Міжнародний центр наукових досліджень

(м. Київ)

МАТЕРІАЛИ ІІ МІЖНАРОДНОЇ НАУКОВО-ПРАКТИЧНОЇ КОНФЕРЕНЦІЇ

«*ТЕОРІЯ І ПРАКТИКА РОЗВИТКУ НАУКОВИХ ЗНАНЬ*»

28-29 ГРУДНЯ 2017 РОКУ

(ЧАСТИНА І)

Київ

МЦНД

2017

УДК 005
ББК 66.3(0)

Теорія і практика розвитку наукових знань (частина І): матеріали ІІ Міжнародної науково-практичної конференції м. Київ, 28-29 грудня 2017 року. – Київ.: МЦНД, 2017. – 68 с.

У даному збірнику представлені тези доповідей учасників ІІ Міжнародної науково-практичної конференції «Теорія і практика розвитку наукових знань». Висвітлюються актуальні проблеми розвитку науки на сучасному етапі розвитку. Розглядаються актуальні механізми та інструменти забезпечення перспектив наукових досліджень.

Збірник предназначений для студентів, здобувачів наукових ступенів, науковців та практиків.

Всі матеріали представлені в авторській редакції. За повноту та цілісність яких автори безпосередньо несуть відповідальність.

©МЦНД 2017

ЗМІСТ

Економічні науки *5*

Sliusarchuk T. ORGANIZATIONAL CULTURE AS A MEAN OF INCREASING EFFICIENCY OF AN ENTERPRISE 5

Білик М.Ю., Бондаренко А.О. ПЕРСПЕКТИВНІ НАПРЯМИ РОЗВИТКУ СПІВРОБІТНИЦТВА УКРАЇНИ ТА ЄС У ГАЛУЗІ АЛЬТЕРНАТИВНОЇ ЕНЕРГЕТИКИ 6

Вітковська О.О. АНАЛІЗ СТІЙКОСТІ ЕКОНОМІЧНОГО РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВА 9

Власюк Т.П. ЗАРУБІЖНИЙ ДОСВІД УПРАВЛІННЯ ЗАОЩАДЖЕННЯМИ ДОМОГОСПОДАРСТВ 10

Волинець В.І., Чекотун О.Ю. ОБЛІК, ОПОДАТКУВАННЯ ТА АНАЛІЗ ДОХОДІВ І ВИТРАТ ОПЕРАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ В ПРОГРАМІ «1С: БУХГАЛТЕРІЯ 8» 12

Гайдаш Е.С. ОСНОВНЫЕ ФУНКЦИИ РЕКЛАМЫ. ИХ ОСОБЕННОСТИ И ОТЛИЧИЯ 14

Гаркавенко В.О. ПОРІВНЯЛЬНА ХАРАКТЕРИСТИКА НЕОІНСТИТУЦІОНАЛІЗМУ З ТРАДИЦІЙНИМ ІНСТИТУЦІОНАЛІЗМОМ ТА НЕОКЛАСИЧНОЮ ЕКОНОМІЧНОЮ ТЕОРІЄЮ. 16

Гетьман Є.М. ОСОБЛИВОСТІ ДІЯЛЬНОСТІ ДЕРЖАВНИХ ЦІЛЬОВИХ ФОНДІВ ЯК ОДНІЄЇ З ФОРМ ФІНАНСУВАННЯ ДЕРЖАВНИХ ЦІЛЬОВИХ ПРОГРАМ 18

Глушенкова А.А. ІННОВАЦІЙНА ДІЯЛЬНІСТЬ ТЕЛЕКОМУНІКАЦІЙНИХ ПІДПРИЄМСТВ УКРАЇНИ: ОСНОВНІ ТЕНДЕНЦІЇ 20

Громова А.Є., Пивовар В.В. ІНВЕСТИЦІЙНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ВАЖКОЇ ПРОМИСЛОВОСТІ В УКРАЇНІ 21

Домбровська В.В. СУТНІСТЬ СТРАТЕГІЧНОГО УПРАВЛІНСЬКОГО ОБЛІКУ 24

Дубровіна К.В., Іванов Р.В., Волкова В.В. МОДЕЛЮВАННЯ СТРАТЕГІЇ МОДЕРНІЗАЦІЇ ГАЛУЗІ НА ОЛІГОПОЛІСТИЧНОМУ РИНКУ 25

Дяченко А.О. ІННОВАЦІЇ ЯК МЕТОД ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА 27

Євтушенко В.А., Терзян Ю.Г. КОРУПЦІЯ ЯК ІНСТИТУЦІЙНА ФОРМА СОЦІАЛЬНОЇ НЕВІДПОВІДАЛЬНОСТІ 29

Євтушенко Г.В., Сорін Б.В. СУТНІСТЬ ІННОВАЦІЙНОГО КАПІТАЛУ 31

Жмай О.В., Сілкіна Д.О. СОЦІАЛЬНА МЕРЕЖА INSTAGRAM, ЯК НЕВІД'ЄМНИЙ ЕЛЕМЕНТ ІНТЕРНЕТ-МАРКЕТИНГУ 33

Зімнєва К.О. ПРОБЛЕМА ОЦІНКИ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ НАЦІОНАЛЬНОЇ ЕКОНОМІКИ 34

Іваніцька К.О. ПОТЕНЦІАЛ РЕСТОРАННОГО БІЗНЕСУ У РОЗВИТКУ ГАСТРОНОМІЧНОГО ТУРИЗМУ УКРАЇНИ 36

Коваленко Ю.С. ПРОПОЗИЦІЇ ЩОДО ЕФЕКТИВНОГО ЕКОНОМІЧНОГО РОЗВИТКУ УКРАЇНИ 39

Коляда Ю.В., Ковадло В.П. КАРТА ДИНАМІЧНИХ РЕЖИМІВ УЗАГАЛЬНЕНОГО ДИСКРЕТНОГО ЛОГІСТИЧНОГО ВІДОБРАЖЕННЯ 40

Копєйко С.Г. УПРАВЛІННЯ ВАЛЮТНИМ РИЗИКОМ КОМЕРЦІЙНИХ БАНКІВ .42

Кудлай В.Г., Ходзіцький В.А. СТВОРЕННЯ КОНКУРЕНТНОГО РИНКУ БІОПАЛИВА В УКРАЇНІ 44

Курилюк О.І. РОЛЬ НТП В ЕКОНОМІЧНОМУ РОЗВИТКУ УКРАЇНИ 45

Ланкін М.О. УПРАВЛІННЯ ЕКСПОРТНО-ІМПОРТНОЮ ДІЯЛЬНІСТЮ УКРАЇНСЬКИХ ПІДПРИЄМСТВ В УМОВАХ СТВОРЕННЯ ЗОНИ ВІЛЬНОЇ ТОРГІВЛІ 47

Лещенко Л.О., Ладнюк Д.В. ЕФЕКТИВНІСТЬ ВИРОБНИЦТВА ПРОДУКЦІЇ РОСЛИННИЦТВА ТА ШЛЯХИ ЩОДО ЇЇ ПІДВИЩЕННЯ 48

Лещенко Л.О., Сариєв А. ПУТИ ПОВЫШЕНИЯ УРОВНЯ РЕНТАБЕЛЬНОСТИ ПРОИЗВОДСТВА СЕЛЬСКОХОЗЯЙСТВЕННОЙ ПРОДУКЦИИ 49

Личак О.О., Дзюбинська Х.М. ІНТЕЛЕКТУАЛЬНА ВЛАСНІСТЬ НА СУЧАСНОМУ УКРАЇНСЬКОМУ ПІДПРИЄМСТВІ 51

Лозовський О.М., Жолудь Д.Р. ОПТИМІЗАЦІЯ ЛОГІСТИЧНОЇ СИСТЕМИ В УПРАВЛІННІ ПІДПРИЄМСТВОМ 53

Ляшенко А.В. ВПЛИВ МІЖНАРОДНОЇ КОНКУРЕНЦІЇ НА ВИБІР КОМПАНІЄЮ ЗОВНІШНЬОТОРГОВЕЛЬНИХ ПАРТНЕРІВ. 55

Макарчук Б.В. ПЕРЕВАГИ ТА НЕДОЛІКИ БІТКОЙНІВ ЯК ВІРТУАЛЬНОЇ ВАЛЮТИ 56

Марченко Н.В. ОСОБЛИВОСТІ ПРОЦЕСІВ ЗЛИТТЯ І ПОГЛИНАННЯ В БАНКІВСЬКІЙ СФЕРІ УКРАЇНИ 58

Миненко С.В. ПРОБЛЕМИ АВТОМАТИЗАЦІЇ ВНУТРІШНЬОГО ФІНАНСОВОГО МОНІТОРИНГУ В БАНКУ 60

Мосьпан О.А. БІТКОІН – ВІРТУАЛЬНІ ГРОШІ МАЙБУТНЬОГО 61

Наумова А.П. ОРГАНІЗАЦІЯ ЕКОНОМІЧНОГО УПРАВЛІННЯ НА ПІДПРИЄМСТВІ 64

Новицький П.В. АНАЛІЗ СТАНУ ТА ЕФЕКТИВНОСТІ ВИКОРИСТАННЯ ВИРОБНИЧИХ ЗАПАСІВ НА ПІДПРИЄМСТВІ 66

T. Sliusarchuk
student of Faculty of Economics and Management
Kyiv National Economic University named after V. Hetman

ORGANIZATIONAL CULTURE AS A MEAN OF INCREASING EFFICIENCY OF AN ENTERPRISE

Nowadays, organizations are actively seeking new management tools in terms of improving organizations' activity in the economic world. Thus, it becomes increasingly difficult to compete successfully with other enterprises in the traditional way for modern companies. Organizational culture is one of the instruments of management that may help business units to withstand fierce competition.

The purpose is to critically review the economic literature on the issue of organizational culture and prove it is a mean of increasing company's efficiency.

It is necessary to define the notion as Andrew Brown wrote that "organizational culture refers to the pattern of beliefs, values and learned ways of coping with experience that have developed during the course of an organization's history, and which tend to be manifested in its material arrangements and in the behaviors of its members"[1].

It should be added that it manifests itself not only in creating reputation of the company, image, and internal work of the staff but also in ways of interaction with the external environment.

