилення, на які слід звернути увагу, виробляються певні висновки з прийняттям за ними відповідних заходів. Підсумковий аналіз пов'язаний з оцінюванням реалізації планових завдань в цілому. За результатами цього аналізу розробляються глобальні заходи щодо удосконалення системи управління витратами.

Організаційний аспект системи управління витратами пов'язаний з визначенням місць формування витрат і центрів відповідальності за їх дотримання і розробкою ієрархічної системи лінійних і функціональних зв'язків працівників, які виконують комплекс робіт функціонального аспекту системи управління витратами. Організаційна побудова управління витратами залежить від специфіки підприємства і перш за все від його величини. На великих і середніх за величиною підприємствах окремі функції управління витратами виконують визначені функціональні підрозділи (відділ нормування, плановий відділ, бухгалтерію), на малих підприємствах ця робота може виконуватися одним працівником (бухгалтером-економістом).

Мотиваційний аспект системи управління витратами полягає в спонуканні працівників до дотримання ними встановлених планом витрат і пошуку шляхів їх зниження. Вибір чинників спонукання потребує певної обачності. Не можна замість винагороди за дотримання і зниження витрат використовувати покарання за перевитрати, оскільки при такому підході працівники направлятимуть свої зусилля не на виконання плану витрат і пошук шляхів їх зниження, а на тому, аби охороняти себе від можливих небажаних подій через завищення рівня витрат на стадії їх планування.

Все наведене вище характеризує систему управління витратами у загальних рисах. Конкретизація системи відбувається разом з конкретизацією характеристик її окремих елементів або деякої їх підмножини, які утворюють певну підсистему. Отже, відмінності систем управління витратами (СУВ) на різних об'єктах управління можуть стосуватися особливостей або якихось окремих блоків системи, або їх цілісної підмножини.

Серед основних класифікаційних ознак СУВ можна виділити такі:

1) підхід до структури плану облікових рахунків (автономність або інтегрованість). Ця ознака більшою мірою стосується облікової діяльності;

2) особливості групування витрат для потреб калькулювання (по замовленнях або по процесах). Само калькулювання є комплексом робіт і пов'язано з плануванням, обліком і аналізом витрат. Тому можна вважати, що ця ознака характеризує блоки розробки і контролю управлінських рішень;

2) повнота обхвату витрат під час калькуляції (калькуляція по повних і неповних витратах). Цю ознаку також можна розцінювати як характеристику блоків розробки і контролю рішень з управління витратами;

3) наявність або відсутність нормативних витрат (відповідно до цього виділяють системи управління витратами за нормативними і фактичними витратами). Ця ознака характеризує систему управління витратами комплексно. Функціонально вона пов'язана з блоками контролю і розробки управлінських рішень.

Угрупування витрат по замовленнях або по процесах є ключовим моментом у формуванні методу калькулювання [3]. В разі калькулювання за замовленнями витрати збираються (групуються) по окремих замовленнях (на окремий виріб, партію виробів, на виконання певного об'єму робіт). В разі попроцесного калькулювання витрати групуються за окремими процесами або стадіями виробництва. Оскільки окремі виробничі процеси виконують окремі підрозділи, можна вважати це групуванням витрат по відповідних підрозділах.

По урахуванню у калькуляції витрат розрізняють калькулювання за повними і неповними витратами. При повному калькулюванні у собівартості продукції враховують усі види витрат, які стосуються її виробництва і продажу, при неповному калькулюванні — лише частину загальної суми витрат на її виробництво і збут. У практиці господарювання застосовують різні варіанти неповного калькулювання. Досить поширеним є метод, за яким у собівартість продукції включають всі виробничі витрати (калькуляція по виробничих витратах) і не включають витрати невиробничого характеру (адміністративні, збутові). При визначенні фінансового результату їх віднімають від виручки за той період, в якому ці витрати були понесені. До речі, цей метод прописаний в українському бухгалтерському законодавстві. Класичним методом часткового калькулювання є метод «директ-костинг» (або «директ-кост»). Згідно сучасному тлумаченню сутності «директ-костингу» саме розподіл витрат на постійні і змінні є головною характеристикою цього методу. Розроблені різновиди «директ-костинга» базуються на обліку в собівартості змінних витрат (як прямих, так і непрямих), змінних витрат і певної частини постійних витрат (у їх продуктивній частині, яку визначають по мірі використання виробничої потужності). Наявність або відсутність нормативних витрат є ключовою ознакою, яка дає можливість відокремити системи управління витратами, яка базується на використанні фактичних даних, від іншого її варіанту, коли витрати визначаються заздалегідь за допомогою нормативів (стандартів) [4].

Отже, конкретне формування системи управління витратами відбувається через відбір і втілення можливих варіантів для розглянутих вище і

інших її аспектів. При цьому наведені ознаки системи управління витратами не є такими, що вибір певного варіанту для однієї з них унеможливилює реалізацію якоїсь альтернативи по інших ознаках. В рамках калькулювання продукції по замовленнях або процесах, на її собівартість можуть відноситися повні або часткові витрати, причому обчислення витрат може вестися або лише за фактичними даними, або із застосуванням нормативів.

Управління витратами передбачає їх цілеспрямоване формування за місцями виникнення. Відповідно до сучасних тенденцій організаційного менеджменту, організаційну структуру підприємства можна розглядати як пов'язану сукупність центрів відповідальності, або сегментів діяльності, в межах яких встановлена персональна відповідальність за дотримання запланованих показників здійснення робіт за цими сегментами з делегуванням відповідних повноважень. Залежно від характеру відповідальності центри відповідальності конкретизуються в центри витрат, центри прибутку і центри інвестицій. При цьому основою формування центрів витрат стають місця витрат. Організація управління витратами за центрами відповідальності передбачає приведення у відповідності до неї конструкції функціональних підсистем систем управління витратами. Так, в підсистемі бухгалтерського обліку виникає необхідність в реєстрації господарських явищ в розрізі окремих центрів витрат. Це досягається через формування відповідної системи облікових реєстрів. В умовах вітчизняної системи бухгалтерського обліку рішення цього питання можливо через аналітичний облік в рамках офіційного Плану рахунків, коли за його рахунками в розрізі окремих центрів витрат відкриваються аналітичні рахунки. Узагальнення облікової інформації в звітах також повинне здійснюватися відповідно до структури системи центрів відповідальності підприємства.

Список використаної літератури

1. Друри К. Управленческий учет для бизнес-решений / К.Друри. - М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2003. - 655 с.

2 Контроллинг в бизнесе. Методологические и практические основы построения контроллинга в организациях / А. М.Карминский, Н. И.Оленев, А. Г.Примак, С. Г.Фалько. - М. : Финансы и статистика, 1998. - 256 с.

3Савчук В. П. Управление издержками предприятия и анализ безубыточности / В. П. Савчук. - К. : Кондор, 2003. - 168 с.

4Николаева, С. А. Учет затрат в условиях рынка: система Директ-Костинг Текст. / С. А. Николаева. М.: Аналитика-Пресс, 2002. - 285 с.

Коломієць А. І., студентка

Науковий керівник: к.е.н., доцент Дрогомирецька М.І.

Полтавський національний технічний університет імені Юрія Кондратюка

anastasia.kolomiyes2307@yandex.ru

СУЧАСНИЙ СТАН ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ СТРАТЕГІЧНОГО УПРАВЛІННЯ В УКРАЇНІ

Перехід національної економіки на ринкові засади функціонування призвів, з одного боку, до ускладнення і зростання нестабільності середовища діяльності кожного підприємства незалежно від його форми власності та організаційно-економічної структури, а з іншого, до перебудови існуючих систем управління. Тому ефективне функціонування підприємств у цих умовах зумовлює необхідність прискореного розвитку концепції стратегічного управління, розробки стратегії, методів, сценаріїв і засобів ефективних систем управління, що робить тему нашого дослідження актуальною.

Концепція стратегічного управління з'явилася на початку 70-х років ХХ століття. Уперше вона була розроблена провідною американською консультативною організацією «McKinsey» і впроваджена (починаючи з 1972 р.) у таких відомих корпораціях, як «General Electric», «IBM», «Texas Instruments», «The Coca-Cola Company». На початку 80-х років ХХ ст. її активно використовували 45 % корпорацій, адже ця концепція була «орієнтована на ринок завтрашнього дня». Мова йшла не просто про результат науково-прикладних розробок американських учених, а про реальне управлінське нововведення, що набуло широкого розповсюдження і цілком виправдало себе в сучасній світовій управлінській практиці.

Існує багато визначень даного терміну, оскільки спостерігається процес, коли кожен науковець, що займається вивченням даної проблеми, пропонує свій варіант, який має певні відмінності.

Стратегічне управління являє собою багатоплановий, формально-поведінковий управлінський процес, який допомагає формулювати та виконувати ефективні стратегії, що сприяють балансуванню відносин між організацією, включаючи її окремі елементи, та зовнішнім середовищем, а також досягненню встановлених цілей [1].

Стратегічне управління – це реалізація концепції, в якій поєднуються цільовий та інтегральний підходи до діяльності підприємства, що дає можливість встановлювати цілі розвитку, порівнювати їх із наявними можливостями (потенціалом) підприємства та приводити їх у відповідність шляхом розробки та реалізації системи стратегій [2].

Сьогодні основні засади і підходи стратегічного управління до українських підприємств запозичені переважно з розробок зарубіжних учених і практики американських, японських і європейських корпорацій з огляду на те, що досвід України у цій сфері є невеликим. Безперечними лідерами у цій галузі є США і Японія. Особливо цікавим є досвід американських компаній, які вже понад 30 років застосовують інструменти стратегічного управління. У великих компаніях для розробки та реалізації стратегії створюється особлива структура управління, яка не була тотожною їх організаційній структурі. Базовим елементом такої структури, через яку власне і реалізується стратегічне управління на підприємстві, є так звані «стратегічні центри господарювання», які охоплюють ті чи інші виробничі підрозділи за певними ознаками.

На наш погляд, стратегічна проблематика підприємств в Україні має бути пов'язана не лише з прискоренням віддачі інвестицій, з підвищенням вартості акцій чи з завоюванням нових ринків, але й із загальною економічною кризою, критичним станом виробництва. Тому мова йде, насамперед, про антикризове управління в умовах відсутності раціональної структури і нестабільності економіки. Відтак, успішне оволодіння методами і підходами сучасного

стратегічного управління з урахуванням ризику появи кризових ситуацій і його впровадження у практику господарювання дозволить підприємствам функціонувати стабільно та забезпечить їм перспективи подальшого зростання.

І, як показує зарубіжний, зокрема американський, досвід, більшість успішних підприємств та організацій регулярно здійснюють розробку стратегій свого розвитку. Основним завданням такого управління є забезпечення досягнення прибутку не лише в умовах сьогодення, але й постійно, на довготривалу перспективу. Тому при постановці стратегічного менеджменту на підприємствах нашої держави необхідно:

по-перше, переконатися у тому, що керівництво підприємства дійсно прагне до впровадження стратегічного управління і готове займатися такою діяльністю;

по-друге, створити відділ (департамент, управління) стратегічного розвитку на підприємстві, перед яким повинні ставитися завдання зведення усіх стратегічних напрацювань у визначені певним форматом проекти рішень і становлення й удосконалення усіх видів робіт зі стратегічного управління, тобто здійснення спеціалізованої циклічної діяльності з розробки, реалізації і розвитку стратегії підприємства;

по-третє, дотримуватися основних принципів розробки ефективних стратегій розвитку, зокрема:

- плануючи та впроваджуючи будь-які стратегії, необхідно діяти таким чином, щоб зміцнити існуючу конкурентну позицію підприємства на ринку і знайти можливість утримувати її протягом тривалого періоду часу;

- потрібно усвідомлювати, що чітка і послідовна конкурентна стратегія може забезпечити підприємству гарну ділову репутацію та визнання в обраній сфері діяльності;

- постійна зміна стратегій, спрямована на використання наявних можливостей, навряд чи призведе до позитивних результатів;

- слід уникати стратегій, які є компромісом між нижчими витратами та масштабнішою диференціацією, між більш значною та менш значною

ринковою привабливістю;

- необхідно завжди об'єктивно оцінювати діяльність конкурентів.

Таким чином, можна зробити висновок, що підприємства, які мають певну стратегію подальшого розвитку і запроваджують стратегічний менеджмент, завжди мають можливість поводитись послідовно і системно у своєму бізнесі, зокрема та в ринковому динамічному конкурентному середовищі в цілому, що збільшує імовірність досягнення ними поставленої мети. Тому запровадження системи стратегічного управління в Україні і є об'єктивно необхідним процесом у сфері організації управління бізнесом, який підвищує готовність підприємницьких структур адекватно реагувати на непередбачені зміни і сприяє обґрунтованому, узгодженому вирішенню як поточних так і стратегічних проблем, оскільки стратегічне управління в кожний конкретний момент часу визначає, як організація має діяти в сучасних умовах, щоб досягти бажаної мети в майбутньому, виходячи з того, що зовнішнє оточення буде постійно змінюватися.

Список використаної літератури

1. Багол А.Г. Структура современных механизмов формирования стратегии предприятия / А.Г. Багол, Н.Л. Кусик // Економіка. Менеджмент. Підприємництво: збірник наукових праць. – 2009. – № 21. – С. 35.
2. Дмитренко А.І. Стратегії антикризової діяльності промислових підприємств / А. І. Дмитренко // Вісник Криворізького економічного інституту КНЕУ. – 2009. – № 4 (20). – С. 49-53.
3. Погорелов Ю.С. Модель вибору стратегії розвитку як складник загальної моделі розвитку підприємства / Ю.С. Погорелов // Економіка. Менеджмент. Підприємництво: збірник наукових праць. – 2010. – № 22 (II). – С. 84 – 90.
4. Скібіцький О. М. Антикризовий менеджмент: навч. посіб. / О.М. Скібіцький. – К.: Центр учбової літератури, 2009. – 568 с.

*Корчагіна В.Г., к.е.н.
доцент кафедри управління та адміністрування
Новокаховський гуманітарний інститут
ВНЗ «Відкритий міжнародний університет розвитку людини «Україна»
E-mail: vitakorzhagina@mail.ru*

ОБЛІКОВІ ОСОБЛИВОСТІ ВІДОБРАЖЕННЯ ЗАБЕЗПЕЧЕНЬ НАСТУПНИХ ВИТРАТ І ПЛАТЕЖІВ ПІДПРИЄМСТВА

В умовах ринкової конкуренції для забезпечення фінансової безпеки підприємства першорядного значення набуває створення ефективного механізму нівелювання комерційних ризиків. При здійсненні даного завдання все більш актуальними стають шляхи пошуку створення резервів, які б могли застрахувати від непотрібних витрат. Одним з його елементів є забезпечення майбутніх (наступних витрат) і платежів. Вони виконують функції згладжування коливань фінансового результату та страхування відповідальності адміністрації підприємства, планування величини витрат на майбутні періоди.

Мета формування забезпечення полягає в тому, щоб зарезервувати певну суму, що може виявитися необхідною для погашення можливих зобов'язань, якщо ні суму, ні дату виконання таких зобов'язань неможливо з точністю передбачити. Тому завданням обліку на даній ділянці роботи є задіяння існуючих механізмів формування забезпечень як одного з виду зобов'язань та обрання найкращого варіанту створення таких резервів.

Здійснюючи суттєвий вплив на фінансову стійкість і платоспроможність суб'єктів господарювання, зобов'язання з огляду на динамічний характер потребують ефективного управління грошовими потоками, контролю за фактичним станом розрахунків. Це уможлиблюється на основі достовірної, якісної та адекватної інформації про заборгованість, яка формується в системі бухгалтерського обліку. Теоретичні дослідження процесу створення забезпечення майбутніх витрат і платежів мають дискусійний характер,

особливо в частині законодавчої неврегульованості, а також з урахуванням галузевих організаційно-технологічних особливостей.

Недостатня теоретична розробка питань визнання зобов'язань, розбіжності щодо їхнього визначення у правовому та обліковому полі, недосконалість методики відображення заборгованостей у регістрах бухгалтерського обліку і фінансовій звітності характеризують цей вид пасивів як одну з найбільш складних ділянок облікового процесу.

Організація облікової роботи ускладнюється через різноманітність видів зобов'язань, методів їхнього погашення, велику кількість суб'єктів та об'єктів. Водночас чіткі організація і методика обліку дають змогу забезпечити отримання об'єктивної інформації для аналізу зобов'язань, проведення якого сприяє ефективному управлінню діяльністю підприємств, підтриманню їхньої фінансової стійкості та платоспроможності на високому рівні.

Визначення місця забезпечень у системі джерел фінансування господарської діяльності підприємства передбачає:

- формування забезпечень наступних витрат і платежів є можливим наслідком виникнення у підприємства зобов'язання з невизначеними сумою або часом погашення, а не самим зобов'язанням;

- забезпечення наступних витрат і платежів – це резерви спеціального призначення переважно у вигляді високоліквідних активів, що формуються суб'єктом господарювання за рахунок власних джерел фінансування для покриття майбутніх операційних витрат від виконання зобов'язань із невизначеними часом або сумою погашення. Резерв як облікова категорія означає частину доходу звітного періоду, виділену для покриття майбутніх можливих і очікуваних витрат.

Така характеристика забезпечень відображає їх головні ознаки, що відображають їх сутність - резервну природу, створення за рахунок власних джерел фінансування, цільовий характер використання [1, с.9].

Враховуючи той факт, що чітких роз'яснень та рекомендацій щодо формування та обліку витрат майбутніх періодів немає, підприємства, виходячи

з економічної доцільності, повинні самостійно вирішувати, які витрати включати до складу витрат майбутніх періодів та зазначати їх перелік в Наказі про облікову політику.

Відповідно до чинного законодавства, забезпечення створюється при виникненні внаслідок минулих подій зобов'язання, погашення якого, імовірно, призведе до зменшення ресурсів, що втілюють в собі економічні вигоди, та його оцінка може бути визначена розрахунково [2]. Забезпечення можуть створюватись для відшкодування наступних (майбутніх) витрат на виплату відпусток працівникам, додаткове пенсійне забезпечення, виконання гарантійних зобов'язань, реструктуризацію, виконання зобов'язань щодо обтяжливих контрактів тощо. Господарюючі суб'єкти окремих галузей можуть також створити й інші додаткові резерви.

Кожне підприємство в тій чи іншій мірі використовує забезпечення для страхування себе від різноманітних втрат економічних вигод.

Відповідно до МСБО 37 «Забезпечення, непередбачені зобов'язання та непередбачені активи», забезпечення – це зобов'язання з невизначеним строком або сумою. Основою для визначення забезпечень є судження керівників підприємства, досвід подібних операцій, висновки незалежних експертів [3].

Тож, при визначенні облікової політики в частині забезпечень майбутніх витрат і платежів варто зосередити увагу на наступному.

Методика бухгалтерського обліку операцій формування забезпечень наступних витрат і платежів являє собою сукупність певних елементів, які повинні буди розроблені та відображені в організаційній, методичній та технічній частині Наказу про облікову політику підприємства:

- умови формування забезпечень,
- первісна оцінка забезпечення,
- механізм нарахування (період нарахування, частота відрахувань, метод розрахунку відрахувань),
- документальне оформлення забезпечень,
- порядок відображення забезпечень на бухгалтерських рахунках.

Важливим моментом є обрання підходу до групування витрат майбутніх періодів та їх переліку. Існує декілька думок вчених щодо даного питання. Один підхід передбачає, що витрати майбутніх періодів доцільно класифікувати за видами діяльності (операційна, інвестиційна, фінансова), що сприятиме визначенню напрямів їх здійснення (використання) та впливу на конкретні показники діяльності. Інший підхід визначає доречність класифікувати витрати майбутніх періодів за фінансових характером (походженням): фінансові та нефінансові для можливості визначення потоків фінансових ресурсів та руху інших ресурсів підприємства, списаних на витрати майбутніх періодів [4, с.182].

Обидві класифікації є корисними для підвищення аналітичності облікової інформації щодо витрат майбутніх періодів, сприяють покращенню інформаційного забезпечення управління підприємством та можуть бути використані при формуванні розпорядчого документу про облікову політику підприємства при створенні Робочого плану рахунків.

При формуванні складових облікової політики щодо забезпечень варто врахувати й управлінський аспект, тобто використання управлінського обліку при формуванні та використанні даного виду зобов'язань підприємства. Підприємство створює резерви на забезпечення наступних зобов'язань з метою рівномірного включення затрат у витрати звітного періоду. Управлінський облік має забезпечувати повсякденний контроль стану та наявних коштів забезпечень наступних витрат і платежів та витрачання коштів таких резервів.

Призначення управлінського обліку - забезпечувати менеджерів вичерпною оперативною інформацією не тільки про фактичну суму створених та використаних резервів, а й уточнення величини цих резервів, доречність накопичення сум (адже резерви створюються шляхом списання їх величини на витрати). В першу чергу варто зосередити увагу на розробці відповідної документації, яка акумулює інформацію по формуванню та списанню забезпечень на відповідні витрати. Її застосування на практиці дозволяє уніфікувати процес облікового резервування на підприємстві, знизити

трудомісткість облікових робіт при формуванні забезпечень і прискорити процес одержання інформації, необхідної для управління резервами.

Систематизація даних щодо облікового відображення операцій, пов'язаних із формуванням і використанням відповідного виду резервів майбутніх витрат і платежів на рахунках бухгалтерського обліку забезпечить більш повне висвітлення даного аспекту, що, у свою чергу, надасть можливість обліковому персоналу з впевненістю формувати відповідні резерви забезпечень на практиці, володіючи знаннями про специфіку даних операцій.

Список використаної літератури

1. Терещенко В.С. Бухгалтерський облік забезпечень майбутніх витрат і платежів: теорія та методика автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. екон. наук : спец. 08.00.09 «Бухгалтерський облік, аналіз та аудит (за видами економічної діяльності)» / В.С. терещенко ; Держ. академія статистики, обліку та аудиту. – К., 2008. – 19 с.
2. Положення (стандарт) бухгалтерського обліку 11 «Зобов'язання». Затверджено наказом Міністерства фінансів України від 31.01.2000 р. № 20 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: zakon.rada.gov.ua/laws/show/z0085-00
3. Забезпечення, непередбачені зобов'язання та непередбачені активи : Міжнародний стандарт бухгалтерського обліку 37 від від 01.01.2012р. [Електронний ресурс] / Офіційний сайт Міністерства фінансів України. – Режим доступу : http://minfin.gov.ua/document/92448/MSBO_37.pdf.
4. Кулик В.А. Облікова політика підприємства: набутий досвід та перспективи розвитку [Монографія] / В.А. Кулик. – Полтава: РВВ ПУЕТ, 2014. - с. 373.

*Крамаренко С.О., магістр
Науковий керівник: Костякова А.А., к.е.н., доцент
доцент кафедри обліку і оподаткування
Таврійський державний агротехнологічний університет
kostyakovvitya@mail.ru*

СТРАТЕГІЧНИЙ ПІДХІД ДО УПРАВЛІННЯ ВИТРАТАМИ

В умовах ринкової економіки особливо важливого значення набувають проблеми формування та управління витратами. Будь-яке підприємство повинно функціонувати на основі економічних розрахунків щодо джерел

формування майна, його використання, визначення витрат, доходів та прибутку, оцінки привабливості суб'єкта господарювання. Виходячи з цього, господарську діяльність потрібно організовувати так, щоб окупити всі витрати й отримувати прибуток. Виробництво може розвиватися не тільки за рахунок зростання витрат, а й за підвищення ефективності їх використання. Саме тому проблема побудови ефективної системи управління витратами суб'єктів господарювання, в контексті загальної стратегії підприємства, яка сприяла б максимізації темпів приросту прибутку та мінімізації витрат, є нині особливо актуальною.

Дослідженню теоретичних та практичних аспектів стратегічного управління витратами підприємства присвятили свої праці зарубіжні та вітчизняні вчені, зокрема Ф.Ф. Бутинець, В. Говіндараджан, П. Друкер, М. Портер, А. Дж. Стрікланд, А.А. Томпсон, М.В. Володькіна, Т.В. Головкин, Г.Г. Кірейцев, Б.М. Мізюк, П.Т. Саблук, В.П. Савчук, А.А. Томпсон, Дж. Шанк.

Метою даного дослідження є розкриття місця і ролі стратегічного управління витратами, з врахуванням сучасних вимог обліку та управління з метою підвищення конкурентоспроможності підприємств.

Стратегія - це спосіб досягнення результату, сформованого у вигляді мети. Тобто, формулювання стратегій є процесом, у ході якого керівники встановлюють місію, формують систему цілей, обирають стратегії, а також визначають усі складові (компоненти) процесу стратегічного управління [3].

Стратегічне управління витратами – це система методів обліку та аналізу витрат, що забезпечує вибір стратегії на основі планування та прогнозування раціонального використання витрат підприємства, контроль за забезпеченням необхідного рівня витрат у процесі фінансово-господарської діяльності та інформаційну підтримку при ухваленні всіх управлінських рішень, що дозволяє реалізовувати стратегію підприємства. Вірний вибір стратегії повинен забезпечити позитивний економічний ефект. Стратегія управління витратами підприємства має бути чітко підпорядкована його конкретним завданням та заходам для досягнення стратегічної мети. В свою чергу, метою стратегічного

управління витратами підприємства є довгострокове забезпечення економічної ефективності діяльності підприємства за рахунок зниження витрат, а об'єктами є їх рівень, формування і структура. Досягнення підприємством встановленої мети можливо за рахунок реалізації його конкурентних переваг на ринку.

Особливого значення в діяльності вітчизняних підприємств стратегічне управління набуло протягом останнього десятиліття, коли розпочалися ринкові перетворення в економіці України. Досвід цих змін свідчить, що ні виробництво, ні споживання, ні раціональне використання ресурсів неможливі без реформування економічних відносин. Однак досвід практичної діяльності вітчизняних підприємств доводить, що значна частина підприємств не формує довгострокових стратегічних планів, а це, в свою чергу, і є однією з основних причин виникнення фінансових проблем і навіть їх банкрутства.

Метою стратегічного управління витратами є довгострокове забезпечення економічної ефективності підприємства за умов впливу зовнішніх та внутрішніх чинників на рівень і поведінку витрат, оскільки ці чинники можуть мати як позитивний, так і негативний вплив. Саме з цією метою, на нашу думку, насамперед і необхідно провести аналіз формування цінності (кінцевого продукту) для споживача й проаналізувати витрати на його створення. На основі такого аналізу можна виявити шляхи економії або мінімізації чи оптимізації витрат.

Американські вчені А.А. Томпсон та А.Дж. Стрікленд [2] вважають, що не завжди підприємство може вибрати будь-яку стратегію, адже його дії можуть бути обмежені впливом зовнішніх і внутрішніх факторів.

До зовнішніх факторів доцільно віднести: соціальні, політичні, громадські та регульовані норми; привабливість галузі та рівень конкуренції; можливості підприємства та загрози.

Основними внутрішніми факторами, що впливають на вибір стратегії підприємства, є: сильні та слабкі сторони, конкурентні можливості підприємства; особисті прагнення, філософія бізнесу, етичні принципи провідних керівників; загальні цінності та корпоративна культура.

Згідно з теорією М. Портера, щоб успішно подолати конкуренцію та досягти стратегічних результатів, компанія має дотримуватись одного з двох варіантів конкурентної переваги: підтримувати низькі витрати (лідерство на основі витрат); виготовляти продукцію кращу за якостями, ніж продукція конкурентів, і, бажано, з унікальними властивостями (лідерство за диференціацією продукції); концентрувати діяльність на специфічному сегменті ринку, зокрема на специфічному асортименті продукції (послуг), певній категорії споживачів тощо (лідерство у вузькій сфері діяльності) [1].

Отже, стратегічне управління витратами підприємства є одним із головних шляхів забезпечення розвитку підприємства та підвищення конкурентоспроможності його продукції. Управління витратами можна визначити як взаємопов'язаний комплекс робіт, які формують і впливають на процес виникнення та поведінку витрат під час здійснення господарської діяльності й спрямовані на досягнення оптимального їх рівня у всіх підсистемах підприємства.

Список використаної літератури

1. Партин Г.О. Формування стратегічної моделі управління витратами підприємства / Г.О. Партин // Фінанси України. – 2004. – № 11. – С. 124–133.
2. Томпсон А.А. Стратегический менеджмент. Искусство разработки и реализации стратегии: [учеб. для вузов] / А.А. Томпсон, А.Дж. Стрикленд; пер. с англ. под ред. Л.Г. Зайцева, М.И. Соколовой. – М.: Банки и биржи, ЮНИТИ, 1998. – 576 с.
3. Thompson A.A., Strickland A. J. III. Strategic Management: Concept and Cases. 1987 4th. ed. University of Alabama, Business Publication Inc., Plano, Texas.

*Крамська Д.О., студентка
Науковий керівник: Лисенко В.В., к. е. н., доцент
Харківський інститут фінансів
Київського національного торговельно-економічного університету
dakramskaya@gmail.com*

КОУЧИНГ – ІНСТРУМЕНТ ВПЛИВУ НА ДІЯЛЬНІСТЬ ПРАЦІВНИКІВ ПІДПРИЄМСТВ

Підприємство розвивається завдяки цілеспрямованому та ефективному використанню можливостей працівників та потенціалу підприємства. Одним із важливих важелів використання потенціалу працівників є коучинг.

Коучинг є одним з найбільш популярних інструментів розвитку ТОП менеджменту, кадрового резерву і потенціалу працівників в світі, оскільки спонукає персонал до досягнення цілей та забезпечення інтересів підприємства.

Саме через це, інтерес до нього постійно зростає.

У вітчизняній практиці господарювання коучинг є достатньо новою та рідко використовуваною категорією, тоді як зарубіжні підприємства ефективно використовують його як метод розвитку потенціалу працівників.

На сьогоднішній день у більшості передових компаній світу, коучинг є надзвичайно важливою і дієвою складовою концепції успішного управління управління людськими ресурсами підприємства, оскільки застосовується при плануванні, відборі, адаптації, мотивації, навчанні та розвитку персоналу підприємства, його атестації та ефективній оцінці.

На вітчизняних підприємствах коучинг використовується лише частково в таких аспектах, як кар'єрний ріст, професійний розвиток, соціальний захист працівників. Коучинг практично не оцінюють, враховуючи те, що методики оцінювання фактично перебувають на стадії розроблення.

Ефективна технологія оцінювання коучингу забезпечить керівництву підприємства інформаційну базу щодо процедури оцінювання, послідовності її здійснення та слугуватиме підґрунтям для майбутніх управлінських рішень у сфері розвитку потенціалу працівників, тому тема є актуальною на сьогодні.

Метою роботи є розкриття особливостей коучингу, як інструменту впливу на потенціал працівників підприємств.

Серед зарубіжних науковців проблемам коучингу присвятили свої роботи Джон Уітмор, Майкл Джей, Роберт Ділтс, Т. Голві та ін. В їх працях можна знайти ґрунтовні пояснення способів коучингової взаємодії, методів реалізації коучингу та оцінювання елементів коучингу.

Коучинг – це сучасна технологія розкриття потенціалу людини з метою максимального підвищення ефективності її діяльності на основі діалогічної взаємодії, що спрямована на виконання спільно визначених завдань.

Оцінювання коучингу є важливим елементом успішної його реалізації. Витоки оцінювання ефективності коучингу можна знайти у роботі Т. Голві, який запропонував формулу ефективності коучингу, яка має такий вигляд [1]:

$$P_e = P - I$$

де P_e (performance) – ефективність;

P (potential) – потенціал;

I (interference) – перешкода.

Згідно з формулою (1) коучинг забезпечує: максимізацію потенціалу працівників та усунення перешкод, які стримують досягнення поставлених цілей.

Обов'язковим учасником процесу коучингу є коуч, який неодмінно є фахівцем, має відповідні навички, знання та досвід з різних аспектів управління підприємством. Коуч забезпечує такі умови діяльності кадрів підприємства, при яких співпадають цілі, ефективність, розвиток та відчуття необхідності, належності працівника підприємству.

Основним завданням коуча є дослідження цілей, які ставить перед собою кожен працівник окремого підприємства. Спершу коуч визначає зміст цілей та можливі способи їх досягнення. Наступним кроком тренера є стимулювання працівника підприємства до встановлення конкретних інструментів та термінів задля успішної реалізації поставлених завдань. Коуч здійснює супровід при

досягненні визначених цілей, встановлює, чи потрібно даному працівнику розвивати обрані ним навички. Допомагає у випадку виникнення будь-яких перешкод на шляху до досягнення цілей та стимулює працівника до визначення причин невдачі з метою запобігання їх у майбутньому. Коуч розвиває вміння слухати, підтримувати та удосконалювати діяльність користувачів коучингового процесу.

Подібною до коучингу є технологія наставництва як форма професійної підготовки персоналу, за якої наставник як більш досвідчена особа допомагає підопічному як менш досвідченому працівнику набуті необхідну професійну компетенцію.

Менеджери використовують різноманітні способи застосування коучингу на підприємстві. Проте можна зазначити, що ефективність коучингу буде залежати від основних цілей, яких хоче досягнути керівник та, відповідно, від спрямування коучингу.

Основними перевагами застосування коучингу є зменшення витрат, зростання прибутків та підвищення загального настрою та продуктивності.

Оскільки коучинг є інструментом ефективного розвитку потенціалу підприємства, то для успішного виконання цієї функції потрібно правильно використовувати чинники його розвитку. Враховуючи ці чинники правильно, коуч зможе створити сприятливі умови розвитку потенціалу користувачів коучингу. Також структурування чинників дозволить встановити напрями, за якими необхідно оцінювати ефективність коучингу [2].

Чинники розвитку коучингу на підприємстві згруповано у три напрями: перший – чинники впливу коуча, другий – чинники впливу користувача коучингу та третій – загальні (спільні) чинники.

Сталий розвиток коучингу забезпечують саме такі чинники, як: ресурсне забезпечення процесу коучингу, чинники, що визначають рівень впливу «людського фактору», мотиваційні, соціально-культурні та організаційно-управлінські чинники.

Класифікація та характеристика чинників наведена у таблиці нижче [2].

Таблиця

Характеристика чинників впливу на розвиток коучингу на підприємстві

Групи чинників	Назви чинників	Характеристика впливу на розвиток коучингу	
		Сприяючий вплив	Стримуючий вплив
Ресурсного забезпечення	Фінансові	Збільшення розміру частки фонду заробітної плати, який спрямовується на розвиток працівників.	Обмежене фінансування розвитку працівників, незацікавленість керівництва і працівників у фінансуванні розвитку.
	Інформаційні	Достатнє інформаційне забезпечення процесу коучингу (можливість роз'яснити зміст, переваги коучингу).	Недостатнє інформаційне забезпечення про розвиток.
Людський фактор	Індивідуально-особистісні	Здатність та бажання до розвитку, навчання.	Незацікавленість як працівників, так і працедавців у розвитку працівників, фінансове обмеження можливостей отримання належної освіти та відповідної кваліфікації.
	Професійно-кваліфікаційні	Належний освітньо-кваліфікаційний рівень працівників, високі професійно-ділові якості.	
Мотиваційні	Матеріальне стимулювання	Збільшення розміру заробітної плати, встановлення премій, надбавок.	Нехтування керівництвом та не приділення ним уваги професійно-кваліфікаційному розвитку, оскільки немає достатніх можливостей використати навчених працівників та інвестування коштів в розвиток не завжди оправдовує себе.
	Моральне стимулювання	Визнання професійної майстерності шляхом присвоєння різноманітних грамот, нагород, похвал.	
Соціально-культурні	Соціальні	Створення сприятливих умов реалізації потенціалу; забезпечення працівників пакетом соціальних послуг; соціальний захист працівників; підвищення якості і рівня життя працівників.	Відсутність обов'язкових норм та положень соціально-культурного розвитку. Відсутність у керівництва потреби у створенні соціальних та культурних благ для працівників. Нераціональна соціальна інфраструктура. Відсутність програм соціальної відповідальності перед зовнішнім середовищем.
	Культурні	Створення умов для творчого, культурного розвитку.	
Організаційно-управлінські	Організаційні	Навики організування відносин в колективі; створення атмосфери, що сприяє розвитку (правильне створення коучингових команд, груп тощо); правильне формулювання цілей коучингу.	Високий рівень централізації управління; відсутність налагодженого організаційного механізму розвитку працівників. Недоліки в управлінні розвитком, відсутність або неефективність контролю за розвитком.
	Управлінські	Сприяючий вплив: децентралізація управління, вміння брати відповідальність; здатність об'єктивного оцінювання учасників коучингового процесу; забезпечення моніторингу за коучинговим процесом; управління стимулюванням розвитку клієнтів; використання інноваційних підходів у коучинговий сесіях; уміння вислухати тощо.	

Правильно використовуючи ці чинники коуч зможе створити сприятливі умови розвитку потенціалу користувачів коучингу.

Оцінювання коучингу забезпечує керівництво інформацією про потенціал працівників та можливі шляхи його використання. Чітко систематизований процес оцінювання надасть такі переваги, як орієнтація працівників на результат та збільшення особистого внеску кожного працівника у розвиток підприємства.

Отже, коучинг – це сучасний інструментарій розвитку персоналу, який використовує механізми створення передумов для максимального саморозкриття потенціалу особистості чи організації, включаючи її професійне самоусвідомлення та лідерство, самовдосконалення та саморегуляцію.

Впровадження коучингу в управління якісно підвищує професійний рівень працівників, їх продуктивність праці, формує стратегію розвитку кадрового потенціалу, знижує рівень конфліктності, сприяє покращенню командної роботи, налагодженості інформаційних потоків, покращує досягнення економічних результатів.

Однак для того, щоб коучинг став більш ефективною методикою розвитку можливостей працівників, необхідно його комплексне впровадження на підприємстві. Потрібно створювати такі умови, щоб кожен працівник міг розкрити і внести свій вклад в досягнення стратегічних цілей підприємства, тим самим роблячи свій особистий вклад у розвиток підприємства.

Загалом оцінювання ефективності застосування коучингу повинне ґрунтуватися на таких засадах:

- 1) коучинг є інструментом розвитку потенціалу працівника і має враховувати стан та цілі розвитку із застосуванням системи критеріїв;
- 2) система оцінювання коучингу повинна враховувати усі чинники розвитку потенціалу користувача коучингу;
- 3) оцінювання повинне бути простим та зрозумілим для усіх зацікавлених у розвитку коучингу.

Тому, застосування коучингу забезпечує високі стандарти щодо виконання завдань, створює таку атмосферу, яка стимулює креативність управлінських рішень та генерацію нових ідей. Він сприяє до успішної інтегрованості працівників на підприємстві, так проявляється через підтримку, співпрацю і партнерство, допомагає персоналу підприємства набутти нових конкурентних переваг.

Результатом впровадження та застосування моделі професійного коучингу на підприємстві є розкриття і реалізація потенціалу працівників, удосконалення їх професійних компетенцій та збільшення їх внеску у розвиток діяльності підприємства.

Список використаної літератури

1. Кузьмін О.Є. Технологія оцінювання коучингової діяльності підприємств / О.Є. Кузьмін, О.І. Бала. – Національний університет «Львівська політехніка», 2011. [Електронний ресурс]: – Режим доступу: <http://ena.lp.edu.ua>
2. Яценко К.О., Бізнес-коучинг як інструмент формування стратегічних компетенцій персоналу підприємства / К.О. Яценко, Д.С. Фастівець. – Полтавський національний технічний університет імені Юрія Кондратюка. «Економічний форум», 2016. – С. 371-378.

*Кривошей Т.М., Кротова Л.В., студенти
Гільорме Т.В., к.е.н., доцент
кафедри статистики, обліку та економічної інформатики
Дніпропетровський національний університет імені Олеся Гончара
gillyorme@i.ua*

ОРГАНІЗАЦІЯ ОБЛІКУ РОЗРАХУНКІВ З КОНТРАГЕНТАМИ В УМОВАХ КРИЗИ НЕПЛАТЕЖІВ

У період нестабільності української економіки одним із ймовірних шляхів зміцнення фінансового становища підприємств є контроль за фактичним станом їх розрахунків, динамікою дебіторської та кредиторської заборгованості, виявлення фактів навмисного спотворення облікових даних суб'єктами господарських зв'язків. При цьому важливого значення набувають

питання законності обмінних операцій, їх доцільності, документальної обґрунтованості та правильності відображення у бухгалтерському обліку та фінансовій звітності.

В умовах кризи неплатежів у функціонуванні підприємства вирішальну роль відіграє налагоджена його робота з постачальниками та клієнтами, що неможливо без належної організації документообігу розрахунків з контрагентами. Удосконалення процесу документування обліку розрахунків з контрагентами дозволяє прискорити здійснення операції з відвантаження товарів та надання послуг. Існуюча система документообігу розрахунків з покупцями на підприємстві є досить громіздкою й неврегульованою, при цьому організація документування обліку розрахунків з покупцями та постачальниками є невід'ємним елементом процесу якісного та оперативного управління підприємством в цілому. Без контролю за процесом документообігу розрахунків з контрагентами не можливе налагоджене управління підприємством, оскільки відбувається порушення ритмічності в процесі реалізації, що призводить до уповільнення обігу оборотних засобів та оприбуткування матеріалів, не в повній мірі контролюються дії матеріально-відповідальних осіб. Така негативна тенденція призводить до загрози підриву інформаційної безпеки та зменшення прибутку підприємства.

Контрагенти (лат. *contrahens* – протидіючий; *contra* – проти + *agens* — діючий; *con-trahe*ревзаємо протидіяти) – це фізичні та юридичні особи, які пов'язані обов'язками відповідно до договору та співпрацюють в процесі його виконання. Проблеми розрахунків з контрагентами розглядалися в багатьох економічних школах. Наприклад, Нобелівські лауреати 2016 року Бенгт Холмстром та Олівер Харт в своїй теорії контрактів розглянули регулювання взаємовідносин між контрагентами: контракти здатні значно послабити конфлікт інтересів між учасниками економічної взаємодії, а тому стають все поширенішими і більш складні форми [1]. Чим краще сформульовані умови договору, тим більше стимулів і мотивів для всіх сторін отримати максимальні переваги від кооперації [2]. На рівні підприємства ці максимальні переваги

можливо досягти також при раціональній побудові графіку документообігу взаємодії з контрагентами.

Повертаючись до витоків бухгалтерського обліку, слід зауважити, що одним з перших завдань обліку виступала фіксація інформації про розрахунки між підприємствами, заборгованість, що виникала в процесі господарської діяльності. Від того часу багато змінилось: обсяги, форми, види розрахунків, часткова автоматизація проведення розрахунків та їх обліку, удосконалювався облік та торгівля загалом, проте і досі питання розрахунків та заборгованості між підприємствами є ключовими питаннями. До сьогодні залишається не повністю вирішеним питання обліку безнадійної дебіторської заборгованості, визначення окремих категорій, врахування ризиків, удосконалюється методика відображення розрахунків з контрагентами, класифікація заборгованості тощо.

Перш за все, визначимо, що означає поняття «контрагент» в системі бухгалтерського обліку та аудиту. В довіднику програми «1С.Підприємство» існує таке тлумачення: «контрагент» – це загальне поняття, куди включені постачальники і покупці, юридичні та фізичні особи. Словники визначають, що контрагент – це кожна із сторін в договорі по відношенню один до одного. Відповідно до пункту 45 частини першої статті 1 Закону України «Про запобігання та протидію легалізації (відмиванню) доходів, одержаних злочинних шляхом, або фінансуванню тероризму» [1] учасники фінансової операції – це клієнт, контрагент, а також особи, які діють від їх імені або в їхніх інтересах. Згідно з пунктом 21 частини першої статті 1 Закону клієнт – клієнт - будь-яка особа, яка звертається за наданням послуг до суб'єкта первинного фінансового моніторингу; користується послугами суб'єкта первинного фінансового моніторингу; є стороною договору [1]. Отже, контрагентами в системі бухгалтерського обліку та аудиту можна вважати фізичних та юридичних осіб, які вступають у договірні відноси з метою надання чи отримання послуг.

Чітка організація обліку розрахунків з покупцями і замовниками має велике значення – вона здійснює безпосередній вплив на швидкість обертання

обігових коштів, а своєчасність надходження грошових коштів веде до зростання рівня платоспроможності та абсолютної ліквідності будь-якого господарюючого суб'єкта. Питання продажу-купівлі товарів та розрахунків з покупцями і замовниками за товари, роботи, послуги підприємств всіх форм власності, є одними з найбільш актуальних, незалежно від суспільно-політичного ладу, що функціонує в окремо взятій країні і всьому світовому співтоваристві в цілому, тому що розрахунки між підприємствами і організаціями є однією з необхідних ланок розширеного відтворення, від якого залежать кінцеві результати підприємств, їх фінансовий стан. Також важливим елементом є контроль за надходженням документів з організації обліку. Відсутність документів за деякими операціями обумовлено різними причинами, головним чином – відсутністю контролю за надходженням первинної документації чи безвідповідальним відношенням працівників до своїх функціональних обов'язків. Всі ці причини взаємопов'язані: з наявною системою організації бухгалтерського обліку на підприємстві, дотримання посадових інструкцій, раціональної побудови графіків документообігу. Під час значного циклу проходження документа – від моменту його виписки постачальником до моменту реєстрації та заключного етапу обліку на підприємстві, у замовника – контрагента зростає ризик несвоєчасності та неповноти відображення даних у поточному обліку. Загально зрозумілим є факт: тривалий цикл документообігу впливає на підвищення ймовірності втрати документа.

Отже, процес удосконалення документування обліку розрахунків з контрагентами, на відміну від традиційного, повинен враховувати: раціональну схему документообігу розрахунків з контрагентами на підприємстві, використання оперограми первинних документів як можливості підвищення раціональної організації бухгалтерського обліку. Довгий цикл документообігу у розрахунках з контрагентами може спричинити втрату первинних документів, що значно ускладнює роботу бухгалтерської служби підприємства. У зв'язку з цим слід застосувати раціональний документообіг розрахунків з контрагентами,

що забезпечить стабільність роботи бухгалтерії підприємства, виконувати весь цикл облікових операцій

Список використаної літератури

1. Hart O. S., Moore J. H. Contracts as Reference Points // Quarterly Journal of Economics. – 2008. February. – pp. 1-48.
2. Holmström B.R. Managerial Incentive Problems: A Dynamic Perspective // Review of Economic Studies, 66(1), Jan. 1999. – pp.169-182.
3. Про запобігання та протидію легалізації (відмиванню) доходів, одержаних злочинним шляхом, фінансуванню тероризму та фінансуванню розповсюдження зброї масового знищення: Закон України від 14.10.2014 № 1702-VII (зі змінами і доповненнями від 05.01.2017 р.) [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/1702-18>.

Кугій А.А., студентка
Науковий керівник: Корогодова О. О., к.е.н.,
доцент кафедри міжнародної економіки
Національний технічний університет України
«Київський політехнічний інститут ім. Ігоря Сікорського»
anna12kugii@gmail.com

ЕФЕКТИВНЕ УПРАВЛІННЯ АГРОПРОМИСЛОВИМИ ПІДПРИЄМСТВАМИ УКРАЇНИ НА ШЛЯХУ ТРАНСНАЦІОНАЛІЗАЦІЇ

Транснаціоналізація у визначенні подається як новий етап інтернаціоналізації, інтеграції та глобалізації виробничо-комерційної діяльності крупних підприємств у процесі посилення світової конкуренції [1, с. 10].

Серед підприємств агропромислового комплексу України – це якісно новий процес перетворення та укрупнення, що проходить шлях становлення компанії від малого розміру, розширення до великого, та присутності на зарубіжному ринку від прямого експорту до переносу виробничих потужностей на території інших країн. Характерним для галузі АПК наявність мікропідприємств та фермерських господарств. В загальному обсязі, станом на 1990 рік на них припадало 29,6 % валової продукції. У структурі підприємств за розмірами у 2010 році мікро підприємства складали 84,8 %

серед малих підприємств, а у 2015 році цей показник, знизився на 1,1 п.п. (на 3735 од.). А збільшення малих підприємств у загальному обсязі з 93,2 % у 2010 році до 94,5 % у 2015 році. Зміна структури між малими, великими і середніми підприємствами не передбачає загального зростання кількості підприємств. За дані роки відбулось зменшення кількості підприємств на 3,9 тис [2, с. 77]. Окрім того реформування податкової системи призвело до закриття за січень – березень 2016 – 2017 року 31 тис підприємств (по всіх галузях). Кількість великих підприємств зростає за останні 5 років на 16 од.

У контексті транснаціоналізації підприємств для України цікавість становлять підприємства середнього та великого розмірів, що забезпечують у 2015 році 66 % кількості зайнятих працівників, та 67,5 % обсягів реалізованої продукції. За такими параметрами як зміна у чисельності зайнятих працівників та обсяг реалізованої продукції, спостерігаємо зменшення частки середніх на користь великих та малих. Приріст обсягів реалізованої продукції для середніх підприємств у 2013 році був негативним, та складав – 5,46 %, для великих підприємств, він складав 20 %. Відбулися зрушення у великих підприємствах у 2015 році порівняно з 2014 р. - обсяги реалізованої продукції збільшилися у 1,93 рази та досягли 16,9 % обсягів всієї реалізованої продукції у галузі. Щорічно частка кількості зайнятого населення серед великих підприємств щорічно зростає на 1 п.п., та досягає у 2015 році 8,1 % від загальної кількості у галузі.

Задля визначення характеру діяльності найбільших компаній на українському ринку визначило лідерів з них. Forbse Україна оприлюднив рейтинг 200 найбільших підприємств України. Найбільші, що ведуть свою діяльність у галузі АПК представлені у табл.1. З них виключено усі, що мають державну часту більше 50 %.

Серед десяти компаній, з найбільшим приростом виторгу опинились 4 з галузі АПК: Нібулон, Миронівський хлібпродукт, Кернел, UkrLandfarming. Спеціалізація основна – виробництво зерна та олійних культур. Інші галузі

підприємств, що визначились максимальним приростом виторгу були металургія та ритейл.

Таблиця 1

Компанії лідери у галузі АПК в Україні за виторгом, млн грн

Місце	Компанія	Виторг, млн грн (за 2014 р)	Прибуток, млн грн
7	Kernel	14807,3	-645,7
9	UkrLandfarming	10893,9	3595,7
15	Cargill Україна	8244,9	763
17	Мироновськийхлебпродукт	7516,6	-3186
34	Нибулон	4073	1083,5

Сукупний дохід 200 найбільших компаній України за 2014 рік перевищив значення 2013го року на 20,8 %, або 1,39 трл грн, що вказує на розвиток великого підприємництва в Україні. При цьому, прибутковими серед них були 59 % підприємств. Найефективніші підприємства представлені у табл. 2 з урахуванням показника EBITDA, що вказує на прибуток до відрахування податків та амортизаційних відрахувань.

Таблиця 2

Підприємства України за рівнем ефективності, 2016 р [3]

Назва	Рік заснування	EBITDA на гектар, дол США	Розмір земельного банку, га	Земля в обробці, га
Сварог Вест Груп	2006	700	80000	80000
GrainAlliance («Баришівська зернова компанія»)	1996	560	50000	45000
Агроспецсервіс	1998	520	41000	40415
Чиста криниця	2000	500	50000	50000
Індустріальна молочна компанія (IMK)	2007	420	136700	136700
Вінницька аграрно-промислова група	2009	347	43053	42848
TrigonAgri	2006	336	49000	49000
UkrLandFarming	2008	311	65300	653000
Агрейн	2008	300	130000	130000
Росток-Холдинг	2010	297	60000	47000

Виокремимо 10 лідерів, з характеристикою кількості років присутності на ринку, володінням земельного банку та землі в обробці.

Ефективність українських підприємств визначена за показником прибутку на гектар, дол США. У порівнянні за розміром земельного банку найбільші підприємства Індустріальна молочна компанія ІКМ та Агрейн, з його повним використанням в обробці. Найстаршою компанією є GrainAlliance, заснована у 1996 році, а наймолодшою Росток-Холдінг, яка одна з небагатьох вже вийшла у десятку лідерів підприємств за рівнем ефективності на гектар.

Як бачимо серед списку поданих країн лідером є компанія, що присутня на ринку 10 років. Особливостями ефективності підприємства є система управління процесами на підприємстві. Компанія у своєму розвитку сполучає напрямлення біотехнології, ІТ-смагтфармінг та інженерно-технічні рішення, які дають ефект синергії. Компанія використовує точне землеробство, та використовує опцію «Антиагроном», що зменшує присутність людського фактору при вирішенні технічних автоматизованих завдань. «Сварог Вест груп» перша компанія, яка використала страхування посівів при веденні агробізнесу. Окрім того, створення продукції відбувається одразу за умов стандартів, замість перепрофілювання. Для збільшення відкритості та гласності у 2016 році введено у партнерстві з «НТІ» систему управління ARGO, що дає можливість партнерам та акціонерам в онлайн-режимі спостерігати за фінансовими операціями[4].

Таким чином для транснаціоналізації підприємств агропромислового комплексу України доцільним буде орієнтація на процес управління на загальноприйнятих формах відкритості, оптимізації виробничого процесу. Особливо перспективним напрямом є введення системи agtech, для поєднання технологій, ІТ та сільського господарства, що сполучає найдинамічніші галузі української економіки.

Список використаної літератури

1. Войтко С. В., Гавриш О. А., Корогорова О. О., Моїсеєнко Т. Є. Транснаціональні корпорації : навч. посібник / С. В. Войтко, О. А. Гавриш, О. О. Корогорова, Т. Є. Моїсеєнко. – Київ : НТУУ «КПІ», 2016. – 208 с.
2. Кугій А. А. Структурний розподіл підприємств агропромислового комплексу України в контексті транснаціоналізації / А. А. Кугій // Матеріали XV Міжнародної науково-практичної конференції 16 листопада 2016 року. – Київ: ІВЦ Видавництво «Політехніка», 2016. – 264 с.
3. [Сайт ForbsУкраїна](http://forbes.net.ua/ua/magazine/forbes/1399408-rejting-20-najefektivnishih-agrokompanij-ukrayini#10) [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://forbes.net.ua/ua/magazine/forbes/1399408-rejting-20-najefektivnishih-agrokompanij-ukrayini#10>
4. Офіційний сайт Сварог Вест Груп [Електронний ресурс]. - Режим доступу: <http://svarog-agro.com/uk/investoram/prezentatsii>

*Лазановський П.П., доцент
доцент кафедри підприємництва та маркетингу
Українська академія друкарства
lazanovskyi@ukr.net*

ЗАСТОСУВАННЯ ЛОГІСТИЧНОГО ПІДХОДУ В ОПЕРАЦІЙНОМУ УПРАВЛІННІ МАТЕРІАЛЬНИМИ ПОТОКАМИ ПОЛІГРАФІЧНОГО ПІДПРИЄМСТВА

Управління матеріально-технічним забезпеченням виробництва — одне із центральних завдань у функціонуванні операційної системи підприємства. Широкий асортимент і номенклатура матеріалів, які використовують нині підприємства, в тому числі й поліграфічні, вимагають побудови досконалої управлінської системи на основі логістики з метою забезпечення ефективного планування потреби в них, контролю за витрачанням тощо. Назагал, логістику визначають «як науку про планування, контроль та керування транспортуванням, складуванням та іншими матеріальними та нематеріальними операціями, які здійснюються в процесі доставки матеріалів до виробництва, внутрішньовиробничої переробки матеріалів та напівфабрикатів, доведення готової продукції до споживача, а також передавання, зберігання та переробку відповідної інформації» [1, с.5].

Виходячи із вищесказаного, очевидно, що тема цього дослідження є актуальною, а його конкретну мету сформулюємо як побудову інтегрованої логістичної системи управління матеріальними потоками на прикладі одного із поліграфічних підприємств м. Львова.