As organizational culture is a complex term, it consists of different elements that are important to highlight:

1. Mission. A good mission statement is known by workers, it may be stated to everyone every day, and it impacts behavior of company's workers. For instance, Wal-Mart's mission is "We save people money so they can live better" [2].

2. Tradition is a way of acting that workers have been following for a long time. In fact, there is a tradition in Google to wear a rainbow hat with propeller when an employee has the first week at the job.

3. Values are what behavior of employees can be considered permissible; how relations with colleagues and superiors are built-all this is held out by organizational culture. The statement "the customer is always right" is accepted by many service businesses when working with partners, it affects the quality of service. For example, core values of Whole Foods Market include: We sell the highest quality natural and organic products available. We satisfy, delight and nourish our customers. We support team member excellence and happiness. We create wealth through profits and growth." [3].

4. Styles of leadership: for instance, authoritarian in Ford and democratic in General Motors.

5. Symbolism may be a way of transferring the company's values to a wide range of people. It includes company identity, logo, trademark, motto, color decision in advertising. As the example, it can be used IKEA's logo consists of yellow and blue color as well as company's employees' clothing.

6. Rituals refer to repetitive activities within an organization that have symbolic meaning. Its main function is to held company's values and diversify it throughout other competitors. Meanwhile, Wal-Mart's feature is Saturday morning meetings starting from 7 to 9.30 to consider weekly news and tactics for next time [4].

7. Business Etiquette. Many companies are obliged to adhere to employees of a certain style of clothing. The schedule of work, as well as its compliance, are individual for each organization. An employee can be fired when being late for 5 minutes from McDonald's.

The goal of the organizational culture is to help people work more productively, to receive satisfaction from work. If an organizational culture does not fit a person, then this worker will not be attracted to creating a good company with a team and abilities of this person are limited. Conversely, if the organizational culture of the firm and the employee's values coincide with the activity of the latter, the activity of the firm becomes more active, and, accordingly, efficiency increases. The majority of studies are based on interviews, questionnaires, surveys of different companies. It is stated in studies of New Century Financial Corporation that workers who are attracted to their work get better results for the company. For instance, enterprises with satisfied employees outdo their competitors by 20% and gain from 1,2% to 1,7% more profit than rivals. It is undeniable that these

organizations are more effective than industry benchmarks (2.1% higher). Conversely, unsatisfied employees who were not engaged in the activity of the enterprise gained 28% less profit than opposite ones.

It is necessary to highlight that the study conducted by Columbia University presents the information about the influence of the culture of the enterprise on workers turnover. As well as, it impacts on efficiency or success of the employee and company. In fact, enterprises with good organizational culture had 13,9% of job turnover while companies with weak organizational culture are characterized as 48,4% of possibility of this process. Other observations made by Department of Economics at the University of Warwick explored the connection of that happiness and productivity: happy workers are 12 % more productive than the average worker is in 2014.

A less evidential bond discovers Towers Perrin of 2007 survey of nearly 90,000 employees worldwide, for instance, found that only 21% of workers felt fully engaged at work and nearly 40% were disengaged. It was stated that enterprises with low levels of disengaged workers had a 33% fall in operating income and an 11% decrease in growth of revenue each year. Engaged employees created 19 percent rise in operating income and 28 percent growth in earnings per share [5].

Thus, there is a connection between organization culture and efficiency of an enterprise. Although, the link between two notions is not direct, namely through firstly, organizational culture as a complex of values, traditions, mission statement, then by creating competences(actual knowledge, skills) and actions including professionalism and the last element of the link is a result – efficiency, competitiveness.

It may be concluded that organizational culture is a system of values, moral attitudes and behavioral patterns that creates a unique social and psychological working environment in an organization. The culture of the organization has an impact on the personnel, since it is the employees who are culture carriers. Strong culture may be a guarantee of effective internal communications, but also a key to establishing external relations. The link between organizational culture and performance of employees and increasing company's efficiency exists. As sequence, interest in the problem of organizational culture and the possibilities of using it as a leverage for increasing the efficiency of the company is growing.

Literature:

1. Brown, A. (1995) Organizational Culture. (2nd ed.). Pitman Publishing.

2. Walmart.(2017) Our Story. Available from: https://corporate.walmart.com/ [Accessed 27th December 2017].

3. Whole Foods Market. (2017) We sell the highest quality natural and organic products available. Available from: http://www.wholefoodsmarket.com/mission-values/core-values/we-sell-highest-quality-natural-and-organic-products-available [Accessed 27th December 2017].

4. Principles of Management. (2017) Creating and Maintaining Organizational Culture Available from: Open.lib.umn.edu/principlesmanagement/chapter/8-5-creating-and-maintaining-organizational-culture-2/ [Accessed 27th December 2017].

5. Harvard Business Review. (2010) The Productivity Paradox: How Sony Pictures Gets More Out of People by Demanding Less. Available from: https://hbr.org/2010/06/the-productivity-paradox-how-sony-pictures-gets-more-out-of-people-by-demanding-less. [Accessed 27th December 2017].

Білик М.Ю.
асистент кафедри маркетингу
Бондаренко А.О.*, студентка*
Кременчуцький національний університет ім. М.Остроградського

ПЕРСПЕКТИВНІ НАПРЯМИ РОЗВИТКУ СПІВРОБІТНИЦТВА УКРАЇНИ ТА ЄС У ГАЛУЗІ АЛЬТЕРНАТИВНОЇ ЕНЕРГЕТИКИ

Протягом останніх десятиліть тема кліматичних змін, особливо викликаних людською діяльністю, стала однією з найгостріших і самих експлуатованих в наукових суперечках. Попри загальносвітові тенденції зростання застосування альтернативної енергетики, Україна досі катастрофічно відстає від розвинутих країн. Тому актуальним є визначення найбільш перспективних напрямів розвитку співробітництва України та ЄС у галузі альтернативної енергетики та впровадження ВДЕ. На рис. 1 зображено схему співробітництва України та ЕС у галузі альтернативної енергетики

Одним з найбільш дієвих напрямків співпраці на сьогодні є проведення спільних наукових розробок у галузі альтернативної енергетики. До цього напрямку можна віднести такі форми співробітництва як реалізація спільних проектів та ініціатив, що призводить до створення спільних підприємств. Другим напрямком співробітництва є організація співробітництва на експертному рівні. Саме цей напрямок має найбільше поширення на сучасному етапі, оскільки він має значно нижчий рівень ризиків. Формами реалізації цього напрямку є проведення форумів, зустрічей на міжнародному рівні, консультації та рекомендації європейських експертів у сфері законодавчого регулювання альтернативної енергетики та ін. Третім напрямком співпраці є підвищення рівня екологічної освіченості населення України в галузі альтернативної енергетики, що відбувається у формі організації та проведення стажувань студентів ВНЗ на підприємствах галузі альтернативної енергетики, обмін студентами, проведення міжнародних наукових конференцій у даній галузі.

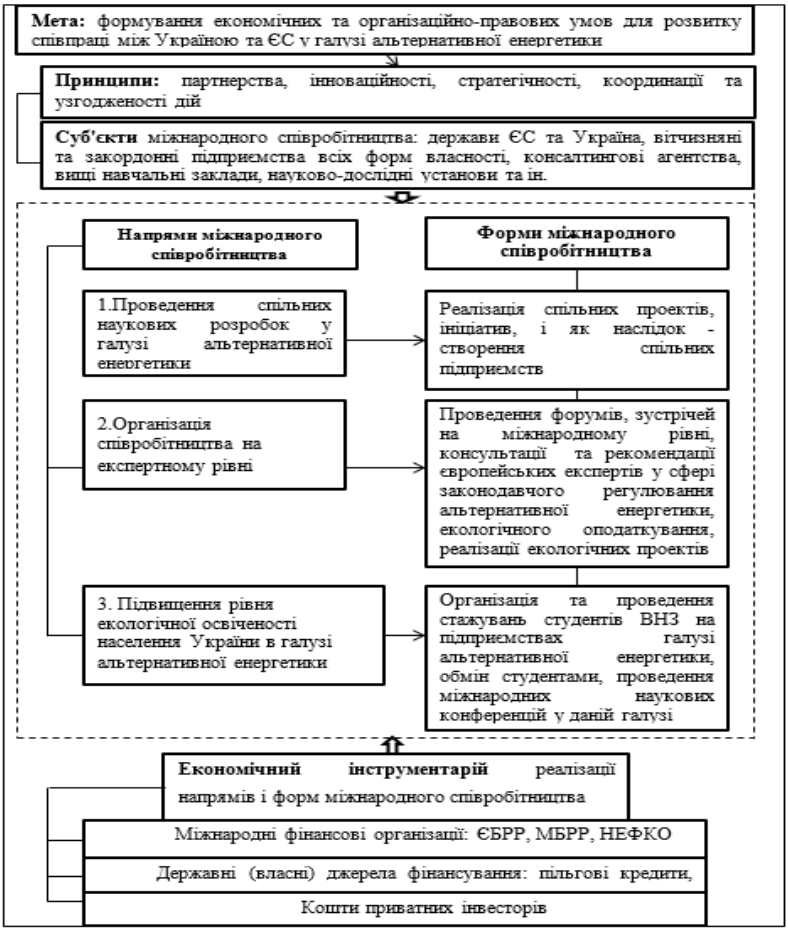


Рисунок 1 – Схема формування міжнародного співробітництва України та ЄС в галузі альтернативної енергетики

Україна тісно співпрацює з ЄБРР приводу реформування корпоративного управління і реалізації муніципальних проектів [1]. 17 травня 2017 р. Павло Петренко і керівний директор Європейського банку реконструкції й розвитку Франсіс Маліж домовилися про співпрацю щодо проведення реформ у галузі енергетики, сфери підтримки малого і середнього бізнесу, а також земельної реформи. ЄБРР надає Києву значну консультаційну допомогу з багатьох питань. Крім того ЄБРР має спеціалізовану програму

підтримки USELF, спрямовану на інвестування ВДЕ. Обсяг програми складає від 500 млн євро до 1 млрд євро. Схема роботи цієї програми досить проста і передбачає виключно дофінансування проекту. Тобто ЄБРР згоден фінансувати 70% вартості об'єкту альтернативної енергетики за умови, що 30% оплатять засновники проекту або інші джерела фінансування, при чому власну частину витрат необхідно вкладати в проект у першу чергу. Схожі умови мають і інші банки та фінансові організації ЄС, що готові вкладати кошти в альтернативну енергетику в Україні.