Виходячи із суті категорії «інтегрованість» як ознаки, що характеризує ступінь взаємозалежності окремих елементів певної системи, стосовно логістики матеріальних потоків підприємства її інтегрованість визначимо як об'єднання операцій (елементів) постачання, транспортування, зберігання, витрачання та обліку основних матеріалів на базі створення єдиної комп'ютерної мережі. Для досліджуваного поліграфічного підприємства такими матеріалами є папір, картон, палітурні тканини, фарба.

Головним завданням функціонування логістичної системи такого змісту має стати:

- оптимізація запасів матеріалів;
- оптимізація часу руху (транспортування) матеріалів;
- формування оптимальної виробничої програми виготовлення продукції;
- зниження витрат у всіх ланках логістичного ланцюга;
- приймання, обробка та видача інформації в межах кожного елемента системи.

Ефективність функціонування такої системи може бути забезпечена за умови входження до її складу наступних підсистем логістики:

- закупівельної, яка охоплює задачі визначення постачальників матеріалів за мінімальними цінами і високою якістю;
- транспортної, яка визначає способи транспортування матеріалів і витрати на нього в усьому матеріальному потоці;
- операційної, яка включає вирішення задач складування, зберігання, ефективного використання матеріалів і утилізацію їх відходів;
- інформаційної, яка забезпечує керування всіма логістичними операціями, формує інформаційні потоки, зводить їх у єдину локальну

комп'ютерну мережу, що дозволяє планувати, обліковувати, аналізувати, контролювати і регулювати матеріальні потоки поліграфічного підприємства.

Продукція досліджуваного підприємства — це вироби з паперу (здебільшого аркушевого характеру: етикетки, плакати, реклама) та картону (пакування різноманітного призначення: коробки для харчових продуктів, взуття, одягу тощо). Така специфіка вимагає якісної організації поставок цих матеріалів, обліку їх витрачання. Без ефективно вибудованої логістичної системи, при тому що обсяги виробництва продукції підприємства за останні роки мають стрімку тенденцію до зростання (табл. 1), управляти матеріальними потоками буде досить непросто.

Таблиця 1

Динаміка витрат паперу та картону досліджуваного поліграфічного підприємства

Вид матеріалу	Одиниця виміру	Кількість одиниць			У % до попереднього року	
		2014 р.	2015 р.	2016 р.	2015 р.	2016 р.
Папір, картон	тон	77,9	199,0	897	252,9	450,8

Для керівництва підприємства сьогодні гостро стоїть питання співпраці з постачальниками перш за все паперу та картону, як основних комплектуючих для готової продукції, щодо їх вартості, термінів поставок, способів транспортування й т.д. Підприємство отримує папір і картон з фабрики у м. Малин (Україна) та частково з Польщі (Монді), фарбу друкарську з ТзОВ «Сігма», пластини офсетні з гуртівні у м. Львові. З урахуванням цих головних постачальників матеріалів запропонований організаційний проект логістичної системи (рис.1).

Стан логістики на підприємстві характеризується системою показників, методика розрахунку яких хоча й відома, але через наявність у них деяких відмінностей, що запропоновані різними авторами, вважаємо за доцільне навести ту із них, яка була використана для розрахунку саме в нашому дослідженні.

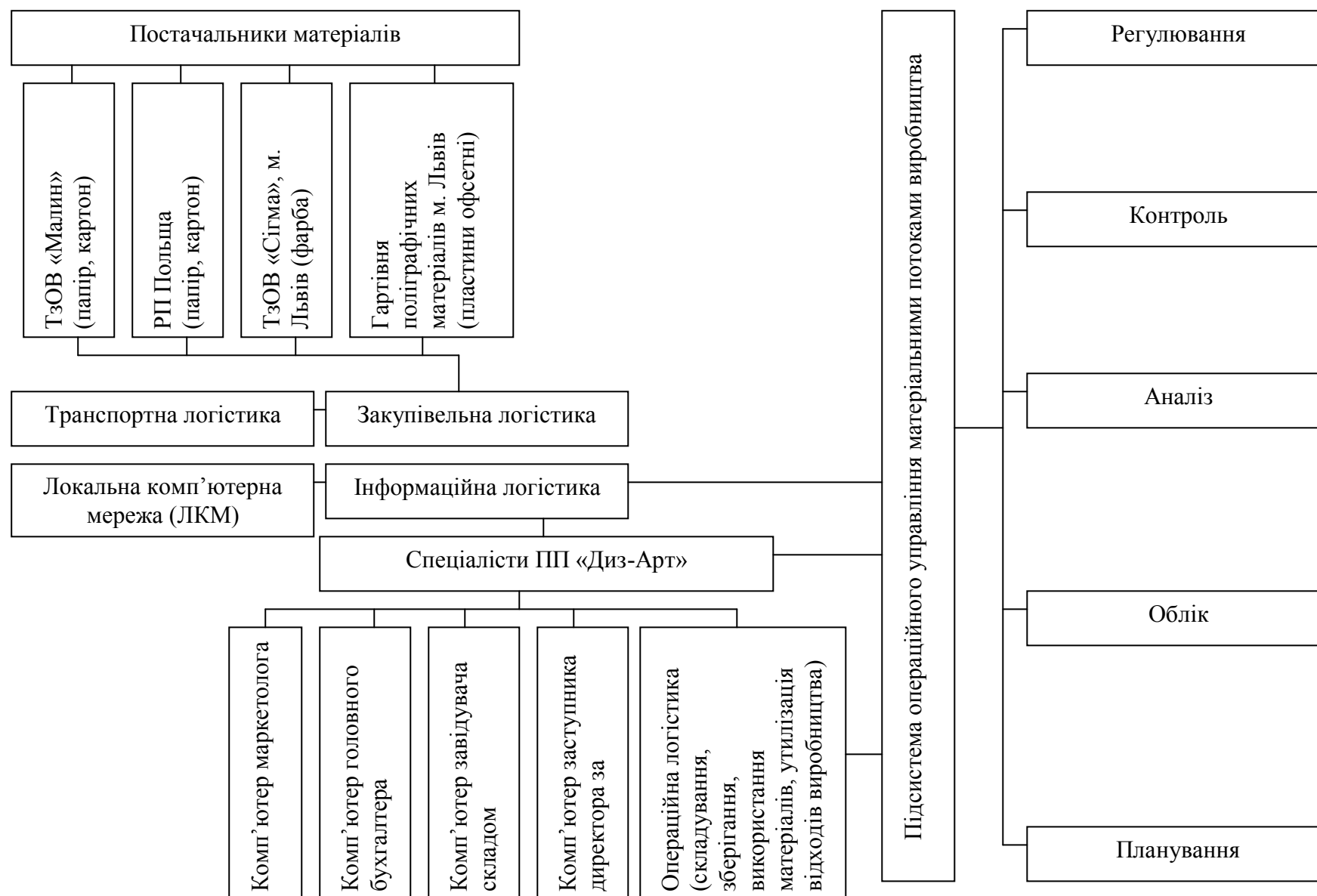


Рисунок 1 - Інтегрована логістична система поліграфічного підприємства (організаційний)

А саме:

1) запаси матеріалів на складі:

— поточний: $Q_{\text{макс.пот.}} = M\partial \times t_{\text{ід}}$, де

$M\partial$ — середньодобова потреба в матеріалах, тон.;

$t_{\text{ід}}$ — інтервал часу між двома поставками матеріалів, дні.

— страховий: $Q_{\text{стр.}} = Mg \times (t_{\text{вв}} + t_{\text{оф}} + t_{\text{тр}} + t_{\text{пр}} + t_{\text{від}})$, де

$t_{\text{вв}}$ — час на відвантаження матеріалу, дні;

$t_{\text{оф}}$ — час на оформлення та відвантаження матеріалів, дні;

$t_{\text{тр}}$ — час на транспортування, дні;

$t_{\text{пр}}$ — час на приймання матеріалів на склад, дні;

$t_{\text{від}}$ — час на відпуск матеріалів зі складу, дні.

— максимальний складський запас матеріалів: $Q_{\text{макс.}} = Q_{\text{макс.пот.}} + Q_{\text{стр.}}$

— середній складський запас матеріалів: $Q_{\text{сер.}} = \frac{Q_{\text{макс.}}}{2} + Q_{\text{стр.}}$

2) швидкість товарообігу: $Ст.о. = \frac{O}{З_{\text{сер}}}$, де

O — товарообіг за період (рік), тис.грн.;

$З_{\text{сер}}$ — середній товарний запас за період, тис.грн.

3) частка запасів у товарообігу: $Дз = \frac{З_{\text{сер}}}{O} \times 100$

4) затрати на логістику, які припадають на одиницю товарообігу:

$$Дл = \frac{Сл}{O} \times 100, \text{ де}$$

$Сл$ — затрати на логістику за період (рік), тис.грн.

За вищенаведеною методикою розрахунку зазначених показників були отримані фактичні та проєкції їх величини (табл. 2). Для розрахунку останніх були враховані думки (побажання) спеціалістів підприємства.

З даних таблиці 2 робимо висновок про те, що впровадження в операційну діяльність поліграфічного підприємства логістичної системи управління його матеріальними потоками дає скорочення запасів матеріалів за усіма видами, прискорює товарообіг та знижує частку запасів у ньому, а

значить вивільнятимуться оборотні кошти і як наслідок — це підвищить ефективність виробничо-господарської діяльності в цілому.

Таблиця 2

Основні показники матеріальних потоків досліджуваного підприємства

Назва показника	Одиниця виміру	За фактичними даними	За проектними даними	Темп росту, %
1. Запас матеріалів на складі:				
— максимальний поточний	тон	14,38	11,51	80,04
— страховий	тон	15,82	11,79	74,53
— максимальний складський	тон	30,2	23,3	77,15
— середній складський	тон	30,92	23,44	75,81
— мінімальний складський	тон	15,82	11,79	74,53
2. Швидкість товарообігу	дні	5,31	4,03	75,9
3. Частка запасів у товарообігу	%	24,83	18,82	-6,1 п.п.
4. Затрати на логістику, які припадають на одиницю товарообігу	%	0,8	0,61	-0,19 п.п.

Досліджувана проблема може отримати свій подальший розвиток, який міг би стосуватися розробки програмних продуктів для автоматизації всіх процесів логістичної системи, адаптованих до специфіки роботи поліграфічних підприємств, визначення її ефективності та ін.

Список використаної літератури

1. Гавенко С. Логістика в поліграфічному виробництві: навч. посіб. / С. Гавенко, Б. Дурняк, Р. Зацерковна. — Львів: УАД, 2006. — 144 с.
2. Окландер М.А. Логістична система підприємства: Монографія / М.А. Окландер. — Одеса: «Астропринт», 2004. — 312 с.
3. Крикавський Є.В. Логістика. Основи теорії: підручник / Є.В. Крикавський. — Львів: НУ «Львівська політехніка» (Інформаційно-видавничий центр «Інтелект+» Інституту післядипломної освіти), «Інтелект-Захід», 2004. — 416 с.
4. Денисенко М.П. Організація та проектування логістичних систем: підручник / М.П. Денисенко, Р.П. Левковець, Л.І. Михайлова. — К.: Центр учбової літератури, 2010. — 336 с.

*Лега О. В., к.е.н., доцент
доцент кафедри бухгалтерського обліку,
Мироненко О. В., магістр
Полтавська державна аграрна академія
E-mail: LEG.79@mail.ru*

ОСОБЛИВОСТІ ПРИДБАННЯ ПАЛИВНО-МАСТИЛЬНИХ МАТЕРІАЛІВ ЗА ТАЛОНАМИ

Протягом експлуатації автотранспорту основною статтею витрат є паливно-мастильні матеріали (ПММ). Під ПММ розуміють бензин, дизельне паливо, дизельну і автотракторну оливи, стиснений і скраплений газ (пропан-бутан, метан), що використовується як моторне паливо, а також інші технічні і спеціальні рідини, які використовують при експлуатації транспортних засобів (легкових і вантажних автомобілів, самоскидів, автобусів, фургонів, тягачів, мікроавтобусів, спеціальних і спеціалізованих автомобілів – пожежних автомобілів, навантажувачів, кранів).

На сучасному етапі діяльність будь-якого підприємства не обходиться без використання автотранспорту. Підприємства, які мають великий автопарк постійно потребують мати у наявності ПММ. Завжди придбавати паливо за готівку є не дуже зручно. Тому для більш доцільно переходити на безготівковий спосіб розрахунків та купувати ПММ за допомогою талонів.

Можливість придбання палива за талонами передбачено Інструкцією № 281. Згідно з п. 3 Інструкції № 281, це спеціальний талон, придбаний за умови та відпускну ціною обумовленого номіналу, що підтверджує право його власника на отримання на АЗС фіксованої кількості нафтопродукту, певного найменування і марки, які позначено на ньому.

Типової форми бланків паливних талонів немає. Тому кожен постачальник самостійно обирає за якою формою їх складати. Але талон має обов'язкові реквізити – це найменування марки палива, його кількість, яку покупець може отримати. Також необхідним елементом талону є його серійний та порядковий номер. Зазначається найменування постачальника – точне

найменування АЗС, в якій можна обміняти талони на паливо [2].

Для уникнення розкрадання та нецільового використання ПММ багато підприємств придбають та видають талони своїм співробітникам у регулярності здійснення рейсів. За допомогою талонів також можна визначити скільки палива було реалізовано за визначений проміжок часу і частоту відвідування автомобілем АЗС. Талони можуть бути виражені у таких номіналах як: літрах та грошових одиницях. Більш широкого використання є талони в літрах, тому що вони не залежать від коливання ціни на ПММ.

При такому способі придбання ПММ між покупцем і продавцем (АЗС) укладають договір. В договорі зазначають марку та вид ПММ, його вартість, перелік АЗС в яких можна отримати паливо, момент переходу права власності. Також зазначається строк дії талонів. Якщо строк дії закінчується, то отримати грошові кошти або обміняти на новий буде неможливо. Тому можна ввести таку пропозицію, як обмін прострочених талонів на нові.

Коли договір буде укладено, покупець згідно договору постачання вносить попередню оплату за ПММ, що підлягають придбанню, у повному розмірі та строки, зазначені в рахунку-фактурі. Після того як постачальник отримав оплату, протягом певного часу повинен передати за допомогою акту приймання-передачі покупцеві талони. Відповідальна особа покупця, яка отримує талони, повинна надати довіреність на одержання цінностей. Ця довіреність є підставою і підтверджує повноваження такої особи на отримання талонів.

На підставі довіреності продавець надає талони, оформляючи передачу накладною чи актом приймання-передачі довільної форми. Отримані талони покупець оприбутковує на балансі за вартістю ПММ, на які вони виписані (вартістю попередньої оплати, без урахування ПДВ). Талони оприбутковуються підзвіт відповідальній особі (комірник, механік). У підзвіті такої особи талони можуть обліковуватися на картках складського обліку чи Матеріальному звіті. Далі талони видаються водіям і оформляються документами. При видачі талонів оформляють такі види документів: накладна, відомість.

Накладна оформляється, коли видача талонів здійснюється одному водієві, а відомість слід використовувати тоді, коли водіїв кілька. Адже складати накладні на кожного водія не досить зручно [3].

Під час переходу права власності на ПММ, коли відбувається заправлення автотранспортного засобу документальним отриманням ПММ є чек РРО. АЗС повинна видати його водієві на відпущене пальне. Облікове відображення таких операцій наведено в табл. 1.

Таблиця 1

Відображення процесу придбання ПММ за талонами у бухгалтерському обліку у випадку переходу права власності на ПММ в момент передачі талонів

Зміст господарської операції (первинний документ)	Підхід до оцінки господарської операції та податкові наслідки	Кореспонденція рахунків	
		Дебет	Кредит
Перераховано постачальникові попередню оплату за талони на ПММ (платіжне доручення, виписка банку)	Сума визначається, виходячи з договору на придбання талонів на ПММ	371	311
Визнано податковий кредит з ПДВ (у випадку отримання податкової накладної від постачальника)	Сума визначається шляхом застосування ставки ПДВ (п. 193.1 ст. 193 ПКУ) до бази оподаткування. Визнається податковий кредит з ПДВ (п. 198.1 ст. 198 ПКУ, п. 201.7 ст. 201). Оскільки нафтопродукти підакцизний товар (п. 215.1 ПК), податкова накладна постачальника повинна бути зареєстрована в Єдиному реєстрі податкових накладних	641	644
Оприбутковано талони на ПММ (видаткова накладна постачальника на відпуск пального, видаткова накладна покупця на передачу пального на відповідальне зберігання)	Сума визначається виходячи з договірної вартості придбаних талонів (за виключенням ПДВ)	203	631
Закрито розрахунки за податковим кредитом з ПДВ, визнано при попередній оплаті	Сума визначається шляхом застосування ставки ПДВ (п. 193.1 ст. 193 ПКУ) до бази оподаткування, визначеної в оп. 3	644	631
Видано підзвіт талони на ПММ (акт приймання-передачі талонів або відомість)	Сума визначається, виходячи з балансової вартості талонів, переданих	372	203

Зміст господарської операції (первинний документ)	Підхід до оцінки господарської операції та податкові наслідки	Кореспонденція рахунків	
		Дебет	Кредит
отримання талонів)	фактично працівнику		
Отримано ПММ, які знаходяться в баку автотранспортного засобу (авансовий звіт про використання талонів, чек РРО, відомість звіряння з АЗС)	Сума визначається, виходячи з вартості ПММ, отриманого працівником при заправці на автозаправній станції за талонами	203	372
Списано вартість витрачених ПММ на адміністративні витрати (згідно з нормами та відповідно до дорожніх листів)	Величина визначається на основі розрахунку обсягів використання ПММ відповідно до норм їх витрачання з урахуванням собівартості одиниці	15, 20, 23, 28, 91, 92, 93, 94	203

Водночас водій повинен записати кількість отриманого ПММ на АЗС в подорожній лист або інший документ, який використовують на підприємстві. На підставі чека РРО, подорожнього листа кількість і вартість ПММ за талонами й самі талони списуються з підзвіту водіїв на «Вартість ПММ в баках транспортних засобів».

Згідно Інструкції № 291, до якої оплачені талони на нафтопродукти та газ відображають на субрахунку 203 «Паливо». Для обліку талонів слід використовувати субрахунок третього порядку 203/ «Талони на паливо». Також можна відкрити на кожну аналітичну групу окремі субрахунки четвертого порядку, наприклад:

- 2031 «Талони на складі»;
- 2032 «Талон в підзвіт водіїв»;
- 2033 «Паливо в баках авто» тощо.

Існує версія, що талони на ПММ слід обліковувати у складі грошових документів на субрахунку 331 «Грошові документи в національній валюті» разом з поштовими марками, оплаченими проїзними документами, путівки до санаторіїв, пансіонатів, будинків відпочинку тощо [5].

Однак існує ряд недоліків використання талонів:

- невиконання гарантій з доставки ПММ постачальниками з різних причин;
- неможливість точного відпуску палива (у випадку, якщо в бак автомобіля не входить замовлена кількість палива, повернути решту при використанні талонів неможливо, тобто, талон є одноразовим, що призводить до фінансових витрат);
- можлива підробка талону;
- строк дії.

Підприємству зручно придбавати ПММ за талонами, тобто здійснювати передоплату за пальне. А потім заправляти його заздалегідь зафіксованою ціною. На сьогодні через деякі недоліки обліку ПММ за талонами все більше набирають попиту паливні картки (скретч-картки). Відмінною рисою карток від талонів є те, що вони дозволяють всі відомості про здійснення фінансових операцій автоматично нагромаджувати в єдиній звітності, яка надається керівництву підприємства.

Список використаної літератури

1. Закон України «Про бухгалтерський облік та фінансову звітність в Україні» № 996-ВР від 16 лип. 1999 р. [Електронний ресурс] / Верховна Рада України. – Режим доступу : <http://www.zakon.rada.gov.ua>.
2. Інструкція про порядок приймання, транспортування, зберігання, відпуску та обліку нафти і нафтопродуктів на підприємствах і організаціях України Наказ Міністерства палива та енергетики України, Міністерства економіки України, Міністерства транспорту та зв'язку України, Державного комітету України з питань технічного регулювання та споживчої політики від 0 травня 2008 року № 281/171/578/155. Зареєстровано в Міністерстві юстиції України 2 вересня 2008 р. за № 805/154966. [Електронний ресурс] / Режим доступу: http://search.ligazakon.ua/l_doc2.nsf/link1/RE15496.html.
3. Лісіца Т. Купуємо ПММ за талонами / Т. Лісіца // Баланс. – № 4. – 2013. – с. 32-35
4. Міністерство транспорту України наказ від 10 лютого 1998 року № 43 «Про затвердження Норм витрат палива і мастильних матеріалів на автомобільному транспорті». Із змінами і доповненнями внесеними наказами Міністерства транспорту України від 17 грудня 2002 року № 893, від 16 лютого 2004 року № 99, від 5 серпня 2008 року № 973, наказом Міністерства інфраструктури України від 24 січня 2012 року № 36. [Електронний ресурс] /

Режим доступу: http://search.ligazakon.ua/l_doc2.nsf/link1/FIN653.html.

5. Снігар О. О. Вибуття паливно-мастильних матеріалів : порядок відображення в бухгалтерському обліку / Снігар О. О // Проблеми теорії та методології бухгалтерського обліку, контролю і аналізу. – 2012. Вип.3(24). – с. 455-465.

*Лепеха Д. В., студентка
Король Г.О., к.е.н., професор
Національна металургійна академія України
pa31071995bdv@gmail.com*

НАПРЯМИ УДОСКОНАЛЕННЯ ОБЛІКУ ВИРОБНИЧИХ ЗАПАСІВ

Для здійснення господарської діяльності підприємствами всіх форм власності та галузей економіки використовуються виробничі запаси, які є найбільш важливою та значною частиною активів підприємства. З одного боку, сформовані виробничі запаси забезпечують постійність, безперервність та ритмічність діяльності підприємства, гарантують його економічну безпеку, а з іншого – виробничі запаси на рівні великих промислових підприємств потребують великих капіталовкладень. Тому, від організації та ведення обліку виробничих запасів залежить точність визначення прибутку підприємства, його фінансовий стан, конкурентоспроможність на ринку та в цілому ефективність роботи підприємства.

У процесі реформування вітчизняної системи бухгалтерського обліку відповідно до вимог міжнародних стандартів змінюються вимоги до обліку виробничих запасів на підприємствах України. Незважаючи на те, що виробничі запаси стали одним з перших об'єктів обліку та підлягали досить ретельному контролю, окремі питання щодо обліку виробничих запасів залишаються недостатньо вивченими і вимагають детального розгляду.

Головною передумовою успішного здійснення виробничого процесу як основної ланки діяльності господарського суб'єкта є наявність та раціональне використання виробничих запасів.

Виходячи з вимог ринкової економіки, необхідно удосконалювати методологію бухгалтерського обліку матеріальних ресурсів.

Важливим напрямом удосконалення процесу формування запасів та підвищення ефективності управління ними в умовах реформування економічної системи є визначення оптимальної потреби в них [1, 244]. У зарубіжній практиці управлінню оборотними активами приділяється значно більше уваги, ніж в Україні. Одним із напрямків є оптимізація формування виробничих запасів.

Основними напрямками удосконалення обліку виробничими запасами є: узагальнення теоретико-методологічних основ обліку, аналізу і контролю виробничих запасів, визначення їх суті та класифікації; удосконалення методико-організаційних основ фінансового та управлінського обліку виробничих запасів, а також їх контролю; проектування системи економічного аналізу та контролю ефективності використання виробничих запасів; розробка системи автоматизації обліково-аналітичних робіт в управлінні виробничими запасами .

У наш час існує необхідність й одночасно можливість нових організаційних і методичних підходів у вирішенні проблем обліку запасів, пов'язаних, з однієї сторони, з переходом на ринкові відносини й міжнародні стандарти, з іншої – з широким впровадженням комп'ютерних технологій [2, 321].

Поліпшенню ресурсопостачання сприяє впорядкування первинної документації, широке впровадження типових уніфікованих форм, підвищення рівня автоматизації обліково-обчислювальних робіт, забезпечення строгого порядку приймання, зберігання й витрат сировини, матеріалів, комплектуючих виробів тощо.

Необхідно також впроваджувати ефективні форми попереднього й поточного контролю за дотриманням норм запасів і витратами матеріальних ресурсів.

Дані бухгалтерського обліку повинні містити інформацію для знаходження резервів зниження собівартості продукції в частині раціонального використання матеріалів, зниження норм витрат, забезпечення належного зберігання [3, 543].

Значно поліпшити організацію обліку виробничих запасів можна, удосконалюючи процес документування, тобто ширше використовуючи накопичувальні документи (лімітно-забірні картки, відомості тощо.), картки складського обліку як витратний документ по відпущених матеріалах (бездокументальну систему оформлення витрат матеріалів) [4, 212].

Доцільною також є розробка єдиної форми документа (на відпущення матеріалу), призначеної для машинної обробки. У цей документ варто включити всі об'єкти основного та допоміжного виробництва під відповідними кодами, які б указували напрям використання матеріальних ресурсів – основні вироби, запасні частини, товари народного споживання, разові замовлення, ремонтно-експлуатаційні потреби.

Щоб уникнути помилок і порушень при зборі та реєстрації оперативних фактів про виробничі запаси, що підлягають обліку, доцільно розробити детальні інструкції конкретним виконавцям (у вигляді посадових інструкцій, виписок з графіків документообігу) про порядок і терміни реєстрації даних, а також використовувати систему заохочень і покарань за виконання своїх обов'язків виконавцями. Проведення контрольних заходів (ревізії, звірки, інвентаризації) знижують ризик неефективної системи збору і реєстрації оперативного факту.

Доцільне використання на всіх ділянках обліку уніфікованих форм документації. Крім того:

- створення графіків документообігу з обліку запасів і доведення до виконавців їх функцій при створенні і перевірці первинного документа;
- видача розпорядчої документації особам, що відповідають за здійснення тієї або іншої господарської операції, і мають право підпису первинних документів;

- контроль з боку працівників бухгалтерії за правильністю оформлення первинної документації з обліку виробничих запасів (включення в обов'язок бухгалтера, що робить обробку документа, цієї функції через посадові інструкції та встановлення відповідальності за її недотримання).

Створення графіків документообігу і доведення їх до виконавців – істотний крок в плані оптимізації системи організації роботи з документами.

Велика кількість порушень в роботі з документами, отриманими від інших підприємств, вимагає здійснення низки заходів щодо їх запобігання. Зокрема, службам, відповідальним за здійснення господарських операцій з іншими підприємствами, необхідно давати чіткі інструкції на те, якою має бути документація, що приймається ними від інших організацій. Це можна зробити, видавши розпорядження головного бухгалтера для кожного підрозділу організації, що співпрацює із сторонніми фірмами або має справу з документами, що поступають, в якому мають бути прописані:

- комплектність документації (правильність оформлення документів);
- терміни надання документації;
- відповідальність за невчасне або неповне представлення первинної документації.

На стадії реєстрації документів в облікових регістрах, щоб уникнути помилок і порушень доцільно використовувати метод «службових записок» - свого роду інструктивний матеріал для конкретної бухгалтерської служби, що описує порядок бухгалтерської обробки того або іншого документа. У службовій записці повинно бути визначено:

- який оперативний факт відображає той або інший оброблюваний первинний документ;
- яка інформація повинна міститися в правильно заповненому документі;
- яку бухгалтерську проводку, в якому обліковому регістрі і в який термін слід виконати на підставі цього документа.

Крім того, ризик неповного віддзеркалення документів в облікових регістрах знижують крізна нумерація (переважно попередня або автоматична) і централізована реєстрація документів, що поступають.

У плані організації зберігання документів доцільне використання графіків документообігу і посадових інструкцій, а також підвищення статусу архівної служби при організації роботи з переданими в архів документами (шляхом видання відповідних положень про організацію архівної служби на підприємстві).

При використанні документів в поточній роботі керівництву підприємства слід забезпечити правильну організацію доступу до первинних документів. Оскільки на підприємстві існує автоматизована система обробки даних, то правильний доступ до даних буде через систему паролів.

Для забезпечення збереження виробничих запасів, правильного приймання, зберігання та відпуску велике значення має наявність на підприємстві в достатній кількості складських приміщень, оснащених ваговими та вимірювальними приладами, мірною тарою та іншими пристосуваннями; ретельне і своєчасне проведення інвентаризацій, контрольних і вибіркового перевірок.

Переважні напрями контролю зберігання запасів полягають в наступному:

- застосовуються заходи, що знижують вірогідність втрат, розкрадань і неефективного використання запасів;
- існують гарантії, що запаси не можуть використовуватися або не можуть бути переміщені без належного віддзеркалення в обліку;
- забезпечено правильне формування собівартості запасів;
- досягнута відповідність облікових залишків, показаних в регістрах аналітичного обліку, результатам інвентаризації.

Таким чином, реалізація перелічених напрямів удосконалення обліку запасів вітчизняними підприємствами призведе до значного підвищення результативності їх фінансово-економічної діяльності, дозволить налагодити

більш дієвий і менш трудомісткий облік, контроль за наявністю, рухом і використанням виробничих запасів, а також досягти їх економії.

Список використаної літератури

1. Бутинець Ф. Ф. Бухгалтерський фінансовий облік: підручник для студентів спеціальності "Облік і аудит" вищих навчальних закладів / Ф. Ф. Бутинець. – [8-те вид., перероб. і доп.]. – Житомир: ПП "Рута", 2009. – С. 543.
2. Малюга Н. М. Шляхи удосконалення оцінки в бухгалтерському обліку: Теорія, практика, перспективи / Н. М. Малюга. – Житомир: ЖІТІ, 2007. – С. 244.
3. Сопко В. В. та ін. Бухгалтерський облік : навч. посібник. для студ. спец. «Облік і аудит» вищих навчальних закладів / В. В. Сопко та ін. – Тернопіль: Астон, 2009. – С. 321.
4. Швець В. Г. Теорія бухгалтерського обліку: Підручник / В. Г. Швець. – [2-ге вид., перероб. і доп.]. – К.: Знання, 2006. – С. 212.

Лисенко Д. Д., студентка
Науковий керівник: Лисенко В. В., к. е. н., доцент
Харківський інститут фінансів
Київського національного торговельно-економічного університету
foxygirl2008@yandex.ru

ЕФЕКТИВНІСТЬ УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ – ЗАПОРУКА УСПІХУ СУЧАСНОЇ ОРГАНІЗАЦІЇ

Сучасні умови ринкової економіки, що склалися в Україні, обумовили необхідність розробки принципово нових підходів до управління персоналом. Головним резервом підприємства є працівники, а за його межами – споживачі продукції, якість якої забезпечує персонал. Актуальним є те, що в сучасних умовах існує гостра необхідність у розгорнутій системі кадрової роботи, яка б спиралась не стільки на організаційні методи, скільки на досягнення сучасної управлінської психології і проектування методики оцінки персоналу.

Процес становлення нових економічних відносин обумовив появу нових теоретичних уявлень з управління персоналом, критичне переосмислення цієї

проблеми, і потребує вироблення адекватних сучасному рівню розвитку економіки підходів до вирішення завдань з управління персоналом.

Сьогодні, нажаль, немає єдиного підходу до виміру ефективності управління персоналом. Складність полягає в тому, що процес трудової діяльності персоналу і управління в тому числі, тісно пов'язані з виробничим процесом і його кінцевими результатами, соціальною діяльністю суспільства, економічним розвитком організації [2].

Проблематиці управління персоналу на підприємстві як у науковому, так і в практичному аспектах присвячено дослідження багатьох відомих вітчизняних вчених та практиків таких як В. Данюка, М. Плоский, О. О. Наумова, О. А., Грішнова, І. М. Мурсалімова та багато інших. Разом з тим науково-практична робота в напрямку управління персоналом потребує подальшої активізації зусиль вчених, адже багато проблем потребує вирішення з урахуванням умов, які склалися в Україні.

Метою роботи є дослідження ефективності управління персоналом сучасної організації та характеристика факторів, що її обумовлюють.

Зміни, що відбулись в економічній і політичній системах нашої країни, з одного боку, відкрили принципово нові можливості удосконалення трудової діяльності, з іншого – обумовили великий ступінь невизначеності у житті населення.

У загальному вигляді виділяють чотири групи факторів, які впливають на управління персоналом на підприємстві [1]:

- 1) стратегія поведінки промислових підприємств в ринкових умовах господарювання;
- 2) ієрархічна структура підприємства, в якій основним засобом впливу є підпорядкованість, адміністративні методи стимулювання і контролю над розподілом матеріальних благ;
- 3) вироблені суспільством, підприємством, трудовим колективом спільні цінності, соціальні норми, стандарти поведінки, які регламентують дії особистості, змушують її вести себе певним чином без видимого примусу;

4) система рівноправних відносин, які засновані на купівлі-продажу продукції та послуг, відносинах власності, рівності інтересів продавця і покупця.

Перераховані фактори впливу є досить складними поняттями і на практиці рідко реалізуються окремо один від одного. В залежності від того, якому з них віддається перевага, визначається економічна ситуація та політика управління персоналом на підприємстві.

Зростання конкуренції, удосконалювання технологій, боротьба за споживача і якість продукції змушують підприємство по-новому розглядати весь комплекс питань управління. Змінилися і вимоги до працівника. Головним тут є визнання високої соціальної відповідальності, що лежить на всіх співробітниках організації й у першу чергу на керівниках. Сучасна організація – це адекватна реакція на швидкі зміни, непереривні мінливі технології і невизначеність середовища.

Людський потенціал, здатність керівника правильно поставити мету й ефективно розпорядитися ресурсами стають головним фактором успіху організації. На перший план висувуються проблеми управління людськими ресурсами організації [1].

Управління людськими ресурсами розглядає людей як надбання виробничої організації, як ресурс, що (як і інші ресурси) треба ефективно використовувати для досягнення цілей. При такому підході працівники розглядаються як джерело невикористаних резервів.

Погляд на співробітника як на джерело витрат і видатків, якого треба підганяти або якого треба стримувати, у даному випадку відсутній. У філософії менеджменту людських ресурсів співробітники – це активи організації, людський капітал. Це означає менший контроль над співробітниками, але велику мотивацію і стимуляцію праці. При менеджменті людських ресурсів від самого співробітника потрібна активна позиція. Він більше не є об'єктом якихось прийнятих до нього мір або особою, якій спускають циркуляри. Він особисто відповідальний за свої результати праці, успіхи і досягнення. Він сам

повинний стежити за тим, чи реалізує він ті задачі, що сам собі поставив. Причому діє він в ім'я здійснення загальних цілей всієї організації.

Можна сказати, що підхід з позицій управління людськими ресурсами – це системний, комплексний підхід, що враховує постійно мінливі потреби організації в людських ресурсах, що забезпечують ефективність функціонування організацій (компаній, підприємств).

У менеджменті людських ресурсів кадрова політика з «реагуючої» політики управління перетворюється в активну стратегічну політику, у частину загальної політики всієї організації. На основі концепції розвитку всієї організації визначаються основні напрямки менеджменту людських ресурсів. Наприклад, аналіз може виявити, що інтереси організації вимагають зайнятися перекваліфікацією персоналу, залученням нових співробітників, складанням програми навчання персоналу для середньої ланки і т.п.

За реалізацію політики менеджменту людських ресурсів відповідає служба кадрів організації. Деяким менеджерам нелегко вдається ставитися до своїх співробітників як до коштовного ресурсу, а не як до статті витрат. Однак у багатьох країнах з вільною економікою починає переважати ресурсний підхід. І не тому, що якимось змінилися співробітники до кращого, а через те, що індивідуальний підхід дозволяє підприємству досягти кращих результатів: збільшити доход і закріпитися на ринку. Управління персоналом на підприємстві включає ряд взаємозалежних ключових елементів, що разом утворюють цикл менеджменту людських ресурсів (див. рисунок 1) [1].

При плануванні людських ресурсів основні цілі і задачі організації одержують конкретний практичний зміст у виді спеціально розроблених цілей для кожного напрямку кадрового менеджменту.

Цикл реалізації планів у сфері людських ресурсів звичайно починається з добору кадрів – процесу, при якому на ринку праці підбирають співробітників для виконання визначених функцій в організації. При доборі і прийнятті на роботу нових співробітників важливо забезпечити, щоб штат в організації завжди був укомплектований людьми, компетентними у своїй області. Основна

задача – залучити на заміщення кожної вакантної посади компетентних претендентів. Наступний етап – відібрати серед них найбільш підходящих.

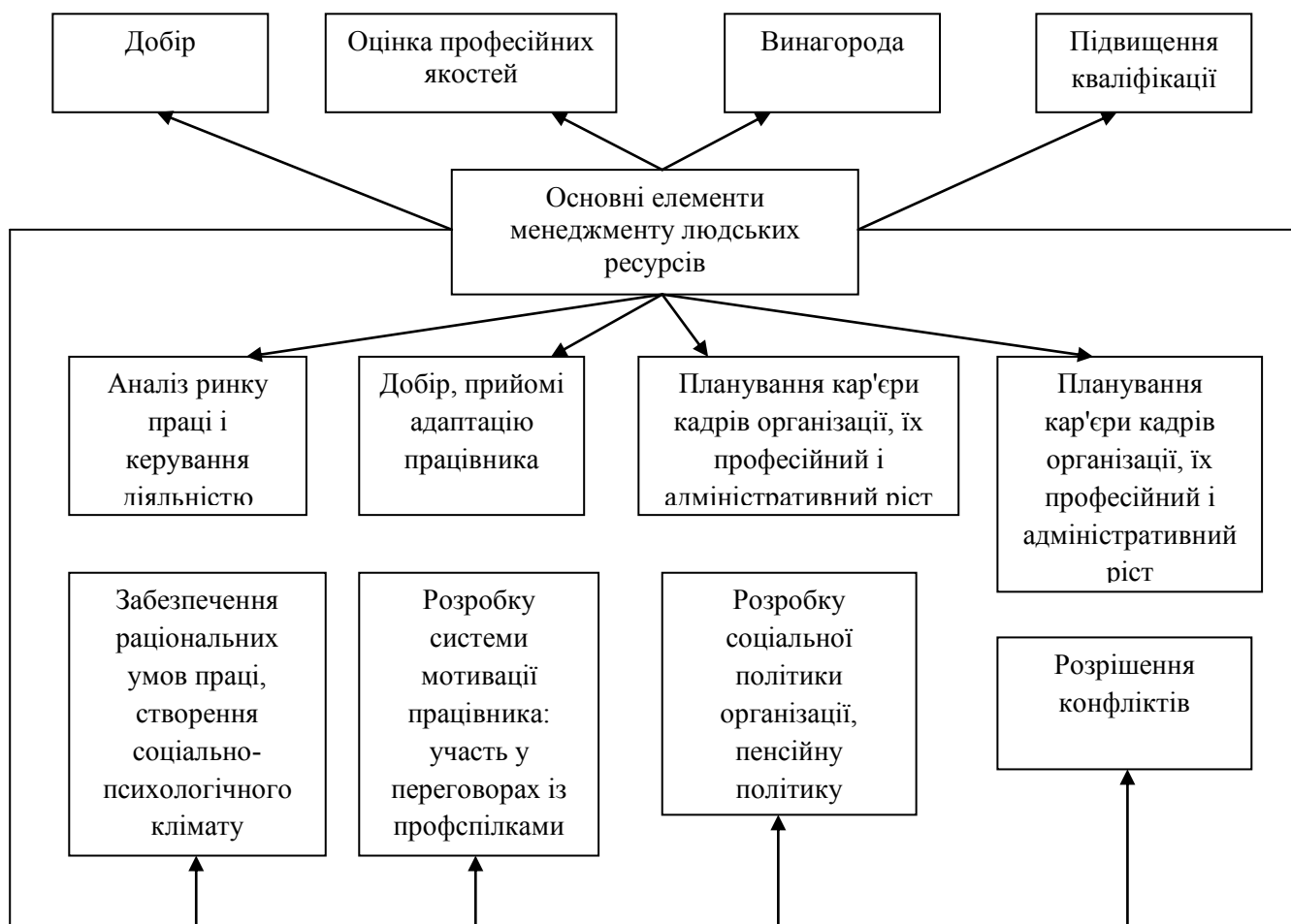


Рисунок 1 - Основні елементи менеджменту людських ресурсів

Оцінка професійної діяльності дається в процесі, при якому менеджери організації проводять регулярні наради зі співробітниками, обговорюючи й оцінюючи їхню попередню професійну діяльність, а також їхні плани і можливості в майбутньому. Основні задачі оцінки професійної діяльності працівників підприємства представлені в таблиці 1 [2].

Процес оцінки дуже важливий, тому що увага до кожного співробітника в конкретній робочій ситуації дозволяє активізувати персонал, а також допомагає здійснювати кадрові планування.

У новітній соціальній економіці тільки ті підприємства будуть конкурентоздатні, які відкриті для розвитку людей. Тому ефективне управління та розвиток людського потенціалу стає першочерговим завданням.

Таблиця 1

Задачі оцінки професійної діяльності працівників підприємства.

У стратегічному плані	У тактичному плані
Підвищити ефективність організації шляхом оптимального використання наявних людських ресурсів;	Підвищити зацікавленість у праці;
Виявити співробітників, здатних виконувати відповідальну роботу, і дати їм можливість реалізувати свій потенціал;	Слухаючи, вникаючи, обговорюючи домагатися кращого взаєморозуміння між начальником і підлеглим;
Допомагати самовдосконаленню співробітників, звертаючи увагу на їхні потреби, мотиви, дарування, заохочуючи прагнення до професійного росту;	Підвищити задоволення від роботи, з'ясовуючи перешкоди і вишукуючи шляхи їхньої ліквідації;
Сприяти підвищенню заробітної плати відповідно до підвищення професійного рівня.	Чітко доводити до відома підлеглих вашу оцінку їхньої діяльності;
	Ставити реалістичні і досяжні цілі на майбутнє;
	Розглядати всі можливі варіанти кадрових перестановок усередині організації.

Незалежно від того, скільки часу і засобів вкладається в нові технології або системи, саме люди і те, що вони роблять, залишаються запорукою успіху.

У різних виробничих організаціях ряд проблем, які відносяться до управління персоналом, різний. На основі загального підходу, викладеного вище, у кожній організації повинна бути розроблена своя концепція управління персоналом.

Таким чином, враховуючи вище наведене, всі методи і форми роботи з персоналом на підприємстві повинні бути спрямовані на досягнення його основної мети. Інакше кажучи, управління персоналом буде ефективним настільки, наскільки успішно співробітники використовують свій потенціал для досягнення завдань, які стоять перед підприємством. В ідеалі управління

персоналом повністю здійснюється керівниками підрозділів. Однак в реальному житті практично кожне підприємство потребує внутрішньої структури, яка займається виключно цим питанням.

Список використаної літератури

1. Базалінська Н.П. Сучасні наукові підходи щодо удосконалення управління персоналом на підприємстві в ринкових умовах господарювання / Н.П. Базалінська, Т.В. Забавський // Хмельницький національний університет. – «Молодий вчений», 2014. – С. 70-73.
2. Сидорук Є. Ефективність управління персоналом сучасної організації / Є.П. Сидорук // Національний університет "Острозька академія". – «Науковий блог», 2014. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://naub.oa.ua>

*Лобода Н.О., к.е.н.
доцент кафедри обліку і аудиту
Львівський національний університет ім. І.Франка
n.loboda@mail.ru*

ЛІЗИНГ ЯК ІНВЕСТИЦІЙНИЙ КОНЦЕПТ: ОБЛІКОВО-АНАЛІТИЧНИЙ ДИСКУРС

Об'єктивний процес забезпечення життєдіяльності вітчизняних суб'єктів господарювання пов'язаний насамперед з безперервним оновленням і модернізацією основних засобів підприємства і використанням новітніх технологій. Водночас в умовах сучасної світової фінансово-економічної кризи спостерігається значне скорочення інвестицій в основний капітал підприємств і організацій України. За таких умов ефективним способом вирішення зазначених проблем є лізинг, який об'єднує всі елементи зовнішньоторгівельних, кредитних та інвестиційних операцій та є ефективним економічним важелем. Актуальність розвитку лізингу в Україні, включаючи формування лізингового ринку, обумовлена передусім несприятливим станом парку устаткування: значна питома вага морально застарілого устаткування,

низька ефективність його використання, немає забезпеченості запасними частинами тощо.

Аналіз світового досвіду та достатнє опрацювання механізмів лізингу дозволяє стверджувати, що основною перевагою лізингу є можливість підприємств здійснити технічне переоснащення за рахунок майбутніх доходів. Разом з тим лізинг є одним із засобів стимулювання збуту й підтримання обсягів виробництва дорогої та високотехнологічної продукції. Ефективність лізингових угод полягає в інтенсифікації інвестиційного процесу, покращенні фінансового стану підприємств-лізингоодержувачів, прискоренні розвитку малого та середнього бізнесу. Як справедливо зазначає Брус С.І. “лізинг є інноваційним інструментом залучення капіталу, ... він має чимале значення в період економічної кризи завдяки своїй винятковій економічній природі спроможний зробити великий вклад у піднесення і розвиток національної економіки” [1]. Для економіки України в цілому лізинг корисний тим, що сприяє прискоренню темпів оновлення та модернізації основних засобів, забезпеченню взаємної вигоди партнерів, підвищенню ефективності економіки країни.

На ведення лізингового бізнесу та управління ним впливають проблеми як теоретичного та методологічного характеру, так і практичного, коли на підприємствах відсутній зворотний зв'язок при реалізації управлінських дій, спрямованих на здійснення лізингових операцій. За цих умов як у лізингодавця, так і в лізингоодержувача виникає необхідність побудови дієвої системи обліку й аналізу лізингу, спрямованої на забезпечення адекватної потребам менеджменту підприємства інформацією для прийняття обґрунтованих управлінських рішень в умовах високої варіабельності факторів макро- і мікрорівня.

Багато вітчизняних та зарубіжних вчених займалися дослідженнями питань лізингу, а саме: Ф.Ф. Бутинень, П.О. Куцик, Н.М. Внукова, П.І. Гайдуцький, А.М. Герасимович, С.Ф. Голов, О.М. Чабанюк та інші. Віддаючи належне науковим напрацюванням вітчизняних і зарубіжних вчених у

дослідженні означеної проблематики, варто все-таки зауважити, що на сьогодні питання щодо методики та організації обліку й аналізу лізингу, не знайшли свого повного вирішення та залишаються дискусійними.

Нині лізингові операції розглядаються як новий вид фінансування. Цьому сприяють загальні тенденції економічного розвитку країн та інші вигоди, до яких належать: зменшений обсяг ліквідних засобів у зв'язку з труднощами, що постійно створюються на грошовому ринку; загострення конкуренції, що потребує оптимізації інвестицій, які дають можливість суттєво розширити ринок збуту за рахунок залучення в господарчий оборот малих і середніх фірм; підтримка розвитку лізингових операцій з боку державних органів влади і фінансових ділових кіл у цілому, що стимулює зростання інвестиційної діяльності. Отже, лізинг можна розглядати як особливий вид інвестиційної діяльності, який полягає в наданні лізингодавцем лізингоотримувачеві на певний термін і за певну плату предметів лізингу, визначених у відповідності з діючим законодавством. При цьому право власності на надані предмети лізингу залишається у лізингодавця на термін дії договору.

Облік і аналіз як складники системи господарювання можуть сприяти успішному розвитку господарського механізму. Раціональна організація обліку і аналізу на рівні підприємств забезпечує прийняття відповідних управлінських рішень. Ефективність управління економічними процесами щодо лізингової діяльності значною мірою залежить від достовірності, оперативності та обґрунтованості інформації про сучасний стан лізингових відносин. Основним джерелом цієї інформації є система бухгалтерського обліку, завдяки якій здійснюється процес її виявлення, вимірювання, реєстрації, накопичення, узагальнення, зберігання та передачі внутрішнім і зовнішнім користувачам.

Прогресивні зміни з питань регулювання лізингових операцій передбачені в Податковому Кодексі України. Кодексом врегульовано цілий ряд проблемних питань, які не лише гальмували розвиток лізингу в Україні, а й створювали загрозу існуванню цілому ряду компаній в умовах погіршення платіжної дисципліни з боку лізингоодержувачів [2]. Дані нововведення дозволять галузі

перейти на новий етап розвитку, розпочати нарешті діяльність на рівних конкурентних засадах з іншими учасниками фінансового ринку України, сприятимуть становленню лізингової індустрії як постачальника значних фінансових ресурсів для посткризової економіки.

Економічний аналіз лізингових операцій є більш складним завданням, адже всі учасники у лізингових відносинах та кожен з них поза цим функціонують не ізольовано, а в тісній взаємодії з іншими ланками економічної системи на всіх рівнях її структурної організації аж до макроекономічного. Так, результати господарського використання придбаного через лізинг основного засобу безпосередньо бухгалтерського обліку не стосуються, у той же час ефективність його використання є одним з істотних факторів, що визначає для покупця ефективність всієї лізингової угоди (водночас ефективність використання придбаного основного засобу визначається переважно внутрішньогосподарськими чинниками покупця). Аналогічним чином ефективність лізингової угоди, з погляду виробника, визначається не тільки у межах самих лізингових відносин, але й у контексті впливу укладення лізингової угоди на його власну господарську ситуацію.

Лізинг як одна із форм інвестиційної діяльності, в якій економічні методи оцінки інвестицій займають центральне місце у процесі обґрунтування і вибору можливих варіантів вкладення грошових коштів в операції з реальними активами, має свої особливості. Тому одним із завдань цього дослідження є визначення методологічних принципів, які необхідно буде враховувати для удосконалення методики економічного аналізу лізингових операцій.

В основу методології аналізу лізингових операцій повинні бути покладені методологічні принципи, які визначають особливості цих операцій. Розглянемо ці принципи детально.

Принцип 1. Економічний аналіз лізингових операцій може здійснюватися на таких структурних рівнях організації економічної системи:

- а) окреме підприємство (виробник, інвестор, споживач);
- б) галузь (сектор) економіки;

в) суміжні галузі економіки (несільськогосподарське машинобудування, фінансово-банківська сфера, інституціональні інвестори тощо);

г) національна економіка загалом.

Ми дотримуємося тієї думки, що ефективність будь-якої організаційно-економічної форми, зокрема лізингу, визначається у підсумку її здатністю задовольняти певні соціальні потреби. А оскільки потреби суб'єктів на різних рівнях структурної організації економічної системи є різними, то виникає необхідність конкретизації критеріїв економічного аналізу щодо кожного з цих рівнів. Таке просте міркування свідчить про значення економічного аналізу досліджуваних явищ на різних рівнях: те, що вигідно для окремого підприємства, не завжди вигідно для держави, і навпаки. Вирішити цю проблему якраз і покликане збалансоване державне регулювання економічних процесів.

Отже, аналіз лізингових операцій повинен здійснюватися з урахуванням різних рівнів економічної системи.

Принцип 2. Економічна сутність лізингу як форми інвестування визначає застосування до його економічного аналізу загальних теоретико-методологічних положень аналізу ефективності інвестицій та інновацій (звичайно, з урахуванням власної економічної специфіки лізингу).

Принцип 3. Різна високотехнологічна техніка як об'єкт лізингової операції є особливим різновидом основних засобів (за технологічним призначенням, режимом та умовами експлуатації, ринком збуту тощо).

Принцип 4. Ефективність використання високотехнологічної техніки визначається не тільки технічними властивостями, але й іншими факторами.

Принцип 5. Недостатня якість ведення бухгалтерського обліку на підприємствах (наприклад, малий та середній бізнес) ускладнює застосування традиційних методів збору та обробки даних економічного аналізу, змушуючи вдаватися до інших (аналогових, нормативних, ролевих тощо).

Обґрунтовуючи викладене, можна підсумувати, що оскільки лізингові операції є дієвим і реальним способом фінансування виробництва, тому на

сьогоднішній день лізинг - найперспективніший фінансовий інструмент, здатний ефективно розвивати виробництво, активізувати інвестиційний процес у країні.

Список використаної літератури

1. Брус С.І. Розвиток ринку лізингових послуг в Україні / С.І. Брус // Фінанси України. - 2009. – № 11. – С. 20-24.
2. Податковий кодекс України від 02.12.2010 р. № 2755-VI.

Лонь Д.С., студентка

Науковий керівник: Гайдаєнко О.М.

Одеський Національний Економічний Університет

dasha.lon@gmail.com

ПОРІВНЯННЯ МЕТОДИК ВИЗНАЧЕННЯ КРЕДИТОСПРОМОЖНОСТІ ПОЗИЧАЛЬНИКА

Враховуючи сучасний стан економіки України, те, яким є фінансовий стан багатьох вітчизняних підприємств та велику кількість проблемних кредитів, українські банки змушені постійно вдосконалювати стратегію та тактику своєї кредитної діяльності.

У зв'язку з цим актуальним за сучасних тенденцій розвитку банківського сектору є аналіз і управління кредитним ризиком з метою зниження його рівня.

В кредитній діяльності банку серед інструментів зі зниження ризику важливе місце посідає оцінка кредитоспроможності позичальників.

Реальні висновки і пропозиції за результатами аналізу кредитоспроможності дозволяють уникнути невиправданих ризиків при проведенні кредитних операцій [1, с.276].

Отже, кредитоспроможність позичальника завжди була і залишається одним з основних критеріїв визначення доцільності встановлення кредитних відносин з клієнтом. Існує багато методик визначення кредитоспроможності, розглянемо американську та українську на прикладі аналізу кредитоспроможності відкритого акціонерного товариства “Хліб України”[3].

Американські банки використовують чотири групи основних показників: ліквідності фірми, оборотності капіталу, залучення коштів, показники прибутковості [2, с.243].

До першої групи належать коефіцієнт ліквідності (Кл) і покриття (Кпокр).

Коефіцієнт ліквідності (Кл) - співвідношення найбільш ліквідних засобів і боргових зобов'язань. Коефіцієнт ліквідності прогнозує здатність позичальника погасити борг банку в найближчій перспективі на основі оцінки структури оборотного капіталу. Чим вище коефіцієнт ліквідності тим вище кредитоспроможність.

Коефіцієнт покриття (Кпокр.) - співвідношення оборотного капіталу і короткострокових боргових зобов'язань. Коефіцієнт покриття показує межу кредитування, достатність усіх видів коштів клієнта, щоб погасити борг. Якщо коефіцієнт покриття менше 1, то він є некредитоспроможним.

Таблиця 1

Коефіцієнти першої групи

Показники	Сума, грн.
1.Грошові кошти	1410
2.Короткострокова дебіторська заборгованість	22567
3.Оборотні активи	207689
4.Короткострокові зобов'язання	270695
5.Коефіцієнт ліквідності ((п.1 + п.2) / п.4)	0,08
6.Коефіцієнт покриття (п.3 / п.4)	0,8

Показники оборотності капіталу, відносяться до другої групи та відображають якість оборотних активів і можуть використовуватися для оцінки зростання коефіцієнта покриття.

Таблиця 2

Коефіцієнти другої групи

Показники	Сума, грн.
1.Виручка від реалізації	107239
2.Середня сума капіталу	550599
3.Коефіцієнт оборотності капіталу(п.1/п.2)	0,2

Коефіцієнти залучення утворює третю групу оціночних показників. Вони розраховуються як ставлення всіх боргових зобов'язань до загальної суми активів або до основного капіталу; показують залежність фірми від позикових коштів. Чим вище коефіцієнт залучення, тим гірше кредитоспроможність позичальника.

Таблиця 3

Коефіцієнти третьої групи

Показники	Сума, грн.
1.Короткострокові зобов'язання	270695
2.Активи підприємства	1087178
3.Коефіцієнт залучення (п.1/п.2)	0,24

З третьою групою показників тісно пов'язані показники четвертої групи, що характеризують прибутковість фірми.