Значний потенціал для співпраці представляє Міжнародне агентство з відновлюваних джерел IRENA. 5 жовтня 2017 р. було подано на розгляд до Верховної Ради проект Закону України «Про приєднання України до Статуту Міжнародного агентства з відновлюваних джерел енергії (IRENA)», а 5 грудня закон було прийнято. Це стало важливим кроком до міжнародної співпраці в галузі альтернативної енергетики. Участь в IRENA відкриває для України доступ до наявної та актуальної інформації про найновіші дослідження, досвід країн-лідерів у застосуванні ВДЕ та механізми розвитку ВДЕ. Крім того, членство в IRENA дозволяє подавати заявки до Абудабійського фонду розвитку з приводу одержання довгострокових кредитів під малі відсотки. Також вступ в IRENA надає додаткові гарантії іноземним інвесторам щодо вкладів в проекти альтернативної енергетики в Україні.

Зокрема, у реалізації «зелених» проектів в Україні зацікавлена фінська корпорація «NEFCO». Між цією корпорацією та Держенергоефективності проводяться перемовини щодо створення спільного підприємства, що вироблятиме матеріали й енергоефективне обладнання за європейськими технологіями та стандартами. 29 листопада 2017 р. Міністерство закордонних справ Фінляндії та NEFCO підписали угоду щодо створення фонду для фінансування проектів альтернативної енергетики в Україні [12], що підігріло інтерес фінського бізнесу до інвестування в українські проекти розвитку ВДЕ. Можливість роботи на ринку України розглядає фінська компанія «KaukoInternational Oy Ltd», що займається енергоефективними та екологічними технологіями, а також біотехнологіями. На сьогодні ця компанія успішно діє на ринках 22 країн [2].

Також інвестуванням у проекти альтернативної енергетики в Україні цікавляться німецькі інвестори. Так, у Кременчуці на Деївському звалищі німецька компанія «HAASE Energietechnik» буде добувати біогаз та виробляти з нього електроенергію. Угоду було підписано ще у 2008 р., однак обговорення деталей зайняло більше восьми років. Отримана енергія буде реалізована за «зеленим» тарифом. Пізніше планується будівництво заводу з переробки сміття.

Також значну допомогу у реалізації екологічних проектів та проектів чистої енергетики отримує Львівська область. Так у 2017 р. Східноєвропейське партнерство в сфері енергоефективності та екології та Фонд Джона Нурмінена надали Львівводоканалу гранти для перебудови та оновлення системи очищення стічних вод та виробництва енергії з біогазу. Також позики надали ЄБРР та Північна екологічна фінансова корпорація.

Львівська обласна адміністрація, 6 грудня 2016 р. підписала меморандум з турецькою компанією ТОВ «Атлас Глобал Енерджи» про будівництво на Сколівщині нової вітроелектростанції загальною потужністю 20 МВт. Будівництво планується розпочати у 2018 р. Також турецькі інвестори планують побудувати нову вітроелектростанцію в межах Воловецького та Свалявського районів Львівської області. Станція складатиметься з 50 вітряків та матиме загальну потужність 120 МВт [3].

Таким чином, Україна та країни Європейського Союзу тісно співпрацюють у галузі альтернативної енергетики вже протягом 25 років. Останнім часом співробітництво значно поглибилось, охопивши не лише інвестиційні проекти, а й консультування щодо проведення реформ у галузях енергетики, підтримки малого і середнього бізнесу, а також земельної реформи. Завдяки інвестуванню міжнародних організацій, приватних закордонних інвесторів та реалізації спільних проектів, частка ВДЕ України у загальному виробництві енергії значно зросла.

Література

1. Нова Енергетична стратегія України: безпека, енергоефективність, конкуренція, 07.08.2015. [Електронний ресурс]. – режим доступу: http://mpe.kmu.gov.ua/minugol/control/uk/doccatalog/list?currDir=50358

2. МЗС Фінляндії та корпорація NEFCO підписали угоду про створення цільового фонду для фінансування проектів 'чистої' енергетики в Україні. [Электронный ресурс]. – Режим доступу : https://fromua.news/article/55259725/mzs-finlyandii-ta-korporatsiya-NEFCO-pidpisali-ugodu-pro-stvorennya-tsiljov/

3. УКРГАЗБАНК. УКРГАЗБАНК розпочав фінансування будівництва однієї з найбільших вітрових електростанцій в Україні [Електронний ресурс]. – режим доступу: http://www.ukrgasbank.com/press_center/news/11427-ukrgazbank_nachal_finansirovanie_stroitelstva_odnoyi_iz_krupneyishih_vetrovyh_elektrostantciyi_v_ukraine

Вітковська О.О.
Студент (магістр) кафедри фінансів банківської справи та страхування
Запорізького національного університету

АНАЛІЗ СТІЙКОСТІ ЕКОНОМІЧНОГО РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВА

В даний час поняття «стійкість економічного розвитку» підприємства в наукових виданнях недостатньо розроблено, і не усвідомлено в повній мірі господарюючими суб'єктами. Зусилля безлічі авторів сконцентровані на питаннях фінансової стабільності та інвестиційної діяльності підприємств.

Науковий підхід до визначення поняття «економічна стійкість» не сформувався, але на основі аналізу різних точок зору можна сформувати специфіку даного визначення.

Багато західних і вітчизняних економістів присвятили наукові праці проблемам управління сталого розвитку, які і стали теоретичним підґрунтям для розгляду сутності поняття «стійкість економічного розвитку підприємства». Питання актуальності забезпечення економічною стійкістю підприємств обумовлена необхідністю удосконалення управлінських процесів, а також відсутністю сучасного підходу до розуміння економічної стійкості як комплексної системної характеристики.

Метою дослідження є визначення методів аналізу стійкості економічного розвитку підприємств.

Оцінити рівень економічної стійкості можна за допомогою різних методів фінансового аналізу, бо саме фінансовий стан підприємства є основою його економічного зростання та стійкості [1].

Одна з найважливіших характеристик фінансового стану підприємства – забезпечення стабільності його діяльності в майбутньому. Вона пов'язана із загальною фінансовою структурою підприємства, його залежністю від кредиторів та інвесторів.

Для оцінки фінансово-економічного стану доцільно використовувати систему показників, які розраховуються за даними фінансової звітності підприємства (табл.1) [2].

Таблиця 1. – Основні показники фінансово-економічного спану підприємства

Показник	Формула розрахунку	Оптимальне значення
Оцінка майнового стану		
Майно підприємства	Валюта балансу	↑
Коефіцієнт зносу основних засобів	Знос/Первісна вартість ОЗ	≤0,5↓
Коефіцієнт оновлення основних засобів	Введені в експлуатацію ОЗ/Первісна вартість ОЗ	↑
Коефіцієнт вибуття основних засобів	Виведені з експлуатації ОЗ/Первісна вартість ОЗ	↓ коеф. онов.
Оцінка ліквідності		
Коефіцієнт загальної ліквідност	Поточні активи / Поточні зобов'язання	≥2
Коефіцієнт швидкої ліквідності	Середньо - та високоліквідні кошти/Поточні зобов'язання	0,5-,08
Коефіцієнт абсолютної ліквідності	Грошові кошти/Поточні зобов'язання	>0 (0,25- 0,35)
Оцінка фінансової стійкості		
Коефіцієнт автономії	Власний капітал/Поточні зобов'язання	≥0,5
Коефіцієнт фінансування	Власний капітал / Позикові кошти	>1
Коефіцієнт фінансової залежності	Пасиви / Власний капітал	< 2
Коефіцієнт фінансового левериджу	Довгострокові зобов'язання / Власний капітал	< 1
Коефіцієнт маневреності	Власні обігові кошти / Власний капітал	> 0,5
Коефіцієнт фінансової стійкості	(Власний капітал + довгострокові позички/пасиви	0,7–0,9
Оцінка рентабельності		
Рентабельність продажів	Валютний прибуток/Виручка від реалізації	↑
Рентабельність основної діяльності	Чистий прибуток/Середня величина активів	↑
Рентабельність власного капіталу	Чистий прибуток/Середня величина власного капіталу	↑

Показники ділової активності		
Термін окупності власного капіталу	100/Рентабельність Власного капіталу	↓
Фондовіддача	Обсяг виробництва продукції/Середньорічна вартість ОЗ	↑

Потрібно зазначити, що оцінку економічного та фінансового стану можна об'єктивно здійснити не через один, навіть найважливіший, показник, а тільки за допомогою комплексу, системи показників, що детально й усебічно характеризують господарське становище підприємства, тому що фінансовий стан підприємства формується в процесі всієї його виробничо-господарської діяльності [3].

Таким чином, можна зробити висновок, що аналіз стійкості економічного зростання тісно пов'язаний з фінансовим аналізом підприємства та основними показниками фінансової діяльності підприємства. Саме тому при аналізу та прогнозуванні стійкості економічного розвитку треба враховувати сукупність фінансових показників та їх вплив на діяльність підприємства.

Список використаних джерел

1. Колодізєв О.М., Нужний К.М. Дослідження сутності та змісту економічної стійкості підприємства // науч.-техн. сб.: Коммунальное хозяйство городов. – 2007. – №78. – С.238–243

2. Ареф'єва О.В. Економічна стійкість підприємства: сутність, складові та заходи з її забезпечення / О. В. Ареф'єва, Д. М. Городинська // Актуальні проблеми економіки. — 2008. — № 8 (86). — С. 83-90.

3. Тігова Т.М. Аналіз фінансової звітності: навч.посіб. – Київ.: Цент р учбової літератури, 2012. – 408 с

Власюк Т. П.
студентка VI курсу
Чернівецького національного університету ім. Ю. Федьковича

ЗАРУБІЖНИЙ ДОСВІД УПРАВЛІННЯ ЗАОЩАДЖЕННЯМИ ДОМОГОСПОДАРСТВ

Заощадження домогосподарств є важливим джерелом фінансових ресурсів економіки будь-якої країни. Зростання цих заощаджень сприяє підвищенню життєвого рівня населення та його соціальної захищеності, зміцненню середнього класу й посиленню його фінансової незалежності. Саме тому важливим є аналіз зарубіжного і вітчизняного досвіду ощадно-інвестиційних процесів з метою визначення основних напрямів підвищення ефективності трансформації заощаджень домогосподарств в інвестиції.