Таблиця 4

Коефіцієнти четвертої групи

Показники	Сума, грн.
1.Чистий прибуток	13158
2.Середня сума активів підприємства	1087178
3.Виручка від реалізації, т. н.	107239
4.Частка прибутку в доходах (п.1/п3)	0,1
5.Норма прибутку в активах (п.1/п.2)	0,01

Таблиця 5

Узагальнення результатів

Коефіцієнт	Достатні значення	Показники
Коефіцієнт Кл	Не менше 1,5	0,08
Коефіцієнт Коб.	Не менше 1	0,8
Коефіцієнт Кзал.	Не більше 0,5	0,24
Частка прибутку в доходах	Не менше 0,5	0,1
Норма прибутку в активах	Не менше 0,3	0,01

Аналіз, проведений на основі методики, запропонованої банками США,

показав, що «Хліб України» не є кредитоспроможним позичальником, дане підприємство не зможе повернути кредит.

У практиці роботи вітчизняних банків розроблено багато методик визначення кредитоспроможності. Найбільш поширені з них це рейтингова оцінка.

Аналіз кредитоспроможності підприємства-позичальника включає два основних етапи : загальний аналіз кредитоспроможності підприємства і рейтингова оцінка підприємства.

На першому етапі складається агрегований (укрупнений) баланс підприємства і потім за його показниками ведеться розрахунок системи фінансових коефіцієнтів.

Таблиця 6

Агрегований баланс підприємства-позичальника

Агрегат	Статті балансу	Номери рядків балансу	Сума
Активи			
A1	Найбільш ліквідні активи	1165 + 1160	1410
A2	Швидко реалізованих активи	1125 + 1155	23665
A3	Повільно реалізовані активи	1100 + 1110 + 1170 + 1190	71916
A4	Важко реалізовані активи	1095 + 1200	108717
	Баланс (A1 + A2 + A3 + A4)		1 184 169
Пасиви			
П1	Найбільш термінові зобов'язання	1610+1695	693671
П2	Короткострокові зобов'язання	1600	270695
П3	Довгострокові пасиви	1595	50597
П4	Постійні пасиви	1495 + 1700	550599
	Баланс (П1 + П2 + П3 + П4)		1 184 169

Далі розраховуються такі коефіцієнти : коефіцієнт поточної ліквідності (Кпл), коефіцієнт термінової ліквідності (Ктл), коефіцієнт абсолютної ліквідності (Кал), коефіцієнт автономії (Ка)[2].

Коефіцієнт абсолютної ліквідності дорівнює відношенню величини найбільш ліквідних активів до суми найбільш термінових зобов'язань і

короткострокових пасивів:

$$K_{ал} = \frac{НЛА}{НТЗ}$$

де: НЛА - найбільш ліквідні активи (грошові кошти); НТЗ - найбільш термінові зобов'язання.

В нашому прикладі коефіцієнт абсолютної ліквідності дорівнює 0,002. Він показує, що тільки 0,2% зобов'язань може бути погашена без додаткової мобілізації коштів.

Коефіцієнт термінової ліквідності, який дорівнює відношенню ліквідних коштів першого та другого класу до заборгованості:

$$K_{тл} = \frac{(ГК + КДЗ + КФВ)}{НТЗ}$$

де: ГК - грошові кошти; КДЗ - короткострокова дебіторська заборгованість; КФВ - короткострокові фінансові вкладення; НТЗ - найбільш термінові зобов'язання.

Оптимальне значення коефіцієнта вважається рівним 1, однак, в нашому прикладі він дорівнює 0,5, що свідчить про дуже низькі можливості підприємства під час своєчасного проведення розрахунків з дебіторами.

Коефіцієнт поточний ліквідності - це відношення поточних активів до короткострокових зобов'язань:

$$K_{пл} = \frac{ОА}{НТЗ}$$

де: ОА - оборотні активи; НСО - найбільш термінові зобов'язання.

В нашому прикладі коефіцієнт поточної ліквідності дорівнює 0,3, що свідчить про відсутність здатності до виконання короткострокових зобов'язань з поточних активів.

Коефіцієнт автономії розраховується як частка власних коштів у загальному підсумку балансу:

$$K_a = \frac{ВК}{ВБ}$$

де: ВК - власний капітал; ВБ - валюта балансу.

В нашому прикладі коефіцієнт автономії дорівнює 0,4. Це свідчить про зменшення фінансової незалежності, підвищення ризику фінансових труднощів в майбутніх періодах.

У залежності від величини цих коефіцієнтів підприємства, як правило, розподіляються на 3 класи кредитоспроможності [1, с.280].

Рейтингова оцінка підприємства-позичальника є узагальнюючим висновком аналізу кредитоспроможності. Рейтинг визначається в балах. Сума балів розраховується шляхом множення класності кожного коефіцієнта та його частки.

Зробивши рейтингову оцінку підприємства “Хліб України”, який набрав 260 балів, можна зробити висновок, що воно відноситься до клієнтів третього класу. Таким клієнтам в більшості випадків банки кредитів не видають, а якщо видають, то розмір наданої позики не повинен перевищувати розмір статутного фонду. Процентна ставка за кредит встановлюється на високому рівні.

Провівши аналіз методик визначення кредитоспроможності позичальника, які застосовуються в американській та українській практиці, можна зробити висновок, що в українській банківській практиці основний акцент робиться на оцінку поточної ситуації, тобто завжди використовується інформація минулих періодів, в той час як у західних банках увагу аналітика спрямоване не тільки на аналіз попередньої діяльності компанії, але і прогнозування подальшої її роботи.

Список використаної літератури

1. Оцінка кредитоспроможності та інвестиційної привабливості суб'єктів господарювання / А. О. Єпіфанов, Н. А. Дехтяр, Т. М. Мельник. – Суми: УАБС НБУ, 2014. – 286 с.
2. Сучасні методи оцінки кредитоспроможності позичальників банками України. // Фінанси, облік, банки. – 2014. – С. 241–245.
3. Державна акціонерна компанія "Хліб України" [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: <https://smida.gov.ua/db/participant/20047943>

*Максименко Д.В., к.е.н., доцент
доцент кафедри обліку і оподаткування та маркетингу
Мукачівський державний університет
diana2479@list.ru*

ОРГАНІЗАЦІЯ ЗБАЛАНСОВАНОЇ СИСТЕМИ ПОКАЗНИКІВ НА ПІДПРИЄМСТВІ

Економічна ситуація в Україні зумовлює використання українськими підприємствами сучасних підходів, інструментів та методів управління підприємством для забезпечення їх конкурентоспроможності на внутрішньому та зовнішніх ринках. Вирішальне значення має стратегічне управління як один із сучасних підходів ефективної адаптації до мінливого зовнішнього середовища, забезпечення конкурентоспроможності та довгострокового успіху підприємства.

Для прийняття управлінських рішень стало замало інформації щодо минулих досягнень. Посилення значущості стратегічних принципів управління, ринкових важелів у забезпеченні ефективної діяльності підприємств зумовили необхідність переосмислення оціночних параметрів їх функціонування і розвитку. Відмова керівництва в умовах жорсткої конкуренції вкладати кошти у довгостроковий розвиток підприємства через небажання погіршувати результати поточної діяльності, тобто орієнтація виключно на традиційні фінансові показники, не зможуть забезпечити організації довгострокове зростання і стабільність існування. На практиці підприємства досить часто стикаються із труднощами саме під час реалізації стратегії: помітний серйозний розрив між стратегічними цілями і щоденними діями співробітників, між баченням вищого керівництва й ініціативами, що починаються на нижчому рівні управління [4].

Одним із інструментів оцінки стратегії підприємства, виявлення резервів для забезпечення стабільності та покращення організації бізнес-процесів, взаємодії з групами впливу та ряду інших критеріїв є впровадження

збалансованої системи показників, яка була розроблена професором Гарвардського університету Робертом Капланом та зовнішнім консультантом доктором Девідом Нортоном протягом останнього десятиліття XX ст. Револьюційний характер даної концепції полягає у зміщенні ракурсу дослідження з оцінки виключно фінансових індикаторів ефективності функціонування компанії, як це історично здійснювалося, на значно ширше коло категорій, до яких окрім фінансової сфери також традиційно включають такі напрямки як оцінка бізнес-процесів, клієнттури та можливостей розвитку і зростання суб'єкта господарювання.

Збалансована система показників включає фінансові й нефінансові показники діяльності підприємства для внутрішніх управлінських цілей і, насамперед, спрямована на зв'язування показників у грошовому вираженні з операційними вимірниками таких аспектів діяльності підприємства, як задоволення клієнта, внутрішньофірмові господарські процеси, інноваційна активність, заходи з поліпшення фінансових результатів [1].

З метою якісного впровадження збалансованої системи стратегічних показників на сучасному підприємстві необхідно звернути увагу на такі особливості цього процесу.

1. Причинно-наслідкові взаємозв'язки носять скоріше не безумовний, а гіпотетичний характер. Організація має поступово збирати інформацію для визначення цих взаємозв'язків. У господарській діяльності необхідно адекватно адаптувати систему до відповідних змін. Можливість удосконалення системи дозволяє уникнути проблем, пов'язаних із спробами створити «ідеальну» систему на початку. Важливим завданням є визначення того, наскільки сильні зв'язки між фінансовими і не фінансовими індикаторами.

2. Не потрібно очікувати постійного поліпшення усіх показників.

3. Не варто обмежуватись використанням лише об'єктивних показників. Збалансована система стратегічних показників може опиратись як на об'єктивні, так і на суб'єктивні показники (оцінки покупцями і працівниками рівня задоволення їх потреб). Однак використовуючи суб'єктивні показники,

потрібно пам'ятати, що вони, з одного боку, є джерелом інформації, але з іншого – для них характерний відповідний рівень неточності та умовності.

4. Перш ніж внести у систему такі завдання, як впровадження інформаційних технологій та проведення досліджень розробок, потрібно співставити витрати на них і вигоди від їх запровадження.

5. Важливо пам'ятати про нефінансові індикатори під час оцінки діяльності менеджерів та інших працівників компанії.

Збалансована система показників може застосовуватися для досягнення таких цілей, як:

- роз'яснення прийнятої стратегії;
- доведення стратегії до співробітників організації;
- узгодження зі стратегією завдань підрозділів і персональних цілей співробітників;
- ув'язування стратегічних завдань із довгостроковими цілями й річним бюджетом;
- виявлення й координація стратегічних ініціатив;
- періодичний і систематичний перегляд стратегії;
- установлення зворотного зв'язку для коригування стратегії.

Зазначимо, що підсистема збалансованої системи показників може ефективно інтегруватися у комплексну інформаційну систему управління витратами, побудовану на основі процесної структури підприємства, в яку будуть входити, крім обліку за центрами відповідальності та формування відповідної звітності, ще й такі відомі підсистеми управління, як бюджетування на основі операцій/процесів (“AB-Budgeting”), калькулювання на основі операцій/процесів (“ABCosting”), підсистема аналізу витрат і формування відповідних управлінських звітів [3].

Під час організації збалансованої системи показників важливо знати про “систему показників відповідальності” (“Accountability Scorecard – ASC”). “Система показників відповідальності ASC призначена для пошуку своєрідного

“балансу інтересів” між самим підприємством і різними зацікавленими сторонами” .

Збалансована система показників допомагає виявити структуру багатьох критичних управлінських процесів: цілі підрозділів та окремих працівників, бізнес-планування, розміщення капіталу, стратегічні ініціативи, зворотній зв'язок та навчання, які часто є нескоординованими та націлені на досягнення короткострокових операційних цілей.

Використання збалансованої системи показників у системі стратегічного управління на підприємстві дозволить підвищити ефективність стратегічного управління на всіх його етапах: починаючи від здійснення стратегічного аналізу, розробки стратегії, реалізації стратегії та закінчуючи здійсненням стратегічного контролю.

Список використаної літератури

1. Каплан Роберт С., Нортон Дейвид П. Сбалансированная система показателей. От стратегии к действию. – 2-е изд., испр . и доп ./ Пер. с англ. – М.: ЗАО «Олимп-Бизнес», 2004. – 320 с.
2. Міщенко А.П. Стратегічне управління: Навч. посібник/ Міщенко А.П. – К.: ЦУЛ, 2004.– 336 с.
3. Раметов А.Х. Управленческий учет по сегментам деятельности предприятия по сегментам деятельности предприятия/Раметов А.Х.// Бухгалтерский учет. – 2007. – № 20. – С. 58-59.
4. Сопко В.В., Герасимович А.М., Игнатенко М.С. Облік та аналіз в управлінні підприємством/ Сопко В.В. - К.: Техніка, 2012. – 182 с.
5. Чибісов Ю.В. Управлінський облік як інформаційно-аналітична база бюджетного управління/ Чибісов Ю.В.// Вісник Житомирського державного технологічного університету / Економічні науки. – Житомир: ЖДТУ, 2005. – № 2 (32). – С. 202-207.

*Молодецька О.М., к. е. н., доцент
доцент кафедри обліку, оподаткування
публічного управління та адміністрування
Цибуля Ю.К., магістрант
ДВНЗ «Криворізький національний університет»
E-mail: yuliya.czybulya.95@mail.ru*

ПДВ ЯК ЦІНОУТВОРЮЮЧИЙ ФАКТОР

Однією із найбільш складних та надзвичайно важливих економічних категорій виступають податки. Їх поява датується першими проявами формування державності та пов'язується з функцією акумуляції коштів для утримання апарату державного управління. Сьогодні податки виступають обов'язковим елементом будь-якої економічної системи держави незалежно від моделі економічного розвитку та політичного устрою. Відсутність податків в економіці держави неможлива, оскільки одразу паралізується її фінансова система, зникає головне джерело бюджетних надходжень, зникає можливість ефективно утримувати апарат управління державою, а останній перестає бути мотивований виконувати свої функції. Відповідно, розмір коштів, який має щорічно збиратись державою у вигляді податків, багато в чому залежить від витрат держави на виконання своїх функцій, що обумовлює важливість взаємного податкового та бюджетного планування.

Система оподаткування підприємств в контексті її функціонування відображає двоїстий характер податкових відносин. З одного боку, вона відображає інтереси держави, оскільки податки є основним джерелом доходів бюджету, а з іншого – має бути необтяжливою для підприємств, аби не спричиняти ефективності функціонування та зростання ймовірності банкрутства підприємств.

Податкова система представляє собою сукупність загальнодержавних та місцевих податків і зборів, що справляються в установленому законодавством порядку до бюджетів різних рівнів.

Податкова система України почала своє становлення у 1991 році із прийняттям Закону України «Про систему оподаткування» [1]. Вже пройшло понад 20 років, але і досі вона постійно знаходиться на стадії реформування.

На сьогодні постала гостра проблема у забезпеченні стабільності податкової системи України, її відповідності встановленим законодавством принципам. Для забезпечення сталого економічного розвитку країни необхідно постійно аналізувати усі зміни, що відбуваються у податковому законодавстві країни, оцінювати їх вплив, як на платників податку, так і на формування місцевих і державного бюджетів України.

Податок на додану вартість придумав Вільгельм Сіменс у 1918 році, а Моріс Лоре запровадив цей податок у Франції в 1954 році. Отже ПДВ можна вважати доволі «молодим» податком, однак він є основним наповнювачем бюджетів багатьох країн світу (використовується в більш ніж 140 країнах світу).

В той же час існують й противники щодо застосування цього податку. Найвідоміша країна, де немає ПДВ, – США. Також ПДВ відсутній у багатьох мікродержавках, де майже нічого не виробляється, а також у країнах багатих на природні ресурси у зв'язку із наявністю в них інших джерел доходу.

За період функціонування ПДВ накопичилося достатньо інформації, як можна вдосконалити цей податок. Нині багато країн світу знаходяться в процесі реформування ПДВ, серед яких найпоширенішими є наступні цілі: встановлення нижчих ставок ПДВ на товари першої необхідності, спрощення адміністрування та сплати ПДВ, боротьба з ухиленням від сплати ПДВ, адаптація ПДВ до прискорення інтеграційних процесів тощо.

Розглянемо ставки податку на додатну вартість, що застосовувались з моменту прийняття Україною статусу незалежності (табл. 1).

Отже, податок на додану вартість належить до непрямих податків, який сплачується до державного бюджету на кожному етапі виробництва продукції товарів, виконання робіт, надання послуг, за умов імпорту товарів до або під

час митного оформлення. ПДВ домінує серед непрямих податків, що надходять до бюджету і тим самим виконує яскраво виражену фіскальну функцію.

Таблиця 1

Зміни, що відбулися у ставках оподаткування ПДВ з 1992 по 2017 роки

Назва податку	Рік	Основна ставка	Примітка
Податок на додану вартість	1992- I квартал 2014 року	20%, 0%;	
	II квартал 2014 року – до сьогодні	20%, 7%, 0%	7% - за операціями з постачання лікарських засобів та виробів медичного призначення.

В Україні існують численні недоліки адміністрування ПДВ, спричинені недосконалістю податкового законодавства, що призводить до негативного впливу на фінансово-господарські рішення його платників. Слід зазначити, що ПДВ виступає суттєвим чинником, здатним стимулювати або стримувати ділову активність платників цього податку. Крім того, ПДВ є ціноутворюючим елементом та може істотно впливати на загальний рівень цін, оскільки входить до ціни реалізованих товарів (виконаних робіт, наданих послуг). Цей податок обмежує величину прибутку підприємств, тому що в умовах конкуренції не завжди можливе підвищення ціни на величину цього податку, особливо у випадках підвищення ставки ПДВ.

Підвищення цін на суму цього податку може призвести до зниження попиту, тому що ПДВ, який сплачує підприємство, прямо пропорційний еластичності попиту на продукцію та обернено пропорційний еластичності пропозиції. Коли сформовані на ринку попит і пропозиція дають змогу встановлювати ціну, включаючи до неї ПДВ, на рівні, що задовольняє потреби підприємства для продовження господарської діяльності, то тягар податку несе кінцевий споживач. Якщо ж такі умови відсутні, то витрати зі сплати ПДВ покладаються на продавця товару (виробника). Враховуючи це, підприємству необхідно сформувати ціну на товари (роботи, послуги) таким чином, щоб сплачений податок не призводив до скорочення попиту, зниження обсягів продажу і прибутку, відволікання обігових коштів, зниження фінансової

стійкості підприємства, його платоспроможності, ліквідності та фінансових труднощів у майбутньому.

В окремих випадках ПДВ може дорівнювати або бути більшим, ніж величина отриманого прибутку, і стягуватись навіть за рахунок амортизаційного фонду, фонду оплати праці та інших витрат. Це є актуальним, особливо в умовах фінансової кризи та зниження курсу національної валюти, коли більшість доходів підприємства знецінюються, частка прибутку в ціні продукції скорочується, а порівняно висока ставка ПДВ і його зростаюча питома вага у ціні товару спричинює спад попиту на продукцію. Внаслідок цього ПДВ сплачується за рахунок тієї частини обігових коштів, яка необхідна підприємствам для ведення поточної діяльності. Відповідно такі умови позбавляють суб'єктів господарювання ресурсів розвитку та призводять до їх фінансової неспроможності та погіршують фінансовий стан.

Отже, діючий в Україні механізм стягнення податку на додану вартість потребує вдосконалення у напрямку зменшення його впливу на фінансово-господарську діяльність суб'єктів господарювання. Цей податок є ціноутворюючим елементом продукції підприємства, тому впливає на обсяги її реалізації. Відволікання обігових коштів, зумовлене сплатою податку, за відсутності реальних джерел їх поповнення та несвоєчасне повернення ПДВ державою призводить до зниження економічної активності, обсягів виробництва, несвоєчасних розрахунків з бюджетом, цільовими фондами, постачальниками та кредиторами. Як наслідок – зниження чистого прибутку підприємства призводить до зниження величини його фінансових результатів діяльності, погіршення фінансового стану, а в умовах фінансової кризи – навіть до банкрутства.

Список використаної літератури

1. Закон України «Про систему оподаткування» №1251-ХІІ від 25.06.2001р. [Електронний ресурс] // Офіційний сайт Верховної Ради України. – Режим доступу: www.zakon.rada.gov.ua

2. Податковий кодекс України від 02.12.2010 № 2755-VI (зі змінами та доповненнями). – Режим доступу: <http://zakon0.rada.gov.ua/laws/show/2755-17>

3. Гармонізація податкового законодавства : українські реалії : монографія / [Білецька Г. М., Кармаліта М. В., Куц М. О. та ін.]. – К.: Алерта, 2012. – 222 с.

Мотринець К., студент
Науковий керівник: Максименко Д.В., к.е.н., доцент
доцент кафедри обліку і оподаткування та маркетингу
Мукачівський державний університет
diana2479@list.ru

УПРАВЛІНСЬКИЙ ОБЛІК ВИТРАТ

Відомо, що інформація, на основі якої приймають управлінські рішення, має великий вплив на їх якість та ефективність.

Особливістю управлінського обліку є те, що на місце чисто процедурних обліково-економічних завдань висувається нове завдання – забезпечення потреб користувачів у такій інформації, яка носить адресний характер, тому зрозуміло, що для різних груп користувачів треба забезпечити різну інформацію.

Для управління потрібна інформація не просто про витрати, а про об'єкти витрат - продукцію, роботи, послуги або вид діяльності, які потребують визначення пов'язаних з їх виробництвом (виконанням) витрат.

Управлінський облік організовується в такому порядку, щоб повністю задовольнити потреби управління в інформації щодо формування собівартості і визначення рентабельності окремих видів продукції. Щоб організувати такий облік треба визначити, в якому розрізі і кому потрібна інформація. Починати слід з вивчення запитів окремих працівників апарату управління. Після аналізу зібраної інформації робиться зведений опис необхідної інформації і головний бухгалтер розробляє методику формування, збору, обробки і подачі інформації користувачам.

Управлінський облік здійснюється окремою службою, працівники якої повинні бути обізнані з технологією виробництва, обліком, аналізом, володіти математичними методами в економіці, добре знати склад витрат, що включаються в собівартість і методику калькулювання собівартості продукції [1].

Для збереження і покращення загальної прибутковості підприємства керівництво повинно знати розміри витрат і прибутків на будь-який момент по окремих видах продукції, по кожному структурному підрозділу. Облік витрат дає цю інформацію, допомагає контролювати витрати, встановлювати критерії ефективності виробництва.

Облік витрат - відображення витрат, що здійснюються на підприємстві протягом певного періоду, пов'язаних з процесами постачання, виробництва і реалізації в розрізах, що формують собівартість готової продукції.

Облік витрат на виробництво необхідно розглядати як сукупність взаємопов'язаних послідовних, організаційних, логічних, розрахункових операцій і процедур формування інформації про витрати. В цьому обліковому процесі здійснюється первинний облік, групування, систематизація інформації, а також калькулювання собівартості продукції.

Завданнями управлінського обліку витрат є:

1. Скорочення витрат шляхом порівняння фактичних витрат з витратами, передбаченими в кошторисі.
2. Збалансування виробництва по підрозділах, щоб підтримувати рівномірний потік матеріалів.
3. Забезпечення повних, точних даних про діяльність підприємства.

На побудову обліку виробничих витрат впливає безліч факторів, які доцільно об'єднати в групи: загально-організаційні, обліково-організаційні та технологічні.

До загально-організаційних факторів відносяться: вид підприємницької діяльності, галузь та підгалузь виду діяльності, форма спеціалізації, організаційна побудова, тип виробництва.

До обліково-організаційних факторів відносяться: методи оцінки об'єктів обліку, організація внутрішньогосподарських відносин, методи формування виробничої собівартості продукції, склад і структура окремих калькуляційних статей, можливість організації їх аналітичних розрізів, прийнятий варіант методу калькулювання за ознаками повноти (повних або неповних витрат) та періодичності (позамовний або попроцесний).

Технологічними факторами виступає технологічний процес виробництва, який можна класифікувати за різними ознаками:

- Одержання продукту праці: видобувні і переробні;
- Технології: перервні і безперервні;
- Технологічних операцій: механічні і органічні;
- Організації (центів витрат): робочі місця, фази, технології, переділи тощо.
- Продукції: за формою, за ступенем готовності, за конструкторською та технологічною складністю.

Управлінська інформація дає можливість керівництву приймати більш ефективні рішення. Поточні рішення приймаються з урахуванням загального стану економіки та наявності ресурсів й можливостей підприємства на даний відрізок часу, але на ці рішення значно впливає якість довгострокових рішень, причому довгострокові рішення важко змінити (за певних умов вони не підлягають зміні), а поточні рішення можна змінювати, і доволі часто.

Управлінський облік обмежується, в основному, деталізацією аналітичного обліку витрат на виробництво, створенням системи формування собівартості на основі норм витрачання ресурсів підприємства. Хоча він базується на даних фінансового обліку, проте групування витрат і різні розрахунки, пов'язані з визначенням собівартості становлять його суть. За своєю методологією управлінський облік наближається до інженерних розрахунків щодо визначення собівартості. В центрі уваги знаходяться розрахунки собівартості в різних ракурсах за елементами витрат, за статтями

витрат, за видами продукції в цілому і окремими деталями, вузлами, за нормами витрат і відхилення від норм тощо [2].

Інформація про собівартість продукції є конфіденційною і вона призначена для службового користування без права розголошення.

Таким чином, предметом управлінського обліку є контроль за формуванням собівартості продукції в розрізі центрів витрат і сфер відповідальності і визначення рентабельності та пошук резервів зниження витрат і зростання прибутку.

Раціональна організація управлінського обліку має безпосередній вплив на ефективність витрат у процесі управління підприємством, яка забезпечується глибоким розумінням сутності витрат операційної діяльності та їх економічно обґрунтованою класифікацією [3].

Витрати можна класифікувати за багатьма ознаками. Погляд на витрати з різних точок зору дає можливість більш гнучко оперувати категорією собівартості продукції з метою визначення на ринку вдалої цінової пропозиції на товари і послуги фірми, а також використання облікової інформації для різних потреб управління.

Список використаної літератури

1. Атамас П. Й. Управлінський облік / П. Й. Атамас. – Д.-К.: Центр навчальної літератури, 2008. – 440 с.
2. Білоусова І. Проблеми обліку виробничих витрат і калькулювання собівартості продукції промисловості / І. Білоусова, М. Чумаченко // Бухгалтерський облік і аудит. – 2009. – №3. – С. 4–11.
3. Василенко В. О. Стратегічне управління / В. О. Василенко, Т. І. Ткаченко. – К.: ЦУЛ, 2003. – 396 с.

*Муштай В.А., к.е.н
доцент кафедри статистики, АГД та маркетингу
Сумський національний аграрний університет
vamushtay@mail.ru*

СТРАТЕГІЧНЕ ПЛАНУВАННЯ ТА ОРГАНІЗАЦІЯ ЗБУТОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

Розподілення є одним з найважливіших рівнів маркетингових взаємодій підприємства під час яких формується його розподільча система. Управління каналами збуту є найважливішою проблемою маркетингової діяльності підприємства та становить основний зміст розподільчого субміксу маркетингу.

Вважаємо, що напрямки стратегічного планування маркетингової діяльності підприємства можуть бути зведені до: визначення та опанування найбільш привабливих ринкових сегментів; протидії конкурентам за всіма елементами маркетингового міксу, що сприятиме підвищенню рівня конкурентоспроможності товарів підприємства; нарощування обсягів виробництва, зростання ринкової частки та збільшення його прибутковості.

Оскільки розподільча політика представляє собою упорядковану сукупність рішень з доведення продукції до кінцевого споживача, то, на нашу думку, рішення в галузі розподільчої політики підприємства мають представляти собою єдину систему та поділятися на дві групи:

1) рішення з організації каналів збуту продукції (вибір шляхів та каналів збуту; формування моделей розподільчих мереж; створення оптимальної розподільчої системи);

2) рішення з розробки та реалізації маркетингових заходів з переміщення товару (маркетинг – логістика) (складання схеми складування готової продукції; контроль за формуванням та використанням виробничих запасів; сервісне забезпечення поставок та обслуговування споживачів; організація транспортування продукції).

Щодо критеріїв прийняття рішень при плануванні та здійсненні заходів

розподільчої політики, то ними мають стати: збільшення обсягів товарообігу; збільшення ринкової частки; зниження комерційного ризику в розподільчій мережі; підвищення якості поставок товарів до кінцевого споживача та якості його обслуговування [1].

Таким чином, підвищення ролі збуту в виробничо - маркетинговій діяльності підприємства вказує на необхідність реструктуризації системи управління його розподільче – збутовими мережами. Пропонуємо вирішити дану задачу через удосконалення процесу організації та планування збутової діяльності підприємства.

На нашу думку, в системі управління розподільче – збутовою мережею підприємства мають бути чітко виділені три підсистеми: організаційна, планова та контролінгу.

Система управління збутом та розподілом має обов'язково базуватися на маркетингових дослідженнях, що є основою для всіх маркетингових дій підприємства. Такими дослідженнями в галузі планування збуту можуть бути: вивчення думок споживачів та споживчих переваг; аналіз каналів розподілу; аналіз ринкової ситуації, враховуючи дослідження місткості ринку; динаміка продажів галузі; визначення частки суб'єктів розподільчої мережі в загальному збуті продукції, вивчення можливостей виходу на зовнішні ринки. Отже, маркетингові дослідження мають становити базу для планування елементів маркетингової діяльності підприємства в галузі управління збутом [2].

Розробка прогнозів попиту та кон'юнктури є основою для підготовки прогнозів реалізації товарів. Вважаємо, що складання цих видів прогнозів потребує комплексного підходу, що дозволить забезпечити їх єдину цільову спрямованість на збільшення потреб споживачів. Тому, прогноз реалізації товарів, як і прогноз попиту та кон'юнктури, пропонуємо складати в декількох варіантах для різних форм товароруху, стимулювання збуту та торгових комунікацій. Переконані в тому, що забезпечення наукової обґрунтованості прогнозу реалізації має велике значення, оскільки є основою здійснення всіх комерційних операцій продовж прогнозного періоду та базою для визначення

потреби в товарних запасах, складання наявних планів реалізації, доходів, витрат на рекламу та стимулювання збуту.

Пропонуємо, поряд з розробкою заходів стимулювання каналів звернути увагу на планування надання споживачам додаткових послуг, що без сумніву сприятиме підвищенню рівня конкурентоспроможності як окремих товарів, так і підприємства в цілому. Недооцінка значення високого рівня обслуговування споживачів впливає на ступінь їх задоволеності, що будь в якому випадку проявляється в показнику упущених замовлень. Доведено, що в сучасних умовах одним із основних критеріїв прийняття споживачами рішення про купівлю стає високий рівень сервісу.

Тому, наші пропозиції щодо створення в системи розподілу, яка враховуватиме як вигоди, так і витрати, пов'язані з обслуговуванням стосуються необхідності: визначення цінних для споживачів показників обслуговування (швидкість поставки, широкий асортимент, знижки); оцінки питомої ваги кожного з показників обслуговування (на основі маркетингових досліджень на підприємстві пропонуємо складати рейтинг визначених показників); порівняння отриманого рейтингу з рівнем обслуговування, що пропонують конкуренти, та визначення сильних та слабких сторін сервісу підприємства та (або) його посередника; аналізу впливу змін в обслуговуванні на рівень доходів (маркетингологи підприємства мають аналізувати отриману від споживачів інформацію та результативність діяльності конкурентів); визначення витрат, необхідних для забезпечення різних рівнів обслуговування (витрати на транспортування, складування). Порівняння перспективних оцінок доходів та витрат, на нашу думку, дозволить підприємству визначити оптимальний рівень обслуговування.

І на останнє, контроль за збутом та розподіленням продукції, на нашу думку, обов'язково має передбачати врахування впливу внутрішніх та зовнішніх факторів; аналіз показників торгівельної звітності; виявлення відхилень фактичних результатів збутової діяльності підприємства та розподільчої мережі в цілому від запланованих показників; розробку заходів з

удосконалення процесу планування збуту; коригуванню плану продажів; пошуку нових оціночних показників, алгоритму складання плану реалізації.

План продажів продукції є основним стратегічним та оперативним документом. Вважаємо, що в умовах ринку план збуту має складатися на основі портфелю замовлень споживачів.

На першому етапі розробки плану продажів пропонуємо визначати обсяги торгівельних запасів та розраховувати планові торгові показники:

1. Обсяг продажів на запланований термін при рівномірних постачаннях:

$$П_{пр} = П_{ср} * Т_{пер} \quad (1)$$

де $П_{ср}$ – середньодобовий обсяг продажів товарів, грош.одн, $Т_{пер}$ – плановий період продажів (місяць, квартал, рік);

2. Річний обсяг реалізації:

$$П_{пр} = НП + ГП \quad (2)$$

де $НП$ – обсяг готової продукції; $ГП$ – залишки готової продукції.

3. Прибутковість конкретного (і –го) сегменту:

$$Пс = Рс / Вс \quad (3)$$

де $Рс$ – результати і – го сегменту; $Вс$ – витрати і – го сегменту.

Другий етап планування продажів має передбачати складання програми руху товаропотоків за всіма ланцюгами розподільчої логістичної мережі, що має бути пов'язано з плануванням потреби в складських приміщеннях та транспортних засобах.

На заключному етапі розробки плану продажів пропонуємо підприємству розробити модель масових переміщень продукції, оптимізувати схему розміщення складських приміщень, скласти плани – графіки підготовки товарів до відвантаження та здійснення постачань продукції споживачам.

З огляду на вищевикладене, констатуємо, що правильне планування продажів забезпечить підприємству комплексне вирішення господарських та фінансово – економічних задач: 1) своєчасне виконання замовлень споживачів з урахуванням ступеня їх терміновості; 2) скорочення торгівельних запасів та покращення їх обіговості; 3) оптимальний розподіл перевезень за різними

видами та типами транспортних засобів; 4) підвищення якості обслуговування споживачів.

Для оцінки комерційного успіху підприємства пропонуємо розраховувати ефективність збуту (коефіцієнт ефективності збуту), що характеризує обсяг реалізації у вартісному вираженні по відношенню до сукупних витрат обігу:

$$K_{\text{эф. з.}} = (TR_{\text{т}} + TR_{\text{п}}) / (U_{\text{т}} + U_{\text{з}}) * 100\% \quad (4)$$

де $TR_{\text{т}}, TR_{\text{п}}$ - загальний обсяг реалізації товарів та послуг; $U_{\text{т}}$ – загальні поточні витрати на оренду та інші витрати, що не залежать від обсягу реалізації; $U_{\text{з}}$ – сукупні витрати обігу, що залежать від зміни обсягу реалізації, грош. од.[2].

І останнє, при плануванні збуту, обов'язковим на нашу думку має стати облік невідконтрольних підприємству зовнішніх маркетингових факторів. Ігнорування цих факторів може призвести до серйозних проблем та помилок у врахуванні ринкових змін, особливо прогнозних тенденцій стану ринкової кон'юнктури, а також недооцінці тенденцій розвитку комерційної діяльності конкурентів. Поряд з цим радимо підприємствам враховувати, те, що перевагу по важливості потрібно віддавати максимізації сукупного обсягу продажів за дослідний період відносно сукупних витрат. Досягнення даного критерію може стати основою для збільшення частки підприємства на ринку, ефективного формування системи попиту та стимулювання збуту, високого рівня обслуговування споживачів і в кінцевому підсумку вміння правильно оцінювати ринкові стратегії збуту.

Список використаної літератури

1. Гросул В.А. Маркетингове стратегічне планування на підприємстві. / В.А. Гросул, Г.С. Мамаєва // Економічна стратегія і перспективи розвитку сфери торгівлі та послуг. - 2012. - Вип. 1(1). - С. 201-205.
2. Коновал В.В. Підвищення економічної ефективності діяльності підприємств легкої промисловості засобами збутової маркетингової стратегії / В.В. Коновал, О.А. Шлапак // Електронне наукове фахове видання «Глобальні та національні проблеми економіки». – <http://www.global-national.in.ua.-2016.-№11>. – с. 387 - 392

*Нехай В.В., к. е. н., доцент
доцент кафедри фінансів, менеджменту та банківської справи
економіко-гуманітарний факультет у м. Мелітополі
Запорізького національного університету
dflbv63@bk.ru*

МЕТОДИ УСУНЕННЯ ОРГАНІЗАЦІЙНИХ ПРОБЛЕМ ЗБУТУ ПРОДУКЦІ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКОГО МАШИНОБУДУВАННЯ

Відділи з маркетингу на підприємствах є початковим пунктом організації каналів збуту. Розглянемо популярні та непопулярні канали збуту, які використовуються на практиці, та проаналізуємо їх результативність.

Так звана «система незалежних каналів» збуту полягає у періодичній взаємодії окремих приватних підприємств, які контактують один з одним для досягнення спільних цілей. На практиці це виглядає наступним чином: незалежний посередник-торговець займається товарами одразу декількох виробників. До підфункцій функції збуту, які виконуються за таких обставин, можна віднести зберігання, транспортування, підтримку якості. Крім того, за такої форми взаємозв'язку посередник може надавати кредитну підтримку покупцю, як у звичній формі, так і у формі відстрочки платежу. Збір інформації щодо стану збуту та можливостей і тенденцій ринку не завжди відбувається. Цей варіант є звичним та ризикованим для виробника, що пояснюється неотриманням вірогідної інформації про ринкове положення продукту. На наш погляд, ця система організації збуту близька до консолідованої маркетингової організації виключно у частині незалежності виробників від сторонньої організації зі збуту.

Наступний приклад: корпоративний маркетинговий канал об'єднує під керівництвом одного власника всі стадії від початку виробництва і до доведення товару до виробника. Його переваги - контроль у високому ступені. Однак, як вважають спеціалісти, мають місце високі фінансові та правові ризики.

Визначаючи структуру каналів збуту, Жан-Жак Ламбен наступним чином характеризує спеціалізовані сервісні канали, які у певній мірі близькі до поняття «консолідований маркетинг»: «Спеціалізовані сервісні компанії – це комерційні організації, які виконують інші дистриб'юторські завдання окрім закупки, продажу і передачі права власності. З точки зору фірми це підрядники, які спеціалізуються на виконанні певних збутових функцій. Найширше розповсюдження отримали такі типи спеціалізованих компаній, як транспортні агенції, складські агенції, фірми, що проводять ринкові дослідження, фінансові агенції, страхові компанії тощо. Вони включаються в маркетинговий канал за потреби, а їх послуги оплачуються у формі комісійних або у фіксованих гонорарах [1]. Як зазначив автор, цей приклад пов'язаний зі звичною підрядною роботою, аутсорсингом певних функцій, найчастіше, з обслуговування продажів. Контракти з ними мають разовий характер, а це тягне за собою відсутність системної роботи з конкретним товаром.

Дослідник питань маркетингового управління А.В. Войчак вказує на існування співробітництва в каналах розподілу: «Співробітництво в каналах розподілу можна забезпечити, призначивши керівника каналу, який координує, надає допомогу і спрямовує інших учасників. Керівником каналу може бути будь-який його суб'єкт. Фірма також може стати керівником каналу, але тоді, коли вона здатна впливати на інших. Така здатність може виявлятися в тому, що фірма, по-перше, може налагоджувати або подавати допомогу іншим учасникам, що забезпечується її міцним фінансовим станом або особистими контрактами зі споживачами; по-друге, може впливати на інших суб'єктів каналу; по-третє, ідентифікується з іншими членами каналу, створюючи їм перевагу над іншими; по-четверте, може диктувати свої умови іншим» [2]. Саме остання характеристика дозволяє піддавати сумніву широке застосування такої організації маркетингу у галузі сільськогосподарського машинобудування, зважаючи на те, що метою організації є збут аналогічної та спорідненої продукції, тому будь-які переваги для однієї з компаній – учасниць піддають сумніву виконання місії покращення збуту продукції інших.

Також автор наводить схему співробітництва в каналах розподілу, яка забезпечує створення вертикальної маркетингової системи – рисунок 1.

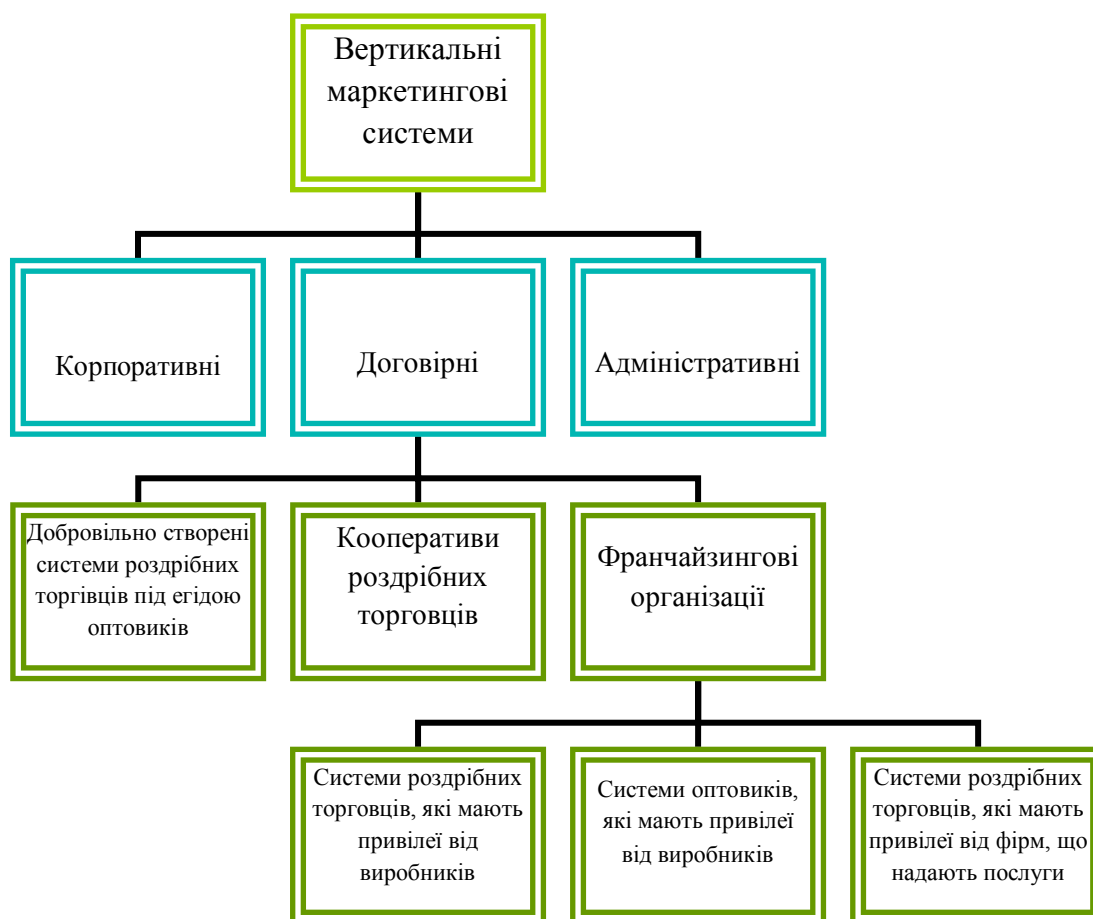


Рисунок 1 - Вертикальні маркетингові системи [2]

Вертикальні маркетингові системи існують у практиці країн Заходу і є об'єднаннями, де взаємовідносини суб'єктів формуються у відповідних контрактах. А цю обставину якраз доречно використати при запровадженні організацій консолідованого маркетингу.

Проаналізуємо результативність одного з методів організації маркетингу для сільського господарства (галузь, підприємства якої можуть бути учасниками організацій консолідованого маркетингу разом з підприємствами сільськогосподарського машинобудування). Проблеми збуту могли б вирішуватись об'єднаннями виробників або управліннями зі збуту, які повинні бути професійними маркетинговими агенціями, що виконують функції

організації, маркетингу та укладанню угод. Але існування таких організацій є, по-перше, скоріш виключенням, по-друге, такі організації існують на державному рівні, що передбачає регулювання державою, а по-третє, вони мають предметом діяльності сировину. Причиною є те, що існує особливе відношення у будь-якій державі до торгівлі сировиною. Розвинуті країни не повинні допускати витоку за кордон необробленої в межах національного простору сировини, тобто «давати заробити» на своїй ресурсній сировинній базі іншим країнам. Вказані ж організації, зважаючи на високі закордонні ціни, мають метою збувати сільськогосподарську сировину за кордон.

Більш зразковими та близькими є наступні приклади. Існує Управління молочної промисловості Нової Зеландії, управління зі збуту пшениці Австралії. Подібні організації існують в Канаді, Франції, Великобританії, у країнах Африки.

Основні функції їх діяльності описали Кольс і Уйль [3]:

- 1) Колективне ведення переговорів про ціну та укладання угод від імені всіх виробників даного товару;
- 2) Виконання ролі єдиного агента зі збуту даного товару, що має широкі повноваження у всіх аспектах маркетингу, включаючи володіння складськими приміщеннями;
- 3) Фінансування діяльності зі збору даних про ринок та ринкові дослідження;
- 4) Укладання угод про об'єднання виробників для розділення доходів серед фермерів;
- 5) Регулювання виробництва та збуту. Встановлення квот.

Як бачимо, реалізуються функції, які, безумовно, є ключовими й для сільськогосподарського машинобудування.

Усі наведені приклади об'єднує одне — спроба вирішення проблем збуту та інших шляхом узагальнення наявних завдань підприємств, які пов'язані. Спільна реалізація певних функцій вимагає чіткої організації за науково

обґрунтованою схемою. Зважаючи на досвід інших галузей спробуємо знайти прийнятну модель організацій консолідованого маркетингу.

Дотепер усі наявні у практиці функціонування підприємств машинобудування, зокрема, сільськогосподарського і інших галузей господарства нашої країни формування з обслуговування, не є такими, які б допомогли підприємствам у збуті продукції. Вони на умовах аутсорсингу іноді, подекуди виконують функцію збуту для окремого підприємства, але не мають на меті побудову стратегії збуту, диверсифікації виробництва.

Ймовірно, що для вирішення проблем збуту, доцільним було б мати такі специфічні для сьогодення формування, які б могли за чіткими обґрунтованими планами у постійному режимі вибудовувати та реалізовувати стратегію, спочатку виходу галузі з кризи, а потім і забезпечення сталого розвитку. Консолідований підхід до вирішення проблем збуту через маркетингові об'єднання виробників сільськогосподарської техніки й комплектувальних міг би цьому зарадити.

Список використаної літератури

1. Ламбен Ж.-Ж. Менеджмент, ориентированный на рынок / Ж.- Ж. Ламбен. Под ред. В.В. Колчанова.- СПб.: Питер, 2006.- 800 с.;
2. Войчак А.В. Маркетинговый менеджмент: Підручник / А.В. Войчак - К.: КНЕУ, 1998.- 268 с.;
3. Маркетинг / Под ред. М. Бейкера.- СПб.: Питер, 2002.- 1200 с.;

Паладій А.Є., студент

Науковий керівник: Корчагіна В.Г., к.е.н.

Новокаховський гуманітарний інститут

ВНЗ «Відкритий міжнародний університет розвитку людини «Україна»

E-mail: anastasia96n96@mail.ru

ВПЛИВ ЯКОСТІ АУДИТУ НА ЕФЕКТИВНІСТЬ УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВОМ

В сучасних умовах економічної нестабільності особливу увагу приділяють процесу оцінки та аналізу існуючих ризиків фінансово-господарської діяльності ринкових суб'єктів. Одним із найбільш надійних способів контролю, який може задовольнити потреби власників підприємства, управлінського персоналу та інших користувачів в отриманні інформації про реальний стан справ і напрями його поліпшення, виступає аудит, який у своє чергу може бути як зовнішнім (працює на «зовнішньому полі» підприємства), так і внутрішнім (відбувається відповідно внутрішнього регламенту та організаційної будови підприємства).

Безперечно, аудиторська діяльність як різновид контрольної функції характеризується наявністю певних специфічних ризиків. Здійснюючи управління такими ризиками, варто зосереджуватись на виборі найбільш оптимальної методики оцінки роботи підприємницьких структур та подальшого аналізу. Внутрішній контроль як система спостережень і перевірки відповідності процесу функціонування керованого об'єкта прийнятим управлінським рішенням здійснюється з метою об'єктивної оцінки результативності й ефективності діяльності, встановлення законності та доцільності господарських операцій, достовірності звітності, збереження власності, виявлення внутрішньогосподарських резервів і підвищення ефективності діяльності.

Внутрішній аудит – це регламентована внутрішніми документами діяльність спеціального підрозділу підприємства з контролю всіх ланок управління та різних сторін функціонування підприємства, спрямована на вдосконалення його управління [1]. Метою внутрішнього аудиту є допомога органам управління підприємства (загальним зборам, наглядовій раді, виконавчому органу) в підтриманні ефективного стану системи внутрішнього контролю для досягнення стратегічних та оперативних цілей підприємства доцільними і результативними способами.

Як правило, у внутрішньому аудиті зацікавлені ринкові структури що мають складну організаційну будову (систему відокремлених структурних

підрозділів) або здійснюють фінансово-господарські операції у взаємодії з іншими економічними суб'єктами (як правило, це с фінансово-промислові групи, дочірні товариства, повні товариства).

Отже, не завжди є можливість або існує доречність запровадження системи внутрішнього аудиту господарюючим суб'єктом. Тому в даному випадку варто зосередити увагу на елементах застосування аудиту зовнішнього, тобто незалежного.

Сьогодні економічні умови ринкових відносин вимагають відповідну якість аудиту та аудиторських послуг, а також їх (послуг) контроль через те, що саме об'єктивна аудиторська оцінка фінансової звітності суб'єктів господарювання надає можливість користувачам цієї звітності приймати відповідні управлінські рішення.

Аудиторські послуги повинні надаватися замовникові відповідної якості. Вимоги до професійної компетенції є основним чинником забезпечення якості аудиторських послуг, встановлені вітчизняним законодавством. Наступним кроком у забезпеченні якості аудиту, який включається в систему контролю якості є забезпечення незалежності аудитора та дотримання всіх етичних норм професії. Незалежність аудитора забезпечується перш за все дотриманням правил професійної етики, які ґрунтуються відповідно Кодексу професійної етики Міжнародної федерації бухгалтерів, головним завданням якого є встановлення етичних вимог для аудиторів-практиків з метою забезпечення гарантії високої якості їхньої роботи та задоволення інтересів суспільства і держави. Обов'язковість дотримання правил професійної етики зумовлена також особливостями професії аудитора, основними з яких є володіння професійними навичками, набутими під час навчання; відповідальність як перед користувачами, так і перед клієнтами; об'єктивність у роботі з клієнтами.

Вітчизняна система контролю якості направлена на задоволення повноти дотримання стандартів аудиту та норм професійної етики аудиторів при кожному завданні, коли контроль якості створюється для всієї аудиторської фірми й застосовується до кожного індивідуального зобов'язання [2].

Вимоги щодо якості роботи незалежних аудиторів та аудиторських послуг є однією з ключових в організації аудиторської діяльності у вітчизняній і закордонній теорії й практиці аудиту. Останнім часом в Україні контроль якості роботи аудиторів знаходить особливе значення. Це пов'язано з розвитком системи незалежного аудиту та запровадженням Міжнародних стандартів аудиту (МСА).

Дотримання та забезпечення всіх процедур, що гарантують високу якість роботи аудитора та аудиторських фірм передбачено нормами (МСА) 220 «Контроль якості аудиту фінансової звітності». В ньому зазначено, що в процесі проведення аудиту з метою здійснення контролю якості роботи аудитора своєчасній перевірці належать: загальний план аудиту; оцінка ризику засобів контролю з урахуванням результатів тестів контролю; документальне відображення аудиторських доказів; фінансова звітність, аудиторські довідки і аудиторський звіт [3, с. 138]. У відповідності до МСА 220 політика контролю якості аудиторських робіт складається з таких чинників: професійні вимоги; компетентність; призначення на проведення аудиту; розподіл; отримання консультацій, пов'язаних з аудитом; одержання й утримання клієнтів.

Для аудиторських фірм контроль якості включає політику та процедури, які використовуються для забезпечення гарантії того, що вони якісно виконують обов'язки перед клієнтами та інше. Ці процедури включають контроль організаційної структури та її функціонування. Для отримання високої якості аудиту слід дотримуватися таких заходів, як навчання і перепідготовка аудиторів, розробка й удосконалення аудиторських стандартів, самоконтроль, розробка ефективної системи контролю якості всередині аудиторської фірми; наявність жорсткої системи зовнішнього контролю якості аудиторських послуг.

Досвід роботи вітчизняних аудиторів свідчить про існування значних проблем, пов'язаних з низькою якістю виконуваних робіт. Це обумовлено декількома причинами: недостатньою кваліфікацією аудиторів; низьким рівнем знань і професійної компетентності; незначним практичним досвідом, а іноді -

недбалим ставленням до виконання своїх обов'язків. Тому для забезпечення іміджу, престижу й високих фінансових показників діяльності аудиторської фірми необхідна організація процедур контролю якості роботи аудиторів на різних рівнях [4,с.146].

З цією метою слід запровадити єдині критерії, стандарти оцінювання аудиторських послуг, які б дозволили об'єктивно оцінити роботу аудитора; запровадити систему моніторингу за діяльністю усіх аудиторських фірм, що дозволить запобігати помилкам у аудиторській практиці і сприятиме її покращенню. Застосування внутрішньофірмових стандартів дозволить аудиторським фірмам - неухильно дотримуватися вимог діючих аудиторських правил (стандартів); знизити трудомісткість аудиторських перевірок на окремих ділянках перевірки; ширше використовувати для проведення перевірок аудиторів - асистентів; поліпшити якість аудиторської діяльності; збільшити обсяг наданих аудиторських послуг; змінити структуру аудиторської фірми; зробити технологію організації аудиту більш сучасною та раціональною.

Процес контролю якості є необхідною вимогою формування ефективної системи надання аудиторських послуг. Враховуючи, що контроль є однією із функцій управління, впровадження системи контролю якості в існуючі системи аудиторської фірми розглядається як складова частина механізму управління та забезпечення якості аудиторських послуг.

Запровадження в аудиторських фірмах комплексу заходів щодо постійного покращення якості аудиторських послуг дозволить підтримувати конкурентоспроможність на ринку, мінімізувати витрати, пов'язані з виправленням помилок в процесі надання аудиторських послуг. В процесі вдосконалення системи управління якістю аудиторських послуг необхідно використовувати комплексний підхід до визначення параметрів якості результатів процесу аудиту через розробку аудиторських внутрішньофірмових стандартів і методик у відповідності до вимог міжнародних стандартів аудиту.

Отже, якою системою контролю діяльності забезпечить себе та чи інша ринкова структура (системою внутрішнього контролю або незалежного аудиту)

– це питання лежить в площині самостійного вибору самого суб'єкта. Але доречність використання аудиту в оцінці діяльності підприємства не підлягає сумніву. Саме ефективність роботи служби внутрішнього аудиту або отримання якісних аудиторських послуг гарантують суб'єктам отримання та використання об'єктивної, правдивої та неупередженої інформації в процесі поточного та стратегічного управління підприємством.

Список використаної літератури

1. Міжнародні стандарти професійної практики внутрішнього аудиту [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://na.theiia.org/standards-guidance/Public%20Documents/IPPF%202013%20Ukrainian.pdf>.
2. Драчук В.Ю. Контроль якості аудиторських послуг в Україні: проблеми та шляхи вирішення / В.Ю. Драчук [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.rusnauka.com/26_WP_2012/Economics/7_116377.doc.htm.
3. Міжнародні стандарти контролю якості, аудиту, огляду, іншого надання впевненості та супутніх послуг : норм. практ-виробн. видання. - К.: МФБ, 2015. - 986 с. [Електронний ресурс]. - Режим доступу: http://www.apu.com.ua/attachments/article/290/Audit_2015_1_all.pdf
4. Одінцева Л.М. Організація контролю якості аудиту в Україні / Л.М. Одінцева, О.Л. Загорянська // Вісник КДПУ. – 2014. – №2. – С. 146–151.