У більшості країн з розвинутою економікою внутрішні інвестиції складають чималу частку оборотного капіталу держави. Щоб стимулювати внутрішнього інвестора потрібно надати громадянам країни відповідні гарантії та вдосконалити механізм трансформації заощаджень населення в інвестиційний капітал.

В США саме фондовий ринок став двигуном зростання економіки. Завдяки діяльності фінансових посередників грошові заощадження населення перетворюються на реальне джерело інвестиційних ресурсів. В Україні понад 20% у структурі інвестиційних ресурсів в інституційних секторах припадає на домашні господарства. У Франції, ФРН, Японії заощадження домогосподарств покривають більш як половину чистих капіталовкладень, а в США - дві третини [38]. Так, у США населення володіє приблизно 70 % фінансових активів, їхня частка майже в 5 разів перевищує частку держави. За оглядом NYSE, в 1990 р. понад 51 млн. індивідуальних інвесторів безпосередньо володіли акціями, тобто приблизно чверть дорослого населення були акціонерами .

Фінансовий стан населення безпосередньо впливає на вибір інструментів інвестування. У менш розвинених державах це більш консервативні інструменти – банківські депозити (63%), які в «багатих» країнах становлять лише 28%. У більш розвинених державах 37% населення інвестує свої кошти в цінні папери, а також страхові і пенсійні програми (накопичувальне страхування життя). В країнах із середнім рівнем доходів домінують банківські депозити (41%) та цінні папери – 34 %.

Натомість у США та Швейцарії левова частина активів населення вкладена в пенсійні фонди, а на другому місці перебувають інвестиційні фонди. У Німеччині найбільшим попитом користуються страхові

продукти (страхування життя) та вкладення у валюту і депозити. Характерним для Франції є те, що до пайових інвестиційних і пенсійних фондів у населення взагалі немає інтересу, а його фінансові активи формуються шляхом купівлі валюти і здійснення депозитів (28,5%), страхування життя (33,4%) та купівлі акції (21,5%). Специфіка Японії та Кореї полягає в тому, що крім валюти і депозитів переважають страхові продукти, водночас пенсійні фонди користуються майже таким самим попитом, як і інвестиційні (в Японії – 2,1 і 2,1%; в Кореї – 12,1 і 12,09% відповідно). Деякі з названих закономірностей пояснюються законодавчими ініціативами: наприклад, у Франції страхування життя заохочується податковими пільгами, а в США існують податкові пільги для відрахувань у пенсійні фонди.

Дослідження свідчать, що розвиток сучасної світової фінансової архітектури характеризують тенденції акумулювання фінансових ресурсів. У результаті активізації процесів злиття та поглинання створюються універсальні фінансові холдинги, які об'єднують страхові компанії, пенсійні та взаємні фонди, інвестиційні й комерційні банки. У сучасних умовах цілком очевидно, що високодохідним стає тільки масштабний транснаціональний бізнес. Саме такий бізнес здатний надати високі гарантії для індивідуальних інвесторів і забезпечити необхідний рівень дохідності вкладень населення.

Світовий досвід переконує, що у країнах, які розвиваються (у тому числі і в Україні), основною метою інвестування готівкової національної та іноземної валюти є не стільки отримання доходу, скільки збереження її вартості в умовах інфляції. Адже у країнах з нестабільною економікою домашні господарства здійснюють готівкові вкладення, передусім, з метою страхування від інфляційного знецінення, а уже потім, по можливості, з метою використання їх як капіталу.

Оскільки багато європейців сьогодні замислюються над купівлею власного житла, у низці країн (Франція, Німеччина, Іспанія, Австрія, Марокко, Чилі, Туніс та Індонезія) впродовж останніх двадцяти років впроваджені так звані житлові заощадження[20].

Починаючи з 1965 року, у Франції такий вид заощаджень отримав активну підтримку з боку держави у вигляді програм, які допомагають домогосподарствам з низьким та середнім рівнем доходу накопичити необхідні кошти для придбання житла чи отримати пільгові кредити. Консультанти з житлового кредитування рекомендують своїм клієнтам використовувати будівельні ощадні каси, що були засновані близько ста років тому.

Основне завдання будівельних ощадних кас – стимулювати накопичення власного капіталу на купівлю нерухомості. Співпраця з такими інституціями складається з двох етапів: накопичення власних коштів й отримання позики. Сума, яку отримує домогосподарство, складається з власних накопичень, з урахуванням нарахованих відсотків, та суми кредиту, розмір і умови надання якого обумовлені в ощадному договорі. Такий договір підписується між громадянином та будівельною ощадною касою, згідно з яким встановлюються умови надання кредиту. Відтак протягом 1 – 7 років можна накопичити суму в розмірі 40-60% від розміру кредиту.

Отже, незначна участь фізичних осіб в інвестиційних процесах в Україні обумовлена не лише низьким рівнем доходів більшості населення, але й обмеженою схильністю їх до заощаджень, значною недовірою до інститутів заощаджень і обмеженим вибором інструментів капіталізації грошових заощаджень через недостатній розвиток ефективної інфраструктури фінансових ринків, яка могла б сприяти забезпеченню прозорості в процесі прийняття важливих фінансово-інвестиційних рішень і слугувала б додатковим стимулом для збільшення обсягів організованих особистих заощаджень населення.

Література:

1. Кізима Т.О. Заощадження домогосподарств: світовий досвід і вітчизняні реалії / Т.О. Кізима // Інноваційна економіка. - 2013. - № 7. - С. 171-176.

2. Палиця С. В., Федоренко М. С. Вкладення заощаджень населення України в інвестиції / С. В. Палиця, М. С. Федоренко // Інвестиції: практика та досвід. — 2010. — № 23. — С. 28—29.

3. Петряков С. Р. Міжнародний досвід у залученні заощаджень населення / С. Р. Петряков // Фінанси України. — 2010. — № 7. —С. 90—115.

4. Смірнов О. Ю. Заощадження населення в контексті антикризової політики / О. Ю. Смірнов // Наукові праці. — 2010. — Т. 126.Вип. 113. — С. 11—19.

Волинець В.І.
к.т.н., доцент кафедри бухгалтерського обліку і аудиту
Чекотун О.Ю.
магістрант кафедри бухгалтерського обліку і аудиту
Вінницького навчально-наукового інституту економіки ТНЕУ

ОБЛІК, ОПОДАТКУВАННЯ ТА АНАЛІЗ ДОХОДІВ І ВИТРАТ ОПЕРАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ В ПРОГРАМІ «1С: БУХГАЛТЕРІЯ 8»

Підвищення оперативності обліку, оподаткування та аналізу діяльності підприємств неможливо забезпечити без автоматизації обліково-аналітичних робіт за допомогою сучасних технічних засобів і технологій збору і обробки обліково-аналітичної інформації. Тому підприємства постають перед питанням застосування інформаційних систем і технологій автоматизації обліково-аналітичних робіт.

Питанням обліку, оподаткування та аналізу діяльності підприємств із застосуванням інформаційних систем і технологій приділяють увагу багато науковців і практиків, серед яких Бенько М. М., Бутинець Ф. Ф., Волинець В. І., Клименко О. В, Писаревська Т. А., Терещенко Л. О. [1-7] та інші. Однак в зв'язку з розробкою нових та модернізацією існуючих обліково-аналітичних інформаційних систем, а також змінами в законодавстві щодо обліку і оподаткування постає задача дослідження автоматизації обліку, оподаткування та аналізу діяльності підприємств в нових умовах.

Метою даної роботи є дослідження питань обліку, оподаткування та аналізу доходів і витрат операційної діяльності підприємств в програмі «1С: Бухгалтерія 8».

Основними можливостями обліку, оподаткування та аналізу доходів і витрат операційної діяльності підприємств в програмі «1С: Бухгалтерія 8» є:

- облік та аналіз доходів від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг) за статтями доходів та номенклатурних груп;
- облік та аналіз інших операційних доходів за статтями доходів;
- облік витрат операційної діяльності за елементами витрат (матеріальні витрати, витрати на оплату праці, відрахування на соціальні заходи, витрати на амортизацію, інші операційні витрати) та статтями витрат;
- облік виробничої собівартості за підрозділами, номенклатурними групами та статтями витрат;
- облік собівартості реалізованої продукції (товарів, робіт, послуг) за номенклатурними групами та статтями витрат;
- облік загальновиробничих та адміністративних витрат за підрозділами та статтями витрат;
- облік витрат на збут та інших витрат операційної діяльності за статтями витрат;
- автоматичне закриття доходів і витрат операційної діяльності на фінансовий результат операційної діяльності;
- автоматичне формування звітів фінансової звітності та податкової декларації з податку на прибуток підприємства.

Процес автоматизованого обліку, оподаткування та аналізу доходів і витрат операційної діяльності підприємств в програмі «1С: Бухгалтерія 8» включає три етапи:

1) підготовчий етап, під час якого здійснюється налаштування параметрів обліку, оподаткування та аналізу доходів і витрат операційної діяльності підприємств;
2) основний етап, під час якого здійснюється облік доходів і витрат операційної діяльності підприємств;
3) заключний етап, під час якого здійснюється аналіз доходів і витрат операційної діяльності підприємств та формується бухгалтерська й податкова звітність.

Налаштування програми передбачає визначення параметрів облікової політики підприємства та заповнення довідників, які використовуються для обліку доходів і витрат операційної діяльності підприємства.

До параметрів облікової політики підприємства, що використовуються для обліку, оподаткування та аналізу доходів і витрат операційної діяльності підприємства, належать:

- схема оподаткування підприємства: податок на прибуток і ПДВ, податок на прибуток, єдиний податок і ПДВ, єдиний податок, неплатник;

- режим визначення об'єкту оподаткування: без коригування чи з коригуванням фінансового результату;
- режим використання класів рахунків витрат: клас 8 (елементи витрат), клас 9 (витрати діяльності), класи 8 і 9 (елементи й витрати діяльності);
- інші параметри.

До довідників, що використовуються для обліку доходів і витрат операційної діяльності підприємства, належать довідники «Статті доходів», «Статті витрат», «Номенклатурні групи», «Схеми реалізації», «Параметри обліку курсових різниць».