*Панасенко Д.О., студентка
Гільорме Т.В., к.е.н., доцент
кафедри статистики, обліку та економічної інформатики
Дніпропетровський національний університет імені Олеся Гончара
gillyorme@i.ua*

ОРГАНІЗАЦІЯ ВНУТРІШНЬОГО АУДИТУ ВИТРАТ ПРОМИСЛОВОГО ПІДПРИЄМСТВА

На розвиток теорії і практики управління витратами операційної діяльності сучасного підприємства суттєво впливає процес поглиблення фінансової кризи у діяльності суб'єктів господарювання. Основна мета трансформацій у цій сфері полягає у розкритті інформації, необхідної для прийняття поточних та стратегічних управлінських рішень. Особливої актуальності ці питання набувають у промисловості, продукція яких досить

матеріаломістка. Неодмінною умовою збереження суб'єктами господарювання конкурентних позицій є не тільки зниження собівартості реалізованої продукції, але й розробка аналітичного забезпечення стратегічного управління витратами, спрямованого на пошук резервів формування стійкої конкурентної переваги за витратами. В умовах фінансової кризи перспективною стає діяльність служби внутрішнього аудиту підприємства по створенню ефективної системи управління операційними витратами, яка включає: удосконалення організації системи бухгалтерського обліку витрат, підвищення ефективності системи внутрішнього контролю та аудиту витрат, аналіз витрат із застосування моделей управління витратами (рис. 1).

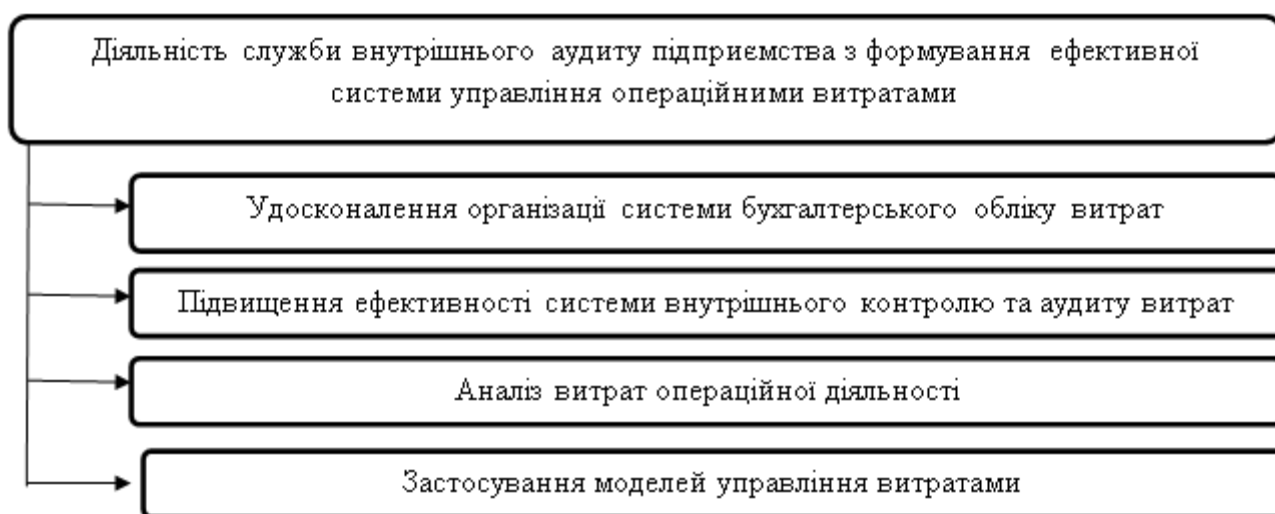


Рисунок 1 - Напрями діяльності служби внутрішнього аудиту з формування ефективної системи управління витратами підприємства [2]

У методологічному аспекті спостерігається відсутність обґрунтованих дієвих стандартів внутрішньої аудиторської перевірки за об'єктами обліку. Важливою складовою зазначеної проблеми є недосконалість методичних засад аудиту операційних витрат підприємств, що складає найбільшу питому вагу перевірки різноманітних суб'єктів господарювання.

Аудит виробничої діяльності підприємства і витрат на виробництво є найважливішою і, водночас, найскладнішою частиною аудиторської перевірки

[1, с. 28]. Одними з основних показників діяльності промислового підприємства є випуск продукції та її собівартість. При проведенні аудиту витрат на виробництво, собівартості виробленої і реалізованої продукції вивчаються процеси і явища, відображені документально і пов'язані з виробничою діяльністю суб'єкта господарювання. Раціональний аналіз і аудит витрат є фундаментом фінансової стабільності та стійкості промислових підприємств.

Метою аудиторських перевірок є сприяння раціональному використанню засобів і предметів праці, а також самої праці для зниження витрат виробництва і одержання підприємством стабільного прибутку. Також метою аудиту витрат є встановлення вірогідності даних первинних документів щодо визначення витрат, повноти та своєчасності їх відображення в облікових реєстрах, відповідності методики обліку витрат чинним нормативним актам [3, с. 134].

Підрозділи внутрішнього аудиту суб'єктів господарювання використовують власні розробки стосовно порядку перевірки витрат підприємства і жодне з них не враховує досвід своїх колег і власні здобутки, у зв'язку з тим що не відображено в економічних джерелах методологію створення системи ефективних аудиторських процедур. Результатом цього є збільшення не тільки термінів перевірки, але і зниження якості та результативності такого аудиту.

При формуванні стандарту внутрішнього аудиту за об'єктами перевірки необхідно включити такі елементи: загальні положення; особливості системи бухгалтерського обліку та внутрішнього контролю; фактори, які впливають на збільшення ризику викривлень у обліку; джерела та процедури отримання аудиторських доказів; порядок проведення аудиту; принципи висвітлення результатів аудиту в письмовому звіті за наслідками аудиторської перевірки, який представляється керівництву підприємства; порядок формування аудиторського висновку за результатами аудиту.

Для зручності проведення аудиторської перевірки необхідно побудувати графік Ганта. Це можливо здійснити за допомогою MS Excel та MS Project. Так,

за допомогою програмного продукту MS Project можливо побудувати: програму аудиторської перевірки витрат підприємства; етапи аудиторської перевірки витрат; Ліст людських ресурсів при реалізації стратегії аудиторської перевірки та сітьовий графік аудиторської перевірки витрат. Також для здійснення внутрішньої аудиторської перевірки необхідно поєднати дані MS Project та «1С», що дозволить створити ефективну систему внутрішнього аудиту будь-якого об'єкту, особливо витрат операційної діяльності підприємства. При цьому стратегічний аудит витрат операційної діяльності регламентується відповідними принципами, до яких належать [4, с. 27]: комплексність (враховують всі чинники, які впливають на систему управління витратами), оперативність (своєчасне ухвалення рішень щодо вдосконалення організації системи управління витратами), перспективність (враховувати перспективи розвитку підприємства), багатоаспектність (аудит витрат як по вертикалі, так і по горизонталі може здійснюватися по різних каналах: адміністративному, економічному, правовому та ін.), узгодженість (узгоджено з основними цілями підприємства і синхронізовано в часі), адаптивність (гнучкість – прилаштування технології і методології аудиту витрат до зміни системи управління витратами), паралельність (одночасне виконання окремих елементів аудиту витрат за функціональними напрямками, що підвищує оперативність аудиту системи управління витратами).

Список використаної літератури

1. Рачинський А.П. Аудит персоналу як технологія забезпечення ефективності системи управління персоналом органів влади: навч.-метод. матеріали / А.П. Рачинський; уклад. Н.А. Коняшина. К., НАДУ. – 2013. – 36 с.
2. Єлісеєва О.К. Обґрунтування підходів щодо обліку та аудиту витрат операційної діяльності підприємства [Електронний ресурс] / О.К. Єлісеєва, Т.В. Гільорме, В.А. Михайліченко // Глобальні та національні проблеми економіки. – 2016. – № 9. – С.759-765. – Режим доступу до журн.: <http://global-national.in.ua/issue-9-2016>
3. Аткинсон Э. Управленческий учет: [пер. с англ.] / Э. Аткинсон, Р. Банкер, Р. Каплан, М. Янг. – М.: Вильямс, 2005. – 880 с.
4. Гільорме Т.В. Методологічні засади стратегічного аудиту персоналу підприємства / Т.В. Гільорме, О.Ю. Жежеленко // Науковий вісник Одеського

національного економічного університету. – 2015. – Випуск №5 (225). – С. 25-41.

*Петренко А.В., к.е.н.
ст. викладач кафедри підприємництва, торгівлі та біржової діяльності
Харківський Національний технічний університет сільського господарства
імені Петра Василенко
Anyta2000@bk.ru*

МАРКУВАННЯ БІОТЕХНОЛОГІЧНОЇ ТА ОРГАНІЧНОЇ ПРОДУКЦІЇ ЯК МАРКЕТИНГОВИЙ ІНСТРУМЕНТ ПІДПРИЄМНИЦЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

Маркування продукції сільського господарства на даний момент набуває пікової актуальності та стає особливо гострим в розрізі правил, способів та методів маркування продукції.

Як зазначають вчені-дослідники з даної тематики: «недостатнє законодавче регулювання та контроль за вживанням екологічної термінології, відсутність національних стандартів виробництва та переробки екологічно чистої сільськогосподарської продукції та інші особливості ведення екологічного сільськогосподарського виробництва в Україні повинні бути враховані при запровадженні сертифікації органічної сільськогосподарської продукції» [1].

Маркування продуктів сільського господарства стає спірним питанням, і ряд держав пропонують поступово переходити до впровадження законів маркування. Питання, пов'язані з маркуванням представляють собою складну багаторівневу структуру та є більш складними, ніж здається на перший погляд. У Сполучених Штатах, маркування харчових продуктів відображає склад і безпеку продукту, та при цьому не надає інформації щодо типу обробки продукту, або процесу його попереднього приготування. В даний час продукти, отримані за допомогою біотехнології, не вимагають маркування, тому що було визнано, що такі продукти мають сталу поживну цінність і природні характеристики, не містять алергенів та інших шкідливих речовин. Добровільне

маркування наявності алергенів, поживний склад продукту, додаткова інформація про інгредієнти – всі ці показники повинні сформулювати вимоги до маркування продукції. Якщо маркування є помилковим або що вводить в оману, продукт має бути вилучений з продажу, а виробник – понести відповідальність. Але при цьому ж, з іншого боку, деякі інгредієнти, такі як масла, отримані з біотехнологічних культур ідентичні тим, які не є біотехнологічними, тому маркування таких товарів як біотехнологічні не буде дійсно надавати корисну інформацію про склад продукту та його безпеку.

Наразі гостро постає питання маркування біотехнологічних продуктів. Якщо такі продукти вимагатимуть наявності етикеток, то на яких принципах вони мають формуватися? На основі харчових якостей, безпеки харчових продуктів, або на способі виробництва? В США постановою суду відхилено спроба зобов'язати виробництва вказувати спосіб виробництва на етикетці продукту через нескінченне число методів виробництва, які можуть бути перераховані, починаючи з того, які засоби та технології обробки продукції були використані в процесі виробництва. Зазвичай вироблені сільськогосподарські продукти не вимагають маркувань, що описують, технологію їх виробництва. Якщо продукт сертифікований як органічний, то він може бути позначений як такий для цілей маркетингу, але таке маркування не означає, що продукт є безпечним для харчування, або, що він був вирощений безпечнішим способом. Підраховано, що, якщо зробити сертифікацію біотехнологічних продуктів обов'язковою, це призведе до збільшення вартості продуктів харчування, тому що продукт мав би слідувати (простежено) з поля на ринок. Ситуація набагато складніше, якщо потребують сертифікації оброблені харчові продукти. Оброблена їжа може містити кілька десятків інгредієнтів і сертифікувати її як біотехнологічний продукт означає сертифікацію кожного інгредієнта окремо. Доки неясно, як біотехнологічні продукти будуть відокремлені в складних харчових продуктах таких як піца, і хто буде платити за додаткову сертифікацію інгредієнтів. У випадках органічних, кошерних і халяль продуктів, споживач, який хоче придбати

спеціальний продукт несе витрати. Якщо маркування біотехнологічних продуктів буде обов'язковим, тягар ляже на всю аудиторію споживачів. Проте, в майбутньому, біотехнологічні продукти, які мають поліпшену поживну цінність повинні бути позначені як такі. Управління з санітарного нагляду за якістю харчових продуктів та медикаментів (США) вимагає обов'язково маркувати будь-які продукти, що мають істотні зміни в складі поживних речовин, може викликати алергію, або має інші істотні відмінності. Наприклад, органічні продукти в США повинні задовольняти такі вимоги:

- Вироблятися без додаткових методів (наприклад, генна інженерія, іонізуюче випромінювання, або осад сточних вод).
- Виробляється з використанням дозволених речовин для технології органічного виробництва.
- Пройти обов'язкову атестаційну перевірку авторизованим агентом Національної органічної програми Міністерства сільського господарства США.

При цьому не сертифікований продукт також може бути позначений як «Органічний». Наприклад, якщо такі продукти виробляє фермер з торговим оборотом менше 5000 доларів, то його продукція не підлягає обов'язковій сертифікації. Також існує розповсюджений маркетинговий крок, за яким не сертифікована продукція позначається як органічна, але позначка відрізняється від позначки що є на етикетці сертифікованих товарів (Органічний продукт, підтверджено міністерством сільського господарства США)[2].

В Україні на даний час питання сертифікації та, відповідно, офіційного маркування біотехнологічних та органічних продуктів є досить умовним та далеким від реальності. Маркетологи, маючи повну свободу дій використовують на етикетках всі можливі не заборонені варіації позначень біотехнологічних, вільних від хімічних домішок та органічних продуктів. Що безумовно підвищує обсяг продажів підприємство, відповідно, ефективність його маркетингової діяльності, але ставить питання щодо етичності такого маркетингу та уявної споживчої корисності даних товарів. Тобто питання є дискусійним, залежно від точки зору на нього: зі сторони виробника, який від

не досконало врегульованої ситуації отримує певну вигоду; або з точки зору споживача, що від цього лише втрачає. Маємо відмітити, що ситуація стосується тільки внутрішнього ринку України, так як експорт товарів з не підтвердженим сертифікатами маркуванням до розвинених країн є неможливим. В контексті збільшення обсягів експорту сільськогосподарської продукції вважаємо за необхідне врегулювати ситуацію з сертифікацією маркування продуктів на внутрішньому ринку України, відповідно, відкорегувати маркетингову діяльність, що, безумовно призведе до зростання якості та ефективності присутності Українських сільськогосподарських продуктів на зовнішньому ринку.

Список використаної літератури

1. А.В. Ращенко/ Особливості запровадження сертифікації органічної сільськогосподарської продукції в Україні/ Вісник ЖНАЕУ: Економіка природокористування та екологічний менеджмент №2, 2010, с 428-435.
2. USDA: Organic labelling [Електронний ресурс]. Режим доступу: <https://www.ams.usda.gov/rules-regulations/organic/labeling>.

Пінчук Ю, студентка

Науковий керівник: Волкова Н.А., к.е.н., доцент

Одеський національний економічний університет

yulia.pinchuk@ukr.net

КОРЕЛЯЦІЙНИЙ АНАЛІЗ ЯК МЕТОД СТОХАСТИЧНОГО ФАКТОРНОГО АНАЛІЗУ

Стохастичні зв'язки між різними явищами і їхніми ознаками на відміну від функціональних, жорстко детермінованих, характеризуються тим, що результативна ознака зазнає впливу не тільки розглянутих незалежних факторів, а й підпадає під вплив ряду випадкових (неконтрольованих) факторів.

При вивченні стохастичних взаємозв'язків аналітика повинні цікавити не тільки наявність і кількісна оцінка співвідношень, а й форма зв'язку

результативної і факторних ознак, їх аналітичне вираження. Вирішити ці проблеми допомагає кореляційний і регресійний аналіз [5, 153].

Кореляція дослівно з латинської "correlation" – відношення, тобто це означає співвідношення, відповідність речей, понять. Кореляційним зв'язком називається такий зв'язок між ознаками суспільно-економічних явищ, за якого на величину результативної ознаки крім факторної впливають багато інших ознак, які можуть діяти в різних напрямках одночасно чи послідовно. [2]

Кореляційний аналіз – дозволяє виявити зв'язок між окремими явищами або показниками та виміряти його міцність. Цей зв'язок може бути повним, тобто функціональним, при якому коефіцієнт кореляції дорівнює одиниці, в інших випадках зв'язок може бути відсутнім, тобто дорівнювати нулеві [1, 39].

Завдання кореляційного аналізу зводиться до встановлення напрямки і форми зв'язку між ознаками, вимірюванню її тісноти і до оцінки достовірності вибірових показників кореляції. Кореляційний зв'язок між ознаками може бути лінійним і нелінійним, прямий (позитивний) і зворотній (негативний). Пряма кореляція відображає однотипність у зміні ознак: зі збільшенням значень першої ознаки збільшуються значення й іншої, або зі зменшенням першої зменшується друга. Наприклад, чим вища кваліфікація робітника (розряд), тим вище рівень продуктивності праці [3]. Основними вимогами до застосування кореляційного аналізу є достатня кількість спостережень, сукупності факторних і результативних показників, а також їх кількісний вимір і відображення в інформаційних джерелах. Застосування кореляційного аналізу тісно пов'язане з регресійним аналізом, тому його часто називають кореляційно-регресійним. [2]

Методи кореляційно-регресійного зв'язку використовують в економічному аналізі для виявлення форми та щільності зв'язку між різними параметрами досліджуваного об'єкта, характер функціональної залежності між якими невизначено. Основна умова даного аналізу – забезпечити репрезентативність даних, обґрунтованість застосування до досліджуваного явища відповідних імовірнісних схем [4, 28].

Головними завданнями кореляційного аналізу є:

- визначення форми зв'язку;
- вимірювання щільності (сили) зв'язку;
- виявлення впливу факторів на результативну ознаку.

Здійснення кореляційного аналізу передбачає такі послідовні етапи:

- 1) встановлення причинно-наслідкових зв'язків між досліджуваними ознаками (виявлення факторів та вибір серед них тих, які найбільше впливають на результативний показник);
- 2) формування кореляційно-регресійної моделі (інформаційне забезпечення аналізу, вибір типу і форми зв'язку, складання моделі);
- 3) визначення кореляційних характеристик (показників зв'язку);
- 4) статистична оцінка параметрів зв'язку (економічна інтерпретація, оцінка значимості коефіцієнтів кореляції (наскільки відібрані фактори пояснюють варіацію результативного показника) та використання їх для вирішення практичних завдань, наприклад прийняття рішень, прогнозування, планування, нормування тощо (рис. 1).



Рисунок 1 - Схема кореляційно-регресійного аналізу

Отже, на початковому етапі аналізу виявляються зв'язки між результативною і факторними ознаками. Ці зв'язки можуть бути різними залежно від характеру залежності, напрямку дії та аналітичного виразу (рис. 2).

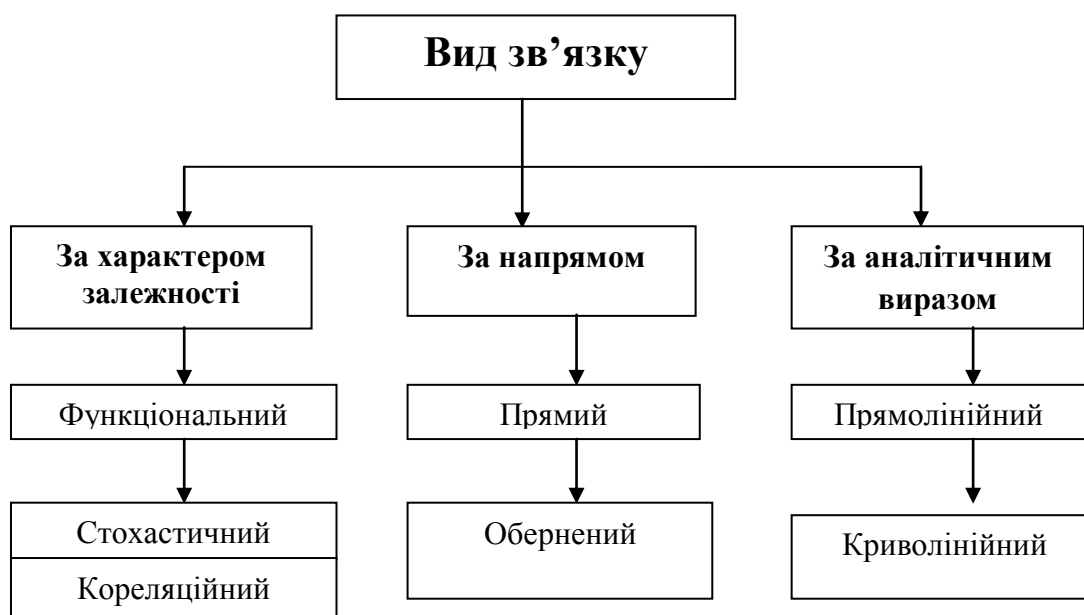


Рисунок 2 - Види зв'язків суспільних явищ

На другому етапі оцінюється вихідна інформація для дослідження з використанням різних статистичних критеріїв (середнє квадратичне відхилення, коефіцієнт варіації тощо), а потім формується модель стохастичного зв'язку.

Формування кореляційної моделі передбачає визначення чи це буде проста (парна) кореляція (результативна ознака з одним фактором), чи множинна (результативна ознака і декілька факторів) [2].

Парна кореляція – дає можливість перевірити наявність зв'язку між двома показниками, один із яких є факторним, а інший – результативним.

Множинна кореляція - дає можливість перевірити зв'язок, який виникає від взаємодії кількох факторів з результативним показником [1, 39].

Необхідними умовами для використання кореляційного аналізу є:

1) Наявність достатньо великої кількості спостережень про величину факторних і результативних показників, що досліджуються, в динаміці або за поточний рік по сукупності однорідних об'єктів.

2) Фактори, що досліджуються, повинні мати кількісний вимір в тих або інших джерелах інформації.

Для аналізу близькості співвідношення двох змінних може використовуватись досить об'єктивний показник, яким є лінійний коефіцієнт кореляції (r). Він вимірює ступінь лінійної залежності між двома змінними, одна з яких – результативний показник (y), а інша – факторний (x) [5, 154].

Оцінка міцності зв'язку між результативною і факторною ознаками

Значення коефіцієнта міцності зв'язку	Міцність зв'язку
0,1 – 0,3	Слабка
0,31 – 0,5	Помірна
0,51 – 0,7	Помітна
0,71 – 0,9	Висока
0,91 – 0,99	Дуже висока

З використанням результатів кореляційного аналізу дослідник може робити певні висновки про наявність і характері взаємозалежності, що саме собою може становити істотну інформацію по досліджуваному об'єкту. Результати можуть підказати і напрям подальших досліджень, і сукупність необхідних методів, зокрема статистичних.

Особливо реальну користь застосування апарату кореляційного аналізу може дати на стадії ранніх досліджень, у областях, де характери причин певних явищ ще недостатньо зрозумілі. Це може стосуватися вивчення дуже складних систем різного характеру: як технічних, і соціальних.

Список використаної літератури

1. Волкова Н. А., Подвальна Н. Е. Організація та методика економічного аналізу: Навч. посібник. – Одеса: ОНЕУ, ротапринт. – 2013. – 267 с.
2. Купалова Г. І. Теорія економічного аналізу: навчальний посібник / Г. І. Купалова. — К.: Знання, 2008. — 639 с.

3. Теория экономического анализа : учебник для бакалавриата и магистратуры / М. В. Мельник, В. Л. Поздеев. — М. : Издательство Юрайт, 2014. — 261 с. — Серия : Бакалавр и магистр. Академический курс.

4. Черниш С. С. Економічний аналіз: Навч. посіб. — К.: Центр учбової літератури, 2010. — 312с.

5. Чигринська О. С., Власюк Т. М. Теорія економічного аналізу: Навч. посіб. — К.: Центр навчальної літератури, 2006. — 232 с.

*Плекан У.М., аспірант кафедри економіки та фінансів
д.е.н., проф. Панухник О.В.*

*Тернопільський національний технічний університет ім. Івана Пулюя
e-mail:vnv123@ukr.net*

СУЧАСНІ ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ ІНСТРУМЕНТІВ КОРПОРАТИВНОЇ БЛАГОДІЙНОСТІ: ЗАРУБІЖНИЙ ДОСВІД ТА ОСОБЛИВОСТІ ВИКОРИСТАННЯ В УКРАЇНІ

У західних країнах «корпоративна соціальна відповідальність» сформувалася в 70-тих рр. ХХ ст.. У стратегіях розвитку великих корпорації передбачалися методи вирішення соціальних питань. Корпоративна благодійність асоціювалася у керівництва корпорацій, насамперед, з допомогою співробітникам компанії, а також окремим групам громадян, які потребують підтримки, громадським організаціям, благодійним фондам і соціальним установам.

Світовий досвід розглядає благодійність як безоплатну передачу матеріальних і нематеріальних засобів з метою надання допомоги для вирішення суспільних проблем.

До основних сучасних світових тенденцій розвитку корпоративної благодійності варто віднести:

- стрімке зростання кількості компаній, які позиціонують себе соціально відповідальними та здійснюють благодійність;
- цілеспрямованість пожертв, плановість та висока організація соціально відповідальної діяльності;
- свідоме визначення стратегії благодійної діяльності.

Формат благодійності сучасних корпорацій передбачає застосування професійних навичок співробітників, досвіду, часу, товару, майна компанії, фінансових та інших ресурсів, які є в розпорядженні компанії.

Іструменти корпоративної благодійності такі ж різноманітні, як і активи, виділені для здійснення соціальної відповідальності. Низка компаній, наприклад, використовують *окремий благодійний рахунок*, з якого надаються кошти у відповідь на запити громадян і організацій, якщо керівництво схвалює таке перерахування. Соціально відповідальні компанії зі стабільним прибутком часто організовують власні *грантові програми*, виділяючи необхідні ресурси та призначаючи відповідальних осіб. Це трудомісткий процес, що включає визначення цільової групи отримувачів допомоги, розгляд пропозицій та відстежування результатів благодійної допомоги.

Грант – це цільова допомога, що надається на умовах незворотності окремим особам або організаціям на визначені суспільно-корисні цілі, із наступним звітуванням про результати зміни ситуації. Умовою надання гранту є наявність алгоритму вирішення проблеми, визначення очікуваного результату та детального обґрунтування потреби в коштах [1].

Таблиця 1

Класифікація грантів

Вид гранту	Характеристика
Загального призначення	Підтримання функціонування некомерційної організації, витрати здійснюються на адміністративні потреби
Корпоративний	Фінансування проектів, у яких беруть участь кілька організацій, одна з них – головна
Пайовий	Фінансується різними донорами, при цьому частину ресурсів, які потребує проект, претендент гранту знаходить самостійно
Цільовий	На реалізацію конкретного проекту, ресурси не можуть використовуватися в інших цілях
Програмний	На виконання визначеної програми
На розвиток	На навчання, дослідження, участь у заходах, підтримку

потенціалу	діяльності організації, стартові для новостворених організацій

Примітка: сформовано автором на основі [1, с. 41-48]

Компанія може реалізовувати гранти самостійно, надавати гранти через фонди посередників або ж створювати власні фонди для управління благодійністю.

Широкого застосування у західних країнах дістали *благодійні програми*. Як інструмент корпоративної благодійності, операційна благодійна програма – це послідовність дій, об'єднаних спільною метою та спрямованих на отримання конкретного результату й соціального ефекту [1, с. 26].

Важливим інструментом благодійності, на думку зарубіжних і вітчизняних науковців, є *корпоративний фонд*, головне призначення якого полягає у систематичній благодійній діяльності, реалізації різнопланових соціальних програм.

Дієвим інструментом, який отримав поширення у багатьох країнах, є *програма допомоги товарами і послугами* (англ. *In-Kind Giving*). Переваги від допомоги нефінансовими ресурсами, зокрема, товарами, полягають в економії часу, коштів та потребують менше зусиль.

Співробітники компанії можуть активно долучатися до доброчинності, надаючи свої *експертні знання, використовуючи професійні навички* (англ. *Pro Bono*), а також займаючись *корпоративним волонтерством* (некваліфікований догляд за хворими у лікарнях, прибирання території біля компанії, річок, озер, придбати продуктів літнім людям) [1, с. 17].

Корпоративна благодійність – поширений серед українських компаній вид соціально відповідальної діяльності, яка спрямована переважно на допомогу та підтримку соціально незахищених груп населення і окремих осіб, які потребують допомоги. Більше того, українські компанії часто ототожнюють власну благодійну діяльність і корпоративну соціальну відповідальність [2, с. 25]. Благодійна діяльність компаній ще не отримала масового характеру, а її формат до кінця не окреслений. Варто зазначити, що корпоративна соціальна

відповідальність, до складу якої входить корпоративна благодійність, в Україні розвивається стихійно та не достатньо регулюється на законодавчому рівні.

Попри незначний досвід корпоративної благодійності, в Україні поступово накопичуються відповідні практики. За результатами міжнародного рейтингу благодійності World Giving Index (WGI), Україна в 2016 р. зайняла 106 місце з 140. Нагадаємо, в 2015 Україна займала 89 позицію, так як кількість благодійних коштів для тих, хто постраждав в результаті конфлікту на Сході країни, збільшилася в чотири рази [3].

Оскільки найпоширенішою формою благодійності серед вітчизняних підприємців є грошова, то компанії використовують ті інструменти благодійності, які передбачають використання фінансового активу компанії: адресна благодійна допомога, власні операційні благодійні та грантові програми, корпоративний фонд. Кінцевий вибір компанією інструментів благодійності залежить від її мети та цілей, ресурсів, якими володіє компанія, особистих моральних переконань власників, акціонерів, менеджерів.

Українські компанії, здійснюючи корпоративну благодійну діяльність, використовують такі форми реалізації, як цілеспрямовані пожертви, матеріальну допомогу різноманітними ресурсами, експертні консультації тощо.

Серед українських благодійників добре розповсюджена практика адресної благодійної допомоги, опіка соціальними закладами – лікарнями, інтернатами, школами. Переважно використовуються власні соціальні програми, оскільки рівень довіри до благодійних чи громадських організацій залишається низьким [2, с. 30–32].

Останнім часом питання корпоративної благодійності в українському суспільстві актуалізується складними соціально-економічними та політичними процесами. Соціально відповідальна діяльність компаній загалом та корпоративна благодійність зокрема переходять від простих (збір фінансової та матеріальної допомоги) до більш розвинених форм соціальної діяльності.

Список використаної літератури

1. Благодійність бізнесу: корисно для себе, ефективно для інших. Інформаційно-методичний посібник / [А. Гулевська-Черниш, О. Мацібох, Д. Мурашко та ін.]. – К. : Книга плюс, 2009. – 152 с.
2. Практика благодійної діяльності бізнес-компаній в Україні: сучасний досвід. За результатами дослідження / [А. Гулевська-Черниш, Д. Непочатова, Л. Паливода, С. Шендеровський]. – К. : Салютіс, 2010. – 60 с.
3. CAF World Giving Index 2016. – [Електронний ресурс] – Режим доступу: <https://www.cafonline.org/about-us/publications/2016-publications/caf-world-giving-index-2016>

*Синиціна Ю.П., к.т.н., доцент
доцент кафедри менеджменту
Національна металургійна академія України
ysynytsina@nail.ru*

МОДЕЛЬ КООРДИНАЦІЇ ОРГАНІЗАЦІЙНИХ РІШЕНЬ

Успішність виробничо-господарської діяльності підприємств та ефективне її вирішення, проблема їхнього подальшого розвитку залежать від досконалості структури механізму управління. З переходом до ринкової економіки умови господарювання радикально змінилися, що потребує пошуку найбільш ефективних форм та методів управління підприємством. До таких методів належить програмно-цільове управління, яке зорієнтоване на досягнення як поточних, так і стратегічних цілей.

Проблемам формування механізму управління підприємством значну увагу приділяли багато зарубіжних та вітчизняних вчених і практиків. Зокрема, теоретико-методологічні засади розроблялися у працях Л.І. Абалкіна, А.Г. Аганбегяна, В.А. Медведєва, П. Друкера, Б.З. Мільнера, Л.І. Євенко, В.С. Рапопорта, Дж. Робертса, та інших. Серед сучасних економістів питання організаційного механізму на підприємствах досліджували О. Богданов, Ю. Осіпов, І. Герчикова, І. Ансофф .. Вивченню цієї проблеми присвячено чимало праць і вітчизняних вчених: О.В. Ареф'євої, Воротиної Л.І., Б.Д. Гаврилишина, О.П. Луція, В.І. Мацибори, О.Г. Мельника, С.В. Мочерного, Є.Г. Панченка, о та інших.

Реалізація принципів і механізмів електронного урядування, що стала центральною ланкою процесів інформатизації організації, включає розвиток інформаційних інфраструктур. Створення засобів підтримки процесів прийняття організаційних рішень, в складі інфраструктур має виконуватися з урахуванням особливостей процесів, до яких відносяться наступні:

- багатостадійність життєвого циклу рішень з успадкуванням результатів ранніх етапів і інтеграцією результатів пізніх в ієрархії рішень різних рівнів планування.

- належність проблемних ситуацій багатьох стратегічних рішень сферам управління, з потребою проектування в постановки завдань для організації.

- співіснування рішень регламентних циклів планування з ситуативним прийняттям рішень (через виникнення загроз, нових можливостей і партнерських зобов'язань).

- використання експертного досвіду фахівців різних профілів і організацій.

- перевизначення повноважень доступу до інформації в ході реалізації процесу прийняття рішень.

- ансамблеві ефекти в полі рішень (через цільові і побічні впливи на проблемні ситуації, об'єкти втручання в конфлікти, об'єкти заходів, що реалізують і ін.) Можуть призводити до суперечностей і втрат в цільовій ефективності.

У зв'язку з перерахованим, проблеми багатofункціональної координації в полі рішень як в ході прийняття останніх, так і в контрольних точках циклів планування, мають принципове значення.

В якості моделі координації системи (MC) в полі рішень DF може розглядатися структура:

$$MC(DF) = (\{CI_i, MH_i\}, i = 1, 2, 3 TS, \quad (1)$$

де: CI_i - одна з трьох функцій координації (для досягнення ефектів за об'єктами управління, для корпоративних знань як контекстів і підстав прийняття рішень; для використання корпоративних ресурсів у процесах

прийняття рішень); MH_i - модель гармонійності поля рішень по i -й функції; TS - безліч завдань координації;

Модель гармонійності MH_i задає оцінку задоволеності виконання функції CI_i , яку виконану на основі правил гармонійності RU_{ji} за метрикою MH_{ji} [1]. При цьому RU_{ji} є предикатом системи раціональних вимог до співвідношень елементів безлічі OB_{ji} онтологізованих визначень [2] рішень, які актуальні в даний момент, і інших об'єктів поля рішень, що є приписаними як гармонізовані до j -го аспекту гармонізації i -ої функції координації - AH_{ji} . Метрика MH_{ji} ґрунтується на частотній оцінці виконаності таких правил в поточному стані поля рішень.

$$\text{Тоді } MH_i = \{AH_{ji}, \{\langle OB_{kji}, PS_{kji} \rangle\}_{k_{1,...,N_j}}, RU_{ji}, MH_{ji}\}_{j_{1,...,M_i}}, \quad (2)$$

де: AH_{ji} - аспект гармонізації, OB і PS - категорія об'єкта, який гармонізується та актуальні елементи його визначення відповідно; N_j - кількість таких категорій для i -го аспекту, M_i - кількість аспектів гармонізації для функції CI_i .

До завдань координації, вирішення яких потребує підтримки процесів прийняття рішень в даній інфраструктурі, відносяться:

- формування і ведення гармонізованої системи планових рішень організації;
- моделювання та забезпечення процесу прийняття ситуативно ініційованого рішення, яке раціонально гармонізується з полем рішень;
- конструювання рамкових моделей процесів прийняття рішень заданого класу, та їх корекція на основі ретроспективи результатів;
- аудит і оптимальна корекція поля рішень в кінці етапу планування і при розробці антикризових заходів;
- розробка моделей адаптивного рольового розподілу повноважень доступу до інформації в процесах прийняття рішень з динамічним визначенням рольових призначень суб'єктів і їх інформаційних потреб.

Для підтримки розглянутих задач координації рішень у інформаційній інфраструктурі повинні бути розроблені сервіси, засновані на розглянутих методах та які відповідають наступним функціональним потребам:

1. Проактивне управління гармонійністю, що включає розробку рамкових моделей, а також висування і перевірку гіпотез про ризики застосування тих чи інших дій і прийомів при розробці рішення, в залежності від параметрів останнього та вимог до його якості. Результати можуть містити: регламентну схему процесу прийняття; рамкові вимоги із зазначенням аспектів, що допускають варіації; рекомендації щодо складу і дій учасників, які підвищують якість; параметризацію моделі розмежування доступу.

Основою їх розробки служать ретроспектива рішень, ділові ігри, моделювання, рекомендації провідних фахівців.

2. Діагностика дисгармонії, виявлених після даного етапу життєвого циклу рішення, з рекомендаціями щодо можливих дій з рішеннями та організацією узгоджувального процесу серед власників рішень.

3. Аудит і втручання в процеси, що протікають в полі рішень. Виконується за регламентом, при істотних змінах умов середовища або при зміні цільових пріоритетів.

4. Підведення підсумків циклу планування з розробкою рекомендацій зі зміни регламентів і рамкових моделей, а також ініціюванням рішень, що забезпечують в новому циклі компенсацію виявлених негативних наслідків.

Таким чином, буде забезпечена необхідна підтримка діяльності по координації рішень, що служить підвищенню ефективності діяльності осіб, які приймають рішення або осіб, відповідальних за функціональні і об'єктні напрямки.

Список використаної літератури

1. Ильина Е.П. Формы, метрики и свойства отношения сходства между концептами в онтологиях экспертных точек зрения [Текст] / Е.П. Ильина, О.А. Слабоспицкая // Проблемы програмування. – 2005. – № 4. – С. 39–49.

2. Ильина Е.П. Методы и модели использования экспертно-аналитического знания для поддержки принятия решений в организации. Часть 1. Модели знания о решениях [Текст]/ Е.П. Ильина // Проблемы програмування. – 2016. – № 1. – С. 89 – 101.

*Ліпський Р. В., к.е.н.,
доцент кафедри бухгалтерського обліку,
Тараненко Я. Г., магістр
Полтавська державна аграрна академія
E-mail: roman.lipskyi@pdaa.edu.ua*

ОБЛІК РЕАЛІЗАЦІЇ ПРОДУКЦІЇ В ПЛОЩИНІ ВИКОРИСТАННЯ ІНФОРМАЦІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЙ

Реалізація готової продукції є основним джерелом отримання прибутку. Проте, без достовірної, релевантної, систематизованої належним чином інформації про особливості обліку процесу реалізації продукції, товарів, робіт, послуг неможливе ефективне управління підприємством. Чіткий і своєчасний облік відвантажених і реалізованих виробів сприяє посиленню контролю за наявністю матеріальних цінностей, забезпеченню підприємств коштами, виявленню суспільної корисності виробленого продукту і прискоренню обертання оборотних коштів.

Основними завданнями обліку процесу реалізації готової продукції, робіт і послуг є: визначення кількості та вартості відвантаженої продукції (за обліковими цінами); визначення заборгованості покупців перед підприємством за відвантаженою їм продукцією, виконані роботи та надані послуги згідно договорів (за цінами реалізації); дотримання строків поставок готової продукції, виконання робіт та надання послуг, а також термінів оплати зі сторони споживачів; облік витрат пов'язаних із збутом продукції, товарів, робіт і послуг, а також просування їх на споживчому ринку (витрати на маркетинг та рекламу); визначення фінансового результату від реалізації продукції, виконаних робіт та наданих послуг підприємством як в цілому, так і у розрізі конкретних номенклатурних груп товарів та ін. [2].

Методологічні основи формування в бухгалтерському обліку інформації про доходи та витрати та її розкриття в фінансовій звітності регламентуються П(С)БО 15 «Дохід» та 16 «Витрати», норми яких поширюються на усі підприємства, організації та інші юридичні особи незалежно від форм власності, крім бюджетних організацій.

Для обліку процесу реалізації продукції, товарів, робіт, послуг передбачено використання цілої низки рахунків бухгалтерського обліку, їх характеристику представлено у табл. 1.

Таблиця 1

Характеристика основних рахунків для обліку процесу реалізації

Характеристика	Відображення інформації		Інформація для процесу реалізації
	По дебету	По кредиту	
23 «Виробництво»			
26 «Готова продукція»			
для обліку й узагальнення інформації про наявність та рух готової продукції	надходження готової продукції	вибуття продукції	Рух продукції
31 «Рахунки в банках»			
для обліку наявності та руху грошових коштів, що знаходяться на рахунках в банку	надходження грошових коштів	їх використання	Отримані на поточний рахунок грошові кошти від покупців
36 «Розрахунки з покупцями та замовниками»			
узагальнення інформації про розрахунки з покупцями та замовниками за відвантажену продукцію, товари, виконані роботи й послуги	продажна вартість реалізованої продукції, товарів, виконаних робіт, наданих, яка включає ПДВ та інші податки, що підлягають перерахунку до бюджетів та включені у вартість реалізації	сума платежів, які надійшли на рахунки підприємства в банківських установах, у касу, та інші види розрахунків	Нарахування виручки за реалізовану продукцію, товари, послуги
64 «Розрахунки за податками й платежами»			
для узагальнення інформації про розрахунки підприємства за усіма видами	належні до відшкодування з бюджету податки, їх сплата, списання тощо	нараховані платежі до бюджету	Податкове зобов'язання з податку на додану вартість

Характеристика	Відображення інформації		Інформація для процесу реалізації
	По дебету	По кредиту	
платежів до бюджету			
70 «Доходи від реалізації»			
узагальнення інформації про доходи від реалізації готової продукції, товарів, робіт і послуг, а також про суму знижок, наданих покупцям, та про інші вирахування з доходу	належна сума непрямих податків та списання у порядку закриття на рахунок 79 «Фінансові результати»	збільшення (одержання) доходу	Нарахування доходу від реалізації
79 «Фінансові результати»			
для обліку й узагальнення інформації про фінансові результати діяльності	суми в порядку закриття рахунків обліку витрат	суми в порядку закриття рахунків обліку доходів	Закриття доходів та витрат від реалізації
90 «Собівартість реалізації»			
для узагальнення інформації про собівартість реалізованої готової продукції, виконаних робіт, наданих послуг	виробнича собівартість реалізованої готової продукції, робіт, послуг; фактична собівартість реалізованих товарів	списання в порядку закриття дебетових оборотів на рахунок 79 «Фінансові результати»	Собівартість реалізації

Важливого значення під час дослідження проблем обліку доходів набуває автоматизація облікової та управлінської діяльності, яка базується на новітніх інформаційних технологіях. Для автоматизації обліку в Україні найбільше розповсюдження отримала програма «1С: Підприємство» [5]. На сьогодні все ширшого розповсюдження набуває наступна версія програми - восьма. «1С:Бухгалтерія 8.2» забезпечує рішення всіх задач, що стоять перед бухгалтерською службою підприємства, якщо до її повноважень повністю входить облік на підприємстві, включно з випискою первинних документів, обліком продажів і т.д. [3]

Зазначимо, що впровадження програми 1С ефективно лише тоді, якщо наслідком впровадження є збільшення ефективності і покращення якості ведення бухгалтерського обліку на підприємстві. Це виражається в:

упорядковуваності бухгалтерського обліку; зменшення кількості бухгалтерських помилок - найбільш важливий чинник, якщо враховувати кількість штрафів і пені за приховання оподаткованої величин, причиною якого, є бухгалтерські недоліки та помилки; збільшення оперативності бухгалтерського обліку [3].

Загальна схема автоматизації обліку процесу реалізації, відображення доходів, витрат та фінансових результатів від реалізації представлено на рис. 1.

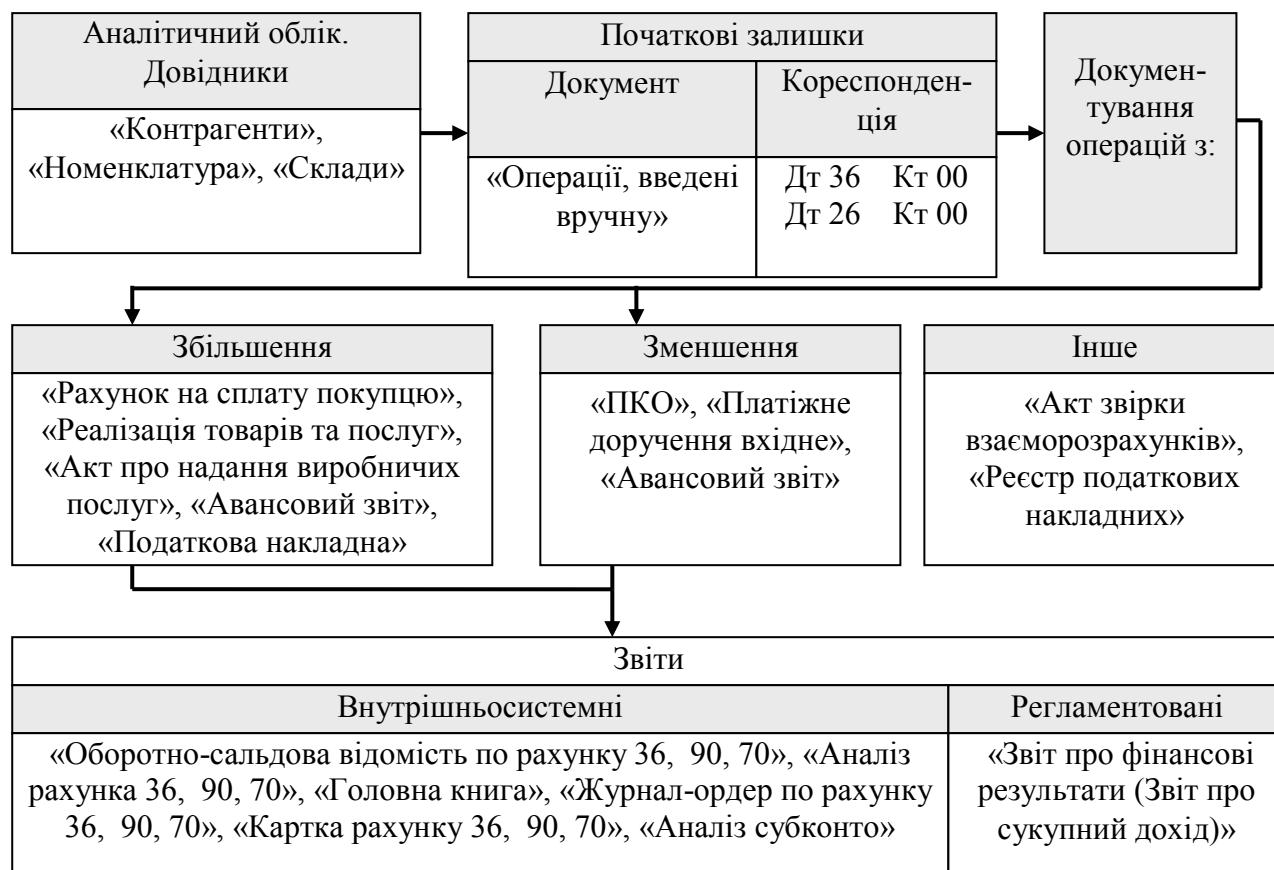


Рисунок 1 - Послідовність автоматизації обліку процесу реалізації з використанням програмного продукту «1С: Підприємство 8.2»

Визначення фінансового результату виконується документом «Визначення фінансових результатів». Документ є регламентним і повинен обов'язково вноситися останнім днем місяця. Він повинен формуватися після відображення усіх господарських процесів, що роблять вплив на доходи і витрати, враховуючи витрати по податку на прибуток [5].

Списання отриманого фінансового результату з урахуванням витраченого

в поточному періоді прибутку на рахунок обліку нерозподіленого прибутку також виконується документом «Визначення фінансових результатів». Така операція зазвичай виконується після закінчення звітного періоду (роки) [5].

Отже, облік реалізації продукції супроводжується зростанням інформаційних потоків, які потребують оперативної обробки та глибинного порозуміння для прийняття тактичних та стратегічних управлінських рішень на різних рівнях управління. Застосування сучасних інформаційних систем для автоматизації обліку забезпечить максимальну економію робочого часу, зниження витрат на ведення обліково-аналітичної роботи і надання своєчасної, повної і достовірної інформації про господарські операції, необхідної для прийняття обґрунтованих управлінських рішень.

Список використаної літератури

1. Інструкція про застосування Плану рахунків бухгалтерського обліку активів, капіталу, зобов'язань і господарських операцій підприємств і організацій, затверджене наказом Міністерства фінансів України № 291 від 30 лист. 1999 р. [Електронний ресурс] / Верховна Рада України. – Режим доступу : <http://www.zakon.rada.gov.ua>.
2. Лишиленко О. В. Бухгалтерський облік : підручник / О. В. Лишиленко. – 3-тє вид., перероб і допов. – К. : ЦНЛ, 2009. – 670 с.
3. Чому 1С? Переваги та недоліки для ведення обліку в Україні [Електронний ресурс] – Режим доступу : https://stimul.kiev.ua/articles.htm?a=chomu_1s_perevagi_ta_nedoliki_dlya_vedenny_a_obliku_v_ukraini.
4. Шевчук О. А. Особливості автоматизації обліку доходів і витрат на промислових підприємствах [Електронний ресурс] / О. А. Шевчук // БІЗНЕСІНФОРМ. – 2013. - № 11. – С. 124 – 127. – Режим доступу : http://www.business-inform.net/pdf/2013/11_0/124_127.pdf.
5. 1 С : Підприємство 8.2 / Бухгалтерія для України / Облік доходів, витрат і прибутку [Електронний ресурс] / Режим доступу : <http://stimul.kiev.ua/tags.php>.

*Тесленко А.В., студентка
Гільорме Т.В., к.е.н., доцент
кафедри статистики, обліку та економічної інформатики
Дніпропетровський національний університет імені Олеся Гончара
gillyorme@i.ua*

ОРГАНІЗАЦІЯ УПРАВЛІНСЬКОГО ОБЛІКУ ВИРОБНИЧИХ ЗАПАСІВ ПІДПРИЄМСТВА

Питаннями організації бухгалтерського обліку виробничих запасів (методично-організаційними проблемами вибуття, списання товарно-заготівельних витрат тощо) займалося багато українських вчених. Так, Олійник Т.О та Дем'яненко І.С. [1] досліджували проблему вибуття запасів для цілей управлінського обліку та дійшли висновків, що найбільш простим у застосуванні і дієвим для надання інформації в управлінських цілях є метод середньозваженої собівартості, який практично повністю виключає можливість маніпуляції обліковими записами. Пошуком новітніх методів вибуття запасів в системі управлінського обліку займалася О.В. Лишиленко [2]: використання на практиці тільки традиційних методів оцінки вибуття виробничих запасів в системі управлінського обліку не повною мірою забезпечує керівництво підприємств необхідною інформацією в системі оптимізації ціноутворення на власну продукцію, роботи та послуги, визначення точки беззбитковості. Тому автором пропонуються додатково використовувати два методи оцінки вибуття виробничих запасів: найменшої собівартості запасів (скорочено ЧІФО) та найбільшої собівартості запасів (скорочено ЕІФО).

Принципово протилежної точки зору дотримуються Ю.В. Гончаров та І.В. Кравченко [3, с. 52]: скасування методу ЛІФО в Україні було дещо передчасним у зв'язку з тим, що використання цього методу на практиці забезпечує відображення реальної вартості запасів саме в умовах нестабільності економіки. Сидоренко І.В. та Сопільник А.О. [4] пропонують при відсутності інформації про чисту вартість реалізації кожного конкретного номенклатурного номеру запасів застосовувати розрахунок резерву списання відповідно до рівня

оборотності, при цьому виділяють 4 класи. У своїй монографії Кулик В.А. детально дослідила особливості запасів як елементу облікової політики [5].

Полянська О.А. зазначає, що система управлінського обліку є дієвою інформаційною системою, яка забезпечує управління необхідною інформацією та інтегрує традиційні методи обліку, аналізу, нормування, планування і контролю та являє єдину систему отримання, обробки інформації та прийняття на її основі управлінських рішень [4].

Ключовими аспектами управлінського обліку виробничих запасів підприємства є: досягнення за кожною групою запасів оптимального рівня запасів, що дозволяє мінімізувати витрати на постачання та зберігання запасів і водночас максимально задовольняє попит на них [5]; оптимальний розмір виробничих запасів впливає на забезпечення доцільного об'єму продажу готової продукції, і як наслідок, – на збільшення точки беззбитковості, операційного важеля, маржинального прибутку та ін. показників, що визначаються при CVP-аналізу як елементу методу управлінського обліку. Управлінський облік виробничих запасів сільськогосподарського підприємства передбачає визначення ключових параметрів (рис. 1): рівень мінімального та максимального запасів, оптимальна величина партії закупівлі, цикл замовлення.

На рівні підприємства виробничі запаси являють собою один із чинників, що визначають політику підприємства та впливають на рівень ефективності його функціонування. Проте більшість сільськогосподарських підприємств не приділяють належної уваги питанням управління виробничими запасами, що призводить до недооцінки майбутньої потреби в наявних запасах, унаслідок чого суб'єкти господарювання змушені нести додаткові витрати. Визначення елементів облікової політики управлінського обліку щодо виробничих запасів повинен ґрунтуватися на результатах інтеграції ABC-аналізу та XYZ-аналізу, дослідження складських та фінансових можливостей підприємства. Проведені аналітичні роботи повинно бути спрямовані на обґрунтування рішень щодо оптимізації виробничих запасів та вибору ефективної системи управління запасами.