Довідник «Статті доходів» містить перелік статей доходів підприємства, в розрізі яких ведеться аналітичний облік. Склад статей визначається вимогами аналітичного обліку доходів. Групами і елементами довідника можуть бути напрямки діяльності, регіони збуту тощо.

Довідник «Статті витрат» містить перелік статей витрат підприємства, в розрізі яких ведеться аналітичний облік. Для кожної статті витрат визначено її вид (матеріальні, оплата праці, відрахування на соціальні потреби, амортизація, інші), відповідний рахунок 8 класу (якщо для обліку витрат використовуються рахунки 8 класу) та ознака постійної або змінної витрати для розподілу загальновиробничих витрат між виробничою собівартістю (собівартістю випуску) та собівартістю реалізації.

Довідник «Номенклатурні групи» містить перелік номенклатурних груп, в розрізі яких ведеться аналітичний облік доходів від реалізації та собівартості реалізації.

Довідник «Схеми реалізації» містить перелік схем реалізації, в кожній з яких визначаються рахунки обліку доходів і витрат для формування проводок документами, пов'язаними з реалізацією необоротних активів, запасів і послуг та їх поверненням від покупців.

Довідник «Параметри обліку курсових різниць» містить рахунки обліку доходів і витрат операційних курсових різниць.

Облік доходів і витрат операційної діяльності підприємства здійснюється при відображенні господарських операцій підприємства за допомогою документів програми.

Відображення в обліку доходів від реалізації і собівартості реалізації відбувається при проведенні документів реалізації, до яких відносяться документи «Реалізація товарів і послуг», «Акт про надання виробничих послуг», «Реалізація послуг з переробки», «Звіт про роздрібні продажі», «Прибутковий касовий ордер» з видом операції «Надходження роздрібної виручки», «Передача ОЗ», «Передача НМА», «Покупка-продаж валюти».

Відображення в обліку доходів і витрат звітного періоду відбувається при проведенні документів, до яких відносяться «Вимога-накладна», «Списання товарів», «Надходження товарів і послуг», «Авансовий звіт», «Нарахування зарплати співробітникам організацій», «Закриття місяця» в режимі нарахування амортизації основних засобів та нематеріальних активів, «Списання ОЗ», «Списання НМА», «Оприбуткування товарів» та інших.

Рахунки обліку доходів і витрат та їх аналітика визначаються або в формах документів, або в регістрах «Способи відображення зарплати в регламентованому обліку», «Відображення внесків на ФОП у регламентованому обліку», «Способи відображення витрат по амортизації».

Для визначення фінансового результату операційної діяльності призначений документ «Визначення фінансових результатів», який необхідно формувати в кінці кожного місяця після відображення в обліку всіх доходів і витрат, включаючи витрати по податку на прибуток.

Аналіз доходів і витрат операційної діяльності підприємства здійснюється за допомогою стандартних звітів «Оборотно-сальдова відомість по рахунку», «Обороти рахунку», «Аналіз рахунку», «Картка рахунку», «Аналіз субконто», «Картка субконто» та інші, а також регламентованих бухгалтерських звітів «Баланс (Звіт про фінансовий стан)», «Звіт про фінансові результати (Звіт про сукупний дохід)», «Звіт про рух грошових коштів», «Звіт про власний капітал», «Примітки до річної фінансової звітності» та податкового звіту «Податкова декларація з податку на прибуток підприємств».

Таким чином, програма «1С: Бухгалтерія» містить широкий набір засобів, котрі можуть бути використані для автоматизації задач обліку, оподаткування та аналізу доходів і витрат операційної діяльності підприємств, використання яких суттєво полегшує обліково-аналітичну роботу та підвищує її оперативність і достовірність.

Література:
1. Бенько М.М. Інформаційні системи і технології в обліку: навч. посіб / М.М. Бенько. – К.: Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2006. – 362 с.
2. Інформаційні системи і технології в обліку: Підручник для студентів вищих навчальних закладів. / Ф.Ф. Бутинець, Т.В. Давидюк В.В., Євдокимов, С.Ф. Легенчук. - За ред. Ф.Ф. Бутинця. – 3-тє вид., перероб. і доп. – Житомир: ПП «Рута», 2007. – 468 с.
3. Волинець В.І. Інформаційні технології бухгалтерського обліку. Лабораторний практикум: навч. посіб. / В.І. Волинець, Б.В. Погріщук, Н.В. Гордополова. – 4-е вид., перероб. і доп. – Тернопіль: Крок, 2016. – 244 с.
4. Волинець В.І. Інформаційні системи і технології обліку та аудиту. Практикум: навч. посіб. / В.І. Волинець, Б.В. Погріщук, Н.В. Гордополова. – 3-тє вид., перероб. і доп. – Тернопіль: Крок, 2016. – 285 с.
5. Клименко О.В. Інформаційні системи і технології в обліку: навч. посіб. / О.В. Клименко. – К.: Центр учбової літератури, 2008. – 320 с.
6. Писаревська Т.А. Інформаційні системи обліку та аудиту: навч. посіб. / Т.А. Писаревська. – К.: КНЕУ, 2004. – 369 с.
7. Терещенко Л.О. Інформаційні системи і технології в обліку: навч. посіб. / Л.О. Терещенко, І.І. Матієнко-Зубенко. – К.: КНЕУ, 2004. – 187 с.

Гайдаш Е.С.
Студетка кафедры «Экономики и маркетинга»
Национального технического университута «Харьковского политехнического института»

ОСНОВНЫЕ ФУНКЦИИ РЕКЛАМЫ. ИХ ОСОБЕННОСТИ И ОТЛИЧИЯ

Реклама — особый вид коммуникационной деятельности, который имеет экономическую основу и сопровождает человечество на протяжении всей истории его развития. Реклама – это мощнейший способ влияние на общество, мы рассморим основные функции рекламы, которые влияют на людей и как, определим общую цель рекламы. Существуют четыре универсальные функции, которые выполняет любая реклама:

- Экономическая функция.
- Социальная функция.
- Маркетинговая функция.
- Коммуникационная функция.

1. Экономическая функция. Реклама в своей основе — это, прежде всего, экономическое явление, которое оказывает значительное влияние на субъекты рынка и на участников экономических отношений, воздействуя как на производителей, так и на потребителей. Функция рекламы как экономического инструмента заключается в стимулировании рыночных отношений спроса и предложения, которое производится через предоставление потребительским аудиториям информационных моделей вынесенных на рынок предложений. Рекламная деятельность содействует регулированию спроса и предложения, помогая тем самым достичь гармонии продавцов и покупателей на рынке.

Реклама положительно воздействует на разработку и производство новых видов товаров и услуг, предоставляя эффективные способы информирования потребителей об их появлении.

Реклама обеспечивает потребителей информацией о товаре или услуге, и тем самым помогает им принять лучшее решение о покупке. В свою очередь, производители, при выводе новых товаров или услуг на рынок, используя возможности рекламы, обеспечивают себя эффективными средствами общения с потребителями. Реклама оказывает определенное воздействие на уровень рыночной конкуренции.

2. Социальная функция. Функция рекламы как социальной практики заключается в формировании и закреплении в сознании людей определенных потребительских моделей, ценностей и норм данного общества. Несмотря на то, что сфера рекламы признается достаточно узкой, она оказывает определенное влияние на характер общественных отношений. Рекламная информация, обращенная

к потребителям, помимо собственно рекламирования тех или иных товаров и услуг, воздействует на массовое общественное сознание и общественные отношения в целом.

Реклама способствует формированию определенных стандартов мышления и социального поведения различных общественных групп, а также поддерживает и закрепляет уже существующие традиции и устоявшиеся привычки потребителей, транслирует различным общественным группам предоставляемые обществом человеку материальные, социальные, культурные возможности. Как правило, эти действия соответствуют интересам общества в целом. Это способствует формированию «среднего класса», который в любом обществе выступает основой его стабильности. Однако в отдельных случаях данная функция рекламы может играть деструктивную роль, формируя социальные конфликты.

Реклама воздействует на формирование ценностей и образ жизни человека и становится неотъемлемой частью социально-культурного слоя общества, внося в него свой определенный вклад, однако при этом она не служит формирующим началом общественных ценностей, в отличие от искусства, литературы и религии. Реклама косвенным образом способствует повышению культуры потребления, так как сравнивая различные товары и услуги, потребитель в любом случае стремится получить действительно лучшее.

3. Маркетинговая функция. Функция рекламы как инструмента маркетинга заключается в формировании спроса на товары или услуги и стимулировании их сбыта. Рекламная деятельность в системе рыночных операций рассматривается как комплекс средств неценового стимулирования сбыта продукции и формирования спроса на нее.

Маркетинг принято определять как деятельность, направленную на достижение гармонии продавцов и покупателей на рынке, которая устанавливается посредством взаимовыгодных отношений обмена. Маркетинг имеет место тогда, когда люди для удовлетворения своих потребностей используют обмен — акт получения от кого-либо желаемого объекта с предложением чего-либо взамен. Аудитория потребителей, на которых производитель товаров или услуг направляет свои маркетинговые усилия, образует целевой рынок. Основные элементы структуры маркетинга включают в себя продукт, цену, средства сбыта, а также продвижение, то есть средства коммуникации с потребителями 1. Маркетинговая коммуникация, в свою очередь, подразделяется на четыре коммуникационных инструмента: рекламу, стимулирование сбыта, связи с общественностью, персональные продажи.

Таким образом, реклама является ключевым элементом продвижения товаров или услуг на рынок, а продвижение в свою очередь — элементом комплекса маркетинга. Без рекламы маркетинговые усилия в стремлении вызвать желаемую ответную реакцию со стороны целевого рынка не будут иметь логического завершения, а, следовательно, и желаемой эффективности.

В практике маркетинга основная функция рекламы понимается как побуждение потребителей к покупке рекламируемых товаров или услуг, а использование рекламы определяется ее целями и задачами в зависимости от маркетинговых стратегий рекламодателя и конъюнктуры целевого рынка.

4. Коммуникационная функция. Функция рекламы как инструмента коммуникации заключается в информировании потребителей о товарах и услугах. Реклама представляет собой одну из специфических форм массовой коммуникации, то есть безличностного обмена информацией. Она выполняет соответствующую коммуникационную функцию, которую реализует посредством устоявшихся практик создания и трансляции целевым аудиториям маркетинговой информации — рекламных сообщений. Реклама предоставляет потребителям информационные модели рекламируемых объектов, и связывает тем самым рекламодателей и потребительскую аудиторию на рынке.