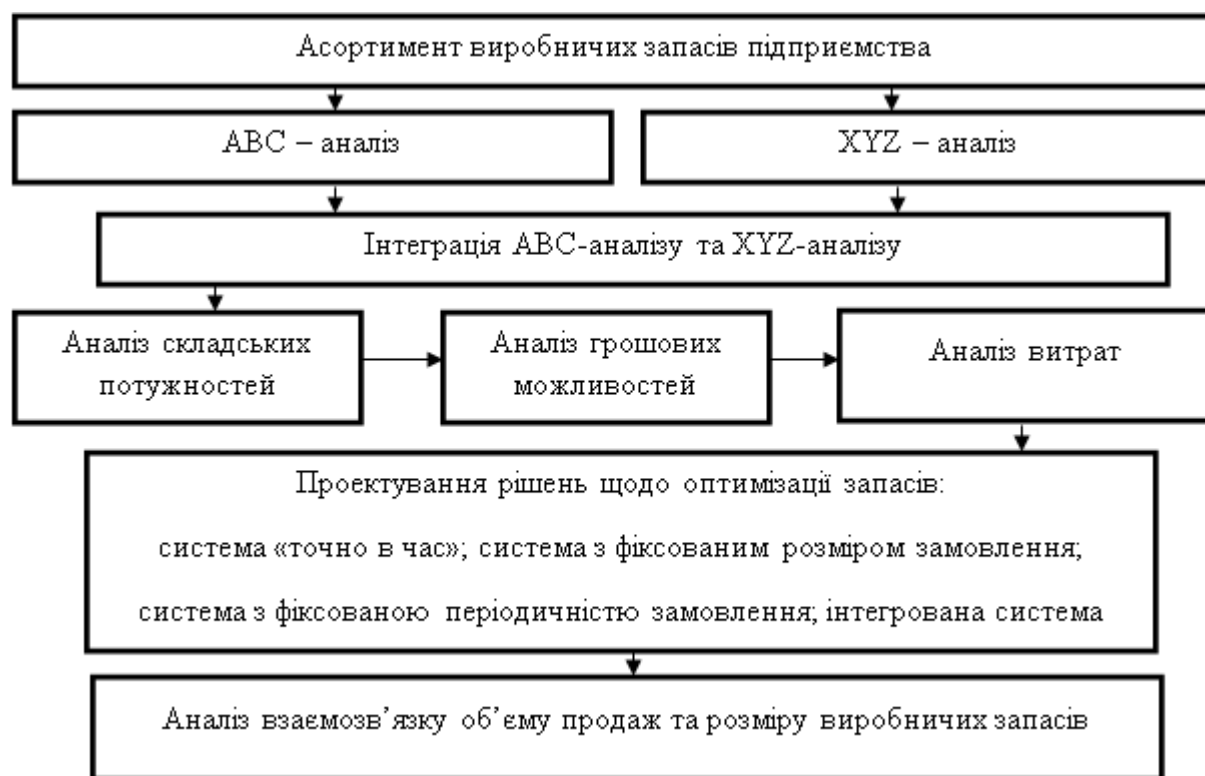


Рисунок 1 - Модель визначення оптимальної величини запасів підприємства

Джерело: удосконалено на підставі [4]

Управління запасами має два основні аспекти [6]. Один стосується забезпечення підприємства виробничими запасами для виготовлення необхідного продукту в достатній кількості, у визначені терміни та в потрібному місці. Другий аспект пов'язаний з витратами на підтримання певного рівня запасів. Виходячи з цих положень на підприємстві регулюють рівень матеріальних запасів виробництва. При цьому визначають терміни та обсяги замовлень (коли та скільки замовляти) і розробляють моделі, які допомагають у прийнятті таких рішень. Під час регулювання запасів необхідно враховувати, що всі матеріальні ресурси, які зберігаються, суттєво різняться з точки зору їх вартості, потенційного прибутку (або збитків), обсягу можливих втрат від браку запасів. Тому розподіляти зусилля з управління запасами необхідно, беручи до уваги відносну значущість предметів зберігання. У цьому плані найбільш поширеним є метод *ABC*, який дає змогу класифікувати матеріальні запаси відповідно до певного показника їх значущості. Сутність

цього методу полягає в тому, що всі матеріальні ресурси, які зберігаються на складах підприємства, розподіляються (ранжуються) в порядку зменшення обсягів їх річної потреби.

Список використаної літератури

1. Олійник Т.О. Вибір методу оцінки виробничих запасів на промислових підприємствах в умовах кризи / Т.О. Олійник, І.С. Дем'яненко // [Електронний ресурс]. – Режим доступу: www.rusnauka.com/27_NNM_2009/Economics/52841.doc.htm.
2. Лишиленко О.В. Напрямки покращення методів оцінки списання виробничих запасів в системі аналізу безбитковості виробництва продукції аграрних підприємств / О.В. Лишиленко // [Електронний ресурс]. – Режим доступу: www.rusnauka.com/SND/Economics/7_1%20i%20sh%20i%20l%20e%20n%20k%20o.doc.htm.
3. Гончаров Ю.В. Оцінка виробничих запасів: вітчизняний та зарубіжний досвід / Ю.В. Гончаров, І.В. Кравченко // Облік і фінанси АПК. – 2011. – №1. – С. 50-53.
4. Полянська О.А. Управлінський облік товарних запасів / О.А. Полянська // [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://archive.nbuv.gov.ua/portal/soc_gum/torg/2009_10/10.pdf
5. Кулик В.А. Облікова політика підприємства: набутий досвід та перспективи розвитку: Монографія. – Полтава: РВВ ПУЕТ, 2014. – 373 с.
6. Внутрішній економічний механізм підприємства: Навч. Посібник / М.Г.Грещак, О.Н.Гребешкова, О.С.Коцюба / За ред. М.Г. Грещака – К.: КНЕУ, 2001. – 228 с.

Федорчук О.М., к.е.н., доцент
доцент кафедри економіки підприємства
Херсонський державний університет
A_fedorchuk@mail.ru

ЩОДО ОЦІНКИ ЕФЕКТИВНОСТІ ФУНКЦІОНУВАННЯ ЕЛЕМЕНТІВ ВИРОБНИЧОЇ ІНФРАСТРУКТУРИ АГРАРНОГО СЕКТОРУ

Макроекономічні зміни соціально-політичного устрою держави, глобалізація продовольчої проблеми визначили сучасний стан розвитку аграрного сектору України. Наразі проводяться реформи в різних галузях народногосподарського комплексу, відпрацьовані важливі законодавчі засади

державного устрою та розвитку останнього. Разом із тим не вирішена проблема раціонального матеріально-технічного забезпечення аграрного сектору, переробки та реалізації продукції, не досягнуто паритету цін на сільськогосподарську та промислову продукцію, недостатня державна підтримка сільськогосподарського товаровиробника, не врегульовані питання кредитування. Внаслідок цього має місце нестабільність і неоднозначність показників окремих галузей та регіонів, критичною стає обмеженість матеріально-технічних ресурсів, інновацій, відтворювальних процесів у рослинницьких і тваринницьких підгалузях [3].

Трансформація виробничих відносин, зміна організаційно-правових форм і характеру взаємозв'язків господарюючих суб'єктів в економічній системі є головними детермінантами процесу функціонування та відтворення матеріально-технічних засобів виробничої інфраструктури. Необхідно відмітити те, що останній час для аграрного сектору був часом становлення принципово нових господарських відносин, побудованих на принципах приватної власності на землю і майно, та створення економічних передумов для активізації господарської діяльності. Це призвело до значних структурних змін у галузі, відродження великих товарних виробництв на принципово нових засадах, створення нових видів господарюючих суб'єктів у сільському господарстві - акціонерних товариств, приватних підприємств тощо.

Процеси зміни вартості матеріально-технічних засобів виробничої інфраструктури у різних галузях народного господарства позначилися на структурі основного капіталу народногосподарського комплексу. Майно, що використовується в різних господарських структурах, повинно обліковуватися за реальними цінами, які відповідають сучасним умовам відтворення, ринковим цінам того чи іншого інвентарного об'єкта або майнового комплексу.

Матеріально-технічна база підприємств аграрного сектору включає різні види засобів праці виробничого та невиробничого призначення. У виробничій групі, крім засобів основної діяльності, представлені засоби переробних і обслуговуючих підприємств, торгівлі, громадського харчування, транспорту, зв'язку тощо. Досить повно обліковані об'єкти культурно-побутового

призначення. Тобто, в аграрному секторі порівняно з іншими народногосподарськими структурами більше об'єктів обліку, формування та експлуатації засобів праці. Це передбачає відповідні підходи до їх аналізу, оцінки та раціонального функціонування [1].

Потреба у визначенні економічної ефективності матеріально-технічних засобів виробничої інфраструктури виникає при аналізі й оцінці діяльності сільськогосподарських підприємств, складанні бізнес-планів, перспективному і поточному плануванні, виборі варіантів господарських рішень (обґрунтуванні напрямів інвестицій, виявленні резервів збільшення виробництва кінцевої продукції та ін.). Головне завдання аналізу економічної ефективності основних засобів – удосконалення матеріально-технічної бази шляхом кількісного нарощування та якісного оновлення основних виробничих засобів з метою досягнення максимальних обсягів виробництва при мінімальних затратах праці та коштів.

Критерій ефективності використання матеріально-технічних засобів виробничої інфраструктури не може якісно відрізнятися від ефективності суспільного виробництва. Критерієм економічної ефективності їх використання є підвищення продуктивності суспільної праці, що супроводжується збільшенням обсягів виробництва продукції з одиниці земельної площі. Єдиному критерію економічної ефективності відповідає система показників, яка дозволяє кількісно визначити результати, що відповідають критерію економічної ефективності. При формуванні показників ефективності необхідно керуватися тим, що вони перебувають у розвитку та взаємозв'язку, підпорядковані законам переходу кількісних змін у якісні.

Для виявлення змін, тенденцій, закономірностей в ефективності використання матеріально-технічних засобів виробничої інфраструктури важливе значення має аналіз їх структури, рівня оновлення, швидкості обігу, вікового складу обладнання, рівня вартості; технологічна структура (питома вага активної частини основних засобів в загальній їх вартості); вікова структура всього капіталу та окремих його видів. Існуючі методи обчислення

цих показників вимагають удосконалення з врахуванням необхідності повного охоплення деяких особливостей відтворення і підвищення ефективності використання основного капіталу [4].

Ефективність використання матеріально-технічних засобів виробничої інфраструктури необхідно визначати лише з врахуванням техніко-економічних особливостей функціонування основного капіталу сільськогосподарських та промислових підрозділів різних форм власності та господарювання. Існуюча класифікація основного капіталу не дозволяє виділити обсяг основних засобів, що безпосередньо приймають участь у вирощуванні окремих сільськогосподарських культур.

Концепція перебудови відтворювального процесу в аграрному секторі повинна передбачати своєчасне оновлення функціонуючих і прискорення заміни застарілих технічних засобів, раціоналізацію їх вікової структури, удосконалення інвестиційної політики, оптимізацію строків служби та пропорцій між формами їх оновлення.

Дослідження свідчать, що економічну ефективність матеріально-технічних засобів виробничої інфраструктури найоб'єктивніше відображають техніко-економічні та узагальнюючі показники. А сама система показників повинна включати характеристики умов виробництва та його затрати, фондомісткість, а також прямі показники використання засобів виробництва. Основними з яких є: обсяг виробництва валової продукції сільського господарства, валовий і чистий дохід з одиниці земельної площі, рівень продуктивності праці, розмір грошово-матеріальних витрат на виробництво одиниці продукції, коефіцієнт ефективності основних фондів, зведені витрати. Узагальнюючи теоретичний і практичний досвід можна з впевненістю стверджувати, що серед запропонованих показників оцінки ефективності використання основних засобів найважливішим є їх віддача. В основі її обчислення лежить кількісне співвідношення ефекту і витрат, що забезпечують його отримання.

Щодо показника обсягу реалізованої продукції, то в сучасних

економічних умовах він також не є досконалим, оскільки його величина значною мірою залежить від фінансового стану споживачів продукції. Показник чистої продукції теж має ряд суттєвих недоліків: по-перше, чиста продукція може змінюватися за рахунок зміни чисельності працівників і фонду заробітної плати; по-друге, як і попередні показники, він чутливий до змін цін і асортиментних зрушень.

Співставлення переваг і недоліків кожного з перерахованих показників, дає підстави зробити висновок, що для розрахунку показника віддачі найбільш доцільно використовувати вартість валової продукції у співставних цінах. Також необхідним є використання величини прибутку, який входячи до розрахунку показника рентабельності, відображатиме не тільки кількісну, але і якісну сторону використання виробничих ресурсів.

Останнім напрямком економічного аналізу ефективності функціонування матеріально-технічних засобів виробничої інфраструктури є визначення ефективності їх використання по окремих видах. Даний аспект дослідження характеризують техніко-економічні показники експлуатації виробничих приміщень і споруд, машин і обладнання, продуктивної худоби та багаторічних насаджень. Визначенню цих показників передуює аналіз забезпеченості господарств окремими видами основних засобів: виробничими приміщеннями, продуктивною худобою з врахуванням її породного складу, силовими і робочими машинами, багаторічними насадженнями відповідно їх видового складу. Аналіз забезпеченості господарств окремими видами матеріально-технічних засобів виробничої інфраструктури проводять з врахуванням їх відповідності виробничому напрямку сільськогосподарських підприємств.

Важливим завданням економічного аналізу матеріально-технічних засобів виробничої інфраструктури аграрного сектору є вивчення їх фізичних та вартісних розмірів, співвідношень окремих видів та структури фондів у цілому. Досліджувати такі зміни та їх кількісні характеристики доцільно методами побудови рядів динаміки й структурного аналізу. Економічні процеси формування та ефективного функціонування окремих видів елементів

виробничої інфраструктури різного походження в динаміці по типах підприємств різного виробничого напрямку в сучасних умовах досить складні й вимагають застосування різних методів економічного аналізу, зокрема, аналізу рядів динаміки фондооснащеності одиниці земельної площі і фондоозброєності праці, структурного аналізу складу основних фондів, статистичних групувань та кореляційно-регресійного аналізу, монографічного, порівняння й зіставлення кількісних і якісних показників, розрахунково-нормативного та інших [2].

Методологія визначення економічної ефективності матеріально-технічних засобів виробничої інфраструктури розвивалась та удосконалювалась на основі пізнання об'єктивних законів суспільного виробництва, збагачувалась досвідом економічних обґрунтувань в галузі капітального будівництва, конструювання та впровадження нових технічних засобів, формування багаторічних насаджень, продуктивної та робочої худоби, ін.

Динамізм розвитку громадського виробництва, поширення нових організаційних форм господарювання, існування різних форм власності на засоби виробництва, відсутність поглиблення спеціалізації та розширення міжгалузевих зв'язків ставлять вирішення цього питання на чільне місце. В свою чергу визначення недоліків у формуванні виробничої інфраструктури аграрного сектору для забезпечення раціонального використання його потенціалу в нових економічних умовах посилює значення визначення економічної ефективності використання матеріально-технічних засобів виробничої інфраструктури.

Список використаної літератури

1. Дейнеко Л. В. Методичні підходи до обґрунтування оцінки техніко-економічного стану об'єктів інфраструктури продовольчого комплексу / Л. В. Дейнеко, Е. І. Шелудько // Національне господарство України: теорія та практика управління: зб. наук. пр. – К.: РВРС України НАН України, 2009. – С. 185–193.
2. Кузнецова А. И. Инфраструктура: вопросы теории, методологии и прикладные аспекты современного инфраструктурного обустройства. Геоэкономический подход / И. А. Кузнецова: изд. 2-е. – М.: КомКнига, 2010. – 456 с.

3. Малік М. Й. Конкурентоспроможність аграрних підприємств: методологія і механізми: [монографія] / М. Й. Малік, О. А. Нужна. – К.: ННЦ ІАЕ, 2007. – 270 с.

4. Федорчук О.М., Морозов Р.В. Прогнозування потреби у матеріально-технічних ресурсах для аграрних підприємств / О.М. Федорчук, Р.В.Морозов // Таврійський науковий вісник: зб. наук. праць. – Херсон: Айлант, 2012. - Вип. №. 79. – С. 361-369.

*Худенко М.В., студентка
Науковий керівник: Гончаренко М.Л., доц. к. н.
Українська інженерно - педагогічна академія
khudenko_marina@mail.ru*

МЕТОДОЛОГІЯ ОЦІНКИ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

У ринкових умовах висока конкурентоспроможність підприємства - це стабільний та високий прибуток. Оскільки на даний момент досить вагомою є конкурентна боротьба на ринках України, кожне підприємство-товаровиробник намагається спрямувати свої зусилля на захоплення якомога більшої частки ринку та залучити більшу кількість потенційних споживачів. Щоб вижити у цій боротьбі, кожне підприємство має поставити перед собою завдання підвищення рівня конкурентоспроможності. Для розробки заходів з покращення конкурентоспроможності підприємства, необхідно спочатку оцінити поточний стан конкурентоспроможності підприємства, саме тому, проблема яка розглядається є актуальною на сьогодні.

Найбільш істотний вклад в розвиток конкурентоспроможності підприємства внесли американські та західноєвропейські наукові центри, зокрема, науково-дослідні групи М. Портера, І. Ансоффа (США), А. Гутмана (Канада), Дж. Данінга (Великобританія)[5].

Конкурентоспроможність – це стабільна можливість задовольняти певні потреби покупців краще, ніж конкуренти, та завдяки цьому вдало продавати продукцію з прийнятними фінансовими результатами для виробника[1].

Для організації ефективного управління конкурентоспроможністю продукції підприємства - це необхідний дієвий інструмент її оцінювання. При цьому варто враховувати, що через відмінні риси продукції різних галузей і специфіку попиту на неї, не варто намагатися використовувати однаковий метод для аналізу конкурентоспроможності. Існуючі методи оцінки конкурентоспроможності підприємства можна класифікувати за двома ознаками: за ступенем охоплення аспектів функціонування підприємства та формою вираження результату оцінки [4].

Залежно від ступеня охоплення цих аспектів методи оцінки доцільно класифікувати на спеціальні і комплексні. Спеціальні методи орієнтовані на аналіз окремих сторін діяльності підприємства (матричні методи, метод оцінки конкурентоспроможності продукції, тощо), комплексні (більшість індексних методів) - на всебічний аналіз [3].

Матричні методи оцінки конкурентоспроможності підприємства базуються на використанні матриці - таблиці впорядкованих за рядками та стовпцями елементів. Вони не дозволяють дати оцінку рівня конкурентоспроможності підприємства, однак дозволяють здійснити аналіз окремих аспектів його діяльності, середовище функціонування, ринкову позицію та визначити основні напрями подальшого розвитку. Науковці відзначають, як переваги, так і вади названих методів оцінки конкурентоспроможності підприємства. До матричних методів відносяться: матриця «Бостонської консалтингової групи», матриця «Ансоффа», матриця McKinsey, матриця Shell, матриця конкурентних стратегій М.Портера, матриця А.Томпсона-Дж.Стрикленда, матриця Хофера-Шендлера[5].

Так, основними позитивними сторонами застосування даних методів є[4]:

- можливість отримання достовірної оцінки конкурентоспроможності підприємства за наявності релевантної інформації про обсяги продажу;
- простота у застосуванні та визначенні частки на ринку і темпів зростання ринку;

- придатність для аналізу взаємодії між різними напрямками діяльності підприємства та для різних стадій розвитку кожного напрямку діяльності.

Стосовно недоліків матричних методів, то серед них науковці виокремлюють наступні [4]:

- здійснення оцінки конкурентоспроможності підприємства лише за двома характеристиками;
- не завжди об'єктивна характеристика конкурентоспроможності за відносною часткою ринку;
- відсутність аналізу причин, що ускладнює прийняття управлінських рішень.

Найбільш комплексними при оцінці конкурентоспроможності суб'єктів господарювання виявили себе індексні методи, які передбачають вибір декількох підприємств - аналогів для створення порівняльної бази, визначення найбільш важливих показників, що впливають на рівень конкурентоспроможності, та коефіцієнтів впливу по кожному з показників, оцінку підприємства за кожним показником, розрахунок індексу конкурентоспроможності підприємства[6].

Метод, що базується на визначенні конкурентоспроможності продукції підприємства передбачає аналіз ринку та вибір зразка товару для порівняння; визначення сукупності порівнюваних параметрів для товарів; розрахунок інтегрального показника конкурентоспроможності. При цьому розрахунок інтегрального показника здійснюється шляхом сумування одиничних індексів по кожному із порівнюваних товарів з урахуванням вагових коефіцієнтів. Цей метод дозволяє оцінити рівень конкурентоспроможності продукції, однак тільки по рівню конкурентоспроможності продукції неможливо об'єктивно оцінити конкурентоспроможність підприємства.

Метод, що ґрунтується на визначенні сили реактивної позиції передбачає визначення ступеня реакції фірми на стратегічні маневри конкурентів. При

цьому даний метод не враховує достатню кількість факторів конкурентоспроможності.

Метод, що базується на теорії рівноваги фірми та галузі А. Маршала та теорії факторів виробництва передбачає, що критерієм конкурентоспроможності слугує наявність у виробника таких факторів виробництва, які можуть бути використані з найбільшою продуктивністю. При цьому під рівновагою розуміють такий стан, за якого у підприємства відсутні стимули змінювати обсяги виробництва та частку ринку[2].

Інтегральний метод оцінки передбачає визначення загального показника на основі ступеня задоволення потреб споживача і ефективності виробництва.

Метод бенчмаркінгу в цілому можна охарактеризувати як дослідження сприяючих факторів успіху лідерів у галузі та показників діяльності останніх задля порівняння із власними показниками.

Графічні методи оцінки конкурентоспроможності базуються на побудові так званого багатокутника конкурентоспроможності (або циклограми) .

До графічних методів відносяться [3]:

- Багатокутник конкурентоспроможності;
- Радар конкурентоспроможності;
- Метод «профілів».

В цілому, перевагою застосування графічних методів при оцінці конкурентоспроможності підприємств є їх відносна простота та наочність, однак використання вказаних методів не позбавлене і недоліків. Зокрема, графічні методи оцінки конкурентоспроможності не дають можливості встановити загальне значення показника конкурентоспроможності підприємства. Крім того, вадою графічних методів є і неможливість прогнозування майбутніх змін конкурентоспроможності.

Отже, розглянувши існуючі методи оцінки конкурентоспроможності підприємства, можна стверджувати, що усі вони володіють своїми перевагами та недоліками. В сучасних ринкових умовах для оцінки конкурентоспроможності підприємств найбільш ефективним буде одночасне

застосування різних методик, результати яких доповняють одна одну та дозволяють отримати найбільш повне уявлення про її рівень.

Список використаної літератури

1. Батенко Л.П., Загородніх О.А., Ліщинська В.В. Управління проектами: Навч. посібник. - К.: КНЕУ, 2003. – 231 с.
2. Денисова А.Л., Уляхин Т.М. Управление конкурентоспособностью промышленного предприятия: аспекты качества: монография/ А.Л. Денисова, Т.М. Уляхин. Тамбов: Изд-во Тамб. гос. техн. ун-та, 2006ю-120с.
3. Клименко С.М., Дубова О.С., Барабась Д.О., Омеляненко Т.В. Управління конкурентоспроможністю підприємства/ С.М. Клименко, О.С.Дубова, Т.В. Омеляненко-К:КНЕУ, 2006.-527с.
4. Кухарук А.Д. Класифікація та аналіз методів оцінки конкурентоспроможності промислових підприємств / А.Д. Кухарук // Проблеми системного підходу в економіці. Електронне наукове фахове видання. – № 1. – 2011. – режим доступу: http://www.nbu.gov.ua/e-journals/PSPE/2011_1/Kuharuk_111.htm
5. Хрущ, Н. А. Сучасні методичні підходи до оцінки конкурентоспроможності підприємства [Електронний ресурс] / Н. А. Хрущ, Л. В. Ваганова // Вісник Хмельницького національного університету. – 2010. – № 5, Т. 3. – С. 153-156. – Режим доступу: http://www.nbu.gov.ua/portal/Soc_Gum/Vchnu_ekon/2010_5_3/37hru.pdf.
6. Фатхутдинов Р.А. Управление конкурентоспособностью организации:[учеб.]/ Р.А. Фатхутдинов.-М:Эксмо, 2005.-544с.

***Черненко К. В., к.е.н.**
ст. викладач кафедри бухгалтерського обліку
Рудченко О. О., магістр
Полтавська державна аграрна академія
E-mail: kseniya_chernenk@mail.ru*

ДОКУМЕНТАЛЬНЕ ЗАБЕПЕЧЕННЯ ВИТРАТ НА ВИРОБНИЦТВО ПРОДУКЦІЇ РОСЛИННИЦТВА

Рослинництво є однією із основних і специфічних галузей сільськогосподарського виробництва. На процес відтворення засобів у рослинництві суттєвий вплив має сезонний характер виробництва, зокрема неспівпадання періоду понесення витрат виробництва і періоду виходу

продукції.

Облік витрат виробництва, облік собівартості продукції являються визначальними в загальній системі бухгалтерського обліку.

Облік витрат виробництва ведеться відповідно до П(С)БО 16 «Витрати» [7], П(С)БО 9 «Запаси» [6] та П(С)БО 30 «Біологічні активи» [8].

Основними завданнями обліку витрат виробництва і виходу продукції рослинництва є:

- інформаційне забезпечення адміністрації підприємства для прийняття управлінських рішень;
- спостереження і контроль за фактичним рівнем витрат порівняно з їх нормативами і плановими розмірами з метою виявлення відхилень та формування економічної стратегії на майбутнє;
- достовірний облік виходу продукції за її видами з урахуванням якості;
- обчислення собівартості виготовленої продукції для оцінки готової продукції;
- виявлення і оцінка економічних результатів виробничої діяльності структурних підрозділів;
- систематизація інформації управлінського обліку виробничої діяльності для прийняття рішень, які мають довгостроковий характер (окупність виробничих програм, рентабельність продукції, ефективність капітальних вкладень тощо) [4].

Виконання поставлених завдань виконується, перш за все, за рахунок документування господарських операцій. Документи в бухгалтерському обліку мають велике значення, адже вони є основою, фундаментом, на якому ґрунтується весь бухгалтерський облік; вони служать і засобом оперативного управління підприємствами та організаціями; з їх допомогою здійснюється попередній, поточний і наступний контроль за господарською діяльністю; вони мають і велике правове значення, оскільки володіють доказовою силою [5].

Первинний облік виробництва продукції рослинництва охарактеризуємо поетапно: документування витрат на виробництво, оприбуткування продукції з

поля та перевезення до місця зберігання.

Документальне підтвердження здійснення витрат залежить від виду витрат. Витрати на виробництво продукції рослинництва у плануванні та обліку групуються за статтями, які господарство визначає самостійно і затверджує наказом про облікову політику.

Витрати в рослинництві обліковують за такими статтями: на оплату праці; відрахування на соціальні заходи; насіння і посадковий матеріал; добрива; засоби захисту рослин; роботи та послуги; витрати на утримання основних засобів; інші витрати; витрати на організацію виробництва й управління [1]. Залежно від здійснених витрат на виробництво продукції рослинництва, первинні документи, які посвідчують їх факт, узагальнено у табл. 1.

Таблиця 1

Узагальнення первинних документів, які посвідчують факт витрат на виробництво продукції рослинництва

Документ	Призначення
Витрати на оплату праці	
Табель обліку робочого часу, наряд на відрядну роботу, обліковий лист машиніста – тракториста, подорожні листи, обліковий лист праці та виконаних робіт, розрахунково-платіжна відомість	Призначені для відображення фактів здійснених витрат по нарахуванню оплати праці
Відрахування на соціальні заходи	
Розрахунково-платіжна відомість та інші реєстри бухгалтерського обліку по розрахунках з оплати праці	Призначені для відображення фактів витрат по нарахуванню єдиного соціального внеску (станом на 2017 р. - 22 %)
Паливо-мастильні матеріали	
Накладна внутрішньогосподарського призначення, лімітно-забірна картка, подорожні листи вантажного, легкового автомобіля, трактора, автобуса, обліковий лист тракториста-машиніста тощо	Відображають факти витрачання (списання) паливо-мастильних матеріалів
Насіння та посадковий матеріал	
Накладна внутрішньогосподарського призначення, лімітно-забірна картка, Акт на списання насіння та посадкового матеріалу	Відображають факти витрачання списання посадкового матеріалу
Засоби захисту рослин, добрива	
Накладна внутрішньогосподарського призначення, Акт на використання мінеральних, органічних і бактеріальних добрив, пестицидів і гербіцидів	Відображають факти витрачання (списання) засобів захисту рослин
	Відображають факти витрачання (списання) мінеральних та органічних добрив

Малоцінні та швидкозношувані предмети	
Накладна внутрішньогосподарського призначення, акт на списання МШП та господарського інвентарю	Відображують списання на виробничі потреби МШП
Роботи та послуги власних виробництв	
Подорожній листи вантажного, легкового автомобіля, трактора, обліковий лист тракториста-машиніста, обліковий лист праці та виконаних робіт тощо	Відображають витрати, які надаються власними допоміжними виробництвами
Роботи та послуги сторонніх організацій	
Акт приймання-передачі виконаних робіт, рахунок-фактура, звіт про використання води, тепла, електроенергії	Відображають витрати, які надаються для виробничих потреб сторонніми організаціями
Амортизація необоротних активів	
Відомість нарахування амортизації	Відображає суми нарахованої амортизації,
Витрати на ремонт необоротних активів	
Відомість дефектів на ремонт машин, журнал обліку роботи ремонтної майстерні	Відображають факти витрат на ремонт необоротних активів
Загальновиробничі витрати	
Розрахунок бухгалтерії	Відображає розподіл та списання загальновиробничих витрат

Хронологічне, систематичне або комбіноване накопичення, групування та узагальнення інформації про господарські операції, що містяться у прийнятих до обліку первинних документах здійснюється в облікових регістрах.

Для обліку основних виробництв, зокрема, субрахунок 231 «Рослинництво» передбачено ведення Звіту № 5.5 с.-г. про витрати та вихід продукції основного виробництва; промислових, допоміжних виробництв, витрат на утримання та експлуатацію машин та обладнання (рахунок 23 «Виробництво»). Звіти складаються за місяць і наростаючим підсумком з початку року в розрізі об'єктів аналітичного обліку по відповідним статтям витрат. Показники Звіту № 5.5 с.-г. за кредитом аналітичних рахунків виробництв переносяться у Зведену відомість № 5.10 с.-г. до Журналу-ордеру № 5 В с.-г. в межах галузей виробництв та структурних підрозділів. Підсумки Зведеної відомості № 5.10 с.-г. з деталізацією сум за синтетичними рахунками (субрахунками) переносять до Журналу-ордеру № 5 В с.-г. [3].

Витрати виробництва є складовою у формуванні основної форми статистичної звітності - Основні економічні показники роботи сільськогосподарських підприємств за рік (форма № 50-СГ).

Інформаційним забезпеченням при складанні звіту за формою № 50-сг є розрахунки по закриттю операційних рахунків, заключний Баланс та облікові реєстри. Звіт складається із чотирьох розділів: виробництво і реалізація сільськогосподарської продукції, затрати операційної діяльності, фінансові результати, землекористування протягом звітного року [3].

У графі 3 наводяться дані про витрати підприємства, пов'язані безпосередньо з виробництвом сільськогосподарської продукції в обсягах, зазначених у графі 2 даної форми, тобто про виробничу собівартість виробленої в звітному році продукції, яка складається з прямих витрат на виробництво і загальновиробничих витрат, віднесених на відповідний вид рослинницької і тваринницької продукції. У довідці 1 «Структура виробничої собівартості за видами сільськогосподарської продукції» надається розшифровка даних графі 3 «Виробнича собівартість» розділу 1 за основними видами та статтями витрат для визначених видів продукції рослинництва (п. 1) і тваринництва (п. 2). Вона заповнюється на підставі даних про фактичні витрати, що обліковуються підприємствами на дебеті рахунків 23, 91 [3].

Розділ 2 «Витрати на основне виробництво» відображає дані про прямі витрати в галузі рослинництва і в галузі тваринництва за календарний рік з 1 січня до 31 грудня звітного року. Інформація подається у групуванні за елементами витрат, які пов'язані з виробництвом продукції, включаючи витрати на повністю загиблі посіви сільськогосподарських культур і на окремі види тварин, що не дали тваринницької продукції протягом року, які списані на збитки підприємства, а також зміни у витратах на незавершене виробництво [3].

Отже, облік є єдиним джерелом інформації, необхідної для отримання даних визначення обліку витрат з вирощування продукції рослинництва, використанням всіх видів виробничих ресурсів, а також обсягу виробленої продукції (наданих робіт чи послуг) в натуральних та грошових вимірниках.

Обліковий процес здійснюється на підставі первинної документації та закінчується складанням звітності. Обов'язковим завданням для бухгалтера з обліку виробництва продукції рослинництва є забезпечення дотримання на

підприємстві встановлених єдиних методологічних засад бухгалтерського обліку, організації контролю за відображенням на рахунках бухгалтерського обліку всіх господарських операцій щодо здійснених витрат. Перш за все, необхідно контролювати систему документування та обліку, перевіряти законність та доцільність складених господарських операцій на основі первинних документів; достовірність відображення записів в облікових регістрах.

Список використаної літератури

1. Методичні рекомендації з планування обліку і калькулювання собівартості продукції (робіт, послуг) сільськогосподарських підприємств № 132 від 18 трав. 2001 р. [Електронний ресурс] – Режим доступу : <http://minagro.gov.ua>.
2. Наказ Державного комітет статистики України «Про затвердження Інструкції щодо заповнення форми державного статистичного спостереження № 50-сг «Основні економічні показники роботи сільськогосподарських підприємств» № 403 від 06 лист. 2007 р. . [Електронний ресурс] / Верховна Рада України. – Режим доступу : <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/z1303-07>.
3. Наказ Міністерства аграрної політики України «Про затвердження спеціалізованих форм реєстрів журнально-ордерної форми обліку для сільськогосподарських підприємств та методичних рекомендацій щодо їх застосування» № 390 від 4 червня 2009 року [Електронний ресурс] – Режим доступу : http://search.ligazakon.ua/l_doc2.nsf/link1/FIN48748.html.
4. Огійчук М. Ф. Бухгалтерський облік на сільськогосподарських підприємствах : [підручник] / Огійчук М. Ф., Плаксієнко В. Я., Панченко Л. Г. ; за ред. проф. М.Ф. Огійчука. ; [3-е вид., перер. і доп.]. – К. : Вища освіта, 2006. - 878 с.
5. Петрова В. И. Научная организация бухгалтерского учета – М. : Финансы, 1975. – 136 с.
6. Положення (стандарт) бухгалтерського обліку 9 «Запаси», затверджено Наказом Міністерства фінансів України № 131 від 14 черв. 2000 р. [Електронний ресурс] / Верховна Рада України. – Режим доступу : <http://www.zakon.rada.gov.ua>.
7. Положення (стандарт) бухгалтерського обліку 16 «Витрати», затверджено Наказом Міністерства фінансів України № 318 від 31 груд. 1999 р. [Електронний ресурс] / Верховна Рада України. – Режим доступу : <http://www.zakon.rada.gov.ua>.
8. Положення (стандарт) бухгалтерського обліку 30 «Біологічні активи», затверджено Наказом Міністерства фінансів України № 790 від 18 лист. 2005 р. [Електронний ресурс] / Верховна Рада України. – Режим доступу : <http://www.zakon.rada.gov.ua>.

Секція 5

СТАН ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ІНФОРМАЦІЙНО-АНАЛІТИЧНОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ В УМОВАХ ТРАНСФОРМАЦІЙНОЇ ЕКОНОМІКИ.

*Буркат О.М., магістр
Науковий керівник: Костякова А.А., к.е.н., доцент
доцент кафедри обліку і оподаткування
Таврійський державний агротехнологічний університет
kostyakovvitya@mail.ru*

ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ОБЛІКОВО-АНАЛІТИЧНОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ УПРАВЛІННЯ РОЗРАХУНКАМИ З КОНТРАГЕНТАМИ

В сучасних умовах розрахунки з контрагентами представляють сферу господарської діяльності підприємств, яка містить у собі значні економічні ризики. Невиконання договірних зобов'язань, несвоєчасне погашення заборгованості, здійснення неефективної політики комерційного кредитування - це далеко не всі проблеми, з якими зіштовхуються підприємства в повсякденній діяльності. При цьому настання навіть однієї ризикової події здатне призвести до значних фінансових втрат. Дані обставини обумовлюють необхідність постійної і пильної уваги до сфери розрахунків з боку управлінців, а також необхідність належного обліково-аналітичного забезпечення, без якого неможливо здійснення ефективної управлінської діяльності.

Питанням відображення і розкриття інформації про обліково-аналітичне забезпечення приділяли достатньо уваги як вітчизняні, так і зарубіжні вчені, такі, як Смирнова В.В., Беленький П.Ю., Крамчанінова М.Д., Сергєєва В.І., Савицька Г.В., Родкіна В.В. та інші.

Метою даного дослідження є визначення значимості та ролі обліково-аналітичного забезпечення розрахунків на підприємстві.

Прийняття управлінського рішення як тактичного, так і стратегічного

характеру повинно базуватися на достовірній оперативній інформації у необхідних розрізах. Отже, виникає потреба розробки принципів і процедур, що становлять методичну основу підсистеми обліково-аналітичного забезпечення розрахунків з контрагентами. У сучасному розумінні контрагентами називають фізичних або юридичних осіб, які виступають однією зі сторін угоди. Іншими словами, це кожен з партнерів, що укладають договір між собою. Контрагентами можуть бути будь-які люди, які мають зв'язок з підприємством. До них відносяться постачальники товарів або послуг, підрядники, співробітники та покупці.

Відразу слід наголосити, що в наявній літературі більш усталеним є поняття інформаційного забезпечення функціонування підприємства, а не обліково-аналітичного, яке в свою чергу, має безліч тлумачень, які наведено в таблиці 1.1.

Таблиця 1.1

Тлумачення поняття інформаційно-аналітичного та обліково-аналітичного забезпечення різними авторами

Автор	Тлумачення поняття
В.В. Смирнова	Під інформаційним забезпеченням діяльності підприємства розуміється сукупність форм, методів та інструментів управління інформаційними ресурсами, необхідних і придатних для реалізації аналітичних та управлінських процедур, що забезпечують стабільне функціонування підприємства, його стійкий перспективний розвиток [7]
П. Ю. Беленький.	Інформаційне забезпечення розглядається як економічна категорія, сутність якої полягає в стимулюванні інформаційного обміну між суб'єктами взаємодії. Цей підхід тісно перетинається з пропозиціями [1]
М. Д. Крамчанінова	Інформаційне забезпечення розглядати як підсистему в системі управління підприємством, що повинна включати три організаційних моменти: організацію масиву інформації, організацію потоків інформації, організацію переробки інформації [3]
В.І. Сергєєва	Інформаційне забезпечення розглядається як комплекс програмно-технічних засобів і методів виробництва,

Автор	Тлумачення поняття
	обробки й використання інформації [2]
Г.В. Савицька	Сукупність інформаційного (планові, облікові і позаоблікові джерела) і методичного забезпечення (методи і методики аналізу) діяльності підприємства [6]
В. В. Родкіна	Обліково-аналітичне забезпечення можна визначити як інтерактивну структуру, яка включає персонал, обладнання і процедури, об'єднані інформаційним потоком, використовуваним логістичним менеджментом для планування, регулювання, контролю та аналізу функціонування й розвитку підприємства [5]

Підсумовуючи погляди різних вчених на поняття обліково-аналітичного забезпечення можна дати визначення даній категорії. Обліково-аналітичне забезпечення – є компонентом інформаційного забезпечення підприємства, це система збору, обробки, узагальнення, подання та аналізу фінансової інформації, забезпечення її кількості і якості для ведення господарської діяльності, зокрема її управління [4].

Система обліково-аналітичного забезпечення є складовою загальної системи управління, вона базується на даних бухгалтерського обліку і здійснюється працівниками бухгалтерії. Її суть полягає в об'єднанні облікових та аналітичних операцій в один процес, що формує рекомендації для прийняття управлінських рішень. В основі обліково-аналітичної системи лежить структурний підхід, що дозволяє розглядати організацію як складний об'єкт, що складається з ряду підсистем [4].

Вважаємо необхідним розглядати підсистему обліково-аналітичного забезпечення розрахунків з контрагентами як багатофакторну модель взаємодії підрозділів економічного суб'єкта господарювання в ході здійснення господарської діяльності.

Зміст обліково-аналітичної інформації прямо пов'язане з потребами управлінського персоналу підприємства і прийнятими управлінськими рішеннями. У той же час можна виділити ряд універсальних вимог до якості

інформації, формованої у системі управлінського обліку: оперативність і достовірність представлених даних; безперервність збору і обробки показників; системність і взаємозв'язок; зв'язок із потребами управління.

Важливо дотримуватись принципів комплексності і системності обліково-аналітичної інформації.

Необхідну аналітичність інформації забезпечують з допомогою низки критеріїв:

- ✓ повнота охоплення даних;
- ✓ універсальність отриманих показників;
- ✓ істотність даних;
- ✓ необхідний ступінь достовірності;
- ✓ своєчасність (оперативність) отримання та подання;
- ✓ раціональна трудомісткість обробки даних;
- ✓ порівнянність показників з попередніми періодами фінансово-

господарської діяльності, а також з аналогічними показниками конкурентів.

На підставі вищевикладеного, можна зробити висновок, що обліково-аналітичне забезпечення на підприємстві виконує таку роль, як забезпечення зовнішніх і внутрішніх користувачів інформацією, достатньою для прийняття ефективних управлінських рішень в умовах невизначеності конкурентного середовища. Задоволеність користувачів обліково-аналітичною інформацією, на наш погляд, потрібно розглядати як значущий фактор в системі мотивації облікових працівників, та як один із головних показників ефективності і результативності обліково-аналітичної системи господарюючого суб'єкта. Таким чином система обліково-аналітичного забезпечення розрахунків з контрагентами являє собою процес безперервних взаємопов'язаних дій, що утворюють замкнутий цикл управління, ядром якого є бухгалтерський облік.

Список використаної літератури

1. Інфраструктурне забезпечення конкурентної економіки регіонів (методологія і механізми) / Наук. ред. д.е.н., проф. П. Ю. Беленький. – Львів: НАН України. Інститут регіональних досліджень, 2002.

2. Корпоративная логистика. 300 ответов на вопросы профессионалов / Под общ. м науч. ред. проф. В.И. Сергеева. – М.: ИНФРА-М, 2004.

3. Крамчанінова М. Д. Формування системи управління промисловим підприємством в умовах стратегічного партнерства : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. екон. наук : / М. Д. Крамчанінова ; До- нець. держ. ун-т економіки і торгівлі ім. М. Туган-Барановського. – Маріуполь, 2005.

4. Пилипенко А. А. Формування обліково-аналітичного забезпечення управління витратами підприємств та їх об'єднань: [монографія] / Пилипенко А. А., Дзюбко І. П., Писарчук О. В. ; за заг. ред. д.е.н., доцента А. А. Пилипенка. – Х. : Вид-во ХНЕУ, 2011.

5. Родкина А. Т. Информационная логистика. – М.: Экзамен, 2001.

6. Савицька Г.В. Економічний аналіз діяльності підприємства: навч. посіб. - 3-тє вид., випр. і доп./ Г.В. Савицька - Київ: «Знання», 2007.

7. Смирнова В. В. Информационное обеспечение развития предпринимательских структур / В. В. Смирнова, А. О. Апостолов // Економіка. Менеджмент. Підприємництво. Зб. наук. праць СНУ ім. В. Даля. – 2003.

***Водник Валерія студентка III курсу
студентка обліково-економічного факультету
Науковий керівник: Волкова Н. А. к.е.н., доцент
Одеський національний економічний університет
lera_vodnik@ukr.net***

МІСЦЕ ЕКОНОМІЧНОГО АНАЛІЗУ В СИСТЕМІ НАУК

Економічний аналіз – важливий елемент у системі управління виробництвом, дієвий засіб виявлення внутрішніх невикористаних резервів, основа для вироблення оптимальних управлінських рішень щодо успішної діяльності в умовах ринку [1, с. 9].

Економічний аналіз тісно пов'язаний з багатьма економічними та неекономічними дисциплінами: діалектикою, політичною економією, бухгалтерським обліком, аудитом, статистикою, плануванням, галузевими економіками, маркетингом, організацією виробництва й управління, фінансуванням і кредитуванням підприємств, економіко-математичними методами.

З-поміж наук, з якими пов'язаний аналіз, треба передовсім назвати діалектику й політичну економію, які є теоретичною і методологічною основою всіх економічних наук, у тому числі й економічного аналізу.

В основу аналізу покладено діалектичний метод дослідження, який створює необхідний простір для абстрактно-логічних суджень.

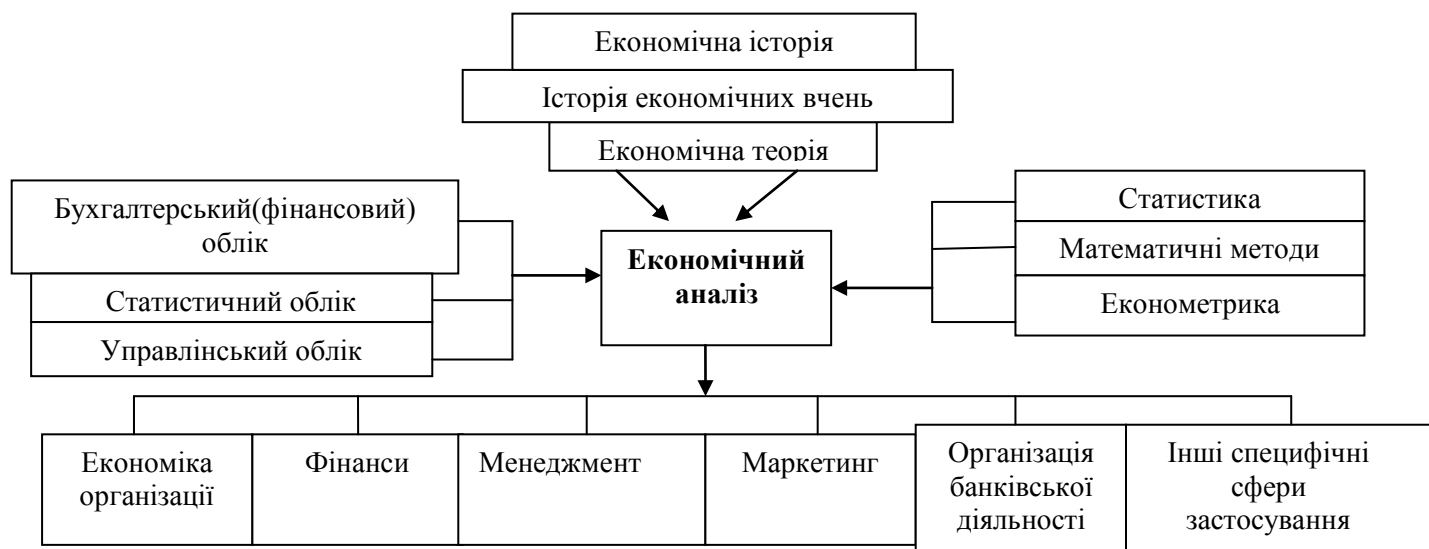


Рис.1 Взаємозв'язок економічного аналізу з іншими економічними науками [2, с. 36].

Основні принципи діалектики (рух, розвиток, саморозвиток, взаємозумовленість, взаємозалежність, причинно-наслідкова підпорядкованість, необхідність, випадковість, перехід кількості в якість) є базовими для використання в економічному аналізі.

Протилежністю аналізу є синтез. Синтез - це метод пізнання явищ, предметів і процесів через об'єднання їх складових в єдине ціле. Аналіз і синтез перебувають у діалектичній єдності і є засобами пізнання господарської діяльності.

Аналіз, як метод пізнання реальної дійсності, безпосередньо пов'язаний із мисленням, усвідомленим активним сприйняттям людиною реальної дійсності, що також передбачає використання синтезу та інших категорій і законів діалектики.

Політична економія – наука загальнометодологічна, яка розкриває основи суспільного виробництва, розподіл, обмін, споживання матеріальних благ, закони функціонування і розвитку виробництва за конкретних умов

господарювання. Ці закони - специфічні, загальні, особливі - визначають економічні процеси в будь-якому суспільстві, виражаючи типові, стійкі, причинно-наслідкові зв'язки й залежності. Економічний аналіз досліджує дію економічних законів, які виражають головний, магістральний напрям розвитку того чи іншого господарства та проявляються в закономірностях і тенденціях його стратегії.

Базис, яким є політична економія, озброює аналітиків відповідною системою економічних показників і понять, таких як ціна, прибуток, собівартість та ін. Користуючись теоретичними визначеннями, можна кількісно виразити ці показники і проводити їх аналіз, встановлювати відхилення, тенденції змін, відповідність вимогам ринку, бачити можливі диспропорції і способи їх подолання [3, с. 26-27].

Найбільш тісний зв'язок існує між бухгалтерським обліком й економічним аналізом. Бухгалтерський облік є основним постачальником економічної інформації про діяльність підприємства [4, с. 15].

З одного боку, аналіз використовує дані бухгалтерського обліку і звітності в якості найважливішої складової інформаційної бази, з іншого - висуває певні вимоги до системи обліку [5, с. 15].

Тісно пов'язаний економічний аналіз і зі статистикою, що також забезпечує його інформаційними даними й озброює аналітичними засобами й підходами. Для потреб економічного аналізу використовується багато статистичної інформації (особливо це стосується звітності), форми і правила складання якої визначають органи статистики [4, с. 16].

Статистична інформація, вступаючи в організації в обробленому вигляді по каналах засобів масової інформації або безпосередньо зі статистичних організацій, використовується, з одного боку, для оцінки конкурентних позицій організації, з іншого - для вимірювання впливу факторів зовнішнього середовища на діяльність організації. У статистиці глибоко і досконало розроблені методи статистичного дослідження, які поряд з математичними методами знайшли практичне застосування в економічному аналізі [2, с. 35].

Економічний аналіз дуже тісно пов'язаний з плануванням і управлінням підприємством. В аналізі широко використовуються планові матеріали. Тому аналітик повинен добре знати основи державного регулювання економіки методичку планування виробництва аналізованого підприємства. У той же час науково обгрунтоване планування та управління національною економікою та підприємствами неможливо здійснювати без широкого використання результатів економічного аналізу. Він створює інформаційну базу для розробки планів і вибору найбільш доцільних управлінських рішень [6, с. 20].

Серед наук, з якими пов'язаний економічний аналіз потрібно виділити економічну теорію, яка вивчає економічні закони, механізм їх дії, створює теоретичну основу для розвитку всіх економічних дисциплін. При проведенні аналітичних досліджень необхідно враховувати дію цих законів. У свою чергу, економічний аналіз певним чином сприяє розвитку економічної теорії. Численні аналітичні дослідження накопичують відомості про прояв тих чи інших економічних законів. Вивчення цих відомостей дозволяє формувати нові, раніше невідомі закони, робити глобальні прогнози розвитку економіки країни або світової економіки.

Аналогічним чином проявляється зв'язок аналізу з галузевими економіками. Неможливо провести аналіз, не знаючи економіки галузі та організації виробництва на підприємствах. У свою чергу, результати економічного аналізу використовуються для вдосконалення організації виробництва, впровадження наукової організації праці, передового досвіду і т.д. Аналіз сприяє підйому економіки конкретних підприємств і галузі в цілому.

Серед наук неекономічного напрямку в першу чергу потрібно виділити технологічні та математичні. Не можна аналізувати той чи інший процес виробництва, не знаючи особливостей технології. Сама технологія виробництва прагне бути більш ефективною і її вдосконалення неможливо без аналітичних досліджень [6, с. 21].

Широке поширення в економічному аналізі має математика. Так, за допомогою економіко-математичних моделей моделюють відповідний

економічний процес.

Пов'язаний економічний аналіз із фінансуванням і кредитуванням підприємств. Політекономія й економічна кібернетика озброює аналітичні дослідження загальними законами розвитку виробничих чинностей, виробничих відносин і закономірностями протікання економічних процесів [4, с. 16].

Економічний аналіз пов'язаний з філософією, так як саме філософія виробила методологічні основи наукового пізнання [5, с. 14].

Як наукова дисципліна економічний аналіз тісно взаємодіє з маркетингом, збагачуючи його науковим апаратом дослідження. Результати маркетингового дослідження ринку із застосуванням аналітичних прийомів і способів трансформується в розробку асортиментної, тіньової стратегії і тактики, стратегію просування продукту на ринок. З іншого боку, аналіз зовнішнього середовища, оцінка рівня концентрації ринку і конкурентних позицій організації дозволяють розглянути питання про розширення або скорочення використовуваних ресурсів., Тобто виробничого потенціалу [2, с.37].

Безпосередньо пов'язана з економічним аналізом така економічна дисципліна, як ревізія і контроль. Цей зв'язок має зворотний характер. З одного боку, в процесі аналізу господарської діяльності використовують матеріали ревізій і деякі специфічні методи ревізій та контролю, а з іншого, отримані аналітичні результати ревізори застосовують з метою недопущення в майбутньому виявлених недоліків [3, с.28].

Таким чином, для кваліфікованого проведення аналізу діяльності підприємства потрібне глибоке знання політекономії, менеджменту, маркетингу, бухгалтерського обліку, статистики, інформатики та багатьох інших наук.

Економічний аналіз, взаємодіючи з іншими дисциплінами, виконує цілком певні функції, синтезуючи наукові знання і використовуючи їх в практичних цілях в інтересах господарюючого суб'єкта.

Список використаних джерел:

1. Волкова Н. А., Подвальна Н. Е. Організація та методика економічного аналізу: Навч. посібник. – Одеса: ОНЕУ, ротапринт. – 2013. – 267 с.
2. Любушин Н.П. Економічний аналіз: Навчальний посібник. – ЮНИТИ-ДАНА, 2010. – 575 с.
3. Аналіз господарської діяльності [текст]: навчальний посібник/ [за заг.ред. І. В. Сіменко, Т. Д. Косової] – К. 6 «Центр учбової літератури», 2013. – 384 с.
4. Костенко Т. Д., Підгора Є. О., Рижиков В. С., Панков В. А., Герасимов А. А., Ровенська В. В. Економічний аналіз і діагностика стану сучасного підприємства: Навчальний посібник. – Київ: Центр навчальної літератури, 2005. – 400 с.
5. Теорія економічного аналізу. Гальчина О.Н., Пожидаєва Т.А.М .: Дашков і К, 2009. - 236 с.
6. Савицька В. Г. Аналіз господарської діяльності підприємства: Підручник. - М .: ИНФРА-М, 2002.- 336 с.

Волошин В.С., к.е.н.
доцент кафедри економічної кібернетики
Національний університет водного господарства та
природокористування
 vvcrv@ukr.net

КОНЦЕПТУАЛЬНІ ІНФОРМАЦІЙНІ МОДЕЛІ УПРАВЛІННЯ МАШИНОБУДІВНИМ ПІДПРИЄМСТВОМ

Інформаційно-аналітичне забезпечення в умовах трансформаційної економіки повинно активно використовуватися у процесі прийняття управлінських рішень на машинобудівному підприємстві. У свою чергу система управління являє собою особливий вид системи, що включає два об'єкти, один із яких відчуває та оцінює вплив іншого, неодмінно прагнучи цілеспрямовано змінити цей стан та здійснити зміни за допомогою реалізації власних можливостей. Так, наприклад, персонал здійснює вплив на обладнання в результаті здійснюється виробництво продукції або надаються послуги.

Серед основних напрямків впровадження сучасного управління для виробничих систем, характерні наступні концептуальні моделі:

- ISO-концепція (передбачає загальну стандартизацію виробництв на базі

ISO-подібних документів);

- ERP-концепція (заснована на плануванні розвитку й використанням ресурсів підприємства на внутрішньому рівні) [1];

- MRP-концепція (заснована на плануванні розвитку й використанням ресурсів підприємства та пов'язана з матеріально-технічним забезпеченням виробництва);

- CRM-концепція (передбачає керування відносинами зі споживачами та орієнтована на гармонізацію збутової сфери);

- SAP-концепція (в основі лежить твердження про те, що справжнє управління ґрунтується винятково на інформаційній прозорості процесів виробничо-господарської й підприємницької діяльності;

- CALS-концепція (позиціонується як процес управління життєвим циклом продукції);

- WF-концепція (заснована на загальних технологічних операціях та передбачає управління реалізацією проектів);

- CF-концепція (інтерпретує всі процесів, які відбуваються на підприємстві через переміщення вартісних еквівалентів);

- PC-концепція (передбачає існування центрів збитків та центрів прибутків);

- BP-концепція (будь-яке організаційно-економічне відокремлення зображується у вигляді певних елементів системи масового обслуговування;

- NET-концепція (передбачає повний перехід на глобальну мережеву схему інформаційних потоків) [2, с.76-78].