Сущность рекламной коммуникации заключается в том, что человек или организация, которых мы называем рекламодателем, передает свое сообщение аудитории, то есть потребителям, с помощью средств массовой информации.

Некоторая информация только тогда становится рекламным сообщением, когда она преобразована в знаково-символическую форму, воспринимаемую аудиторией, и затем доведена до аудитории. В современной теории коммуникации принято использовать базовую модель коммуникационного процесса, которая состоит из следующих последовательных элементов: коммуникатор, сообщение, кодирование, канал, получатель, декодирование.

Рекламодатель, рекламопроизводитель,рекламораспространитель, рекламополучатели. Аудитории рекламополучателей могут быть как глобальными так и локальными

Система рекламной коммуникации предполагает передачу информации в одном направлении, поэтому вслед за получением и декодированием рекламного сообщения рекламополучателями следует реакция аудитории — приятие или непрятие отдельными ее представителями того содержания, которое хотел передать рекламодатель. Эта реакция выражается в изменении психологических или поведенческих характеристик аудитории. Если реклама была рассчитана на прямое действие, например покупку, то реакция аудитории выражается в совершении или не совершении актов покупки. Если же реклама была непрямой, направленной на создание благоприятного представления об объекте рекламирования, то реакция аудитории заключается в изменении ее представлений. Вывод: Механизмы воздействия рекламы сложны и многообразны, а их адекватное рассмотрение, на мой взгляд, возможно лишь в контексте междисциплинарного подхода, включающего экономические, психологические и другие объяснительные схемы. Именно реклама создает прибавочную ценность товаров, расширяет предельную полезность товара и, тем самым, снижает предельную полезность денег. Все эти направления с неизбежностью делают рекламу высокотехнологичной не только в смысле технического обеспечения ее производства, но и высокотехнологичной на уровне постановке задач, проектирования рекламных образов, оценки ее эффективности.

Литература:

1. Ромат Е. В. Реклама. СПб. : Питер, 2007;
2. Марк Тангейт «Всемирная история рекламы»;
3. Боб Гарфилд «10 заповедей рекламы».

Гаркавенко В.О
Студент факультету менеджменту і маркетингу
Національного технічного університету України
«Київський політехнічний інститут імені Ігоря Сікорського»

ПОРІВНЯЛЬНА ХАРАКТЕРИСТИКА НЕОІНСТИТУЦІОНАЛІЗМУ З ТРАДИЦІЙНИМ ІНСТИТУЦІОНАЛІЗМОМ ТА НЕОКЛАСИЧНОЮ ЕКОНОМІЧНОЮ ТЕОРІЄЮ.

Анотація: Освітлено характерні риси неоінституціоналізму, процес його зародження як напряму, порівнюється неоінституціоналізм з традиційним інституціоналізмом і неокласичною теорією.

Ключові слова: традиційний («старий») інституціоналізм, неоінституціоналізм, неокласична теорія, інститути

Актуальність: Аналізуючи становлення сучасної неокласики, потрібно виділити в дослідженні значне місце розгляду її зв'язку та взаємодії з неоінституціоналізмом (новою інституціональною економічною теорією). По-перше, нині інституціоналізм набув значнох популярності як напрям світової економічної думки. По-друге, в сьогоднішніх умовах наявний інтенсивний, але досить проблемний, взаєморозвиток неокласичного напряму і неоінституціоналізму. По-третє, неможливо забезпечити успішну трансформацію української економіки і побудову її соціального орієнтованої ринкової моделі без усебічного критичного освоєння сучасної теорії та практики.

Мета: визначити спільні та відмінні риси традиційного і нового інституціоналізму, дослідити джерела походження неоінституціоналізму і його зв'язок з неокласичною економічною теорією,

Предмет і об'єкт дослідження: традиційний інституціоналізм, неоінституціоналізм і неокласична теорія

Зародження неоінституціоналізму як напряму економічної думки:

Інституціоналізм - напрям в економічній думці, що робить головний акцент на аналізі інститутів. Під інститутами розуміють правила і принципи поводження ("правила гри"), яких дотримуються люди у своїх діях.

Інституціоналізм за своїм змістом є досить різнорідним. Прийнято виділяти "старий інституціоналізм" і "неоінституціоналізм.[1]

Неоінституціоналізм як нова науково-дослідницька програма і школа виник в результаті невдоволеності традиційною економічною теорією, в якій незначне місце виділяється інституційному середовищу.

Появу неоінституціоналізму як напряму пов'язують із опублікуванням статті Р. Коуза «Природа фірми» в 1937 р. Але новий напрям залишався на задвірках економіки аж до середини 1970-х рр. В ці

роки кейнсіанство і неоконсервативна контрреволюція переживала кризу. Це дало можливість неоінституціоналізму привернути увагу до себе і отримати переваги серед інших альтернативних концепцій. Саме в цей період неоінституціоналізм отримує статус оригінального напряму економічної теорії. Спочатку цей новий напрям був поширеним тільки в США, але в 1980-і рр. він поширився за межі США і отримав визнання в Західній Європі, а в першій половині 1990-х рр., коли економіка колишніх соціалістичних країн почала трансформуватися в ринкову, і серед економістів цих країн. Досягнення неоінституціоналізму були гідно оцінені Шведською академією. Два його найвизначніші представники отримали Нобелівські премії з економіки: Р. Коуз (1991) і Д. Норд (1993).

Термін "New InstitutionalEconomice" ("нова інституціональна економічна теорія") започаткував О.І. Вільямсон.

Сучасний інституціоналізм представлений двома основними напрямками: новою інституціональною теорією і неоінституціоналізмом. Нова інституціональна теорія в основному спирається на старий інституціоналізм Т.Веблена, Дж.Коммонса й У.Мітчелла і в остаточному підсумку приходить до повного заперечення неокласики.[2]

Дехто помилково вважає, що неоінституціоналізм (НІЕТ) має прямий зв'язок з традиційним інституціоналізмом, але розглядаючи його зміст і методи можна помітити, що він ближче до неокласичної теорії. Розглянемо докладно зв'язок нової течії із переліченими напрямками.

Порівняння традиційного інституціоналізму і неоінституціоналізму:

Традиційний і неоінституціоналізм мають мінімум спільних рис. Для обох напрямів характерний спільний предмет вивчення: соціальні інститути, які відіграють важливу роль в житті суспільства.

Подібні ознаки:

1) протиставлення неокласичним передумовам аналізу;

2) спроба розповсюдити інституціональний підхід до дослідження тих явищ, які раніше не вважалися "чисто" економічними. Ними більше цікавилися представники інших дисциплін, наприклад, соціології, історії та психології, ніж в економісти;

3) дослідження і пояснення економічних змін здійснюється на основі аналізу соціальних інститутів, а також використання еволюційного методу у вивченні економічних змін, що відбуваються.

Відмінностей між аналізованими школами набагато більше:

1) за методами дослідження. Представники старого інституціоналізму (послідовники Т. Веблена) для дослідження недоліків економіки використовують інші суспільно наукові методи. А для неоінституціоналістів (послідовники Р. Коуза) характерний абсолютно інший спосіб — використання методології неокласики (передусім, апарат сучасної мікроекономіки і теорії ігор) під час дослідження питань інших суспільних наук: політологічних, правових, соціологічних, екологічних та інших;

2) за способом узагальнення. Традиційний інституціоналізм не отримав загального визнання через застосування переважно методу індукції (висновок від конкретного до загального). Неоінституціоналізм використовує дедуктивний метод (від загальних правил неокласики до пояснення конкретних явищ в суспільстві);

3) за об'єктами дослідження. Представники «старого» інституціоналізму найбільше уваги приділяли дії колективів стосовно інтересів індивіда. В новій інституціональній теорії головне місце виділяється незалежному індивідові, який сам за власним бажанням і для власної вигоди і інтересів обирає колективи для членства.

3. Порівняння неоінституціоналізму і неокласичної економічної теорії

Неоінститутуціоналісти вважають неправильним відступ від принципу методологічного індивідуалізму, який був характерний як для неокласиків, так і для представників традиційного інституціоналізму. Значене місце неоінституціоналісти виділяють для дослідження внутрішньої структури економічних агентів - домашніх господарств, фірм і держави, які неокласиками не досліджувалися.

Крім стандартних обмежень, які визначили неокласики (фізичні і технологічні), представники нового інституціоналізму виводять ще один новий вид обмежень, пов'язаний з трансакційними витратами. Неоінституціоналісти впевнені, що виокремлення такого виду обмежень вплине на пояснення процесів у суспільстві.

Новий інституціоналізм сфокусувався на мотивації людської поведінки. Якщо неокласики зосереджені на фінальному результаті, то неоінстітуціоналісти аналізують те, що призведе до

результатуу. Найважливішими поведінковими передумовами цього процесу є обмежена раціональність і опортуністична поведінка.

З одного боку, неоінституціоналісти позитивно оцінюють зосередженість неокласиків на алокативній ефективності та ортодоксальний неокласичний підхід, який допомагає визначити чинники, що впливають на економічну ефективність в ідеально-типових умовах досконалої інформації та передбачення, досить виразно показати роль відносних цін у прийнятті економічних рішень.

З іншого боку, нові інституціоналісти критикують те, що неокласики не приділяють увагу інститутам. Тоді як самі впевнені, що інститути мають значну роль для економіки, не можна ними нехтувати.

4. Висновки:

Науковці виділяють дві течії сучасного інституціоналізму: неоінституціоналізм та нова інституціональна теорія. Неоінституціоналізм помилково пов'язують з «старим інституціоналізмом». Методологічно та за змістом неоінституціоналізм ближче до неокласичної теорії. А нова інституціональна теорія спирається на традиційний інституціоналізм.

Неоінституціональна економічна теорія дозволила досягти, принаймні, двох істотних наукових результатів. По-перше, був відновлений авторитет неокласики, який похитнувся, і показано, що правильне застосування неокласичного інструментарію допомагає успішно переборювати абстрактність і удавану "відірваність від життя" даної теорії. По-друге, були розроблені економічні методи соціального аналізу, що з успіхом застосовуються в інших суспільних науках (це проникнення в суміжні соціальні галузі привело до явища "економічного імперіалізму").

Таким чином, неоінституціональна економічна теорія – це якісно новий етап у розвитку неокласичної традиції. Вона переборює багато обмежень, властивих колишнім неокласичним моделям, і одночасно поширює принципи мікроекономічного аналізу на різноманітні соціальні інститути

Список літератури:

1. Економічний розвиток України: інституціональне та ресурсне забезпечення: монографія/ О.М. Алимов, А.І. Даниленко, В.М. Трегобчуктаін. – К.: Об'єднаний ін-т економіки НАН України, 2005. –540 с.

2. Чаусовський О. М. Економічні інститути: зміст і реформування у транзитивній економіці : дис. канд. ек. наук : 08.01.01 / Чаусовський Олександр Михайлович – Донецьк, 2003. – 56 с.

Гетьман Є. М.
аспірант кафедри фінансів і кредиту
Інституту банківських технологій та бізнесу
Державного вищого навчального закладу «Університет банківської справи»

ОСОБЛИВОСТІ ДІЯЛЬНОСТІ ДЕРЖАВНИХ ЦІЛЬОВИХ ФОНДІВ ЯК ОДНІЄЇ З ФОРМ ФІНАНСУВАННЯ ДЕРЖАВНИХ ЦІЛЬОВИХ ПРОГРАМ

Державний бюджет є основним централізованим фондом фінансових ресурсів держави. Його кошти є знеособленими і забезпечують реалізацію функцій держави, у тому числі через фінансування державних цільових програм. Проте, у держави можуть бути певні потреби, які мають особливе значення і тому повинні мати відповідне гарантоване фінансове забезпечення, що є підставою для створення державних фондів цільового призначення. Цільові фонди необхідні для фінансування пріоритетних напрямів соціально-економічних завдань держави та органів місцевого самоврядування, зокрема, для фінансування державних цільових програм. Тому, дослідження особливостей діяльності державних цільових фондів як однієї з форм фінансування державних цільових програм набуло першочергового значення.

Проте, необхідно зазначити, що незважаючи на значну кількість наукових праць та істотні досягнення в цій галузі, низка питань теоретико-методичного та практичного характеру щодо дослідження особливостей діяльності державних цільових фондів як однієї з форм фінансування державних цільових програм залишаються остаточно не розв'язаними, дискусійними, потребують уточнень та подальшого розвитку.

В сучасних умовах розвитку незалежної України значення державних цільових фондів значно зростає, так як існування одного централізованого фонду грошових ресурсів недостатнє для задоволення всіх державних потреб. У органів державної влади і управління, що формують цільові фонди, з'являються додаткові джерела фінансування своїх потреб понад бюджетні кошти та з'являється можливість з більшою ефективністю проводити контрольну роботу за цільовим використанням державних коштів. Також, при наявності перевищення доходів над видатками цільових фондів кошти можуть бути використані для покриття бюджетного дефіциту.

На відміну від бюджету, що виступає централізованим публічним фондом коштів, але при цьому не характеризується виключно метою спрямування власних ресурсів, які йдуть загалом на задоволення суспільних потреб у поточному бюджетному періоді, державні цільові фонди утворюють особливу ланку фінансової системи держави. Вони, як правило, мають конкретне цільове призначення та визначену в законодавстві самостійність. Характерною рисою державних цільових фондів є чітко визначені джерела формування і напрями використання коштів. Створення таких фондів визначається конкретними потребами, що стоять перед державою, тому відрізняють як їх склад, так і вирішення питання щодо включення до бюджету [1, 2].

Державні цільові фонди – це форма перерозподілу й використання фінансових ресурсів, що залучаються державою для фінансування суспільних потреб з визначених джерел, які мають цільове призначення [3]. Це, у загальному, державні цільові програми соціального розвитку, стабілізації грошово-кредитної системи, структурної перебудови економіки (конверсія, інноваційна діяльність), будівництва й експлуатації певних об'єктів (автомобільних доріг загального користування, мостів, аеропортів тощо), сприяння раціональному використанню природних ресурсів та охорони природного середовищ), створення належних умов праці (охорона праці, захист інвалідів) та ін. Такі фонди формуються на загальнодержавному і місцевому рівнях.

Державні фонди цільового призначення створюються на основі відповідних законодавчих актів вищих органів влади, якими регламентується їх діяльність, вказуються джерела формування, визначаються порядок та напрямки використання коштів, що ними залучені.

Загальнодержавні цільові фонди – це фонди, які створюються на загальнодержавному рівні з метою фінансування загальнодержавних програм. Загальнодержавні цільові фонди мають свої територіальні відділення і передають частину коштів у розпорядження територіальних владних структур. [4].

Утворення державних цільових фондів відбувається або шляхом відокремлення видатків Державного бюджету на певні цілі, що мають першочергове значення для країни в даний момент, або через формування спеціальних фондів, які мають самостійні джерела доходів.

Джерела формування державних цільових фондів визначаються характером і масштабністю завдань, для реалізації яких вони створені. Джерела фінансування коштів державних цільових фондів можуть бути відносно стабільні, і тимчасові. На їхню величину впливає економічний і фінансовий стан держави на тому чи іншому етапі розвитку. До державних цільових фондів мобілізуються доходи тільки за рахунок надходжень, визначених законодавством країни. До основних джерел фінансування державних цільових фондів в Україні належать [5]:

— обов'язкові відрахування юридичних і фізичних осіб до складу доходів фондів;

— обов'язкові внески коштів визначеними категоріями юридичних та фізичних осіб для цільового їх використання;

— цільові бюджетні виплати;

— доходи, що одержують фонди від розміщення тимчасово вільних коштів у комерційних банках;

— надходження, які одержують фонди у вигляді дивідендів і процентів, нарахованих на цінні папери та корпоративні права, придбані в попередні періоди;

— грошові кошти, які одержують фонди від продажу цінних паперів та корпоративних прав у процесі формування і використання інвестиційного портфеля фонду;

— погашення позик, які надавалися фондом юридичним та фізичним особам у попередні періоди;

— одержання кредитів та позик фондом;

— добровільні та благочинні внески коштів юридичними і фізичними особами до фондів;

— прибутки від комерційної діяльності, яку здійснює фонд як юридична особа;

— суми фінансових санкцій, які згідно із законодавством застосовуються до осіб, що порушують умови здійснення обов'язкових зборів та платежів (якщо стягнення таких санкцій передбачено чинним законодавством).

Державні цільові фонди призначено, зокрема, для пом'якшення кризових явищ у суспільстві, в тому числі в економіці, шляхом перерозподілу фінансових ресурсів, які залучаються органами центральної та місцевої влади, в основному для фінансування державних цільових програм [6].

Отже, за рахунок ресурсів державних цільових фондів задовольняється публічний інтерес і виконуються функції держави. Через такі фонди здійснюється рух коштів, що складаються з публічних фінансів держави та фінансів суспільного (соціального призначення). Тому, саме державні цільові фонди дають можливість додатково залучити ресурси для виконання державою своїх функцій, зокрема, реалізації державних цільових програм.

Література:

1. Савченко К.В. Державні фонди цільового призначення в контексті реалізації стабілізаційної політики [Текст] / К.В. Савченко // Механізм регулювання економіки. - 2012. - № 2. - С. 162–166.

2. Токарєва К.О. Принципи функціонування публічних фондів коштів [Текст] / К.О. Токарєва // Право і суспільство. – 2014. - №5. – С 177-184.

3. Волосович С. Державні цільові фонди в системі публічних фінансів [Текст] / С. Волосович // Вісник Київського національного торговельно-економічного університету. - 2016. - № 4. - С. 129–137.

4. Волосович С. Державні цільові фонди у системі реалізації економічних програм [Текст] / С. Волосович // Вісник Київського національного торговельно-економічного університету. - 2014. - № 6. - С. 84–94.

5. Бюджетний кодекс України від 08.07.2010 № 2456-VI [Електронний ресурс] // Урядовий портал: [сайт]. – Режим доступу: http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/2456-17 – Назва з екрана.

6. Тулянцева В. А. Правовий режим державних позабюджетних цільових фондів в Україні [Текст] / В. А. Тулянцева // Вісник Академії митної служби України. Сер. : Право. - 2012. - № 1. - С. 80-87.

Глушенкова А.А.
К.г.н., доцент кафедри менеджменту
Державного університету телекомунікацій

ІННОВАЦІЙНА ДІЯЛЬНІСТЬ ТЕЛЕКОМУНІКАЦІЙНИХ ПІДПРИЄМСТВ УКРАЇНИ: ОСНОВНІ ТЕНДЕНЦІЇ

Телекомунікаційна галузь є однією з галузей господарства України і світу, розвиток яких характеризується значною динамічністю. Дослідження тенденцій розвитку телекомунікаційних підприємств в усьому світі свідчать про можливість настання переломного моменту у їх діяльності за рахунок впровадження інновацій.

За останнє десятиліття телекомунікаційна галузь переживала серйозні зміни, які, в першу чергу, характеризувалися підвищеним попитом на "мережеву економіку", появою інноваційних послуг і бізнес-моделей, які сприяли зростанню конкуренції в галузі.

Вихід на ринок нових інноваційних технологій потребує від телекомунікаційних підприємств пошуку нових моделей ведення бізнесу та конкурентної боротьби, які неможливо уявити без аналізу динамічного навколишнього середовища.

На сьогодні через мережі телекомунікаційних підприємств проходить величезний потік даних. Значною проблемою для багатьох телекомунікаційних підприємств є питання монетизації даних, що проходять через їх мережі. Задля збереження та розширення клієнтської бази телекомунікаційні підприємства повинні надавати широкий спектр послуг своїм клієнтам, щоб втримати їх. Крім того важливим питанням є можливість реінвестування в оновлення мережі та цифрові інновації.

Розширення портфеля продуктів відкриває великий потенціал для розвитку пропозиції та попиту на ринку телекомунікаційних послуг. Тепер можна говорити про те, що результати технологічних інновацій в сфері мікроелектроніки і комунікацій стали причиною збільшення складності і диференціації системи телекомунікацій.

В останні п'ять років в Україні спостерігається стійка тенденція до збільшення обсягу наданих сферою телекомунікацій та інформатизації послуг у фактичних цінах в гривні. Також поступово збільшується частка телекомунікацій та інформації в ВВП України. Так, за даними Державної служби

статистики, в 2010 році вона склала 3,06%, а в 2016 - 3,78%. Спираючись на проведені дослідження, можна спрогнозувати зростання частки сфери телекомунікацій та інформації в 2017 р, при збереженні існуючих тенденцій, до 3,85% від ВВП України.