Класичне впровадження MRP-концепції для системного управління проектами будь-якого розміру, досить чітко виражене у програмному продукті Spider Project. Головна перевага даної інформаційної системи (як заявляють розробники) – швидкість розрахунків і можливість мультипроектного управління. Spider Project використовується для вирішення наступних задач:

- структуризації й опису складу і характеристик робіт, ресурсів, витрат і доходів проекту;

- розрахунку розкладу виконання робіт проекту з врахуванням усіх наявних обмежень;
- визначення критичних операцій і резервів часу для виконання інших операцій проекту;
- розрахунку бюджету проекту і розподілу запланованих витрат у часі.
- розрахунку розподілу в часі потреби проекту в основних матеріалах і устаткуванні;
- визначення оптимального складу ресурсів проекту і розподілу в часі їхнього планового завантаження;
- визначення імовірності успішного виконання директивних показників;
- моделювання наслідків управлінських впливів з метою прийняття оптимальних рішень;
- одержання необхідної звітності по проекту [3].

Інтегрована система Spider Project доступна в 3-х версіях: Spider Project Desktop (використовується для управління окремими проектами), Spider Project Pro (встановлюється в проектному офісі для мультипроектного моделювання та управління, а також в тих підрозділах, в яких приймаються рішення з управління організацією в цілому), Spider Project Desktop Plus (відрізняється від попередньої тим, що в ній не підтримуються розрахунки розкладу проекту з урахуванням обмежень щодо постачання матеріалів та фінансування),.

ERP-концепція є основою у інформаційній системі аналізу фінансового стану підприємства – Audit Expert. Експрес-аналіз такої системи включає в себе наступні етапи:

- 1) створення файлу проекту для аналізу підприємства;
- 2) ручне введення фінансової інформації або імпорт звітності з текстових файлів, які формуються бухгалтерськими системами (наприклад, 1С:Підприємство);
- 3) отримання аналітичних документів (наприклад, «Балансу» і «Звіту

про прибутки і збитки»);

4) оцінку фінансового стану підприємства на основі даних аналітичних таблиць з використанням горизонтального, вертикального, трендового і коефіцієнтного аналізу звітності;

5) формування автоматичного експертного висновку, а також підготовку звіту за результатами аналізу [4].

Прикладом використання CRM-концепції є програмний продукт Sales Expert, розроблений для автоматизації процесу роботи з клієнтами і надає можливості по обліку, аналізу і управлінню всім комплексом взаємин компанії і її клієнтів. Система орієнтована на потреби керівництва компанії, підрозділів збуту, маркетингу та післяпродажного обслуговування. Основні завдання, які вирішує дана система:

- збір та обробка інформації про клієнтів і ринку в єдиній базі даних;
- визначення процедур і правил роботи менеджерів з продажу;
- надання менеджерам з продажу автоматизованого робочого місця;
- контроль роботи менеджерів з продажу та аналіз збутової діяльності компанії;
- оцінка результативності маркетингу;
- захист клієнтської бази;
- розрахунок винагород співробітників за результатами продажів [5].

Слід відзначити, що використання інформаційних систем для управління машинобудівним підприємством в умовах трансформаційної економіки дозволить приймати ефективні управлінські рішення. З кожним роком стає більш помітніше, що держави, які володіють потужною інформаційною індустрією, економічно розвиваються набагато швидше за інших. Також рівень експорту інформаційних технологій забезпечує економічний розвиток країни. В таких умовах, основне завдання державної політики України – підтримка малого і середнього бізнесу в ІТ сфері.

Список використаної літератури

1. Бельтюков Є.А., Г.І. Задорожко. Некоторые аспекты интеграции информационной системы класса "ERP" и системы качества на предприятии // Вісник Хмельницького національного університету. – Хмельницький: ХНУ, 2011. – №4. – Т2. – С.7-11.
2. Коломієць В.Ф. Міжнародні інформаційні системи: Підручник / За ред. проф.. В.П. Гондола. – К.: Видавничо-поліграфічний центр "Київський університет", 2001. – 458 с.
3. Технологии управления Spider: Украина [Електронний ресурс]. – Режим доступу до ресурсу: <http://spiderproject.com.ua>.
4. Expert Systems: Инвестиционный консалтинг и решения для развития бизнеса [Електронний ресурс]. – Режим доступу до ресурсу: <https://www.expert-systems.com>.
5. CRM online: независимый CRM портал [Електронний ресурс]. – Режим доступу до ресурсу: <http://www.crmonline.ru/software/native/salesexpert>.

Єлізарова Катерина Станіславівна
старший викладач кафедри обліку, оподаткування,
публічного управління та адміністрування
Коваленко Ірина Володимирівна
магістрант
ДВНЗ «Криворізький національний університет»
yelizarova@ukr.net ,
irishka_vk9@mail.ru

ПЕРЕВАГИ ТА НЕДОЛІКИ ВПРОВАДЖЕННЯ ЕЛЕКТРОННОГО КАБІНЕТУ ПЛАТНИКІВ ПОДАТКІВ

Розвиток електронної системи подання податкової звітності підприємствами є досить актуальним питанням на сьогодні. Такий спосіб подання звітності є пріоритетним напрямом в розвитку партнерських відносин між органами державної фіскальної служби (далі – ДФС) й платниками податків. Державна фіскальна служба створила свій продукт для подання електронної звітності, який називається «Електронний кабінет платника податків».

Метою даного дослідження є розглянути та охарактеризувати сервер звітності «Електронний кабінет платника податків», висвітлити його переваги

та недоліки, надати рекомендації щодо усунення виявлених недоліків.

Завершальним етапом облікового циклу підприємства є складання звітності, яка має відповідати вимогам Закону України «Про бухгалтерський облік та фінансову звітність в Україні», а також НСПБО та іншим нормативно-правовим актам, що регламентують питання формування звітності підприємства. В Україні з метою спрощення процедури подання і подальшої обробки звітності було запроваджено електронну звітність.

Доцільність впровадження електронної звітності, її позитивні і негативні сторони, висвітлювали багато вітчизняних науковців, до яких, зокрема, відносяться: Бутинець Ф.Ф., Очеретько Л.М., Петров О.С., Хобич О., Шуляренко С.М.

Електронний кабінет платника податків (далі - ЕКП) - це персональне автоматизоване робоче місце платника, працювати в якому він може без використання спеціально встановленого клієнтського програмного забезпечення.

Електронний кабінет є захищеним, персоналізованим та безпечним електронним сервісом, який надає безконтактні способи взаємодії платників податків та Державної фіскальної служби України з використанням сучасних інформаційно-комунікаційних технологій.

Особистий кабінет платника надає можливості листування з ДФС, контролю стану розрахунків з бюджетом, ведення податкової звітності, отримання інформації з реєстрів, роботи в системі електронного адміністрування ПДВ та акцизного податку.

Переваги ЕКП це можливість працювати на безоплатній основі та у будь – який час, отримання необхідної інформації з органів ДФС в режимі онлайн, можливість подання звітності та сплати податків та основна перевага - це економія часу.

Сервіс включає дві функціональні частини:

- відкрита (загальнодоступна);
- приватна (особистий кабінет).

Користуватися функціоналом відкритої частини можна без ідентифікації особи (без використання електронного цифрового підпису).

Через відкриту частину платник має можливість:

- скористатися інформацією з реєстрів, що є загальнодоступними (дані про взяття на облік платників; дані реєстру платників ПДВ; дані реєстру страхувальників; дані реєстру платників єдиного податку; інформація про РРО; інформація про книги РРО);
- отримати інформацію про граничні терміни сплати податків, зборів, обов'язкових платежів та подання звітності (податковий календар);
- отримати контакти та адреси діючих центрів обслуговування платників (ЦОП);
- ознайомитись з новинами Державної фіскальної служби України;
- скористатися іншою корисною інформацією.

Робота з електронним сервісом у приватній частині здійснюється з використанням електронного цифрового підпису (ЕЦП).

У приватній частині після ідентифікації особи надається можливість:

- скористатися індивідуальним податковим календарем;
- переглянути та перевірити свої облікові дані;
- створити запит для отримання інформації;
- подати реєстраційну заяву платника податку на додану вартість, заяву про анулювання реєстрації платника податку на додану вартість, заяву про видачу довідки про відсутність заборгованості з податків і зборів;
- направити листа до органу ДФС;
- переглянути стан розрахунків з бюджетом;
- зареєструвати податкові накладні у Єдиному реєстрі податкових накладних;
- скористатися сервісами системи «Електронного адміністрування ПДВ» (для платників ПДВ).

Фізичним особам після ідентифікації також надано можливість за допомогою платіжної системи сплатити податки, збори, платежі (особистий

кабінет – «Стан розрахунків з бюджетом»).

Проте дана система має ряд недоліків, серед яких:

- недосконале програмне забезпечення. Даний недолік призводить до виникнення помилки при вході в особистий кабінет користувача й унеможливорює здати звітність у встановлені терміни, що в свою чергу спричиняє накладення штрафних санкцій;
- нестабільність законодавства з приводу фінансового обліку і звітності, що не дозволяє забезпечити вчасний автоматизований розрахунок окремих форм звітності;
- тимчасове ускладнення процедури складання та подання електронної звітності, викликане необхідністю отримання та узгодження ключів електронного цифрового підпису з зовнішніми користувачами;
- високі вимоги до кваліфікації фахівців, які обумовлює автоматизоване складання звітності: витрати на навчання персоналу;
- психологічна інерційність бухгалтерів та керівників підприємств [3].

Якщо проаналізувати наведений перелік переваг та недоліків надання звітності у електронній формі, то можна зробити висновок, що головною перевагою електронної звітності є економія часу, а основним недоліком виступають можливі технічні неполадки.

Щоб усунути вищеперераховані недоліки, необхідно врегулювати в першу чергу норми ПКУ, форми податкової звітності, розробити можливість формування та отримання ключів електронного підпису віддаленим доступом, здійснювати безкоштовне навчання платників податків користуватись сервером ЕКП, а у разі модернізації програми, попереджувати про можливі труднощі з входом в програму, щоб платники податків заздалегідь могли сформулювати та направити звіт до контролюючих органів.

Список використаної літератури

1. Електронний кабінет платника податків [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: <https://cabinet.sfs.gov.ua/cabinet/faces/index.jspx>.
2. Територіальні органи ДФС у Запорізькій області. «Електронний кабінет платника» (оновлена версія) [Електронний ресурс] – 2016. – Режим доступу до ресурсу: <http://zp.sfs.gov.ua/media-ark/news-ark/279239.html>.

*Каминський П.Д., к.е.н., доцент
доцент кафедри обліку та аудиту
Різва О. С., студентка 1 курсу
магістратури*

*Донецький національний університет
економіки і торгівлі імені Михайла Туган-Барановського
rezvayaolga17@gmail.com*

ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ КРЕДИТОРСЬКОЇ ЗАБОРГОВАНOSTІ ТА ОСОБЛИВОСТІ ОПОДАТКУВАННЯ РОЗРАХУНКІВ ІЗ ПОСТАЧАЛЬНИКАМИ ТА ПІДРЯДНИКАМИ В УКРАЇНІ

Поява нових умов господарювання в Україні за останнє десятиріччя зумовила нові правові положення щодо регулювання діяльності підприємств та особливості її обліку і оподаткування. Вони діють на базі різних форм власності і з застосуванням різних організаційно-правових форм. Такі заходи стали необхідними для впровадження фіскальної політики в державі, а саме: для регулювання та контролю взаємовідносин між суб'єктами господарювання та органами влади.

Відомо, що будь-яке підприємство не може функціонувати без взаємодії з іншими, що стає основою для укладання договорів та проведення розрахунків із постачальниками і підрядниками, зокрема.

Через те, що, на жаль, на сьогодні система обліку таких розрахунково-платіжних операцій є недосконалою та не відповідає вимогам прискореного грошового обігу, чітке розуміння обліково-аналітичного процесу надзвичайно необхідне для подальшого виявлення та вирішення проблем, що виникнуть в результаті ведення господарської діяльності.

Дослідженням та розробкою цих питань займалися такі вітчизняні та зарубіжні вчені як П. Й. Атамас, Ф. Ф. Бутинець, Л. О. Омелянович, Т. О. Чижикова, І. М. Бланк, Г. А. Велш, О. І. Лучкова, Я. В. Соколов та ін.

Мета роботи полягає у розкритті теоретичних аспектів кредиторської заборгованості та виявленні особливостей ведення обліку та оподаткуванням

розрахунково-платіжних операцій, які виникають між нашим підприємством та підприємством-постачальником (підрядником).

За Партином Г. та Загороднім А., кредиторська заборгованість – це заборгованість підприємства іншим юридичним і фізичним особам, що виникла в результаті здійснення раніше дій (подій), оцінена в гривнях і щодо якої в підприємства існують зобов'язання її погашення в певний строк [1, с. 118].

Відомо також, що кредиторська заборгованість, як економічна категорія, виражає економічні взаємовідносини між продавцями та покупцями товарів, робіт, послуг, рушійним мотивом чого є одержання майбутніх економічних вигод. Тобто кредиторська заборгованість є наслідком та результатом порушення розрахунково-платіжної дисципліни.

Облік розрахунків з постачальниками є найважливішою ділянкою бухгалтерської роботи, оскільки на цьому етапі формується основна частина доходів та грошових надходжень підприємств.

Розрахунки – це операції, з одного боку спрямовані на забезпечення підприємства сировиною, матеріалами, паливом, тарою, а з іншого – реалізація готової продукції.

Розрахунки з постачальниками та підрядниками – це взаємні розрахунки підприємств за товарно-матеріальні цінності, виконані роботи, надані послуги. Вони є переважними, й саме від безперервності та чіткого планування організації даних розрахунків вирішальною мірою залежить стан усіх розрахунків підприємства, його фінансовий стан та платоспроможність [2, с. 345].

Згідно Плану рахунків бухгалтерського обліку, облік розрахунків з постачальниками та підрядниками ведеться на рахунку 63 «Розрахунки з постачальниками та підрядниками». За кредитом даного рахунку відображають заборгованість за одержані від постачальників та підрядників товарно-матеріальні цінності, прийняті роботи, послуги, за дебетом – її погашення списання.

Будь-які операції купівлі товарів у постачальників/підрядників завжди

супроводжуються сплатою частки ПДВ цим підприємствам, які наприкінці податкового періоду, в свою чергу, будуть зобов'язані сплатити всю суму податку до бюджету. Механізм сплати ПДВ до бюджету за операцією купівлі товарів відображено на Рис.1.



Рис. 1. Механізм купівлі товару та сплати ПДВ до бюджету при таких операціях

Розуміючи природу здійснення та вплив таких операцій на формування фінансового результату підприємства, бухгалтер повинен обов'язково відобразити їх на рахунках бухгалтерського обліку. В даному випадку існує 2 варіанти розвитку подій, в залежності від того, що буде виступати першою подією:

- 1) постачання товарів на умовах передплати (авансу):

Табл. 1. Відображення в обліку господарських операцій з купівлі товарів на умовах передплати

№ з/п	Зміст господарської операції	Дт	Кт
1	Перерахована передплата постачальнику	371	311
2	Відображено податковий кредит з ПДВ	641	644
3	Надійшли товари від постачальника	281	631
4	Закриття рахунку з ПДВ	644	631
5	Здійснено взаємозалік за рахунками	631	371

- 2) постачання товарів на умовах подальшої оплати:

Табл. 2. Відображення в обліку господарських операцій з купівлі товарів на умовах подальшої оплати [3, с. 94-102]

№ з/п	Зміст господарської операції	Дт	Кт
1	Надійшли товари від постачальника	281	631
2	Відображено податковий кредит з ПДВ	641	631
5	Перераховано оплату за товар	631	311

На сьогодні ставка ПДВ складає 20% від вартості товарів.

Таким чином, у роботі, на наш погляд, достатньо зрозуміло розкрито теоретичні аспекти кредиторської заборгованості та особливості ведення бухгалтерського обліку розрахунків з постачальниками та підрядниками. Нажаль, існує багато невирішених проблем у цій сфері, наприклад, відсутність або недостатня організація синтетичного або аналітичного обліку розрахунків, порушення порядку інвентаризації, наявність істотних помилок при списанні кредиторської заборгованості і т. ін [4]. Тому, підбиваючи підсумок, важливо відзначити, що в сучасних умовах розвитку економіки та подолання кризового стану, нашій країні просто необхідні освічені спеціалісти з бухгалтерського обліку – майстри своєї справи.

Список використаної літератури

1. Партин Г.О. Управлінський облік: [Навч. посіб. – 2-ге вид. випр. і доп.] / Г. О. Партин, А. Г. Загородній. – К.: Знання, 2007. – 303 с.
2. Бутинець Ф. Ф. Бухгалтерський фінансовий облік : [підруч. для студ. спеціальності «Облік і аудит» вищих навчальних закладів] / Ф. Ф. Бутинець. – Житомир: ПП Рута, 2006. – 832 с.
3. Лишиленко О.В. Бухгалтерський облік: підручник / О. В. Лишиленко. – [3-тє вид., переробл. і доп.]. – К. : Центр учбової літератури, 2009. – 670 с.
4. Шолота М.Г. Облік дебіторської заборгованості: проблеми та шляхи їх вирішення / М.Г. Шолота, Н.В.Кудлаєва [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://nauka.kushnir.mk.ua/?p=27025>

*Книш А. В., магістр
Науковий керівник: Костякова А.А., к.е.н., доцент
доцент кафедри обліку і оподаткування
Таврійський державний агротехнологічний університет
kostyakovvitya@mail.ru*

ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ СТРАТЕГІЧНОЇ УПРАВЛІНСЬКОЇ ЗВІТНОСТІ ТА ПІДХОДИ ДО ЇЇ ПОБУДОВИ

В умовах конкуренції успіх підприємства залежить від ефективного інформаційного забезпечення, яка б гарантувала надання інформації для прийняття рішень стратегічного характеру. Особливістю побудови системи інформаційного забезпечення стратегічного управління є необхідність врахування не лише факторів внутрішнього середовища, інформацію про які надає облікова система підприємства, а й факторів зовнішнього середовища підприємств, які досить важко ідентифікувати через їх постійні зміни, що не залежать від даного підприємства. Внаслідок цього актуальною є проблема формування проміжної ланки, яка б об'єднувала дані традиційного обліку та додаткової інформації для забезпечення та контролю за виконанням функцій управління. Такою ланкою є стратегічна управлінська звітність, яка задовольняє потреби усіх категорій користувачів в обліковій інформації стратегічного характеру для управління, контролю, підготовки бази даних для організаційних та мотиваційних заходів на підприємстві та спрямована на прийняття раціональних довгострокових управлінських рішень..

На сьогоднішній день, немає єдиного визначення стратегічної управлінської звітності. Огляд визначень даного терміну вітчизняними та зарубіжними вченими, дав можливість сформувати власну думку. Так, стратегічна управлінська звітність - це інтегрована система взаємопов'язаних фінансових і не фінансових стратегічних показників, які отримані у процесі обліку та аналізу, та представлені у вигляді сукупності форм звітності в найбільш придатній та легко відчутній формі, що зрозуміла як фінансовим так і не фінансовим менеджерам, яка дає змогу приймати стратегічні управлінські

рішення щодо оптимізації стратегії досягнення та підтримки лідерської позиції на ринку стосовно конкурентів в довгостроковій перспективі і оперативно реагувати на зміну стратегії підприємства та інформаційні потреби системи управління.

Основною метою стратегічної управлінської звітності є інформаційне забезпечення керівництва підприємства, як на вищому так і на нижчому рівнях управління, з питань зростання конкурентоспроможності підприємства в довгостроковому періоді і її оптимізації при зміні умов мікро- і макросередовища.

Щоб досягти поставленої мети, в системі стратегічної управлінської звітності, має бути вирішений ряд наступних завдань:

- 1) розробка системи взаємопов'язаних показників, для оцінки ключових факторів успіху;
- 2) забезпечення стратегічного аналізу власного потенціалу, внесення змін до системи ключових показників стратегічного планування і бюджетування;
- 3) інформаційна підтримка для забезпечення реалізації обраної стратегії, зростання конкурентоспроможності, та прийняття стратегічних управлінських рішень;
- 4) надання адекватної інформації, стосовного довгострокових результатів різних напрямів дії;
- 5) забезпечення зворотного зв'язку щодо досягнутих результатів та їх відповідність стратегічним цілям.

Враховуючи існуючі наукові здобутки науки з приводу необхідності виділення стратегічного обліку як окремого виду та обґрунтування його сутності, можна виокремити такі підходи до задоволення потреб стратегічного менеджменту в обліковій інформації стратегічного характеру:

- 1) Стратегічного управлінського обліку не існує, існуючі види обліку не змінюються. Як наслідок, не потрібно розглядати стратегічний облік як окремий вид бухгалтерського обліку, зокрема, як зазначає з цього приводу Б.І. Валуєв, забезпечення обліковою інформацією для підготовки проектів

стратегічних рішень і вид обліку – різні речі [1, с. 117]. Потреби стратегічного менеджменту будуть задоволені на основі коригування, для забезпечення надання інформації для реалізації стратегічних рішень.

2) Стратегічний облік є окремим видом бухгалтерського обліку, що має свій предмет, об'єкт і сукупність методів, у результаті яких формується стратегічна звітність. Так І.І. Криштопа виокремила метод стратегічного обліку і обґрунтувала його складові елементи [2, с. 281], а М.С. Пушкар виокремив у складі системи обліку фінансовий, управлінський і стратегічний облік [4, с. 17]. Керуючись даним підходом, на підприємствах має бути побудована окрема підсистема стратегічного обліку, що дозволяє формувати стратегічну звітність на основі дослідження окремих стратегічних об'єктів і використання власних стратегічних методів обліку.

3) Стратегічний облік є одним із інструментів управлінської інформаційної системи вищого порядку. Відбувається впровадження нових управлінських моделей та концепцій управління, за яких потреби менеджерів задовольняються шляхом інтеграції функцій стратегічного управлінського обліку з іншими управлінськими інструментами, з метою задоволення зростаючих потреб системи управління. Прикладом є «Збалансована система показників», в яку можуть бути інтегровані різні інструменти стратегічного управлінського обліку.

4) Стратегічний управлінський облік є функціональним напрямом бухгалтерського обліку та охоплює всі його види. За таким підходом задоволення потреб стратегічного менеджменту в обліковій інформації стратегічного характеру, здійснюється шляхом формування функціональної інтегрованої стратегічної облікової підсистеми.

5) Стратегічний управлінський облік є складовою управлінського обліку, оскільки розглядає ті самі об'єкти з акцентом на стратегію подальшого розвитку. Стратегічний облік варто розглядати як одну зі складових управлінського обліку, що зі своїм подальшим розвитком розширює його методологічну компоненту, без зміни предмета управлінського обліку. Дану

позицію підтверджує В.Б. Моссаковський, наголошуючи, що стратегічний облік займається тими самими проблемами, що й управлінський облік, але при цьому використовує окрему методику необхідних розрахунків і робить висновки та пропозиції на віддалену перспективу [3, с. 210]. Таким чином, зростаючі потреби стратегічного менеджменту в обліковій інформації стратегічного характеру має задовольняти система управлінського обліку та один із її продуктів – стратегічна управлінська звітність, яка є одним із різновидів внутрішньої управлінської звітності.

На нашу думку, виходячи із позиції можливостей подальшого розвитку обліку на підприємстві в умовах використання сучасних інформаційно-комп'ютерних технологій, більш доцільним є використання п'ятого підходу. За цим підходом стратегічний облік варто розглядати як одну зі складових управлінського обліку, що зі своїм подальшим розвитком розширює його методологічну компоненту і забезпечуватиме генерування стратегічної управлінської звітності.

Отже, за результатами дослідження дано визначення поняттю «стратегічна управлінська звітність», сформовано сутність, мету, завдання та визначено підходи до її формування, що дасть змогу забезпечити єдність її організації і розуміння з боку усіх категорій користувачів.

Список використаної літератури

1. Валуєв Б.И. Система хозяйственного учета в промышленности: вопросы теории и методологии : монография / Б.И. Валуев. – Одесса : Пальмира, 2012. – 216 с.
2. Криштопа І.І. Метод стратегічного обліку та систематизація його елементів / І.І. Криштопа // Вісник Криворізького національного університету : зб. наук. пр. – 2013. – Вип. 34. – С. 279–282.
3. Моссаковський В.Б. Стан та перспективи розвитку бухгалтерського обліку в Україні : монографія / В.Б. Моссаковський. – К. : Інтерпрес ЛТД, 2009. – 326 с.
4. Пушкар М.С. Господарський облік і суспільство / М.С. Пушкар// Інноваційна економіка. – 2012. – № 6. – С. 16–22.

Козенкова В.Д.
аспірантка кафедри економічно ї інформатики
Національна металургійна академія України
kozenkova_vlada@rambler.ru

ОСНОВНІ ПІДХОДИ ДО МОДЕЛЮВАННЯ РЕПУТАЦІЙНИХ АКТИВІВ

В економіці знань найбільшу частку економічної діяльності становить обмін інформацією, досвідом, послугами, тобто результатами інтелектуальної діяльності. Причинами цього є: поширення інформаційних технологій; розвиток фінансового ринку; зростання ролі знань; експансія ринку товарів і факторів виробництва; швидкість технологічних змін; посилення конкуренції; злиття підприємств. Результати інтелектуальної діяльності представляють собою сукупність виключних майнових, особистих немайнових та інших прав на результати інтелектуальної діяльності і прирівняні до них засоби індивідуалізації юридичних осіб, продукції, робіт, послуг. Відомо, що в умовах розвитку ринкових відносин конкурентоспроможність підприємства найбільшою мірою забезпечується за рахунок використання факторів нематеріального характеру. В цілому, до нематеріальних активів належать витрати підприємств на нематеріальні об'єкти, що використовуються протягом довгострокових періодів діяльності та приносять дохід: право користування земельними ділянками, природними ресурсами, патенти, ліцензії, ноу-хау, програмні продукти, монопольні права і привілеї, включаючи ліцензії на певні види діяльності, організаційні витрати, торгові марки і товарні знаки [1].

Можливо виділення найбільш важливих класифікаційних ознак нематеріальних активів, перш за все таких, як - характер прав на об'єкт; термін дії; погашення вартості; джерело надходження; можливість відчуження.

Можна виділити три групи нематеріальних активів. По перше, це реальні нематеріальні активи: патенти і права на промислову власність; права на твори науки, літератури, мистецтва і об'єкти суміжних прав; права на

програми для ЕОМ, бази даних та комп'ютерне програмне забезпечення; права на результати науково - технічної діяльності, що охороняються в режимі комерційної таємниці (ноу – хау, наукові або технічні знання, нові процеси або системи); права на товарні знаки та знаки обслуговування; монопольні права і привілеї (ліцензії), квоти, франшизи, права обслуговування; ринкові активи при наявності юридичних гарантій (списки клієнтів, відношення з клієнтами і постачальниками, лояльність клієнтів, частка ринку і права на збут); людські активи при наявності юридичних гарантій (витрати на стимулювання і підготовку персоналу).

Другу групу складають сурогатні нематеріальні активи: організаційні витрати, витрати по НДДКР; права власності на придбану нерухомість; право користування землею та іншими основними коштами.

Окрему групу складають неідентифіковані нематеріальні активи особливого, так звані репутаційні актив, або гудвіл (від англ. goodwill - добра воля). Термін «гудвіл» з'явився в комерційній практиці Англії в першій половині XV ст.. Перша згадка про репутаційні активи як економічної категорії відносяться до 1571 р. Уже в середині XIX ст. англійський суд став кваліфікувати гудвіл як майнове право, тому виникла необхідність в його оцінці та прийнятті до обліку. У 1891 р англійський економіст Ф. Мор вперше запропонував оцінювати репутаційні активи виходячи з додаткових доходів, які генеруються ними. На початку XX ст. в роботах економістів І.Ф. Шера та Ф.Пікселя, репутаційні активи визначалися і як продукт бухгалтерського обліку, так і дисконтована вартість майбутніх надприбутків [2].

Репутаційні активи - це цілісне уявлення про підприємство як суб'єкт певного виду діяльності, яке складається з сприйняття і оцінка результатів і наслідків цієї діяльності, незалежно від організаційно-правових форм або масштаби, зацікавлених осіб (стейкхолдерів) і контактних груп. Репутаційні активи відрізняються від інших нематеріальних активів методом оцінки, способом придбання, методом амортизація, способом вибуття. Вартість репутаційних активів найчастіше виявляється умовною, в той час як інші

нематеріальні активи мають вартісну оцінку, яка визначається в сумі фактичних витрат на їх придбання або створення. Можна також визначити наступні властивості репутаційних активів: вони не мають матеріально-речової природи, належать підприємству та невіддільні нього; виникають тоді, коли підприємство отримує переваги, які забезпечують в майбутньому стабільні і високі прибутки, що перевищують середній рівень по галузі; перелік елементів, які формують репутаційні активи за своїми властивостями не дає чіткої можливості ідентифікувати його кордони; величина репутаційних активів знаходить свою оцінку тільки при здійсненні угоди купівлі-продажу підприємства.

У майновому аспекті проявляється ще одна особливість репутаційних активів - їх здатність бути і позитивними, і негативними. Позитивні репутаційні активи розглядаються як надбавка до ціни, що сплачується покупцем в очікуванні майбутніх економічних вигід у зв'язку з набутими неідентифікованими активами. Негативні репутаційні активи – це частина ринкової вартості підприємства у вигляді знижки з ціни для покупця. Іншими словами, це зниження продажних цін підприємства у зв'язку з тим, що на момент продажу воно з різних причин не мало прибутку [3].

Репутаційні активи підприємства складаються з різних елементів, в числі яких: історія, чітко сформульована місія і пророблена стратегія розвитку підприємства; надійність і стійкість підприємства: фінансові показники та їх динаміка, ринкові позиції, рейтинги; міжнародне визнання (через участь у міжнародних фінансових проектах, рейтинги, конкурси, отримання премій тощо); наявність відпрацьованої системи антикризових заходів; відкритість і прозорість бізнесу, наявність ефективної системи інформування; ступінь і характер зв'язку підприємства з державними та регіональними органами влади, наявність великих, авторитетних клієнтів і партнерів; репутація власників (акціонерів), репутація першої особи, професіоналізм, ділова і особиста репутація співробітників; якість продукції, послуг та сервісу, корпоративна культура, наявність кодексу корпоративної поведінки; рівень трудової

дисципліни; престижність роботи, робоча атмосфера; професійна рекламні та брендові політики, PR; соціальна відповідальність і орієнтованість на клієнта; доступність підприємства для клієнтів, його зручне розташування і наявність широкої філіальної мережі.

Таким чином, можна зробити висновок про те, що показники, що характеризують перераховані властивості, і складові репутаційних активів, мають різний фізичний зміст і різну розмірність. Крім цього, в силу обмеженості об'єктивної інформації, існує невизначеність про фактичний рівень кожної з властивостей. Тому отримання узагальненого показника репутаційних активів, який містив би абсолютні значення окремих показників, являє собою непросте завдання [4].

В оцінці репутаційних активів можна виділити два підходи - кількісний і якісний. До найбільш поширених кількісних методів можна віднести метод надлишкового прибутку; метод надлишкових ресурсів; метод оцінки на основі показника обсягу реалізації продукції (робіт чи послуг); метод оцінки на основі показника собівартості; кваліметричний метод; моделі оцінки на основі показників ринкової капіталізації тощо. В основі алгоритму цих методів лежить визначення комплексного показника вартості репутаційних активів. Найбільш прийнятний шлях оцінювання значимості кожного з приватних показників є експертним. В ході експертного опитування необхідно проранжувати значимість кожної властивості репутаційних активів. Рішення задачі оцінювання рівня репутаційних активів включає послідовність наступних етапів: формування множини приватних властивостей репутаційних активів підприємства; визначення еталонних значень (в абсолютних величинах) за показниками кожної властивості; оцінювання фактичних рівнів кожної з властивостей по відношенню до їх еталонного значення; визначення відносних значень показників аналізованих приватних властивостей як частки від їх еталонних значень; експертне оцінювання важливості кожної з розглянутих приватних властивостей; формування комплексного показника рівня репутаційних активів, що враховує відносне значення кожного з показників та

їх значимість для прийняття рішення; використання отриманих показників. До якісного підходу відносять метод соціологічних опитувань, послідовники якого дотримуються думки про те, що підрахувати точну вартість репутаційних активів не можна, а можна тільки зафіксувати її зміна - в гіршу чи кращу сторону [5].

Ще одним напрямом визначення репутаційних активів, який користується широкою популярністю в усьому світі, є дослідження показників репутаційних активів шляхом складання рейтингів. Відповідно до економічного словника, рейтинг - оцінка, віднесення до класу, розряд, або категорія. Виходячи з визначення, рейтинг спрямований на оцінку і ранжування чого-небудь. Головне призначення рейтингів є відображенням об'єктивної картини, яка склалася на ринку. Рейтинг - це, перш за все, хороший PR-хід, підвищення репутації підприємства в очах споживача, певне позиціонування на ринку, що показує, що компанія не приховує свої доходи і готові публікувати їх в рейтингах.

Рейтингові дослідження проводиться шляхом експертного опитування та виявлення найбільш значущих факторів, що впливають на репутаційні активи. Далі складається шкала оцінки факторів, на основі якої і виявляються кращі підприємства. Компанії, що займаються рейтинговими дослідженнями, пропонують в цілому подібні фактори для оцінки ефективності роботи підприємств, що характеризує певні напрямки діяльності підприємств. Найбільш часто зустрічаються такі критерії: фінансова стійкість підприємства; поточний фінансовий стан; успішність фінансової діяльності; успішність економічного розвитку; ефективне використання активів; фінансові успіхи (динаміка фінансових показників; динаміка розвитку); продукти та послуги; якість і ціна продукту; співвідношення якості і ціни продукції; сертифікація; участь в конкурсах і виставках; популярність підприємства; маркетингова орієнтованість; емоційна привабливість; доступність інформації; імідж у споживача; коректність поведінки на ринку; сумлінність у виконанні зобов'язань; усвідомлення соціальної ролі і етичності бізнесу; рівень обслуговування; здатність залучати кадри; рівень заробітної плати;

психологічний клімат; умови праці; рівень управління персоналом; корпоративна соціальна відповідальність; захист навколишнього середовища; інвестиційна привабливість; ділові якості лідерів; схильність до використання нових технологій тощо[6].

Таким чином, практично всі компанії, які проводять рейтингові дослідження, при оцінці репутаційних активів підприємств враховують фактори, які визначають фінансову діяльність, якість і ціну вироблених товарів і послуг. Слід відзначити, що на репутаційні активи підприємства також значно впливає репутація співробітників. В сучасних умовах особливо важливим критерієм при оцінці репутаційних активів визнається соціальна відповідальність підприємства.

Список використаної літератури

1. Андриссен Д. Невесомое богатство. Определите стоимость вашей компании в экономике нематериальных активов: пер. с англ./ Д.Андриессен, Р.Тиссен – М.: ЗАО «Олимп-Бизнес», 2004.- 304 с.
2. Лев Б. Нематериальные активы: управление, измерение, отчетность / Б. Лев. Пер. с англ. Л.И. Лопатников. - М.: КВИНТО-КОНСАЛТИНГ, 2003. - 240 с.
3. Заман А. Репутационный риск: управление в целях создания стоимости / А.Заман. Пер. с англ. Ю. Кострубова – М.: ЗАО «Олимп - Бизнес», 2008. - 416 с.
- 4.Хитчнер Дж. Р. Оценка стоимости нематериальных активов / Джеймс Р. Хитчнер. Под науч. ред. В.М. Рутгайзера. – М.: Маросейка, 2008.- 135 с.
5. Дамодаран А. Инвестиционная оценка: Инструменты и методы оценки любых активов / Асват Дамодаран; Пер. с англ. – 7-е изд. – М.: Альпина Паблишер, 2011. – 107 с.
6. Рейли Р. Оценка нематериальных активов / Р. Рейли, Р. Швайс Р.– М.: КВИНТО-КОНСАЛТИНГ, 2005.- 792 с.

*Костякова А.А., к.е.н., доцент
доцент кафедри обліку і оподаткування
Таврійський державний агротехнологічний університет
kostyakovvitya@mail.ru*

СТАНОВЛЕННЯ ТА РОЗВИТОК СТРАТЕГІЧНОГО УПРАВЛІНСЬКОГО ОБЛІКУ

Історія свідчить, що розвиток бухгалтерського обліку - це продукт «багатьох рук та багатьох земель», тобто його зародження, розвиток і існування сьогодні це запорука праці та досвіду багатьох людей й поколінь. Облік для цілей управління почав формуватися із початком розвитку бухгалтерської науки, про що свідчать наукові праці провідних вчених (Л. Пачолі, А. Гильбо, Ф. Беста, І.Ф. Шера тощо). Початком же еволюції управлінського обліку став період зародження науки про управління та розвиток промисловості. Творцями зародження даного обліку були інженери та технологи, а «батьком» сучасного обліку – Роберт Ентоні. З часом управлінський облік набув форми активного інструменту оптимізації виробництва і став засобом планування, моніторингу та контролю.

Загострення конкуренції, нові технології, досягнення науки і техніки упродовж останніх десятиліть породжували недосконалість традиційного бухгалтерського обліку й передбачали необхідність впровадження облікових інновацій для розробки нових методологічних засобів обробки облікових даних та управління складними бізнес-процесами. Таке поступове наближення обліку до стратегічного рівня управління підприємством сприяло формуванню концепції стратегічного управлінського обліку, основним призначенням якої є забезпечення нестандартизованих інформаційних запитів в інформації стратегічного характеру для прийняття відповідних управлінських рішень [1].

Огляд літератури стосовно становлення та поступового розвитку стратегічного управлінського обліку показав, що досі не існує повного обґрунтування його сутності, процесу організації та функціонування.

На сьогодні значна частина інформації управлінського обліку призначена для власників та керівників вищого рівня управління підприємством, має характер «комерційної таємниці» та «конфіденційності», формуючи тим самим важливість та значимість стратегічної «закритої» інформації. Що також посприяло формуванню в системі управлінського обліку системи стратегічного управлінського обліку.

З даного приводу, Роберт Каплан і Томас Джонсон в своїй праці «Утраченное значение: взлет и падение управленческого учета» відокремили важливі складові критичного стану сучасного управлінського обліку [7]. Зокрема, вчені стверджували на явну невідповідність принципів та практики традиційного управлінського обліку сучасній жорсткій конкуренції та розвитку виробництва [4, с. 23,24]. Але, вже в 1991 році Р. Каплан у співавторстві із Р. Купером відмічали про стрімкий розвиток і відповідність управлінського обліку сучасним реаліям бізнесу [2].

Саме концепція стратегічного управлінського обліку стала однією з найбільш успішних спроб відновлення «втраченого значення» управлінського обліку. Вперше термін «стратегічний управлінський облік» з'явився у 1981 р., запропонований К. Симмондсем, як характеристика процесу «предоставления и анализа данных управленческого учета о бизнесе и его конкурентах в целях реализации и контроля бизнес-стратегии» [3,8].

З вищенаведеного прослідковується доречність відокремлення в складній системі управлінського обліку стратегічного управлінського обліку для вищого керівництва та оперативного управлінського обліку для внутрішнього управління, де стратегічний облік націлений саме на перспективу розвитку любого підприємства задля попередження його банкрутства.

Сьогодні у світовій обліковій науці сформувалися дві основні течії, кожна з яких має свій погляд на сутність і природу стратегічного управлінського обліку [5]. З одного боку, підтримується так званий «витратний» напрям розвитку стратегічного обліку, з іншого – розглядають стратегічний управлінський облік, враховуючи фінансові показники та нематеріальні

чинники створення вартості. Вважаємо за доречне підтримати тих вчених, які вважають, що дані розходження думок у визначенні поняття «стратегічний управлінський облік» стосується саме часового аспекту (розвитку та вимог економічного середовища). А саме, існування, а потім й «втрата значення» ролі управлінського обліку безпосередньо пов'язана із необхідністю розширення його функцій та збільшенням кількості невирішених питань, що передбачає застосування нових різноманітних методів задля забезпечення ним інформацією для прийняття не лише оперативних, а й стратегічних управлінських рішень.

Таким чином, стратегічний управлінський облік невід'ємно пов'язаний із системою управлінського обліку і є еволюційним продовженням його розвитку.

До основних специфічних особливостей стратегічного управлінського обліку можна віднести [6]:

- ✓ формування інформаційного забезпечення для аналізу потенційних ринків для підприємства;
- ✓ забезпечення стратегічного аналізу власного потенціалу та визначення ключових факторів успіху для підприємства;
- ✓ розроблення системи показників для оцінки ключових факторів успіху підприємства;
- ✓ надання адекватної інформації для забезпечення реалізації вибраної стратегії та складання звітності про ключові фактори успіху;
- ✓ забезпечення зворотного зв'язку щодо досягнутих результатів та їх узгодження зі стратегічними цілями;
- ✓ надання інформації щодо довгострокових наслідків різних напрямів тощо.

Вищевикладене дає змогу зробити висновок, що стратегічний управлінський облік є підсистемою управлінського обліку, спрямований на розширення сфери своєї діяльності для забезпечення інформаційної підтримки стратегічного та оперативного управління підприємством, використовуючи при цьому різноманітні методи обліку, аналізу та контролю.

Список використаної літератури

1. Бруханський Р. Ф. Облік і аналіз у системі стратегічного менеджменту аграрного підприємництва : моногр. / Р. Ф. Бруханський. – Тернопіль : ТНЕУ, 2014. – С.211-269
2. Друри К. Введение в управленческий и производственный учет: М.: ЮНИТИ, 1998. – 783с.
3. Несветаилов В.Ф. Становление концепции стратегического управленческого учета [Електронний ресурс]. - Режим доступа: <file:///C:/Users/user/Downloads/stanovlenie-kontseptsii-strategicheskogo-upravlencheskogo-ucheta.pdf>
4. Николаева О.Е., Алексеева О.В. Стратегический управленческий учет. Изд.2. / О.Е. Николаева, О.В. Алексеева// - М.: Издательство ЛКИ, 2008 – 304с.
5. Підлипна Р. П., Підлипний Ю. В. Стратегічний управлінський облік: суть та функції [Електронний ресурс]. - Режим доступа: http://www.nbuv.gov.ua/old_jrn/Soc_Gum/Vlca_ekon/2011_36/68.pdf
6. Попович В.І. Стратегічний управлінський облік у системі прийняття управлінських рішень [Електронний ресурс]. - Режим доступа: http://economyandsociety.in.ua/journal/1_ukr/14.pdf
7. Jonson T.N., Kaplan R.S. Relevance Lost – the Rise & Fall of Management Accounting. Boston, Mass., 1987.
8. Simmonds K. Strategic management accounting' Management Accounting. 1981. 59 (4). P. 26-29.

*Кушнір Т.М., к.е.н., доцент,
доцент кафедри маркетингу
Львівський національний університет імені І. Франка
taras_kushnir@ukr.net*

АНАЛІЗ ПРОБЛЕМ ТА ОБҐРУНТУВАННЯ ДОЦІЛЬНОСТІ ВИКОРИСТАННЯ ПОСЛУГ ІНСТИТУТІВ ІНФОРМАЦІЙНО- АНАЛІТИЧНОЇ ІНФРАСТРУКТУРИ В МАРКЕТИНГОВІЙ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

Аналізуючи тенденції сучасного розвитку маркетингу в умовах транзитивної економіки, варто відзначити той факт, що низка компаній поволі перекладає виконання деяких маркетингових функцій на спеціалізовані компанії. З чим це пов'язано? Відповідаючи на це питання можемо навести три причини:

- 1) зниження вартості послуг компаній, що спеціалізовано виконують маркетингові функції;
- 2) підвищення прибутковості бізнесу;
- 3) необхідність більш фахового підходу до провадження маркетингової діяльності.

Одразу заперечимо сумнівну думку з приводу того, що залучення маркетингових посередників робить товар компанії дорожчим. Аж ніяк. Компанія використовуватиме послуги спеціалізованих фірм лише тоді, коли ці послуги будуть коштувати менше, аніж витрати самої фірми на налагодження даного напрямку роботи (чи то збут, чи то реклама, чи збір інформації).

Сьогодні ми актуалізуємо саме доцільність використання послуг компаній інформаційно-аналітичної інфраструктури як складової маркетингової інфраструктури. Роль інформаційно-аналітичної інфраструктури значна і на загальнонаціональному, і на регіональному рівнях, створюючи можливості для ефективного функціонування галузевих ринків. «Відсутність оперативної ринкової інформації перешкоджає формуванню незалежних господарюючих суб'єктів, – аргументує О. Зінченко. – Виробники і споживачі не мають нагоди маневру при виборі ціни, місця і часу для купівлі-продажу товарів та послуг. Не мають в своєму розпорядженні інформації про тенденції і динаміку внутрішнього і зовнішнього ринків як виробники, так і органи державного та регіонального управління. Не будучи добре інформованими, вони діють, не відповідаючи їх власним інтересам» [1, с. 138].

Роль інформації в сучасному світі та сучасному бізнесі переоцінити важко. Проблема отримання достовірної інформації в українських реаліях надзвичайно гостра та актуальна через «хаотичне» використання інтернет-технологій та «олігархізацію» медійного ринку. Суспільство ще не навчилось користуватись здобутками постіндустріальної цивілізації, тому готове будь-які інформацію сприймати як категорично вірну. Це провокує до появи дуже складних явищ, які не скоро вдасться викоринити із свідомості українців. Питання сприйняття суспільством інформації, яку дуже легко створити та

розповсюдити не напружуючись в перевірці її достовірності, насправді, створює надзвичайно широкі можливості для маркетингових маніпуляцій, чим часто користуються політичні «маркетологи» в передвиборчий період.

Звісно, така «інформаційна революція», яку переживає наше суспільство за останні 10 років має і позитивні наслідки, але цими позитивними наслідками ще треба навчитись користуватись. О.В. Нестеренко стверджує, що: «Надзвичайно високий ступень інтеграції багатьох технологій, у першу чергу інформаційних, у всіх сферах людської діяльності, що відбувається в наш час, визначає перехід багатьох країн світу і, власне, й України, до наступної постіндустріальної форми суспільства - інформаційного, що також характеризується як інфраструктурне, глобальне» [2, с. 216]. Розвиток інформаційних технологій та їх повсюдне використання ще не автоматизує переходу нашої економіки до постіндустріального рівня розвитку. Інформатизація повинна відбутись значно глибше. Суспільство, яке легко піддається на вплив маніпулятивних інформаційних технологій не готове до становлення постіндустріальної цивілізації. Суспільство, в якому є крайня необхідність обмежувати доступ до деяких інформаційних потоків (телеканалів країни-окупанта, фільмів російського виробництва) ще не має сформованої інформаційної культури. Таке суспільство потребує соціально-відповідальної національно-патріотичної інформаційної політики.

Обґрунтовуючи необхідність формування спеціалізованої інформаційно-аналітичної інфраструктури та її використання у сфері маркетингу, маємо визнати, що ефективність такої інфраструктури можлива лише тоді в умовах існування розвиненої системи інститутів, що забезпечують її функціонування. До інститутів інформаційно-аналітичної інфраструктури відносимо засоби масової інформації, інформаційно-консультаційні центри, інформаційно-аналітичні агенції, науково-дослідні інститути та лабораторії, соціологічні компанії, компанії-розробники інформаційних технологій та програмного забезпечення тощо.

Сукупність цих інститутів в сукупності із покупцями інформаційного

продукту формує інформаційний ринок. Головне призначення інформаційного ринку – це забезпечення достовірною та повною інформацією усіх учасників ринкового процесу – споживачів, виробників, державних регулятивних органів.

Виникає суттєва проблема того, яким чином забезпечити достовірність інформації та її доступ для всіх учасників ринку. В умовах спотвореної неусталеної економічної системи трансформаційного типу механізмів чи інститутів координації цих процесів практично немає. Створення в Україні Міністерства інформаційної політики носить суто політичний характер і комплексного вирішення проблем, які породжує сьогоднішня ситуація ним не вирішується.

В контексті маркетингової діяльності, безперечно, найбільш актуальним питанням для виробника є отримання інформації про споживача, його характеристики, мотивацію, чинники впливу на його поведінку. Таку інформацію самостійно працівник відділу маркетингових досліджень виробничого підприємства може отримати лише в дуже обмеженій формі, оскільки проведення спеціалізованих маркетингових досліджень – питання часу, ресурсів, зусиль та витрат. В умовах, коли інформаційним забезпеченням маркетингової діяльності на підприємстві (а таких переважна більшість) займається лише одна особа – дане завдання виконати практично нереально. Виникає, звісно, питання про доцільність такої штатної одиниці в організаційній структурі підприємства або, можливо, питання розширення штату працівників відділу маркетингових досліджень. Однозначну відповідь можна дати лише на прикладі конкретного підприємства. Ми ж відстоюємо доцільність у випадках необхідності збору та аналізу первинної інформації, звертатись до спеціалізованих інституцій, якими і є інститути інформаційно-аналітичної інфраструктури. Щодо вторинної інформації, то її збором в робочому порядку з джерел інформаційного ринку може займатись працівник відділу маркетингових досліджень. Опрацювання вторинної інформації не варто виносити за межі підприємства, оскільки це буде додатковим часовим навантаженням на прийняття управлінських рішень. Постійний моніторинг

вторинної інформації з перевірених джерел дозволить швидко і оперативно реагувати на зміни зовнішнього середовища та не витратити зайвих коштів на користування послугами посередника. Однак, така робота на підприємстві має проводитись доволі інтенсивно і фахово, що актуалізує питання добору фахівця на таку функціональну роль в компанії.

На жаль, мусимо, однак, визнати той факт, що в сьогоденнішніх реаліях багато компаній переслідуючи ціль виживання, обмежують свої зусилля в напрямку провадження ефективної інформаційно-аналітичної роботи в контексті маркетингу. Спеціалізовані маркетингові дослідження проводяться спеціальними компаніями на замовлення лише великих фірм, часто з іноземним капіталом (що, в свою чергу, говорить про те, що вітчизняний бізнес ще не надає важливого значення маркетинговим дослідженням). Фахову інформаційно-аналітичну роботу часто підмінюють псевдоопитуваннями через різноманітні сайти, соціальні мережі, що дуже спотворює результати. Це в свою чергу, призводить до того, що управлінські рішення не мають інформаційної основи або така інформаційна основа є помилковою.

Список використаної літератури

1. Зінченко О.А. Інституціональний аспект розвитку ринкової інформаційної інфраструктури у регіонах / О.А. Зінченко // Наукові праці. – Т. 126. – Вип. 113. – С. 138-141
2. Нестеренко О.В. Проблеми формування національної інформаційної інфраструктури та забезпечення її безпеки / О.В. Нестеренко // Реєстрація, зберігання і обробка даних. - 2010, - Т. 12, - № 2. – с. 216-226.

*Нетребя І.О., к.е.н., доцент
кафедри менеджменту інноваційної
та інвестиційної діяльності
Київський національний університет
імені Тараса Шевченка
iranetr@ukr.net*

ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ПОБУДОВИ МАРКЕТИНГОВОЇ ІНФОРМАЦІЙНОЇ СИСТЕМИ НА ПІДПРИЄМСТВІ В СУЧАСНИХ УМОВАХ

Управління сучасною організацією, що працює в ринкових умовах - це комплексне завдання, що передбачає злагоджену взаємодію всіх видів ресурсів, зокрема, інформаційних. Основу інформаційної інфраструктури підприємств становлять інформаційні технології, ефективність функціонування яких впливає на кінцевий результат вирішення поточних завдань. Так, впровадження програмного забезпечення у сфері маркетингу викликає зміни у технології управління, що пов'язане з процедурою обґрунтування і прийняття рішень та організаційними засадами їх реалізації.

Ресурсні компоненти маркетингової інформаційної системи включають такі компоненти: персонал (ІТ-фахівці, кінцеві користувачі), програмне забезпечення (система і додатки), апаратне забезпечення (комп'ютери, периферійне обладнання), мережі (комунікації), маркетингова інформація.

У свою чергу, піраміда інформації для управління маркетингом традиційно включає чотири рівні [1]:

1. Інформація для розробки стратегічних напрямів розвитку маркетингової діяльності, прийняття і ухвалення маркетингових стратегічних рішень.
2. Інформація для прийняття оперативних рішень у сфері маркетингу.
3. Оперативне планування і контроль маркетингової діяльності.
4. Обробка первинної і вторинної маркетингової інформації, що відповідає запиту маркетолога.

Основу даної піраміди становить первинна і вторинна інформація, що має зовнішній та внутрішній характер. Зокрема, до інформації, що надходить із зовнішніх джерел слід віднести [2, 3]:

- Клієнти: обсяги продажу продукції та рівень задоволеності.
- Дистриб'ютори: маркетинг і логістика.
- Ринки: параметри, що відображають стан і тенденції розвитку.
- Конкуренти: проникнення на ринок, інновації, якість продукції, показники, що дають змогу оцінити власну конкурентну позицію.
- Постачальники: умови контрактів.
- Фінансові установи: інвестиційні можливості.
- Уряд: зміни у законодавчих актах, якими керується підприємство, політичні події.

До внутрішньої інформації слід віднести:

- показники фінансово-господарської діяльності підприємства;
- показники інтенсивності капіталовкладень у розробку, виробництво та просування нових товарів і послуг;
- прогностичні показники розвитку підприємства;
- дані про динаміку кадрового забезпечення маркетингової діяльності на підприємстві.

Таким чином, зовнішня та внутрішня інформація становить основу створення інформаційної системи маркетингу, до основних елементів якої можна віднести: підтримка прийняття маркетингових рішень, управління елементами маркетинг-мікс, організація управління маркетинговою діяльністю на підприємстві (побудова організаційної структури).

Впровадження сучасного програмного забезпечення для управління маркетингом створює безліч можливостей для розвитку підприємства. На наш погляд, використання програмних продуктів дає змогу отримати підприємству низку переваг:

- Підвищення якісних показників обслуговування оптових покупців, удосконалення процедури ведення документації з постачальниками та іншими

контрагентами;

- Зменшення термінів виходу нових товарів і послуг на ринок за рахунок оптимізації бізнесів-процесів;
- Розширення можливостей для розробки прогнозних показників розвитку підприємства та покращення конкурентних позицій в окремих сегментах ринку;
- Зменшення кількості додаткових документів за рахунок ведення корпоративних даних у єдиній базі;
- Зменшення собівартості продукції;
- Оптимізація процесу розробки, прийняття та ухвалення обґрунтованих стратегічних і оперативних рішень у сфері маркетингу.

Як зазначено у [4], розробка маркетингових рішень поділяється на три типи:

Стратегічні. Цей тип рішень передбачає оцінювання забезпеченості стратегічних цілей маркетингу наявними ресурсами і відповідність загальній політиці підприємства.

Управлінського контролю. Такі рішення дають змогу оцінити ефективність використання ресурсів підрозділами підприємства. Управлінський контроль передбачає взаємодію керівництва з виконавцями завдань, які деталізовані в оперативних маркетингових планах підприємства.

Контролю операцій. Це прийняття рішень щодо виконання конкретних завдань, встановлення термінів завершення і критеріїв оцінювання, а також визначення загальної результативності (економічного та соціального ефектів).

Іншим позитивним аспектом застосування програмного забезпечення для управління маркетингом на підприємстві є можливість для розробки та прийняття як структурованих, «програмованих» рішень, так і неструктурованих. Особливістю структурованих рішень є визначені заздалегідь правила їх прийняття, тобто, процедура розробки рішень передбачає однозначне слідування алгоритму, що закладений в програму і автоматично виконується нею. Однак, враховуючи динамічні зміни у зовнішньому оточенні,

прийняття структурованих рішень не дає змоги розглянути всі можливі ситуації, що можуть виникати на ринку, тому існує потреба у прийнятті і неструктурованих рішень, що не передбачають використання стандартних процедур. Сучасне програмне забезпечення для управління маркетингом уможливорює застосування факторного аналізу і побудову моделей, які враховують різні варіанти розвитку подій, що допомагає керівнику прийняти оптимальне рішення.

Список використаної літератури

1. Shaker Turki Ismail, (2011) The Role of Marketing Information System on Decision Making. An Applied study on Royal Jordanian Air Lines (RJA), International Journal of Business and Social Science Vol. 2 No. 3, Special Issue - January 2011.
2. Galliers, R.D. and Sutherland, A.R. (2009), The evolving information systems strategy, in Galliers, R.D., Leidner, E.D. and Baker, B.S.H. (eds), Strategic Information Management, 2nd edn, pp. 31–60.
3. Kotler, P. and Keller, K. (2009), Marketing Management, 13th edn, London: Prentice-Hall, p. 107.
4. Rafael Lapiedra, Carlos Devece, Introduction to Management Information Systems - <http://dx.doi.org/10.6035/Sapientia63>

Параскеева А.М., Шиков Н.Н.
доценты кафедры менеджмента
Донбасский государственный технический университет

СПОСОБ КОРРЕКТИРОВКИ НОМЕНКЛАТУРЫ ТОВАРНЫХ ПОСТАВОК

Суммарный спрос торговых точек (ТТ) по каждому виду номенклатуры товара (ВНТ) определяется посредством обработки заявок, поступающих от ТТ. Обработка их даёт исходные данные о спросе ТТ – S_{ij} . Необходимо отметить, что спрос ТТ может быть определён неточно вследствие недостаточной полноты информации в момент принятия решения о размерах требуемых ВНТ. Анализ статической информации показал, что заявки на товар в 10-15% случаев

превышает требующийся ресурс (запас). Поэтому необходимо непрерывно выполнять корректировку полученных в сформированной матрице заявок о поставках.

По своей сути проведение корректировки спроса на товар, т.е. определение реального спроса S_{ij}^* – есть решение задачи поиска такого его значения, при котором приведённые затраты минимальны, а получаемая прибыль всех участников торговли максимальная.

Но, поскольку между этими критериями существует сложная противоречивая зависимость, применение традиционных методов, например, линейного программирования не даёт желаемых результатов, т.к. не может быть учтено влияние стохастичности процессов спроса, запаздывания в реализации товара и других факторов реализации товара.

Предпочтительным в плане решения такой задачи является использование методов теорий принятия решений [1.2], возможностей и нечётких множеств. Они позволяют программно реализовывать предлагаемый метод при разработке системы поддержки принятия решений о распределении товарных ресурсов между ТТ.

Постановка задачи. Для выполнения корректировки потребности ТТ в ВНТ и их пополнения нужно для каждой ТТ дать оценку соответствия реального и заявляемого спроса по экономическим и другим признакам [1]. Для этого требуется лицу, принимающему решение, оценить альтернативы распределения ВНТ по каждой ТТ по установленным критериям.

Целью этой работы является определение степени соответствия заявляемых ресурсов и реальной потребности, т.е. определение для каждой j -й ТТ и i -го ВНТ, при которых выполнялись бы количественные, экономические и качественные критерии торговой сети в целом .

Для построения частных оценок по критериям в виде нечётких величин использована теория возможностей [2]. Пусть множество Ω – количество торговых точек из j элементов, которые требуется классифицировать с учётом множества критериев C . Число объектов является конечным и определяется

реальным количеством торговых точек (ТТ) осуществляющих реализацию ВНТ i -го вида. Частные оценки объектов по каждому критерию принимают свои значения в легко идентифицируемых множествах. Отдельная целевая функция будет рассматриваться как некоторое нечёткое множество, ограничивающее допустимое значение соответствующего критерия. Следовательно, неявно предполагается, что каждая целевая функция определяет отношение полного порядка на множестве Ω .

Пусть X_k – область, в которой оцениваются объекты по критерию $C_k \in C$. Оценки объектов по каждому критерию C_k могут быть представлены посредством отображений m_k из множества Ω в множество X .

Целевая функция, связываемая с критерием C_k , будет описываться нечётким множеством G_k , определённым на X_k , причём $\forall x \in X_k$, а величина $\mu_{G_k i}$ есть степень совместимости между значениями оценки x , характеризующей некоторый объект, и желанием лица, принимающего решение. Ядро нечёткого множества G_k соответствует оценкам, полностью совместимыми с целью. В свою очередь, оценки, расположенные вне носителя нечёткого множества G_k , оказываются полностью несовместимыми с целью. Если принять за X – шкалу степени способности к реализации товара ТТ, то в том случае, если лицо, принимающее решение предпочитает выбрать ТТ с наибольшей возможностью реализации товара, график целевой функции «Наибольшая реализация» можно представить в виде, «S»-образной функцией принадлежности.

Оценка $\mu_{G_k i}$ не может быть точной. Для выявления индивидуальных особенностей предпочтений лица, принимающего решения, удобно пользоваться дискретной шкалой предпочтений, содержащей 5-7 уровней в зависимости от порога восприятия лица, принимающего решения и требуемой точности в вычислениях. Лингвистические выражения уровня совместимости между оценкой, целью и отображением этих уровней на $[0,1]$ имеют такую структуру: полная совместимость (очень хорошо-1); большая совместимость (хорошо-0.75); удовлетворительная совместимость (посредственно- 0.5; низкая совместимость (плохо -0.25); несовместимость (очень плохо-0).

Зная целевую функцию Q_k и критерий C_k , можно судить о совместимости каждого объекта $\omega_j \in \Omega$ с целью Q_k с помощью функции принадлежности μ_k , определяемой в виде:

$$\mu_k(\omega_j) = \mu_{G_k}(Q_k(\omega_j)).$$

Определение функции принадлежности базируется на наличии предпочтения между элементами базового множества. Общая цель выражается в виде иерархии подцелей. На нижнем уровне находятся Q частных целей, связываемых с Q элементарными критериями C_k , которые позволяют оценивать ТТ из множества Ω . Для этой цели базовым множеством будет декартово произведение $X_1 \times X_2 \times \dots \times X_Q$. Тогда ядро множества объектов D , совместимых с целью, можно получить путем свертывания нечетких множеств с функциями принадлежности μ_k . Таким образом, предполагается существование отображения h из $[0,1]^Q$ в $[0,1]$, такого что

$$\forall \omega_j \in \Omega, \mu_D(\omega_j) = h(\mu_1(\omega_j), \mu_2(\omega_j) \dots \mu_Q(\omega_j)). \quad (1)$$

Следовательно, для оценки объектов с приоритетом поставок ВНТ необходим поиск некоторой операции над нечеткими множествами, объединяющей частные цели. Эта операция должна выполняться при следующих условиях: граничные условия $h(0)=0$, $h(1)=1$, для любых пар $(x_k, y_k) \in [0,1]$, или $\forall k$, если $x_k \geq y_k$, то $h(x_1, x_2, \dots, x_Q) \geq h(y_1, y_2, \dots, y_Q)$, h -симметричная функция. Проведем выбор критериев, определяющих ранг ТТ, с помощью экспертных оценок. При проведении экспертной оценки ТТ выделяется три группы критериев:

- количественные (среднесуточный объем продаж (0.06), среднесуточный спрос (0.04), среднесуточный объем реализации (0.02), оборачиваемость запасов в ТТ (0.01), показатель использования товара (0.05), показатель ВНТ (0.07));
- экономические (среднесуточная прибыль (0.07), среднее время на реализацию товара (0.15), количество уцененного товара (0.16));
- качественные (отказ от приемки товара (0.11), дополнительные

услуги покупателям(0.11), ритмичность(0.11)).

Очевидно то, что рассмотренные критерии могут иметь различную значимость для любого из экспертов. Тем не менее, теория возможностей [2] предлагает несколько способов оценки неравных по значимости критериев. Очень распространенным методом выражения различия критериев по важности является назначение каждому из них некоторого веса с последующим суммированием этих весов в рамках операции свертки. Если учитывать нечеткие цели Q_k для каждого критерия $C_k \quad \forall k = \overline{1, Q}$, то при взвешивании критериев используется следующая формула:

$$\sum_{k=1}^Q p_k * \mu(\omega_i) = \mu_D(\omega_i), \quad \sum_{k=1}^Q p_k = 1. \quad (1)$$

Весовой коэффициент p_k характеризует значимость целевой функции Q_k по отношению к обобщенной целевой функции. Приоритет критерия C_k можно установить, используя метод парных сравнений [2]. Для этого строится матрица предпочтений Z_{ij} исходя из условий: $Z_{ij} = 0$, если $p_i < p_j$; $Z_{ij} = 1$, если $p_i = p_j$; $Z_{ij} = 2$, если $p_i > p_j$.

Процедура по оценке важности критерия выполняется экспертно и сводится к выбору предпочтений Z_{ij} между критериями $C_k \in C$. Вес критерия определяется по выражению:

$$p_k = \sum_{j=1}^Q Z_{kj} / \sum_{i=1}^Q \sum_{j=1}^Q Z_{ij}.$$

Распределение весовых коэффициентов внутри группы приведены в тексте статьи в скобках по каждому критерию. В общем виде зависимость любого из критериев от входящих в систему исходных данных α можно представить в виде:

$$Q_k(\omega_j) = F(\alpha, \tau), \quad \forall k = \overline{1, Q}, \quad Q = 12, \quad (2)$$

где $F(\alpha, \tau)$ -функция накопленных в базу знаний данных за период τ по каждой ТТ.

Определение приоритетов в поставке товара в ТТ можно

охарактеризовать несколькими этапами. С этой целью на первом этапе для каждого критерия C_k строится оценочный функционал Q_k , целью которого является нахождения максимального по этому критерию из множества объектов Ω :

$$Q_k(\omega_j) \rightarrow \max_{\omega_j \in \Omega} \quad (3)$$

Торговую точку ω_j для которой реализуется условие (3) будем обозначать ω_{k0} . Степень принадлежности элемента ω_{k0} нечеткому множеству Q_k обозначим $\mu_{Q_k}(\omega_{k0})$ и примем условие $\mu_{Q_k}(\omega_{k0})=1$. Все торговые точки, для которых выполняется последнее условие, составляют ядро нечетких множеств ($\tilde{Q}_k$), и характеризует предельные возможности ТТ по критерию Q_k . Те ТТ, для которых степень принадлежности к нечеткому множеству Q_k принимает ненулевое значение, составляют множество, называемое носителем нечеткого множества Q_k , и обозначается $S(Q_k)$. Наконец те ТТ, для которых Q_k принимает минимальное значение обозначается ω_{k1} и получают нулевое значение степени принадлежности к нечеткому множеству Q_k .

На следующем этапе решается задача точного определения значения функции принадлежности к не четкому множеству Q_k для каждого ТТ. Эта операция выполняется для всего множества C критериев.

$$\mu_{k(\omega_j)} = (Q_k(\omega_j) - Q_k(\omega_{k1})) / (Q_k(\omega_{k0}) - Q_k(\omega_{k1})).$$

Следующим шагом является нахождение отображение h из $[0,1]^{12}$ в $[0,1]$, для которого будет выполняться условие (2). Это достигается путем свертывания критериев посредством их взвешивания по формуле (1). Таким образом, для каждой ТТ определяется степень ее принадлежности к нечеткому множеству D ТТ, требующих выделения товаров для продажи. Используя правило Парето(80/20), легко отсекаются ТТ с низким рейтингом путем расчета удельных весов оценок:

$$\mu^*_D(\omega_j) = \mu_D(\omega_j) / \sum_j \mu_D(\omega_j).$$

Последним шагом процедуры поиска ранга ТТ является определение

приоритета r ТТ в соответствии с условием :

$$\exists \omega_r \in \Omega, \mu_D(\omega_1) \geq \mu_D(\omega_2) \geq \dots \mu_D(\omega_r), r = \overline{1, m}.$$

Кроме того, в соответствии с правилом Парето, имеет смысл поставлять товары в те ТТ, в которых соблюдается условия:

$$0.8 < \sum_j \mu_D^*(\omega_j) < 1,$$

Вывод. Обобщённый алгоритм работы системы поддержки принятия решений о распределении ВНТ по ТТ разбивается на четыре независимых подзадачи: ранжирование ТТ; определение входных условий (сравнение спроса и ресурсов) для проведения корректировки спроса; корректировка спроса; решение задачи распределения ВНТ.

Список использованной литературы

1. Беллман Р. Принятие решений в расплывчатых условиях[Текст]/Р.Беллман, Л.Заде//Вопросы анализа и процедуры принятия решения:-М.: Мир-1976. –с.172-217
2. Дюбуа Д. Теория возможностей. Приложения к представлению знаний в информатике: Пер. с фр./ Д Дюбуа., А Прад. - М.: Радио и связь, 1990. - 288 с.

*Попадинець Н. М., к.е.н.
науковий співробітник відділу
регіональної економічної політики
ДУ «Інститут регіональних досліджень
імені М. І. Долишнього НАН України»
popadynets.n@gmail.com*

ІНФОРМАЦІЙНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ РЕГУЛЮВАННЯ РИНКУ СПОЖИВЧИХ ТОВАРІВ

Інформація набуває все більшого значення у нашому житті. У постійно мінливому навколишньому світі вона використовується у найрізноманітніших ситуаціях і має серйозне прикладне значення. У результаті обробки, систематизації та аналізу інформація може трансформуватися і перетворюватися в різні масиви, бази, системи. Залежно від ситуації вона може

бути як корисною, так і абсолютно некорисною.

Економічна інформація має властивість швидко ставати застарілою через дуже високу динамічність економічних процесів, тому достовірність і актуальність інформації є основними факторами, від яких залежить успішність прийняття рішень.

Ефективне регулювання ринком споживчих товарів вимагає наявності відповідної інформації, тобто необхідна інформаційна система, що включає в себе безліч підсистем, що містять інформацію про розвиток цього ринку.

Досліджень вітчизняних учених О. М. Азарян, В. В. Апопія, В. Д. Лагутіна, Л. О. Лігоненко, О. О. Шубіна та ін. внесли істотний вклад у розробку досліджуваної проблеми, однак основна увага у їх роботах приділялася розвитку споживчого ринку. Тому вкрай важливим науковим завданням є обґрунтування підходів до формування інформаційної системи розвитку ринку споживчих товарів.

В інформаційну систему регулювання доцільно інтегрувати такі підсистеми: інформаційне забезпечення розвитку та інформаційна система прогнозування ринку споживчих товарів.

Інформаційне забезпечення регулювання розвитку ринку споживчих товарів – це сукупність методів і засобів пошуку, збору, зберігання, накопичення та передачі інформації щодо розвитку стану ринку, його кон'юнктури та визначальних факторів розвитку [1, с. 33].

На наш погляд, інформаційне забезпечення розвитку ринку споживчих товарів має:

- створити системи державного інформаційного забезпечення у галузі торговельної діяльності та інтегрувати її в регіональний інформаційний портал;
- актуалізувати та оптимізувати офіційні сайти в мережі Інтернет регіональних і місцевих органів влади для підвищення відкритості та доступності інформації для господарюючих суб'єктів, що здійснюють діяльність у сфері споживчої торгівлі, і населення.

Основними вимогами до організації інформаційного забезпечення

регулювання ринку споживчих товарів є: повнота та об'єктивність інформації, її розумна достатність для формування державної та регіональної політики розвитку ринку споживчих товарів, узагальнення та обґрунтування можливих варіантів для прийняття ефективних управлінських рішень; систематизованість та придатність для використання.

Різноманітність інформації, необхідної для розв'язання завдань регулювання розвитку ринку споживчих товарів і прийняття рішень учасниками ринку, обумовлює доцільність її класифікації за такими ознаками, як: сутність і мета регулювання, роль у регулюванні, ступень обробки, часові характеристики, джерела отримання, методи збору.

Джерелами інформації для створення бази даних про розвиток ринку споживчих товарів мають слугувати [2, с. 135]:

- дані державної статистичної звітності;
- дані податкової звітності;
- дані вибіркових періодичних обстежень (домашніх господарств, окремих груп населення);
- дані спеціальних одноразових проблемно-орієнтованих обстежень (підприємств усіх форм власності, галузевих комплексів, територіальних утворень);
- дані спеціальних соціологічних опитувань щодо мотивації та поведінки споживачів;
- дані, отримані під час вивчення суспільної думки;
- звітні та програмні документи щодо соціально-економічного розвитку України;
- концепції (програми) розвитку споживчого ринку, його інфраструктури (торгівлі) тощо.

Використання інформаційних технологій у регулюванні розвитку ринку споживчих товарів дозволить отримати значний позитивний ефект у результаті:

- прискорення аналізу, реалізації і контролю управлінських функцій;
- максимально можливої уніфікації регулюючих функцій за допомогою

розробки ефективних алгоритмів розв'язання;

– швидкого переходу до нових прогресивних методів управління та регулювання розвитком ринку споживчих товарів.

Джерела формування інформаційного забезпечення дослідження ринку споживчих товарів мають визначатися диференційовано, відповідно до рівнів управління та регулювання: на державному, регіональному та місцевому.

Функціональні завдання щодо створення належного інформаційного забезпечення мають вирішуватись насамперед на рівні органів місцевого самоврядування і полягати у формуванні баз даних про: підприємства, що здійснюють виробництво споживчих товарів і надання послуг населенню, оптову та роздрібну торгівлю, угоди купівлі-продажу споживчих товарів і послуг, реєстри ліцензій на право виготовлення товарів і надання послуг, стан цін на товари і послуги, обсяги та структуру попиту на товари і послуги, наявність товарних ресурсів, стан ринкової кон'юнктури, чисельність і склад населення.

На регіональному рівні інформаційне забезпечення має створювати інтегровану базу даних для розрахунку мінімального споживчого бюджету, формування державного замовлення та регіональних нормативів використання наявних ресурсів, оцінки стану регіонального ринку, розробки стандартів споживання та заходів для соціально-економічного вирівнювання розвитку регіонів з урахуванням ефективності територіальної організації виробництва.

На державному рівні система інформаційного забезпечення досліджень ринку споживчих товарів має забезпечувати розробку концепції його розвитку, побудову цільових програм підвищення ефективності національного виробництва, раціоналізації структури попиту та пропозиції на споживчі товари, поліпшення соціально-економічних умов життя населення, бути достатньою для розробки пропозицій щодо вдосконалення механізмів державного регулювання (інвестування, кредитування, ціноутворення, оподаткування, соціального захисту тощо) [1, с. 36].

Сьогодні наявні підходи до формування інформаційної системи

регулювання розвитку національним і регіональними ринками споживчих товарів не дозволяють повноцінно вирішувати як поточні, так і стратегічні завдання їх розвитку, тому значна кількість здійснюваних заходів має вкрай низьку ефективність, а відсутність адекватної звітності не дозволяє реалізовувати на практиці основні принципи програмно-цільового підходу до управління та регулювання. Ці проблеми, разом з іншими, викликані і тим, що інформація спрямована переважно на задоволення інформаційних потреб національного і деякою мірою регіонального рівнів, як правило, не враховує особливостей розвитку ринку споживчих товарів у об'єднаних територіальних громадах. Необхідно відзначити також, що керівництво регіонів далеко не завжди має чітке уявлення про сучасні інформаційні системи, і існує ймовірність їх протидії запровадженню інформаційних систем.

Така ситуація сприяє зниженню якості прийнятих рішень, неефективному використанню цільових коштів і, як наслідок, перешкоджає якісному соціально-економічному розвитку частини регіонів і породжує серйозні проблеми, що зумовлюють зниження ефективності регулювання розвитку ринку споживчих товарів.

Таким чином, вирішення найважливішого завдання, яке полягає у тому, щоб перетворити національні інструменти підтримки в реальні механізми формування ринку споживчих товарів і обумовлює необхідність створення цільової системи інформаційного забезпечення розвитку цього ринку.

Список використаної літератури

1. Споживчий ринок України: методологія дослідження та регулювання : монографія / За заг. ред. Л. О. Лігоненко. – К.: Київ.нац.торг.-екон. ун-т, 2007. – 379 с.
2. Внутрішній ринок і торгівля України: структурно інституціональна трансформація : монографія / За ред. В. Д. Лагутіна. – К.: Київ.нац.торг.-екон. ун-т, 2015. – 432 с.

*Попель С.А., канд.. екон. наук,
старший науковий співробітник відділу дослідження
міжнародного досвіду та митної експертизи
НДЦ митної справи НДІ фінансової політики
Університету державної фіскальної служби України
popelsa89@gmail.com*

ІНФОРМУВАННЯ ГРОМАДЯН З ПИТАНЬ ДОТРИМАННЯ МИТНИХ ПРАВИЛ

Сучасний етап реформування митної системи України характеризується трансформаційними змінами, які викликані процесами глобалізації та стрімкою динамікою розвитку науки та технологій. В таких умовах, одним із перспективних напрямів забезпечення результативності діяльності митних адміністрацій є формування ефективної системи інформаційної взаємодії між митними органами і громадянами.

Оперативне інформування громадськості про актуальні питання діяльності митних органів, особливості пропуску товарів, що переміщуються (пересилаються) громадянами через митний кордон України, надання якісної інформації з проблемних аспектів адміністрування податків та зборів, підвищення ступеня довіри платників податків до діяльності митного відомства – залишаються одними із найважливіших завдань у практичній роботі митних адміністрацій.

Особливо актуальним питання інформування громадян є на шляху перетворення ДФС України від фіскального органу до сервісної служби, адже надання якісних інформаційних послуг громадянам дозволить суттєво підвищити якість митних сервісів та наблизить діяльність вітчизняних митниць ДФС до міжнародного рівня.

Крім того, забезпечення в установленому порядку громадян інформацією з митних питань є однією з функцій митних відомств держав – відповідно до стандартів Кіотської конвенції, зокрема розділу 9 (таблиця 1).

Таблиця 1

Розділ 9 Міжнародної конвенції про спрощення і гармонізацію митних
процедур [1]

Стандартне правило	Зміст
9.1	Митна служба забезпечує безперешкодний доступ будь-якої заінтересованої особи до всієї необхідної інформації загального характеру стосовно митного законодавства.
9.2	Якщо інформація, до якої був наданий доступ, має потребу в коректуванні внаслідок змін у митному законодавстві або адміністративних вимогах та розпорядженнях, митна служба до набуття чинності цих змін завчасно забезпечує безперешкодний доступ до уточненої інформації у терміни, які є достатніми для того, щоб заінтересовані особи мали можливість врахувати ці зміни, за винятком випадків, коли попереднє повідомлення є неприпустимим.
9.3	Митна служба використовує інформаційні технології для полегшення надання інформації.
9.4	За запитом заінтересованої особи митна служба у можливо короткий термін надає по можливості найбільш точну інформацію з конкретних питань у сфері митного законодавства, поставлених заінтересованою особою.
9.5	Митна служба надає не тільки запитану інформацію, але і будь-яку іншу інформацію, яка стосується справи, якщо її доведення до відома заінтересованої особи вважається митною службою доцільним.
9.6	У випадку надання інформації митна служба зобов'язана забезпечити нерозголошення даних приватного або конфіденційного характеру, які зачіпають інтереси митної служби або третіх сторін, за винятком випадків, коли таке розголошення вимагається або дозволяється національним законодавством.
9.7	Якщо митна служба не може надати інформацію безкоштовно, розмір плати обмежується приблизною вартістю наданих послуг.
9.8	За письмовим зверненням відповідної особи митна служба повідомляє про своє рішення у письмовій формі у терміни, встановлені національним законодавством. Якщо рішення не відповідає інтересам відповідної особи, останній повідомляються причини, з яких його було прийнято, та роз'яснюється право на оскарження.
9.9	На прохання заінтересованої особи митна служба видає обов'язкові для виконання розпорядження за умови, що митна служба володіє всією інформацією, яку вона вважає необхідною.

Також статтею 1 Угоди про спрощення процедур торгівлі визначено [2]:

- перелік даних, які кожен член організації має оприлюднювати у недискримінаційний і легкодоступний спосіб з метою надання урядам, торговцям та іншим заінтересованим сторонам можливості ознайомитися з нею;

- обов'язок кожного члена надавати доступ та оновлювати, наскільки це можливо та необхідно, зазначену інформацію через інтернет;

- обов'язок кожного члена організації створити і підтримувати один чи більше інформаційних пунктів для надання відповідей на обґрунтовані запити урядів, торговців та інших заінтересованих сторін з питань митної справи.

Варто зауважити, що статтею 2 вищезазначеної угоди зазначається, що кожен член, наскільки це можливо та у спосіб, який відповідає його національному законодавству і правовій системі [2]:

- надає можливості та необхідний час торговцям й іншим заінтересованим сторонам для надання коментарів щодо запропонованих нових або змін до існуючих законів і підзаконних нормативно-правових актів загального застосування, пов'язаних з переміщенням, випуском і митним очищенням товарів, включаючи транзитні товари;

- забезпечує, щоб нові або змінені та доповнені закони і підзаконні нормативно-правові акти загального застосування, пов'язані з переміщенням, випуском і оформленням товарів, включаючи транзитні товари, були опубліковані або інформація про них стала іншим чином загальнодоступною якомога раніше до набрання ними чинності з метою надання торговцям й іншим заінтересованим сторонам можливості ознайомитися з ними;

- забезпечує проведення регулярних консультацій між своїми митними установами та торговцями або іншими заінтересованими сторонами, які знаходяться на його території.

Саме тому, побудова ефективної системи інформаційної взаємодії митниць ДФС та громадян є досить актуальним і перспективним напрямком діяльності митних адміністрацій.

Ефективність інформування громадян значною мірою залежить від способів та технічних засобів за допомогою яких воно здійснюється. Варто зауважити, що в різних країнах митні органи використовуються різні способи передавання інформації, які залежать від стану інформаційних технологій і засобів зв'язку, обсягів фінансування та рівня розвитку митної адміністрації.

Усі наявні способи інформування громадян щодо чинних митних правил та порядку виконання митних формальностей можна розділити на три групи, а саме:

- усні (офіційні заходи, «гаряча лінія», контакт центри);
- письмові (запит на отримання публічної інформації, інформаційні довідки в місцях розташування митних органів, листівки, буклети, брошури, довідники, роздаткові друковані видання);
- електронні (офіційний WEB-сайт, офіційні сторінки в соціальних мережах, запити надіслані на електронну пошту, інформаційний термінал (кіоск)).

Поряд із різноманітністю способів інформування громадян з питань державної митної справи, варто зазначити їхні проблемні аспекти, зокрема:

- інформація, яка розповсюджується загальноприйнятими способами інформування населення несвоєчасно оновлюється, а тому може містити неточності або неповні відомості;
- деякі способи інформування вимагають від громадян наявності певних технічних засобів та вмінь користуватися ними;
- працівники митних адміністрацій, які здійснюють інформування чи консультування громадян із питань державної митної справи, незавжди володіють необхідною кваліфікацією та знаннями;
- тривалий час очікування відповіді на письмові запити громадян.

Отже, детальне вивчення проблематики та виявлення напрямків удосконалення системи інформування громадян із питань державної митної справи є перспективних напрямком діяльності органів доходів і зборів.

Список використаної літератури

1. Міжнародна конвенція про спрощення і гармонізацію митних процедур (Кіотська конвенція) від 18.05.1973 р. (у змінений редакції) [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/995_643/
2. Угода СОТ про спрощення процедур торгівлі від 6.12.2013 р. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://w1.c1.rada.gov.ua/pls/zweb2/webproc4_1?pf3511=56855

*Прус Л.Р., к.е.н., доцент
завідувач відділу дослідження міжнародного досвіду
та митної експертизи НДЦМС НДІ
ФП
Університет державної фіскальної служби України
luda_prus@mail.ru*

ІНФОРМУВАННЯ ТА КОНСУЛЬТУВАННЯ ЯК СЕРВІСНА ФУНКЦІЯ МИТНОЇ АДМІНІСТРАЦІЇ

Забезпечення в установленому порядку державних органів, організацій і громадян інформацією з митних питань є однією з функцій митних адміністрацій. Це відповідає стандартам Кіотської конвенції (далі-Конвенція). Так, у розділі 9 Генерального додатка до Конвенції закріплено:

стандартне правило 9.1: «Митна служба забезпечує безперешкодний доступ будь-якої заінтересованої особи до всієї необхідної інформації загального характеру щодо застосування митного законодавства».

стандартне правило 9.2: «Коли інформація, до якої був забезпечений доступ, має змінюватися в силу змін митного законодавства, адміністративних заходів або вимог, митна служба завчасно до вступу в силу цих змін забезпечує зацікавленим особам безперешкодний доступ до відповідної уточненої інформації, щоб вони могли врахувати їх, за винятком випадків, коли попереднє повідомлення є неприпустимим»;

перехідне правило 9.3: «Митна служба застосовує інформаційні технології з метою полегшення подання інформації.»;

стандартне правило 9.6: «У разі неможливості безкоштовного надання інформації митною службою будь-який збір обмежується приблизною вартістю наданих послуг.».

Отже, виконання митними органами обов'язку з інформування про акти митного законодавства допоможе їм впоратися з потоком численних запитів про причини прийнятого митними органами рішення, вчинених ними дій або бездіяльності. Якщо підставою прийнятого рішення, здійсненої дії (бездіяльності) є опублікований правовий акт, то відповідь на запит може зводитися до послання на цей акт (вказується назва акта, його предмет і видання, в якому акт опублікований).

Окрім інформування, будь-яка зацікавлена особа наділяється правом на отримання консультації, що закріплено стандартними правилами, встановлені у розділі 9 Генерального додатка до Конвенції:

9.4: «Згідно з запитом відповідної особи митна служба в можливо короткі терміни надає максимально точну інформацію з конкретних питань у сфері митного законодавства, поставлених зацікавленою особою»;

9.5: «Митна служба надає не тільки запитану інформацію, а й будь-яку іншу відповідну інформацію, яку вона вважатиме за доцільне довести до відома заінтересованої особи».

Відповідний цьому праву обов'язок митних органів надати консультацію реалізується через визначення керівником митного органу посадових осіб, уповноважених на проведення консультацій. Підставою для здійснення консультиування є запит зацікавленої особи. Предметом консультиування є питання, що стосуються митного законодавства, а також інші питання, що входять до компетенції митних органів, до яких відносяться питання порядку і правил, при дотриманні яких особи реалізують право на переміщення товарів і транспортних засобів через митний кордон, питання регулювання відносин, що виникають в процесі здійснення митних формальностей та митного контролю, оскарження актів, дій (бездіяльності) митних органів та їх посадових осіб, відносин з встановлення, запровадження і стягування митних платежів тощо.

Інформуючи та консультуючи зацікавлені органи, митні органи виконують одне зі своїх основних завдань - забезпечити в межах своєї компетенції дотримання прав і законних інтересів осіб у сфері митного регулювання та створити умови для прискорення товарообігу через митний кордон. На це митну адміністрацію націлюють і міжнародні стандарти, що містяться в Конвенції, відповідно до якої «митна служба встановлює і підтримує офіційні відносини консультативного характеру з учасниками торгової діяльності з метою розширення співробітництва і полегшення участі в розробці найбільш ефективних методів роботи, що відповідають положенням національного законодавства та міжнародними угодами». Митні органи роз'яснюють зацікавленим особам їх права і обов'язки у сфері митних правовідносин, сприяють в межах своїх повноважень учасникам зовнішньоекономічної діяльності в реалізації ними своїх прав при здійсненні митних формальностей щодо товарів і транспортних засобів. Вони здійснюють інформування та консультування у сфері митної справи, забезпечують у встановленому порядку організації і громадян інформацією з питань митної справи.

Консультування не повинно бути пов'язане з виконанням іншого основного завдання митних органів - вчиненням митних операцій і проведенням митного контролю. Тому особливо обмовляється, що інформація, надана зацікавленим особам при проведенні консультації, не є підставою для прийняття рішення чи вчинення дій (бездіяльності) митним органом або його посадовою особою при здійсненні митних операцій щодо товарів.

При інформуванні та консультуванні митними органами необхідно враховувати, що в будь-якому інформаційному обміні є як мінімум два ключових питання:

- 1) склад інформації, зокрема та, яка може бути надана громадянам митним органом (змістовна складова);
- 2) технологія передачі цієї інформації (технологічна, інфраструктурна складова).

Рішення саме цих двох питань визначає все інші складові того, що позначено загальними словами «визначення умов і порядку надання/поширення інформації» (наприклад, яку митні органи надають/поширюють інформацію, в які терміни, із застосуванням яких процедур тощо).

Як показують дані звітів про виконання планів роботи митниць ДФС найчастіше зверталися з питань, пов'язаних з: переміщенням фізичними особами через митний кордон товарів для особистого користування і готівкових грошових коштів; порядком обчислення і сплати митних платежів, податків, а також утилізаційного збору; переміщенням товарів у міжнародних поштових відправленнях; дотриманням заборон і обмежень при переміщенні товарів через митний кордон; порядком декларування припасів. Відповідно й консультації найчастіше надавалися з наступних питань щодо:

- документів, необхідних для декларування товарів;
- митних платежів щодо переміщуваних товарів;
- порядку ввезення товарів для особистого користування громадянами без сплати митних платежів та порядку декларування таких товарів.

Те, що громадяни активніше звертаються з питань державної митної справи саме до митниць є свідченням зростаючого ступеня довіри населення до митних органів в регіоні. Під час інформування та консультування зацікавлені особи можуть розширити свої знання у сфері митного законодавства, забезпечити його правильне застосування на практиці, отримати необхідні відомості з потрібних питань, а також мінімізувати корупційні ризики.

*Руда Т.В., канд. екон. наук, старш. наук. співроб.
провідний науковий співробітник відділу
дослідження міжнародного досвіду
та митної експертизи*

*НДЦ МС НДІФП Університету державної фіскальної служби України
Bulovich_2006@ukr.net*

ОСОБЛИВОСТІ НОРМАТИВНОГО ВРЕГУЛЮВАННЯ АВТОМАТИЗАЦІЇ ПРОЦЕДУР МИТНОГО КОНТРОЛЮ ТА МИТНОГО ОФОРМЛЕННЯ ВОДНИХ ТРАНСПОРТНИХ ЗАСОБІВ В УКРАЇНІ

За сучасних умов реформування фіскальної сфери особливої актуальності набувають питання нормативного врегулювання питань автоматизації процедур митного контролю та митного оформлення водних транспортних засобів та товарів, що переміщуються ними. У першу чергу, це обумовлено тим, що саме водний транспорт функціонує у міжнародній сфері, що обумовлює необхідність уніфікації вітчизняного митного законодавства із міжнародними нормами і стандартами у даній сфері та орієнтація на євроінтеграційні перетворення, що вимагає напрацювання механізму спрощення митних процедур.

Варто зазначити, що здебільшого, проблемні питання, які виникають між учасниками митних правовідносин викликані неоднозначністю й складністю чинних нормативно-правових актів, що регламентують здійснення процедур митного контролю та митного оформлення водних транспортних засобів. Таким чином, доцільним є дослідження вітчизняної нормативно-правової бази з даної проблематики.

Основними нормативно-правовими актами, що регламентують питання автоматизації митних процедур на водному транспорті є:

- постанова Кабінету Міністрів України від 21.05.2012р. №451 «Питання пропуску через державний кордон осіб, автомобільних, водних, залізничних та повітряних транспортних засобів, перевізників і товарів, що переміщуються ними»;

- наказ Міністерства фінансів України від 10.03.2015р. №308 «Про затвердження Порядку виконання митних формальностей на морському та річковому транспорті»;

- наказ ДФС України від 27.01.2015р. №34 «Про затвердження Методичних рекомендацій щодо здійснення митних процедур в міжнародних пунктах пропуску через державний кордон України для морського (річкового) і поромного сполучення при переміщенні товарів у контейнерах».

Зокрема, Типова технологічна схема здійснення митного контролю водних транспортних засобів перевізників і товарів, що переміщуються ними у пунктах пропуску через державний кордон (далі – ТС), затверджена постановою Кабінету Міністрів України від 21.05.2012р. №451, визначає відповідно до Митного кодексу України послідовність дій посадових осіб органів доходів і зборів під час здійснення митного контролю водних транспортних засобів перевізників і товарів, що переміщуються ними через митний кордон України у пунктах пропуску для морського, річкового та поромного сполучення через державний кордон.

Так, відповідно до п. 2 ТС митне оформлення та митний контроль водних транспортних засобів і переміщуваних ним товарів здійснюється виключно органом доходів і зборів у законодавчо визначеному порядку. Його форма та обсяг визначаються на підставі результатів системи управління ризиками.

П. 5 ТС нормативно визначено подання попередньої інформації про прибуття водного транспортного засобу. Зокрема, агентська організація (морський агент) зобов'язана не пізніше ніж за одну добу до прибуття судна закордонного плавання в порт призначення на митній території України подати митному органу, в зоні діяльності якого розташований такий порт, інформацію в електронному вигляді за формою, встановленою Мінфіном, про товари, прийняті до перевезення у контейнерах в порт призначення на митній території України. В цьому випадку подана інформація використовується органами доходів і зборів для визначення форми та обсягу митного контролю. У випадку не подання такої інформації органи управління портом не надають дозволу на

вхід судна закордонного плавання до акваторій порту. Проте, ця норма не застосовується у випадку виникнення форс мажорних обставин.

Варто зазначити, що постановою КМУ від 3 липня 2013 р №533 внесено зміни до постанови КМУ від 21 травня 2012 р. №451, зокрема, визначено сутність інформаційної системи портового співтовариства (далі – ІСП), під якою прийнято розуміти організаційно-технічну систему, що надає можливість за допомогою технічних і програмних засобів адміністрації порту, державним органам, уповноваженим здійснювати відповідні види контролю в пунктах пропуску через державний кордон, портовим операторам, агентським організаціям (морським агентам) та експедиторам, іншим суб'єктам господарювання, що провадять свою діяльність у морському порту щодо транспортування або обробки товарів, контейнерів і транспортних засобів (далі - суб'єкти господарювання, що провадять свою діяльність у морському порту), накопичувати, перевіряти, обробляти, зберігати та передавати інформацію і документи в електронній формі, необхідні для здійснення прикордонного, митного та інших видів контролю та оформлення товарів і транспортних засобів відповідає законодавству України про електронний документообіг. Окрім того, у зазначеному документі визначено завдання ІСП, структуру й формат обміну даними за використання даної системи. Також у Порядку виписано послідовність та особливості здійснення процедур митного контролю та митного оформлення із врахуванням специфіки водного транспорту та регламентовано й розкрито основні аспекти автоматизації митних формальностей, що здійснюються в морських (річкових) портах за допомогою ІСП.

Наказом Міністерства фінансів України від 10 березня 2015р. №308 затверджено Порядок виконання митних формальностей на морському та річковому транспорті (далі – Порядок).

Варто зазначити, що цим документом конкретизовано процедуру подання попередньої інформації про судно. Зокрема, капітан судна або представник агентської організації (морський агент) особисто або через адміністрацію порту

не пізніше ніж за 4 години до прибуття (вибуття) судна подає митниці заявку на здійснення митного контролю судна з подальшим уточненням інформації за 1 годину до виїзду комісії на судно закордонного плавання. Якщо в порту використовується ІСП, то цей документ подається за використання цієї системи або ж у вигляді електронного повідомлення, завіреного електронним цифровим підписом.

Дана інформація перевіряється на відповідність визначеній структурі й формату та розміщується в ЄАІС ДФС України. Окрім того, Порядком передбачено процедуру коригування попередньої інформації, яка у подальшому опрацьовується за допомогою системи управління ризиками на основі чого визначається форма й обсяг митних формальностей, зокрема, застосування технічних засобів митного контролю (сканування за допомогою випромінюючих установок), використання ваговимірювальних пристроїв, митний огляд. Інші форми контролю визначаються та застосовуються у пункті пропуску тільки у разі, якщо це необхідно для дотримання законодавства з питань державної митної справи. Після визначення форм та обсягу митних формальностей ДФС України інформацію про них направляє агентській організації (морському агенту) та до митниці в зоні діяльності якої знаходиться порт.

У випадку, якщо в порту використовується ІСП, інформація подається агентській організації (морському агенту) саме шляхом її використання не пізніше ніж через дванадцять годин після надходження інформації агентської організації (морського агента) на визначену ДФС України скриньку.

При цьому, така інформація повинна містити наступні відомості: агентська організація (морський агент); дата та час надходження інформації на поштову скриньку ДФС України; порт на митній території України та його код згідно з Класифікатором портів та інших пунктів ЛОКОД ООН; назва митниці; назва судна; заплановані дата та час прибуття судна; номер коносаменту (річкової накладної); номер контейнера; код(и) визначеної(их) форми (форм) та обсягу митних формальностей.

За використання ІСП, інформація, що подається агентській організації (морському агенту), направляється ДФС України з визначеної поштової скриньки через мережу Інтернет до ІСП на поштову скриньку, визначену Угодою про інформаційне співробітництво, укладеною державним підприємством «Адміністрація морських портів України» та ДФС України. Така інформація також опрацьовується системою управління ризиками на основі чого здійснюється відбір митних формальностей. У випадку, коли системою управління ризиками не визначено застосування митних формальностей, то в інформації, що подається агентській організації (морському агенту), відомості про митні формальності будуть відсутні. При цьому, відсутність таких даних не означає звільнення від обов'язкового дотримання порядку переміщення товарів і транспортних засобів через митний кордон України.

Окрім того, Порядком визначено особливості подання попередньої інформації у разі якщо товари були прийняті до перевезення в контейнерах у портах інших держав Азово-Чорноморського басейну менше ніж за одну добу до прибуття судна в порт на митній території України. В такому випадку, інформація про ці товари подається агентською організацією (морським агентом) із зазначенням у відповідній графі дати та часу прийняття цих товарів до перевезення. У такому разі інформація про визначені форми й обсяг митних формальностей агентській організації (морському агенту) не подається.

У Порядку вказано, що митницями інформація приймається у цілодобовому режимі. Дані щодо форм митних формальностей, визначених на основі застосування системи управління ризиками розміщується в Журналі обліку товарів при ввезенні та використовується для обліку товарів, що ввозяться, визначення форм митних формальностей, що підлягають виконанню при вивантаженні судна, здійсненні операцій з товарами в порту та при вивезенні їх з території порту.

Узагальнюючи здійснений аналіз, доцільно відмітити, що нормативно-правова база з питань здійснення процедур митного контролю та митного

оформлення водних транспортних засобів і товарів, що переміщуються ними у пунктах пропуску через державний кордон України потребує певного доопрацювання та уточнення. Зокрема, необхідною є конкретизація питань, що стосуються необхідності використання ІСП, визначення єдиних вимог до подання попередньої інформації (досить суттєвими є відмінності між вимогами до попередньої інформації, що подається до органів доходів і зборів без та з використанням ІСП). Окрім того, доцільним є доопрацювання основних аспектів, що стосуються імплементації ІСП у програмно-інформаційні комплекси ДФС України. Незрозумілим є наповнення ІСП (додатки, профілі, модулі) та можливості її впровадження у практичну діяльність митниць ДФС. Таким чином, на сьогодні нагальною є потреба у прийнятті нормативно-правових актів, що регламентують питання автоматизації митних процедур на водному транспорті й створення умов для їх практичної реалізації.

Список використаної літератури

1. Питання пропуску через державний кордон осіб, автомобільних, водних, залізничних та повітряних транспортних засобів, перевізників і товарів, що переміщуються ними [Електронний ресурс] : постанова [затв. Кабінетом Міністрів України від 21 травня 2012 № 451]. – Режим доступу : <http://zakon0.rada.gov.ua>
2. Про затвердження Порядку виконання митних формальностей на морському та річковому транспорті [Електронний ресурс] : наказ [видано Міністерством фінансів України 30 березня 2015 р. № 308]. – Режим доступу : <http://zakon1.rada.gov.ua>
3. Про затвердження Методичних рекомендації щодо здійснення митних процедур в міжнародних пунктах пропуску через державний кордон України для морського (річкового) і поромного сполучення при переміщенні товарів у контейнерах [Електронний ресурс] : наказ [видано Міністерством фінансів України 27 січня 2015 р. № 34]. – Режим доступу : <http://zakon1.rada.gov.ua>

Сеvрук Є. М.
аспірант кафедри економіки та фінансів підприємства
Київський національний торговельно-економічний університет
sevruk_yevgeniy@i.ua

ІНФОРМАЦІЙНА БАЗА УПРАВЛІННЯ ФІНАНСУВАННЯМ ОБОРОТНИХ АКТИВІВ ПІДПРИЄМСТВА

Інформаційна база представляє собою сукупність впорядкованої інформації, що використовується об'єктом. Вона є основою інформаційної системи будь-якого об'єкта [1]. Інформаційне забезпечення є першочерговим завданням у будь-якому аналітичному дослідженні і важливим інструментом для підготовки та прийняття ефективних управлінських рішень.

Інформаційна система (система інформаційного забезпечення) фінансового менеджменту являє собою процес безперервного цілеспрямованого підбору відповідних інформативних показників, необхідних для здійснення аналізу, планування та підготовки ефективних оперативних управлінських рішень з усіх аспектів фінансової діяльності підприємства [2, с. 60].

Для побудови ефективної інформаційної бази необхідно висувати певні вимоги до інформації. Науковець Бланк І. О. визначає основні вимоги, що висуваються до інформації, що включається в інформаційну систему фінансового менеджменту [2, с. 60 – 64]: значущість, повнота, достовірність, своєчасність, зрозумілість, релевантність, зіставність, ефективність. На нашу думку, інформаційна база управління фінансуванням оборотних активів підприємства повинна також відповідати вищезазначеним основним вимогам.

Досить часто виділяють поняття «інформаційні бази даних» та трактують його як групи взаємопов'язаних задокументованих одиниць інформації, які об'єднані в автоматизованих інформаційних системах за певними ознаками, описують взаємовідносини та фінансово-майновий стан суб'єктів підприємницької діяльності і фізичних осіб [3]. Тобто, інформаційна база є

більш широким поняттям, яка узагальнює всі наявні інформаційні ресурси, що використовуються при управлінні фінансуванням оборотних активів.

Наявність потрібної інформації надає власникам та керівникам того чи іншого суб'єкта господарювання знизити ризики та здійснити ефективне управління діяльністю підприємства. Управління фінансуванням оборотних активів є частиною управління оборотними активами підприємства, остання перебуває у тісному зв'язку із загальною фінансовою стратегією підприємства. Практична діяльність підприємства вимагає побудову зручної інформаційної бази яка необхідна для прийняття управлінських рішень.

Джерелами аналізу фінансово-господарської діяльності підприємства визначаються [4, с. 116]: план чи прогноз економічного та соціального розвитку підприємства, організації; статистична, бухгалтерська та податкова звітність; дані первинних документів бухгалтерського обліку; пояснювальна записка до бухгалтерського звіту; матеріали (акти, довідки) попередніх перевірок контрольних органів і вищестоящих організацій.

Управління фінансуванням оборотних активів потребує досить значного обсягу інформації, основна частина якої формується системою бухгалтерського обліку. Методологічно й організаційно бухгалтерський облік поділяється на фінансовий та управлінський.

Фінансовий облік – це сукупність правил і процедур, які забезпечують підготовку, оприлюднення інформації про результати діяльності підприємства (установи, організації) та його фінансовий стан відповідно до вимог законодавчих актів і стандартів бухгалтерського обліку. Тобто, це комплексний системний облік господарської діяльності підприємства [4, с. 268]. На кожному підприємстві для аналізу стану фінансування оборотних активів використовуються дані бухгалтерської звітності, зокрема Форма 1 «Баланс» та «Звіт про фінансові результати» (Форма 2).

У численних інформаційних потоках підприємства бухгалтерська звітність займає особливе місце і може розглядатися як основне джерело інформації для оцінки його фінансового стану різними користувачами. Кожне

окреме підприємство відповідно до чинного законодавства формує фінансову звітність та подає її до відповідних державних органів, відтак, рівень якості інформації такої звітності кожного окремого підприємства має відповідати загальновстановленим вимогам.

Для уникнення певних обмежень що висуваються для офіційної звітності підприємства необхідно використовувати управлінський облік, оскільки такий облік на відміну від фінансового є більш універсальним. Жорсткі стандарти формування офіційної фінансової звітності не дозволяють відобразити, наприклад, доходи, витрати, активи і / або зобов'язання без наявності на те формальних підстав. Це, в свою чергу, часто веде до розбіжності між офіційною фінансовою звітністю і реальним станом справ [5].

Управлінський облік – вид бухгалтерського обліку основних фінансових результатів діяльності, стандарти якого розробляються самим підприємством, виходячи з цілей фінансового менеджменту. Управлінський облік дозволяє суттєво поглибити інформацію щодо складу витрат та результатах діяльності з наступних основних блоків: 1) по сферах діяльності підприємства; 2) по видам виготовленої та реалізованої продукції; 3) по регіонам діяльності; 4) по центрах відповідальності [6, с. 470].

Результати розробленої політики формування та політики фінансування оборотних активів отримують своє відображення в зведеному плановому документі – балансі формування та фінансування оборотних активів. Такий баланс дозволяє узгодити загальну потребу в оборотних активах із плановим об'ємом фінансових засобів, що залучаються з різних джерел для забезпечення їх формування [2, с. 380]. Баланс оборотних активів являє собою плановий документ, в якому узгоджується планова потреба в оборотних активах з можливими джерелами їх фінансування. Розроблений баланс оборотних коштів дозволяє оцінити достатність джерел їх фінансування, склад та структуру оборотного капіталу, рівень самофінансування оборотних активів, які в значній мірі визначатимуть платоспроможність та фінансову стійкість підприємства в перспективному періоді.

Також важливим інструментом для управління фінансуванням оборотних активів є розробка матричного балансу. Матричний баланс – простий і надійний інструмент, що дозволяє фінансовим директорам займатися контролем ліквідності і управління платоспроможністю своїх підприємств. В умовах фінансової кризи матричний баланс може виявитися корисним інструментом контролю ліквідності та платоспроможності. Такий баланс на відміну від звичайного дає відповідь на питання, чому забезпечений кожен конкретний вид активів.

Щоб скласти матричний баланс, потрібно зіставити статті активу і пасиву: власний капітал як довгострокове джерело фінансування забезпечує наявність довгострокових активів (основні засоби, нематеріальні активи та довгострокові фінансові вкладення), а також частини короткострокових активів. Короткострокові джерела фінансування (позики і кредити, кредиторська заборгованість) повинні бути забезпечені ліквідними активами [7].

На кожному підприємстві для аналізу стану фінансування оборотних активів використовуються дані бухгалтерської звітності, зокрема «Баланс» (Форма 1) та «Звіт про фінансові результати» (Форма 2). Баланс формування та фінансування оборотних активів, матричний баланс безперечно доповнюють інформаційну базу управління фінансуванням оборотних активів будь-якого підприємства. Однак, кожне підприємство повинно розробляти власну інформаційну базу, головними критеріями для такої інформації можуть бути: значущість, повнота, достовірність, своєчасність, зрозумілість, релевантність, зіставність та ефективність.

Список використаної літератури

1. Томашевський О. М. Інформаційні технології та моделювання бізнес-процесів: навч. посіб. / О. М. Томашевський, Г. Г. Цегелик, М. Б. Вітер, В. І. Дубук. - К.: ЦУЛ, 2012. – 296 с.
2. Бланк І. О. Основи фінансового менеджменту. Т.1. – К.: Ніка-Центр, Ельга, 2001. – 592 с.

3. Офіційний веб-сайт Taxlink [Електронний ресурс]. Режим доступу до ресурсу: <http://taxlink.ua/ua/analytics/informacijni-bazi-danih/shho-take-informacijna-baza-danih/>
4. Слав'юк Р. А. Фінанси підприємств: Підручник. – К.: УБС НБУ: Знання, 2010. – 550 с.
5. Зусманович К. В., Бармина Ю. О. Использование управленческой отчетности при привлечении финансирования / К. В. Зусманович, Ю. О. Бармина // «Управленческий учет и финансы» № 04 (32), 2012.
6. Бланк І. О. Основи фінансового менеджменту / І. О. Бланк. - Т.2. – К.: Ніка-Центр, 1999. – 512 с.
7. Жебит В. Матричный баланс и платежеспособность компании / В. Жебит // «Финансовый директор» №9, 2012. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.profmedia.by/pub/fin/art/70526/>

*Сокиринська І.Г., к.е.н., доцент,
зав. кафедри фінансів
Національна металургійна академія України
sokirinska@gmail.com*

ВИКОРИСТАННЯ ПОКАЗНИКІВ ГРОШОВОГО ПОТОКУ ДЛЯ ДІАГНОСТИКИ ПЛАТОСПРОМОЖНОСТІ ТА ЕФЕКТИВНОСТІ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

Оцінка результатів фінансово-господарської діяльності підприємства, як правило, здійснюється на підставі двох основних форм фінансової звітності – Балансу (Звіту про фінансовий стан) та Звіту про фінансові результати (Звіту про сукупний дохід). Більшість авторів, праці яких присвячені питанням адекватної діагностики та оцінки ефективності діяльності підприємства та його фінансових результатів базується саме на цих бухгалтерських звітних формах, що є доволі зручним, адже будь-який суб'єкт господарювання повинен подавати основну інформацію про майновий стан та фінансові результати саме у формі цих документів, які є обов'язковими до складання та містять відкриту інформацію.

Але, якщо при прийнятті важливих фінансових та інвестиційних рішень власники, інвестори або інші зацікавлені особи спираються виключно на вищеперелічені базові форми звітності та показники, побудовані на їх основі,

це подекуди може призвести до не зовсім вдалих, або, навіть помилкових рішень та спричинити негативний вплив на подальшу реалізацію інвестиційних або поточних планів. Про певну обмеженість такого підходу зауважували як вітчизняні [2, 3, 4], так і закордонні дослідники [6, 7, 8]. Так, наприклад, результати, отримані щодо платоспроможності окремого підприємства, які були розраховані на підставі загальновідомих показників ліквідності, можуть свідчити про доволі високий рівень здатності підприємства відповідати по своїх зобов'язаннях короткострокового характеру та управління його поточними активами. Але, в практичній діяльності, коли підходить час розрахунку з постачальниками або сплати інших фінансових зобов'язань, підприємство може відчувати брак грошових коштів та серйозні проблеми з ліквідністю. Запобігти такій ситуації можливо, якщо здійснювати оцінку ліквідної позиції підприємства на підставі показників грошового потоку, які, на наш погляд, є кращим варіантом оцінки платоспроможності підприємства, адже базуються на реально отриманих підприємством грошових потоках.

У Балансі відображається інформація, яка фіксується за підсумками минулого періоду та дозволяє отримати дані щодо балансової вартості активів ("book value"), а у Звіті про фінансові результати – дані щодо доходів і витрат, на підставі яких сформований фінансовий результат (прибуток), базуючись на принципі нарахувань. Це накладає певні обмеження на якість отриманої інформації, адже з плином часу при динамічному розвитку зовнішнього середовища актуальність розрахованих показників може бути низькою внаслідок їх слабкої інформативності. Тому залучення до аналізу Звіту про рух грошових коштів є в даному випадку вкрай доцільним, тому що це єдиний вид фінансової звітності, який складається на грошовому базисі. Звіт про рух грошових коштів відображає притоки та відтоки грошей за видами діяльності за певний період та дає можливість отримати уяву про здатність підприємства генерувати не тільки балансовий прибуток, а й реальні грошові кошти, що дозволяє оцінити зміни у грошовому балансі й реальній ліквідній позиції підприємства.

Проблема залучення Звіту про рух грошових коштів до оцінки ефективності діяльності підприємства та його реальної життєздатності не є зовсім новою. Особливо активно вона дискутується в численних працях зарубіжних дослідників [1, 8], що й призвело до того, що в багатьох країнах вищезазначений Звіт є обов'язковим для складання суб'єктами господарювання, в той час як в Україні його реально складають лише публічні акціонерні товариства.

Спираючись на праці [1, 2, 5, 7] та власні дослідження, можна виділити наступні обмеження фінансових показників, які розраховані на базисі нарахувань та даних попередніх періодів:

- 1) фінансові показники є лише початковою інформацією для подальшого дослідження;
- 2) фінансові показники не завжди можуть бути використаними для порівняння результатів двох та більше підприємств, якщо тільки вони не відносяться до однієї галузі;
- 3) отримання реальної інформації на підставі фінансових показників ускладнюється слабкістю вітчизняного фінансового ринку та неможливістю отримання реальної інформації щодо ринкової позиції підприємства;
- 4) фінансові показники, які розраховані на даних минулих подій, не є якісними індикаторами майбутнього;
- 5) відсутні (або є неактуальними) обґрунтовані нормативні обмеження та загальноприйняті стандарти нормального значення показників.

Фінансові показники, розраховані на базисі нарахувань (за даними Звіту про фінансові результати), репрезентують витрати та, відповідно, фінансові результати в історичному аспекті. Показники ж, які розраховуються на грошовому базисі, дають кращу уяву про майбутні події та дозволяють краще їх прогнозувати. На підставі Звіту про рух грошових коштів можна заздалегідь побачити ознаки фінансового дістресу та проблеми з платоспроможністю, навіть за наявності прибутку за базисом нарахувань. А оскільки здатність підприємства генерувати грошові потоки є вкрай важливою для його фінансової

життєздатності, інформація про рух грошових коштів є корисною не тільки для зовнішніх користувачів, а й для менеджменту при прийнятті фінансових та інвестиційних рішень. З цих позицій для фінансового здоров'я підприємства вкрай важливим є підтримання позитивного чистого грошового потоку саме від операційної діяльності з метою вчасного виконання власних фінансових зобов'язань.

В цілому, прибутковість підприємства та його платоспроможність є тісно пов'язаними, але мають певні принципові відмінності. Без прибуткової діяльності підприємство не матиме довгострокових можливостей для виживання. Але, в той самий час, наявність прибутку ще не гарантує реальної платоспроможності у короткостроковому періоді, що у певні моменти може стати доволі критичним. На рис. 1 представлені принципові відмінності між грошовим потоком та прибутком і прибутковістю, що дає змогу оцінити позитивні сторони та обмеження кожного з них.



Рис. 1. Відмінності між показниками грошового потоку та прибутку

(*складено автором)

Таким чином, можна зазначити, що використання лише показників, заснованих на традиційно обов'язкових формах звітності (форми №1 та №2), можуть призвести в подальшому до формування некоректних висновків та навіть помилкових суджень. Тому, на нашу думку, доцільним, а подекуди й вкрай необхідним є застосування показників, заснованих на грошових потоках, що сприятиме отриманню реального розуміння не тільки про фактичну платоспроможність підприємства, а й уточнити ті аспекти, про які традиційні показники надають тільки загальну уяву. В табл. 1 представлені показники, на які (поряд з широко застосовуваними) корисно звернути увагу при діагностиці не тільки ефективності та результативності, а й реальної платоспроможності підприємства.

Таблиця 1.

Показники діагностики платоспроможності та ефективності діяльності підприємства (*складено на підставі узагальнення [1, 7, 8] та власних досліджень)

	Традиційні показники	Показники грошового потоку
1	Показник поточної ліквідності: $K_{п.л.} = \frac{\text{Поточні активи}}{\text{Поточні зобов'язання}}$	Показник загальної грошової ліквідності $K_{з.г.л.} = \frac{\text{Операційний грошовий потік}}{\text{Загальні зобов'язання}}$
2	Показник критичної ліквідності $K_{к.л.} = \frac{\text{Поточні активи} - \text{Запаси}}{\text{Поточні зобов'язання}}$	Показник критичних грошових потреб $K_{к.г.л.} = \frac{\text{Операційний грошовий потік} - \text{Відсотки}}{\text{Відсотки до сплати} + \text{Короткостроковий борг}}$
3	Оборотність оборотних активів $K_{о.} = \frac{\text{Виручка}}{\text{Оборотні активи}}$	Оборотність операційного грошового потоку $K_{о.г.л.} = \frac{\text{Виручка}}{\text{Операційний чистий грошовий потік}}$
4	Прибутковість активів $K_{о.} = \frac{\text{Прибуток}}{\text{Активи}}$	Показник реінвестування $K_{о.} = \frac{\text{Операційний грошовий потік}}{\text{Активи}}$
5	Рентабельність власного капіталу $K_{о.} = \frac{\text{Чистий прибуток}}{\text{Власний капітал}}$	Показник покриття дивідендних виплат $K_{о.} = \frac{\text{Чистий операційний грошовий потік}}{\text{Дивідендні виплати}}$

Таким чином, на підставі сукупного використання традиційних показників та запропонованих, що розраховані на грошовому базисі, менеджмент підприємства, його власники, інвестори, контрагенти та інші

зацікавлені особи можуть отримати максимально наближену до реальності інформацію щодо ефективності діяльності окремого суб'єкта господарювання та його фактичних платіжних можливостей. Крім того, це дозволяє використовувати у тісному взаємному зв'язку три основних форми звітності – Баланс, Звіт про фінансові результати та Звіт про рух грошових коштів, що є запорукою отримання повної та різнобічної інформації з метою своєчасного виявлення фактичного та потенційного ризику втрати фінансової платоспроможності.

Список використаної літератури

1. Бернстайн Л.А. Анализ финансовой отчетности: теория, практика и интерпретация: Пер. с англ. – М.: Финансы и статистика, 2003. – 624 с.
2. Нагайчук В.В. Управління грошовими потоками підприємства // Вісник соціально-економічних досліджень. – 2014, №1 (52). – С. 245 – 249.
3. Сокиринська І. Г. Грошовий потік як важливий чинник прийняття управлінських рішень // Бізнес Інформ, 2015. – №10. – С. 366–372.
4. Сокиринська І.Г. Оцінювання якості грошових потоків в системі їх фасетної класифікації // Актуальні проблеми економіки, 2015. – №10 (184). – С. 453 – 463.
5. Яструбецька Л.С. Організаційно-економічний механізм управління грошовими потоками промислових підприємств України. Автореф. дис канд. екон. наук. – Львів., 2006. – 20 с.
6. Casey, C., Bartezak, N. Using Operating Cash Flow Data to Predict Financial Distress: Some Extensions, Journal of Accounting Research, Vol. 23. No. 1, 1985. – P. 84 – 101.
7. Eyisi A.S., Okpe I.I. The Impact of Cash Flow Ratio on Corporate Performance // Research Journal of Finance and Accounting. ISSN 2222-1697, Vol. 5, No.6, 2014. – P. 149 – 158.
8. Viscione, J.A. Assessing Financial Distress // The Journal of Commercial Bank Lending, 1985. – P. 39 – 55.

*Трушкіна Н.В., науковий співробітник
Інститут економіки промисловості
НАН України, м. Київ, Україна*

ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ОРГАНІЗАЦІЇ ЗБУТОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ВУГЛЕДОБУВНИХ ПІДПРИЄМСТВ НА ОСНОВІ ІНФОРМАЦІЙНО-КОМУНІКАЦІЙНИХ І ЛОГІСТИЧНИХ ТЕХНОЛОГІЙ

Дослідження виконано в рамках науково-дослідної роботи ІЕП НАН України «Розвиток публічно-приватного партнерства у процесі модернізації вугільної промисловості та теплової енергетики» (№ держреєстрації 0115U001638).

Ринок змушує промислові підприємства переходити на нові технології, здатних забезпечити рівень сервісу, який відповідає високому запиту і потребі споживачів, і, одночасно, максимальному зниженню можливих витрат. Тому ключовим завданням підприємств є створення ефективної збутової системи, здатної гнучко реагувати на зміни кон'юнктури ринку.

Згідно з Цілями сталого розвитку на 2016–2030 роки, першочерговими заходами зі створення стійкої інфраструктури, сприяння сталій індустріалізації та інноваціям визнано посилення інтеграції промислових підприємств до виробничо-збутових ланцюжків та ринків, зменшення втрат продовольства у логістичних ланцюжках, перехід до більш раціональних моделей виробництва і споживання [1].

Таким чином, серед особливостей сучасних умов господарювання промислових підприємств слід вказати їх інтернаціоналізацію, глобалізацію ринку товарів і послуг, динамічний розвиток інформаційно-комп'ютерних технологій. Це підтверджується результатами аналізу статистичних даних. Так, за даними Державної служби статистики України, кількість підприємств, що користуються автоматизованим обміном даних для відправлення або одержання товарно-транспортних накладних, зросла за 2011–2015 рр. на

119,7%; одержання замовлень від клієнтів – на 70,4%; відправлення або одержання інформації про продукцію – на 57,6%. При цьому частка підприємств у загальній їх кількості, де здійснюється автоматизований обмін даними, збільшилася, відповідно, на 14,4% (з 24,4 до 38,5%), 11,3% (з 49,5 до 60,8%) і 7,8% (з 57,2 до 65%) (табл. 1).

Таблиця 1

Динаміка чисельності підприємств, що користуються автоматизованим обміном даних в організації процесів збутової діяльності

Ціль обміну даних	Роки				Темпи змін, %
	2011	2013	2014	2015	
Одержання замовлень від споживачів	13005	14669	19703	22161	170,4
Відправлення або одержання інформації про продукцію	15038	16031	21139	23702	157,6
Відправлення або одержання товарно-транспортних накладних	6398	8683	12337	14057	219,7

Складено за даними: [2, с. 12].

За 2011–2015 рр. кількість підприємств, де здійснюється регулярний електронний обмін інформації, за рівнем техніко-матеріального забезпечення, виробничим планом або прогнозом попиту клієнтів збільшилася на 35,6%; розвитком доставки кінцевої продукції споживачам – на 40,6%. Питома вага цих підприємств у загальній кількості підприємств, де використовується автоматизований обмін даними, становила в 2015 р., відповідно, 14,3% і 16,7% (табл. 2).

Таблиця 2

Динаміка чисельності підприємств, де здійснюється регулярний електронний обмін інформації за напрямками

Напрями електронного обміну інформації	Роки				Темпи змін, %
	2011	2013	2014	2015	
Рівень техніко-матеріального забезпечення, виробничих планів або прогнозу попиту клієнтів	3840	4020	3874	5206	135,6
Розвиток доставки кінцевої продукції споживачам	4331	4894	4525	6088	140,6

Складено за даними: [2, с. 13].

На основі обстеження рівня усвідомлення переваг у використанні інформаційно-комунікаційних технологій при організації ринку збуту виявлено,

що 10,7% респондентів відзначають про значні поліпшення (у 2011 р. – 7,7%) [2, с. 16].

До основних логістичних технологій, які застосовуються для організації процесів збутової діяльності підприємства, можна віднести [3, с. 139, 143; 4; 5, с. 220; 6, с. 66]:

– *CRM* (управління взаємовідносинами зі споживачами) – набору інформаційних систем і технологій, де реалізується клієнтоорієнтований підхід до управління підприємством; сутність даної концепції – у персоналізації взаємовідносин з клієнтами, досягненні прихильного ставлення клієнтів до підприємства та продукції, розумінні процесу продажу як постійного процесу із залученням кожного співробітника підприємства;

– *DDT* (концепції «реагування на попит») – дозволить досягненню максимального скорочення часу реагування підприємства на зміну попиту шляхом швидкого поповнення запасів у тих точках ринку, де прогнозується зростання такого попиту, поліпшенню координації та взаємовідносин виробників, посередників і роздрібних торговців як ланок інтегрованого логістичного ланцюга;

– *DRP* (системи планування дистрибуції продукції та ресурсів у розподілі) – забезпечуються стійкі зв'язки постачання, виробництва та збуту; у системі обробляються заявки на транспортне обслуговування, складаються та коригуються в реальному масштабі часу графіки перевезень.

На основі узагальнення зарубіжного та вітчизняного досвіду використання інформаційно-комунікаційних і логістичних технологій визначено напрями вдосконалення організації збутової діяльності вугледобувних підприємств, які систематизовано за 3 групами:

1. *Удосконалення процесів обслуговування споживачів*: впровадження системи електронної комерції (B2B – «бізнес-до-бізнесу») – програмні комплекси для здійснення комерційної діяльності між підприємствами в мережі Інтернет (для прикладу, створення корпоративного сайту підприємств, інформаційного сайту). За цією системою здійснюється біля 80% електронної

комерції; застосування системи електронної комерції (B2C – «бізнес-доспоживач») – програмні комплекси для здійснення електронної торгівлі; впровадження концепції CRM (управління відносинами з клієнтами) – інформаційні технології, що надають функціональні можливості для автоматизації повного циклу відносин з клієнтами та забезпечують необхідні засоби для управління сферами маркетингу, продажу, сервісу.

2. Підвищення ефективності організації збутової діяльності на вугледобувних підприємствах: впровадження сучасних інформаційних технологій з метою удосконалення організації дистрибуції: DRP, DRPII; розробка методики вибору ефективних каналів збуту на основі спеціального програмного забезпечення для здійснення розрахунків з використанням економіко-математичних моделей.

3. Удосконалення організації транспортних операцій: оптимізація транспортного потоку при впровадженні систем управління вантажопотоками: Gonrand (збір інформації про наявність вантажів), Videotrans (інформаційне обслуговування підприємств транспорту), CTC (інформація про наявність вантажів, вид транспортних засобів, маршрути раціонального руху), GIS, GPS (визначення місцезнаходження транспортних засобів); розробка пропозиції з оптимізації завантаження транспортних засобів; впровадження програмного забезпечення та використання інтернет-технологій для автоматизації транспортних процесів; застосування автоматизованої обробки документів для оформлення процесу транспортування вантажів.

За експертними оцінками, впровадження систем інформаційного забезпечення організації процесів збутової діяльності промислових підприємств сприятиме збільшенню на 15–20% рівня прибутковості від продажів у результаті зниження трансакційних витрат; підвищенню якості документообігу; зменшенню на 25–30% часу на виконання поточних операцій; скороченню на 10–15% адміністративних витрат на збут, маркетинг і підтримку клієнтів.

Список використаної літератури

1. Цілі сталого розвитку на 2016–2030 роки [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.un.org.ua/ua/tsili-rozvytku-tysiacholittia/tsili-staloho-rozvytku>.
2. Використання інформаційно-комунікаційних технологій на підприємствах України в 2015 році: стат. збірник. – К.: Держ. служба статистики України, 2016. – 24 с.
3. Економіка логістика / Є.В. Крикавський, О.А. Похильченко, Н.В. Чернописька та ін.; за заг. ред. Є.В. Крикавського, О.А. Похильченко. – Львів: Вид-во Нац. ун-ту «Львівська політехніка», 2014. – 640 с.
4. Кондратюк Д.М. Суть концепцій логістики та перспективи їх застосування у сільськогосподарській діяльності [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.nbu.gov.ua/old_jrn/Chem_Biol/Vzhnau/2011_1/179.pdf.
5. Пономаренко В.С. Логістичний менеджмент / В.С. Пономаренко, К.М. Таньков, Т.І. Лепейко; за ред. В.С. Пономаренка. – Харків: ВД «ІНЖЕК», 2010. – 440 с.
6. Пакула Н.М. Огляд ринку сучасних програмних продуктів, спрямованих на вирішення логістичних завдань / Н.М. Пакула, Р.В. Сагайдак-Нікітюк // Логистика: проблемы и решения. – 2012. – № 6 (43). – С. 60-70.

Фрадинський О.А., к.е.н., доцент, ст. наук. співроб.
завідувач відділу дослідження
проблем організації митного контролю
Університет державної фіскальної служби України
fradik78@mail.ru

СИСТЕМА ПОПЕРЕДНЬОЇ ІНФОРМАЦІЇ ПРО ПАСАЖИРІВ (API) ТА СИСТЕМА РЕЄСТРАЦІЇ ПАСАЖИРІВ (PNR) ЯК ДЖЕРЕЛА ІНФОРМАЦІЇ ДЛЯ ЗДІЙСНЕННЯ МИТНОГО КОНТРОЛЮ

Система попередньої інформації про пасажирів (API) являє собою електронну комунікаційну систему, що акумулює біографічні данні пасажирів та основні данні про авіарейс, які надаються оператором авіаперевезень. Для отримання відомостей біографічного характеру зазвичай використовується паспорт, або інший офіційний урядовий проїзний документ. Зазначена інформація передається в електронному вигляді органам прикордонного та (або) митного контролю в пункті призначення після вильоту рейсу. Ці органи

можуть згодом порівняти інформацію про пасажирів зі своїми базами даних, виявляючи тих осіб, які вимагають більш детальної перевірки по прибуттю. Це дозволяє також швидко і ефективно здійснити митне оформлення пасажирів із мінімальним рівнем ризику [1].

Залежно від своєї технічної складності, рівня безпеки та ступеня складності, які впливають на кінцеву вартість продукту, різні системи АПІ суттєво різняться між собою. Проте, виходячи із цих параметрів, характером функціонування та особливостями застосування, їх можна поділити на 2 основні групи (рисунок 1).

Якщо в основу звичайних систем АПІ може бути покладено надання авіаперевізником органам прикордонного контролю пасажирського маніфесту для перевірки пасажирів до їх прибуття, то інтерактивні системи iAPI дозволяють здійснювати більш технічно складні операції, які дозволяють організовувати обмін даними між комп'ютерними системами аероперевізника та органами податково-митного контролю в місці прильоту у режимі реального часу, тим самим створюючи умови для не допуску небажаних пасажирів до посадки на рейс у пункті відправлення.

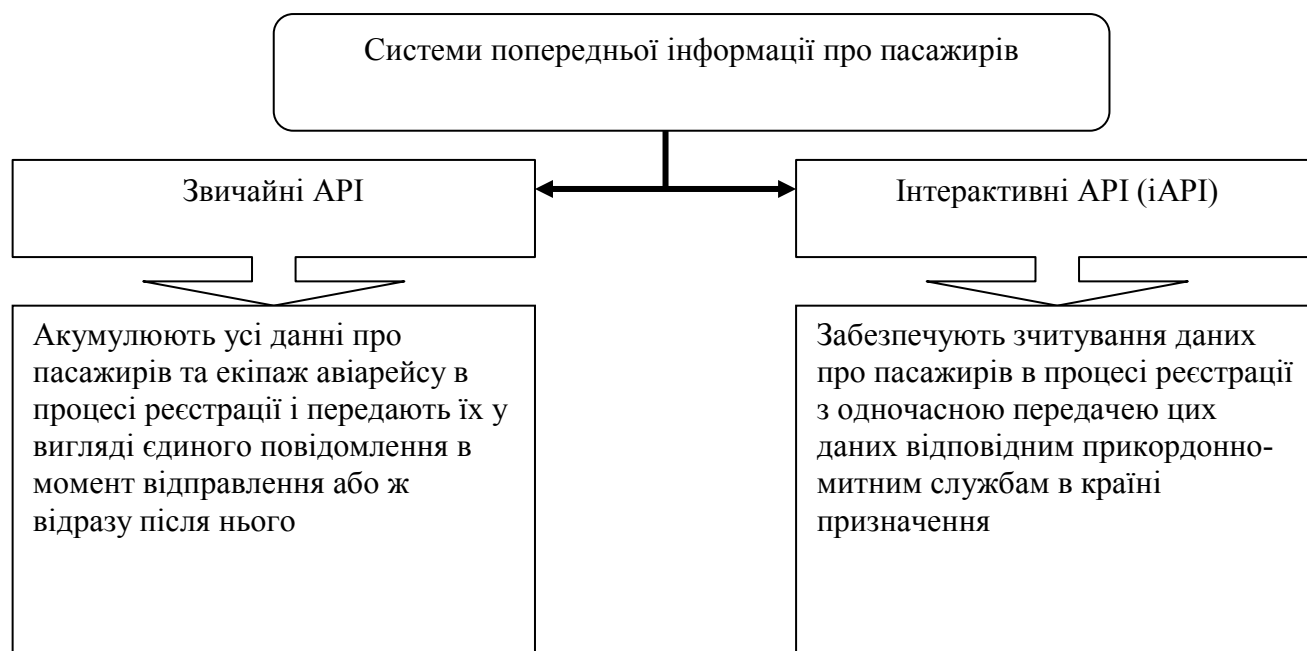


Рисунок 1 – Класифікація систем попередньої інформації про пасажирів

В порівнянні із звичайними API, iAPI є більш технічно складними та вимагають використання більш досконалих мережевих протоколів. Висока вартість, технологічна складність створення і впровадження iAPI є тими факторами, в силу яких досить небагато країн зробили свій вибір на користь технічно більш складного інтерактивного підходу – лише 12 країн на сьогодні використовують iAPI.

В останні роки зросло використання таких систем у всьому світі. Хоч різні системи API можуть працювати в зовсім різних режимах, кінцева мета буде однією і тією ж – уповноважені органи отримують необхідну інформацію, стосовно прибуваючих пасажирів до їх прибуття, із тим щоби більшу частину процесу перевірки можна було здійснити заздалегідь. На сьогоднішній день 51 країна світу використовує системи API, які можуть служити ефективним інструментом для запобігання переміщення через кордон терористів, або ж осіб, причетних до транснаціональної організованої злочинності (особливо у поєднанні із базами даних Інтерполу).

Ще одним важливим джерелом інформації про пасажирів є системи реєстрації пасажирів (PNR), які створюються експлуатантами повітряних суден, або їх уповноваженими агентами по відношенню до кожного авіаперельоту в процесі бронювання місць пасажиром, або ж від його імені. PNR-дані можуть ефективно доповнювати систему API-даних, дозволяючи контролюючим органам здійснювати більш якісний аналіз ступеня небезпеки, який може існувати зі сторони окремих пасажирів, прогнозувати тенденції на ринку авіаперевезень, аналізувати схеми здійснення перельотів [2]. Характеристика PNR та API-даних у розрізі їх спільних та відмінних рис зроблена на рисунку 2.

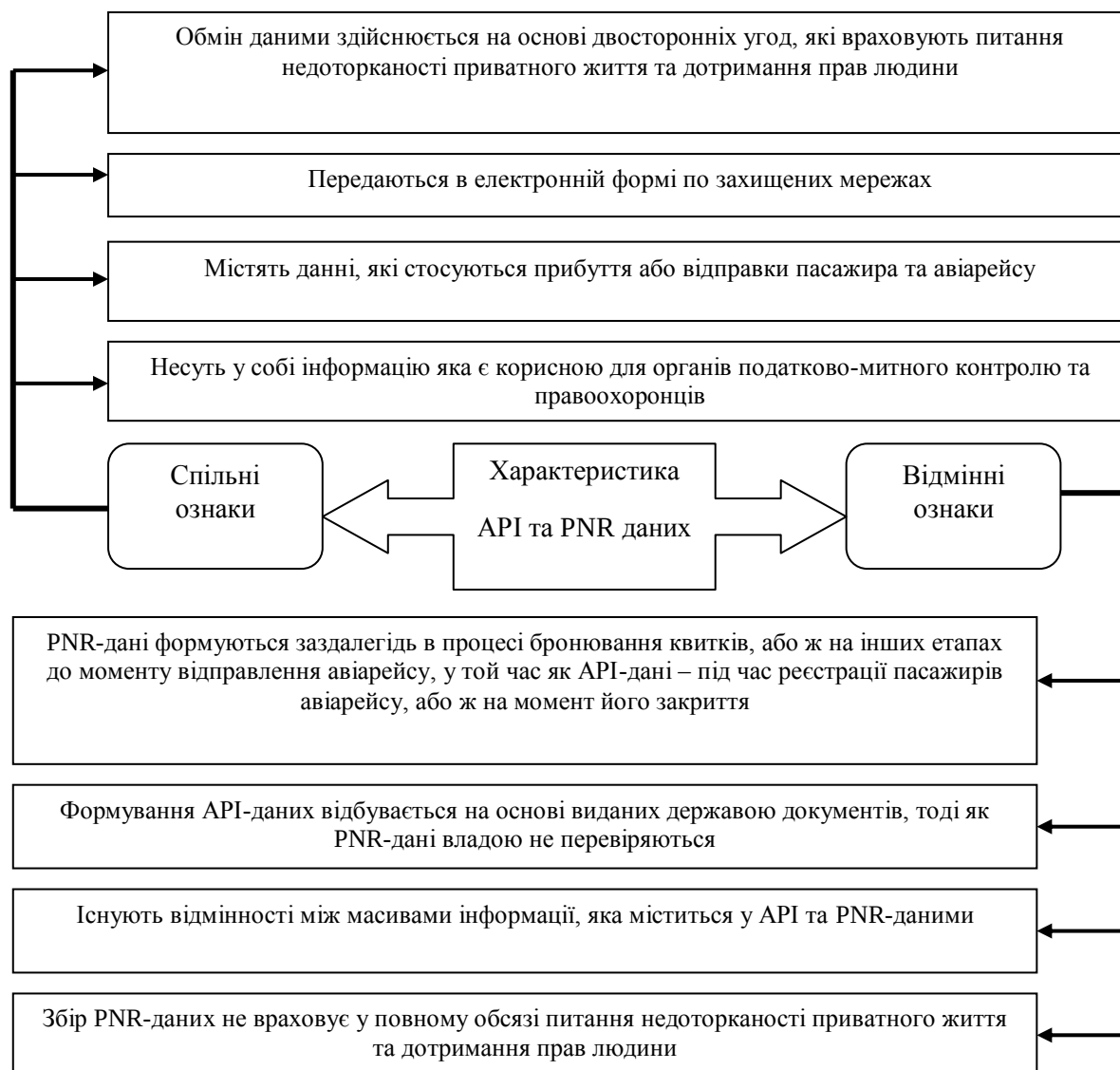


Рисунок 2. – Характерні ознаки API та PNR даних

Системи PNR-даних можуть включати в себе до 60 різних інформаційних елементів, які можна розбити на наступні групи: ті, що стосуються прізвища та імені пасажирів; його адреса; контактні телефони; відомості із програми про пасажирів які часто здійснюють авіа перельоти; перевізний статус пасажирів; інформацію про календарні дати; маршрут перельоту; інформація про форму оплати білета; інформація про багаж; інформація про туристичну агенцію, що продала путівку тощо.

Якщо на початку використання системи PNR-даних основним її призначенням вважалося досягнення більшої ефективності комерційних та

експлуатаційних послуг, то в процесі використання стало зрозумілим, що ці дані будуть корисними органам податково-митного контролю в процесах підвищення рівня національної та авіаційної безпеки, прискорення митних та імміграційних формальностей, боротьби з міжнародним тероризмом.

Список використаних джерел

1. Приложение 9 к Конвенции о международной гражданской авиации. Упрощение формальностей. Четырнадцатое издание, октябрь 2015 года. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.aviadocs.net/icaodocs/Annexes/an09_cons_ru.pdf
2. Рекомендации в отношении записей регистрации пассажиров (PNR). Издание первое – 2010. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.aviadocs.net/icaodocs/docs/9944_cons_ru.pdf

*Хомин П. Я., д. е. н, профессор
професор кафедри обліку й аудиту
Тернопільський НТУ імені Івана Пулюя*

ВІТЧИЗНЯНА ТЕОРІЯ БУХГАЛТЕРСЬКОГО ОБЛІКУ НА ТЛІ ЗАПОЗИЧЕНЬ ІЗ ЗАРУБІЖНОЇ

Аналогію з нинішньою ситуацією в теорії бухгалтерського обліку можна відшукати в глибині віків. Зокрема в епоху пізнього середньовіччя авторитет християнства замінювався авторитетом античних творів. Однак, як ствердив Б. Рассел, ”першим результатом звільнення від церкви стала не здатність мислити раціонально, а прийняти будь-які античні нісенітниці”[2, с. 564]

Так, першим результатом можливості не оглядатися на радянську цензуру, яка змушувала навіть до імен таких учених, як Р. де Рувер чи Й.-В. Шер дописувати приставку ”буржуазний” (див. ”Как возникла двойная бухгалтерия” першого; Малишев И. В. ”Теория двойственности отражения хозяйственных актов в бухгалтерском учёте” щодо другого), виявилось те саме стосовно перекладних, винятково на російську мову, зарубіжних видань. Адже

”єленских мудростей не текох”, тому перевірити будь-які бздури¹ за оригіналами англомовних або німецькомовних праць наші мандатарії не в змозі.

Й вони зримо це продемонстрували, ”відкриваючи” нині те, що вже давно, принаймні більше ста років тому, було відоме в Європі. Приміром, так сталося з твердженням про американське походження управлінського обліку, м’яко кажучи, зумовленим тим, що вони в цій царині ”младенчески чисти душою” (А. Вольф). Бо якби хоч трохи цікавилися його витоками, то мали би звернути увагу на журнал ”Вестник счетоводства”, де публікувалися статті, які популяризували ”организацию учетного аппарата”, яка в ”промышленности сводилась к трем типам:

1) фабричная бухгалтерия является неотъемлемой составной частью общей бухгалтерии, здесь нет противопоставления фабричной и торговой бухгалтерии в рамках одного промышленного предприятия;

2) фабричная бухгалтерия представлена вспомогательными книгами (аналитический учет) – такой подход описывал Кальмес;

3) фабричная и торговая бухгалтерия представлены двумя самостоятельными циклами синтетических и аналитических счетов, фабричная бухгалтерия включает счета, отражающие движение средств внутри предприятия, торговая – счета, связывающие предприятие с внешним миром. В каждом цикле имеются счета-дублиеры, позволяющие перейти от одного замкнутого учетного цикла к другому”[3, с. 189].

Проте замість осмислення переваг чи недоліків фабричної й торгової бухгалтерій, а тим паче двох самостійних циклів синтетичних й аналітичних рахунків, стали навперебій рухатися хибними маркерами вже перелопачених попередніми ”прелагателями” (М. Медведев) підтасовок, не маючи охоти їх прочитати в перекладі з англійської мови, не кажучи вже про ознайомлення з оригіналами, хоча хизуються знанням іноземних. А тим більш ”рыться в пыли затерянных хартий”(М. Гумільов): прагнуть бо здобути наукове визнання не

¹ З польськ. – вигадки.

прикладаючи ні рук, ані не включаючи процесу мислення, думаючи, що кавалерійським наскоком "марш-марш" на першу-ліпшу рекламну підтасовку під якийсь віртуальний облік можна здобути титул класика облікової теорії.

Хоча мали би принаймні задуматися, чого ж то впродовж більш ніж століття ніхто не впровадив такого поділу бухгалтерського обліку. Чи не тому, що: "Як у механізмі в один і той же час неможливо вигравати в силі й швидкості, точно та само в бухгалтерії складність, роздробленість обліку, яку можна розвивати мало не до безконечності, досягається не інакше, як на шкоду простоті й своєчасності, словом, практичності обліку"[1, с.187].

Отож в унісон із висновком: "Всякие Езерские успеха имеют не будут"[4, с.119] можемо сказати, що нинішні "ерські" (перші букви читачам, думається, відомі), теж успіху не досягнуть, оскільки їхні, перепрошую, "методологічні" вправлення з усілякими "ingamy" й "logijamy" ведуть у такий же тупик, як відзначений В. Беловим щодо практичності обліку. Адже їхні абстракції-креації – "повні моделі ... інформації на основі нейрофізіологічного процесу" (уявляєте глибину проникнення в сутність?!) такі ж придатні для цього, як спроба зробити віник із кульбаби.

Однак для того, аби замаскувати власну безпорадність у царині науковій, знайшли виверт, мовляв, Лука Пачіолі теорії не дав, підтекст якого мав би засісти в підсвідомості кожного, хто наївно сподівається дочитатися до сутності нейрофізіологічного процесу в такому мутолог.... перепрошую, методологічному вінику, яким так само "мутят умы и карикатурят истину", тільки з тією різницею, що Ф. Єзерський, на адресу якого висувалося це звинувачення[3, с. 248], був на голову вищий у теоретичній й – особливо – методичній площині, викладаючи свою потрібну бухгалтерію на багатолюдних курсах, а новоявлені "ерські" оминають практичні проблеми облікової методики як дідько хрін. Тому-то вкотре перевіюють чужу полову, сподіваючись знайти в ній дещицю зерен, з якими можна буде вийти вже від свого імені на авансцену облікової теорії, що подібне до виголошення монологу принца Данського в "Гамлеті" суфлером зі своєї будки.

Й оскільки велике не видумується, а малого не хочеться, то можна спробувати підкопатися під великих, мовляв, узагалі в назві праці Луки Пачіолі (знай, які ми поліглоти!) немає слова трактат. Та й бухоблік треба перейменувати, адже die Buch в еру комп'ютерів не застосовуються. Проте поет сказав: "Якби ви вчилися так, як треба ...", то мабуть би не виставляли на посміховище такі "відкриття". Адже в часи Луки Пачіолі в книгах не писали, а тільки в зошитах, але головний реєстр так і назвали – Головна книга. І ніхто донині не дорікнув йому за це. А rporos і "поліглоти" не дійшли до такої новизни. Як і не звернули уваги, що слово computis фігурує у цій безсмертній праці.

Взагалі ж Е. Вальденберг, який хоч і був "восторженным русофилом немецкого происхождения", мабуть трохи краще зрозумів сутність термінології й, використавши варіант видатного німецького вченого Е.-Л. Ієгера (Штутгарт, 1878), переклав у 1893 році цю працю під назвою "Трактат про рахунки й записи". Її зберегли спочатку Я. Соколов, потім М. Кутер у наступних виданнях, не дивлячись на те, що оригінал поіменований Particularis de computis et scriptures, тобто *частина про рахунки й записи*. Бо всім відомо, що дослівно іншомовних текстів не перекладають, аби не виникали казуси: приміром, не вважати маршала конюхом, міністра – слугою, як буквально можна перекласти ці іншомовні терміни.

Хоча ще трохи, й поглибивши свої антиметодологічні проповідування, "ерудити", які донині перебувають у суржикомовному полоні колишнього убогого словникового багажу, мабуть стверджуватимуть, що слово трактат тут не підходить через те, що Лука Пачіолі ні номерів рахунків, який є невід'ємним атрибутом теперішніх навчальних посібників, не навів, не кажучи вже про їхній план. І байдуже, що саме "Трактат про рахунки й записи" мав би слугувати взірцем викладу, а не їхні проповідування псевдонаукових абстракцій. Принаймні, О. Галаган у велику науку "вошел четырьмя курсами", навівши "описание европейского, преимущественно итальянского, опыта", "осмысление этого опыта, наиболее оригинальную и целостную

концепцію» [3, с. 470].

Але ж то визнаний вчений! Стосовно тих, про кого йде мова між рядками тез, вказувати цей титул якось не з руки, позаяк ввійти у велику науку ще нікому не вдалося, не зважаючи на будь-які графоманські потуги.

Література

1. Белов В. Ответь профессору А. И. Скворцову //Счетоводство, 1889. – № 14-15.
2. Рассел Б. История западной философии /Ростов на Дону, 1998.
3. Соколов Я.В. Бухгалтерський учет: от истоков и до наших дней. – М.,: ЮНИТИ, 1996. – 638 с.
4. Счетоводство, 1889. – № 9.

*Залуцька Х.Я., к.е.н., доцент, доцент кафедри
економіки підприємства та інвестицій
Національний університет «Львівська політехніка»*

ПРОЦЕСИ ТА БІЗНЕС-ПРОЦЕСИ: ЗМІСТОВНЕ НАПОВНЕННЯ ТА ЕТІОЛОГІЯ

Результативне здійснення бізнес-процесів забезпечує ефективність діяльності підприємства. Забезпечення результативного здійснення бізнес-процесів залежить від точності, достатності і оперативності отриманої інформації про: стан бізнес-процесів; ефективність взаємозв'язків між їх складовими; рівень їх перспективності; напрямок впливу на стратегічний розвиток підприємств тощо. Однак, для того, щоб сформувати ефективну систему оцінювання бізнес-процесів, отримані результати за якою дозволять раціоналізувати їх структуру, вибудувати результативні взаємозв'язки через оптимальні точки дотику тощо вимагає, перш за все, окреслення подібностей та відмінностей між процесами та бізнес-процесами.

В науковій літературі існує значна кількість публікацій, де ці поняття: ототожнюють [1]; розділяють [2]; розглядають як складові одне одного [3]. Проведені дослідження праць авторів з даного питання дозволили виокремити

три підходи щодо взаємозв'язку між бізнес-процесами і процесами згідно: змістового наповнення; основних ознак; структурних елементів.

Що стосується першого підходу, розглянемо його детально через сутність окремих складових понять: «процес», «бізнес», «бізнес-процес». В загальному розумінні, процес зводиться до усвідомлення його як послідовної зміни станів об'єкту в часі, що відповідно являє собою сукупність дій, які повторюючись призводять до створення певного результату. Термін «бізнес» загальновизнано трактується як будь-яка економічна діяльність в умовах ринкової системи господарювання, спрямована на отримання прибутку. Отже, бізнес-процеси являють собою діяльність створення певного результату. Однак, функціонування підприємств і передбачає діяльність щодо перетворення (дій над) певних ресурсів, зусиль, можливостей у відповідний результат, тобто, діяльність спрямовану на виконання певного процесу для досягнення конкретного результату. Це свідчить про те, що на підприємстві може відбуватися безліч процесів, де «входи» перетворюються у «виходи». Тобто, відбувається отождолення понять «процеси» і «бізнес процеси», яке підтримує недоцільність їх розділення, що вимагає необхідності наголосу на особливих ознаках бізнес-процесів виділених в науковій літературі: поставка продукту зовнішньому споживачеві; формування доданої (споживчої) вартості; нарощування вартості.

Дослідивши детальніше зміст і особливості виділених ознак, можемо стверджувати, що вони характерні не лише бізнес-процесам, оскільки, усі процеси підприємства беруть участь в обміні товаром (послугами) прямо чи опосередковано із зовнішніми і внутрішніми споживачами, вимагаючи від них, при цьому, повернення певної їх вартості незалежно від виду процесу чи бізнес-процесу. Що стосується доданої вартості, то її створює не процес чи бізнес – процес, а відповідальна за їх здійснення особа. Отже, бізнес-процесом можна назвати будь-який процес, який відбувається на підприємстві. Це зумовило необхідність окреслення елементів бізнес – процесів підприємства, що визначають послідовність їх формування і можуть відрізняти бізнес-процеси

від процесів: вхідні параметри; операції з перетворення; вихідні параметри; результат. Однак, реалізація кожного процесу також забезпечує отримання певного результату. Проте, результати бізнес – процесу характеризуються конкретною необхідною (цільовою) бізнес направленістю. Тобто, реалізація процесів забезпечує отримання будь-яких результатів, а виконання бізнес-процесів через відповідні управлінські впливи за допомогою певних управлінських інновацій дозволяє отримати обґрунтовано встановлені (цільових) результати шляхом максимізації необхідних зусиль, мінімізації відповідних витрат, сукупної оптимізації бізнес-процесів та їх раціоналізації для підвищення ефективності підприємства в сучасних умовах розвитку. Отже, бізнес-процеси – це сукупність процесів, які цілеспрямовано спільно забезпечують певні результати необхідні для досягнення конкретних цілей або мети підприємства щодо ефективного функціонування в динамічних і непередбачуваних умовах розвитку.

Список використаної літератури

1. Ойхман Е.Г. Реинжиниринг бизнеса: реинжиниринг организаций и информационные технологии / Е.Г.Ойхман, Э.М.Попов. – М. : Финансы и статистика, 1997. – 333 с.;
2. Денисенко Л.О. Концептуальні засади класифікації бізнес – процесів, як основи формування бізнес системи організації / Л.О. Денисенко, С.Є.Шаціка // Ефективна економіка. – 2012. - №11;
3. Виноградова О.В. Реінжиніринг бізнес процесів у сучасному менеджменті : монографія / О.В.Виноградова; Донецький держ. Ун-т економіки і торгівлі ім. М.Туган-Барановського. – Донецьк : вид. ДонДУЕТ, 2005. – 196 с.

*Секірож Я., магістр,
Українська інженерно-педагогічна академія,
м. Харків, Україна*

ОСОБЛИВОСТІ ПОБУДОВИ МЕХАНІЗМУ ФОРМУВАННЯ ІННОВАЦІЙНОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ СТІЙКОГО РОЗВИТКУ МАШИНОБУДІВНИХ ПІДПРИЄМСТВ

У сучасних умовах суттєвого значення набуває розробка механізму формування інноваційного забезпечення стійкого розвитку машинобудівних підприємств. Успішне функціонування підприємств як невід'ємних складових національної економіки є неможливим без ефективного управління стійким розвитком. Кожне підприємство прагне застосувати такі фінансові механізми управління, що будуть збільшувати його конкурентні переваги на ринку й сприятимуть фінансовій стабільності.

Механізм формування інноваційного забезпечення стійкого розвитку машинобудівних підприємств передбачає забезпечення машинобудівних підприємств інформацією, необхідною для ухвалення максимально ефективних рішень. Систематичне застосування таких методів управління, як аналіз, прогнозування і планування дозволяє керівникам підприємств бачити вплив інноваційних рішень, що приймаються, для досягнення поставлених завдань у сфері формування та використання фінансово-економічних ресурсів. Реалізація управлінських рішень зводиться до об'єднання людей, що спільно досягають мети управління фінансово-інноваційними ресурсами на базі встановлених правил і процедур. Організація роботи фінансово-економічної служби машинобудівних підприємств має на увазі побудову як фінансово-економічного відділу, так і організаційної структури підприємства в цілому, адекватної поставленим фінансовому керівництву цілям, а також регламентацію фінансової діяльності підприємства у вигляді розробки регламентів і методичних матеріалів з чітким визначенням функцій та відповідальності задіяних у фінансовій роботі працівників. Оцінка ефективності управлінських

рішень щодо процесів розподілу і ефективного використання інноваційних ресурсів сприяє оперативному виявленню відхилень від заданого алгоритму діяльності. Цей управлінський процес реалізує контрольну функцію формування інноваційного забезпечення стійкого розвитку, яка відображає стан кругообігу фінансових ресурсів, ефективність діяльності машинобудівних підприємств. Контрольну функцію також виконує внутрішній аудит підприємств. Істотний вплив на механізм формування інноваційного забезпечення стійкого розвитку машинобудівних підприємств здійснюють форми власності господарюючих суб'єктів. Перш за все, вони проявляються у відмінностях організаційних і управлінських структур, джерел формування і витрачання ресурсів. Вагомим джерелом фінансових ресурсів державних підприємств є державне фінансування, яке забезпечує їх певний, не завжди достатній рівень, тоді як підприємства недержавних форм власності забезпечують власні потреби в ресурсах переважно самостійно. Управління фінансовими ресурсами підприємств вимагає відповідної організації. Тобто, процес управління повинен мати етапи прийняття рішення стосовно тієї чи іншої проблеми. Управління інноваційним забезпеченням стійкого розвитку машинобудівних підприємств починається з появи стимулу, тобто з деякої події, що вказує на виникнення ситуації, за якої треба прийняти відповідне необхідне рішення. Основним стимулом, що викликає потребу на підприємстві є зниження ефективності функціонування системи управління стійким розвитком підприємств, наприклад, надходження звіту про результати діяльності за попередній період, надходження відомостей про затримання поставок технологічного обладнання, інформація про зміни в структурі капіталу та ін.

Розроблений механізм формування інноваційного забезпечення стійкого розвитку машинобудівних підприємств дозволяє реалізувати процес стійкого розвитку за допомогою локальних механізмів, які визначають діагностику проблеми формування інноваційного забезпечення, прийняття управлінських рішень щодо усунення проблем та управління динамікою реноваційності у

системі формування інноваційного забезпечення стійкого розвитку. Вони визначають вектор стратегії стійкого розвитку та дають можливість генерувати виважені стратегічні управлінські рішення для машинобудівних підприємств в умовах адаптивності змін і структурно спрямовані на недопущення виникнення кризових ситуацій.

Література

1. Lesakova L. Innovations in Small and Medium Enterprises in Slovakia / Lubica Lesakova // Acta Polytechnica Hungarica. – 2009. – Vol. 6, Issue 3. – P. 23–34.
2. Levchenko, Yu.H. (2012), "The essence and components of the innovative potential of the enterprise", Naukovi pratsi NUKhT, Vol. 43, pp.57—61.
3. Leyden D. Publicsector entrepreneurship and the creation of a sustainable innovative economy / D. Leyden // Small Business Economics. – 2016. – Vol. 46, issue 4. – P. 553–564.
4. Mazzucato M. From market fixing to marketcreating: a new framework for innovation policy / M. Mazzucato // Industry and Innovation. – 2016. – Vol. 23, issue 2. – P. 140–156.
5. Mazzucato, M. (2016), "From market fixing to market_creating: a new framework for innovation policy", Industry and Innovation, Vol. 23, no. 2, pp. 140—156.
6. Sydorchuk, I.P. (2014), "Essence, structure and features of estimation of industrial enterprise' innovation potential", Ekonomika i rehion, Vol. 2,no. 45, pp. 97—101.
7. Vikarchuk, O.I. (2009), "Innovative potential: the basis of development of enterprise development strategy", Visnyk KhNPI, Vol. 8, pp. 136—143.

***Шкуренко О.В., к.е.н., доц.
доцент кафедри бізнес-логістики
та транспортних технологій
Державний університет інфраструктури та технологій
dondyy@ukr.net***

ДЕРЖАВНА ПІДТРИМКА ІННОВАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ: ЗАРУБІЖНИЙ ДОСВІД

Пріоритетним напрямом державної політики є перехід до нової екологоорієнтованої моделі розвитку економіки. Прагнення України до

науково-технологічного співробітництва потребує розробки відповідної державної інноваційної політики з орієнтацією на екологічні інновації, яка б врахувала досвід та успішні практики Європейського Союзу.

Зі збільшенням навантаження на навколишнє природне середовище, зростанням глобальних екологічних проблем увага до інновацій з акцентом на екологічну складову посилюється. Упровадження екологічних інновацій у більшості розвинених країн є ефективним інструментом вирішення як екологічних, так і економічних проблем.

Державами, що входять в технологічне ядро світового розвитку є США, Японія, Великобританія, Німеччина, Франція, де інноваційна політика спрямована на освоєння передових результатів науково-дослідних розробок у промисловість [1].

Європейський Союз використовує такі інструменти інноваційної політики та залучення інвестицій для фінансування інноваційної діяльності: пряме державне фінансування, в першу чергу шляхом виділення грантів, кредитів, субсидій тощо; створення інфраструктури для інноваційної діяльності; податкові стимули, спеціальні схеми підтримки ризикового фінансування, надання державних гарантій [2]

Зарубіжний досвід підтримки державою інноваційної діяльності представлено на рис.1.

Аналіз наукових доробок щодо стимулювання інноваційного розвитку європейських країн дозволив виокремити три моделі: скандинавську; західноєвропейську; центральноєвропейську.

Скандинавська модель стимулювання інноваційного розвитку передбачає розвинене інституціональне середовище; високий рівень залучення підприємницького та державного секторів у фінансуванні інноваційного розвитку; висока роль університетського сектору; спеціалізація інноваційного розвитку у високо-, середньо- та низькотехнологічних галузях; використання прямих заходів державного стимулювання.

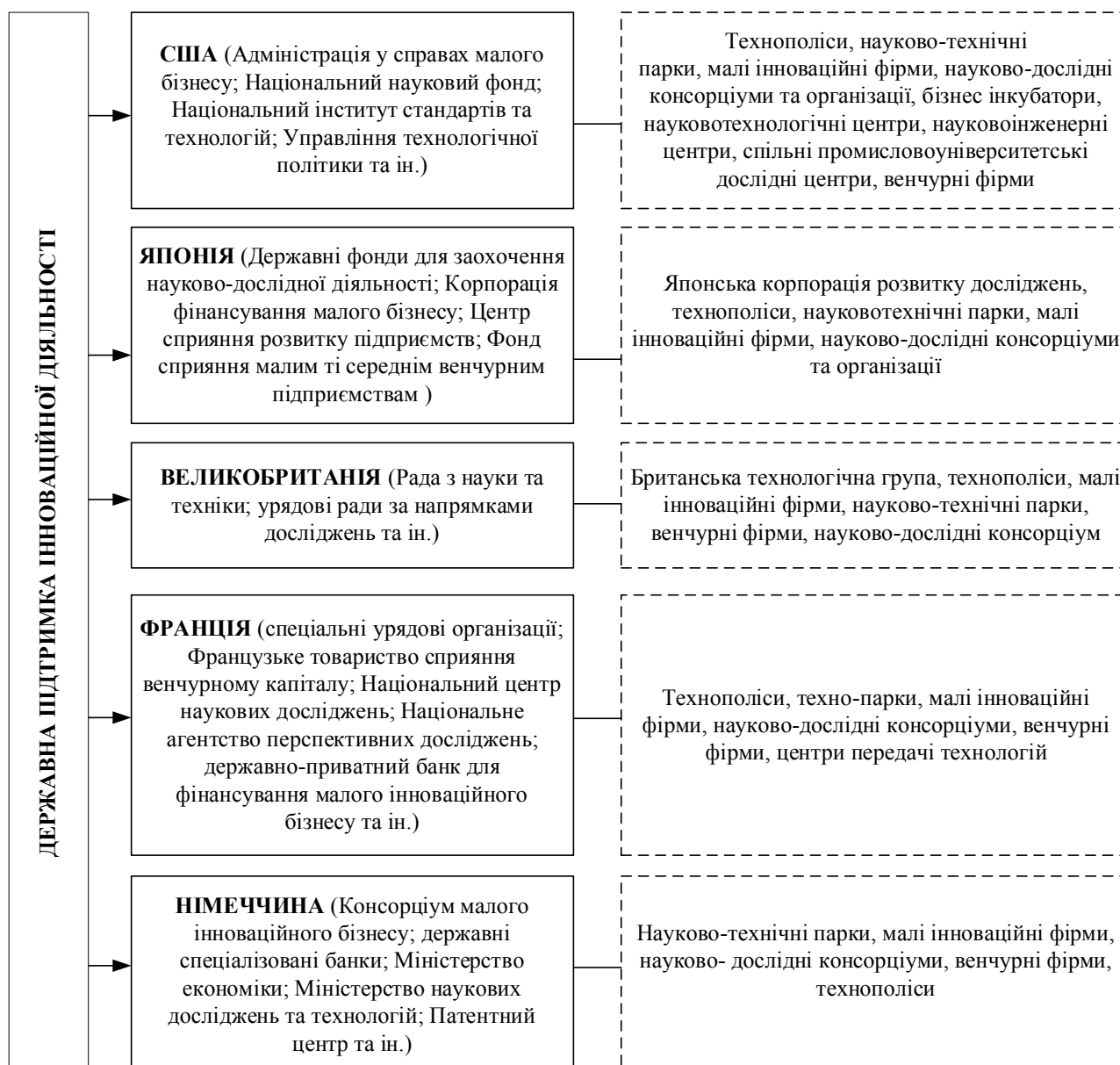


Рис.1. Закордонний досвід підтримки державою інноваційної діяльності
Джерело: створено автором на основі [1]

В Західноєвропейській моделі відбувається постійне вдосконалення інституційного середовища; превалювання підприємницького сектору у фінансуванні інноваційного розвитку; поєднання прямих та непрямих заходів стимулювання; значна частка університетського сектору; концентрація інноваційного розвитку у середньотехнологічних галузях.

Стимулювання інноваційного розвитку відповідно до центральноєвропейської моделі передбачає розвиток інституціонального середовища; високу частку державного сектору у фінансуванні із зарубіжних

джерел; концентрація інновацій у середньотехнологічних галузях, у яких оперують великі багатонаціональні корпорації, і низький рівень інноваційної активності національних фірм; перехід у бік застосування непрямих заходів стимулювання поряд із прямими.

Розвиток інноваційного співробітництва в умовах економічної моделі циркулярного типу відбувається завдяки інноваційним чинникам, що слугуватимуть створенню умов для формування, накопичення й ефективного використання знань, технологічних та інвестиційних ресурсів.

Список використаної літератури

1. Касьяненко В. Зарубіжний досвід управління інноваційним потенціалом економіки та можливості його використання в Україні. Маркетинг і менеджмент інновацій. 2011. № 4. С. 200 - 204.

2. Інноваційна політика: Європейський досвід та рекомендації для України / Авігдор Г., Архангельський В., Бойто Е. та ін.. К.: Фенікс, 2015. 76 с.

Dubiei Yu., Ph.D., Associate Professor
Associate Professor of Management
SHEI "National Mining University"
yuliya.dubey@gmail.com

TECHNOLOGICAL INNOVATIONS: ESSENCE AND FORMS

In the broadest sense, technological development on innovative principles is a continuous process of development and implementation of technological innovations. The latter are most often described, firstly, as a result of expanding the range and improving the quality of manufactured goods and services (innovation-product) and, secondly, as a process of improving the used technologies (innovation-process). Taking different scales into account, duration and consequences for society of certain technological innovations, G. Mensh proposed to subdivide them by the criterion of the level of novelty into basic, improving and pseudo-innovations (see [1]).

Basic (radical) innovations are expressed through qualitative changes in the technological base of production, are observed about once every half century during the period of transition to the next technological system and are accompanied by the creation of new industries and forms of production. Improving innovations are aimed at the development and modification of basic innovations, their dissemination in various fields, taking their specifics into account. They differ from the basic by much less novelty and a shorter life cycle. Micro-innovations are aimed at improving certain parameters of products and technology and have little technological and socio-economic effect. Finally, pseudo-innovations express the erroneous paths of human ingenuity aimed at partial improving and continuing the existence of fundamentally obsolete, doomed to depart from the historical arena of technology.

Another approach to classification of technological innovations according to the level of their novelty belongs to S. Kuznets. He proposed the term "epoch-making innovations" for scientific use as such innovations that are carried out every few centuries, last for decades, lead to profound transformations of a certain sphere of society life and mark the transition to a new technological way of production. "The main breakthroughs in the development of human knowledge, those that have become the main source of long-term growth and have widespread around the world, can be called epoch-making innovations. The changing course of economic history can probably be divided into economic epochs, each of which is determined by the epoch-making innovation with the corresponding characteristics of growth "[2]. Examples of epoch-making innovations include the development of agriculture and animal husbandry, the industrial and scientific-technological revolution, and so on.

Similar and other theoretical approaches to classification of technological innovations presented in economic theory form an important theoretical basis for substantiating the practical measures of the state aimed at intensifying innovative activities of domestic enterprises and innovative transformations in our country. If examining the indicators of innovation in Ukraine over the past three years, a certain positive trend can be seen (Table 1).

Table 1

Indicators of innovation activity in Ukraine for 2014-2016

	2014	2015	2016
Share of innovatively active enterprises (to the total number of industrial enterprises),%	16,1	17,3	18,9
Share of enterprises that introduced new technological processes into production (to the total number of industrial enterprises),%	4,6	8,4	11,8
The share of enterprises that introduced into production new types of machines, equipment, devices, apparatus (to the total number of industrial enterprises),%	1,6	3,4	4,4

Brought to: [3]

At the same time, a similar relative increase of both innovation-active enterprises (from 16.1% in 2014 to 18.9% in 2016) and the introduction of innovations-processes (from 4.6% to 11.8%, respectively)) and innovations-products (from 1.6% to 4.4%) are generally not enough for large-scale innovative renewal of our economy. It is obvious that for Ukraine's innovation breakthrough, quantitative and qualitative indicators of innovation performance must increase many times over, and for this purpose the appropriate institutional and economic conditions must be created in the country.

References

1. Mench G. Das technologische Patt: Innovationen ubervinden die Depression. Frankfurt, 1975. – 726 p.
2. Кузнец С. Современный экономический рост: результаты исследований и размышлений. Нобелевская лекция / Саймон Кузнец // Нобелевские лауреаты по экономике: взгляд из России. Под. ред. Ю. В. Яковца – Спб.: Гуманистика, 2003. – 585 с.
3. Наукова та інноваційна діяльність України. Статистичний збірник [Електронний ресурс]. Державна служба статистики України; Відповідальний за випуск О. О. Кармазіна . – Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua/>