На жаль, в Україні інноваційна діяльність знаходиться в поганому стані. У 2015р. загальний обсяг внутрішніх витрат на виконання наукових та науково-технічних робіт власними силами організацій склав 12,22 млрд. грн., що становить 0,62% ВВП. Для порівняння, в США було витрачено 485 млрд. Доларів США, що становить 2,78% від ВВП, в Південній Кореї - 64,3 млрд. Доларів (3,6% ВВП), в Японії - 143,64 (3,4 % ВВП).

Проаналізувавши динаміку інноваційної активності підприємств України, можна визначити тенденцію до збільшення загального обсягу витрат на інноваційну діяльність. В структурі витрат тенденцію до збільшення мають витрати на дослідження та розробки, а також витрати на придбання машин обладнання та програмного забезпечення.

Крім того в останні десять років прослідковується позитивна тенденція до збільшення частки інноваційно активних підприємств. Так, у 2006 р. вона складала 11,2%, а у 2016 - 18,9%.

Якщо існуюча тенденція збережеться, можна спрогнозувати зростання частки інноваційно активних підприємств до 19,8 % у 2018 р.

Варто зазначити про наявність в Україні факторів, які перешкоджають веденню ефективної інноваційної діяльності телекомунікаційними підприємствами. Це недоліки патентно-ліцензійного, антимонопольного, податкового законодавства; зниження рівня купівельної спроможності населення; системні кризові явища в економіці країни; низький рівень взаємодії науки і бізнесу. Одна з головних проблем запуску мереж нового покоління в Україні - брак частотного ресурсу. Тривалий час частоти розподілялися хаотично і в результаті виявилося, що у різних компаній знаходяться нерівноцінні смуги в різних діапазонах. Необхідним є також розвиток інфраструктури інноваційної діяльності, включаючи систему інформаційного забезпечення, систему експертизи, фінансово-економічну систему, виробничо-технологічну підтримку, систему сертифікації і просування розробок, систему підготовки та перепідготовки кадрів. Причиною відставання України в інноваційних розробках є слабка інфраструктура інноваційної діяльності, відсутність мотивацій товаровиробників до реалізації нововведення як способу конкурентної боротьби.

Література

1. Breakthrough products and services with lead user research / Joan Churchill, Eric von Hippel, Mary Sonnack – 2009. – 162 p.

2. Technology, Media and Telecommunications Pradictions [Електронный ресурс]/ Deloitte, 2017 – Режим доступа: https://www2.deloitte.com/global/en/pages/technology-media-and-telecommunications/articles/tmt-predictions.html

3. Telecommunications Trends By Bahjat el-Darwiche, Pierre Péladeau, Christine Rupp, and Florian Groene 2017 [Електронный ресурс] / Режим доступа: https://www.strategyand.pwc.com/trend/2017-telecommunications-industry-trends

4. Кастельс М. Информационная эпоха: экономика, общество и культура / М. Кастельс : пер. с англ. ; под ред. О. И. Шкаратана. — М. : ГУ ВШЭ, 2000. — 608 с.

5. Наукова та інноваційна діяльність в Україні. Статистичний збірник / Державна служба статистики України – К., 2016 – 255 с.

6. Стан і розвиток зв'язку України за І півріччя 2017 року: Статистичний бюлетень / К.: Державна служба статистики України – 2017 – 27 с.

Громова А.Є., *асистент*
Пивовар В.В.
здобувач освітнього ступеня «бакалавр»
Вінницький торговельно-економічний інститут КНТЕУ

ІНВЕСТИЦІЙНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ВАЖКОЇ ПРОМИСЛОВОСТІ В УКРАЇНІ

Сучасний етап розвитку економіки в країні характеризується підвищенням уваги до інвестицій та інвестиційної діяльності як чинників стрімкого економічного зростання не тільки окремих підприємств, а й

країни в цілому. Проблеми досягнення стабільного розвитку важкої промисловості, як однієї з провідних галузей національної економіки, що забезпечує економічне зростання країни, стають ключовими. Важливе місце у вирішенні даної проблеми відводиться саме інвестиціям, оскільки вони зумовлюють напрями та інтенсивність розвитку підприємств. Саме за рахунок динамічного зростання інвестицій у нові конкурентоздатні виробництва, здійснюється економічне зростання, технологічна модернізація, і на цій основі підвищуються кількісні і якісні показники діяльності підприємств важкої промисловості.

Проблеми інвестування в промисловість України досліджені вітчизняними науковцями, серед яких: В. Сазонов, І. Бланк, Л. Бровко, С. Буткевич, М. Дем'яненко, М. Кисіль, І. Лукінов, А. Музиченко, А. Пересада, В. Просяник, А. Чупіс, О. Шеремета, О. Шпичак, В. Юрчишин та ін.

Інвестиційна діяльність представляє собою процес вкладення інвестицій, а саме грошових коштів, матеріальних ресурсів, інтелектуальних ресурсів у різні сфери економіки з метою отримання прибутку в подальшому [3 с. 7].

Інвестиції можуть бути спрямовані як на зовнішнє, так і на внутрішнє середовище. Внутрішнє інвестування спрямоване переважно на збільшення капіталовкладень, збільшення засобів праці, забезпечення капіталовкладеннями прогресивних напрямів науково-технічного прогресу. Зовнішнє інвестування спрямоване переважно на підвищення життєвого рівня життя населення та формування попиту на промислову продукцію, зростання обсягів капітальних вкладень на будівництво житла працівникам, медичне обслуговування та страхування, зміну галузевої структури капіталовкладень; збалансованість інвестиційного циклу [5 с.94].

У 2016 р. в рейтингу інвестиційної привабливості світових економік Україна посіла 130-е місце, тоді як роком раніше наша країна посідала 89-е місце, таким чином, за рік в даному рейтингу вона опустилась на 41 позицію. Основними причинами даного зниження в індексі, який є одним із головних показників розвитку країни, названо політичну нестабільність, тотальну корупцію, високу інфляцію, недоступність дешевих і довгострокових кредитів, високий рівень злочинності, поганий стан здоров'я громадян, малоосвічену робочу силу.

Огляд інвестиційної діяльності України на сьогоднішній день показав, що в 3 кварталі 2017 року інвестиції зросли на 59 % порівняно з попереднім роком за аналогічний період. Найбільший внесок в капітальні інвестиції зробило сільське господарство, де капітальні інвестиції збільшилися на 63 %, а також, промисловість, нерухомість та торгівля. А от інвестиції в секторі «інформації та телекомунікації» знизилися на 54 %, що пов'язано з продажом у минулому році оператором мобільного зв'язку ліцензії на використання 3G часток [1].

Крім того, у розвиток промисловості України спрямовано 87180,8 млн. грн. капітальних інвестицій, обсяг яких збільшився в порівнянні з 2015 роком на 4%. Розглянемо динаміку капітальних інвестиції за видами промислової діяльності за 2015-2017 рр. (табл. 1.).

Наведені статистичні дані визначають стабільність у зацікавленні добувною промисловістю (зросли на 24%), переробкою (зросли на 6%), виробництво хімічних речовин (зросли на 25%) і енергопостачанням (зросли на 60%).

Таблиця 1

Капітальні інвестиції за видами промислової діяльності за 2015- 2017 рр., млн. грн. [2]

№ з/п	Показники	2015 р.	2016 р.	2017 р. січень-вересень
1.	Промисловість	84168,0	108635,2	87180,8
2.	Добувна промисловість і розроблення кар'єрів	17246,3	21740,0	21442,1
3.	Переробна промисловість	44563,1	55002,2	47244,2
4.	Виробництво харчових продуктів, напоїв та тютюнових виробів	12653,0	16938,5	12761,8
5.	Текстильне виробництво, виробництво одягу, шкіри виробів з шкіри та інших матеріалів	916,1	1695,3	1083,4
6.	Виготовлення виробів з деревини, виробництво паперу та поліграфічна діяльність	3542,2	3581,1	4459,4
7.	Виробництво коксу та продуктів нафтоперероблення	671,2	734,9	423,9

8.	Виробництво хімічних речовин і хімічної продукції	1830,7	1655,5	2292,4
9.	Виробництво основних фармацевтичних продуктів і фармацевтичних препаратів	1628,6	1669,3	1203,5
10.	Виробництво гумових і пластмасових виробів, іншої неметалевої мінеральної продукції	3560,5	5857,0	5975,6
11.	Металургійне виробництво, виробництво готових металевих виробів, крім машин та устаткування	12503,4	14341,4	10795,7
12.	Виробництво комп'ютерів, електронної та оптичної продукції	383,8	621,4	463,5
13.	Виробництво електричного устаткування	768,9	1125,3	1226,5
14.	Виробництво машин та устаткування не віднесених до інших угрупувань	1879,6	2215,4	1963,5
15.	Виробництво автотранспортних засобів, причепів і напівпричепів та інших транспортних засобів	3261,4	3203,9	3222,2
16.	Виробництво меблів,іншої продукції, ремонт і монтаж машин та устаткування	963,7	1363,2	1372,8
17.	Постачання електроенергії, газу, пари та кондиційованого повітря	21039,9	29885,7	16998,0
18.	Водопостачання; каналізація, поводження з відходами	1318,7	2007,3	1496,5

Водночас виявляється цікавість до таких видів промислового виробництва, як гумова (зросли на 68%), деревообробка (зросли на 26%) та виробництво меблів та устаткування (зросли на 42%). Такий перерозподіл інтересів вимагає швидкого законодавчого реагування та регулювання системи оподаткування за видами економічної діяльності. Такі заходи можна вживати як на загальнодержавному рівні, так і на рівні областей в межах регіонального самоврядування [4 с.113].

Отже, пріоритети інвестиційного забезпечення структурних зрушень у промисловості повинні визначатися на основні стратегії розвитку промисловості, де мають бути окреслені напрями: реструктуризації промисловості з урахуванням національних інтересів та конкурентних переваг; зниження енергоємності виробництва; зниження залежності промисловості від кон'юнктури світових ринків; розвитку міжнародного співробітництва на основі комерціалізації нематеріальних активів і кооперації у важливих для України сферах (космічній галузі, авіабудуванні, суднобудуванні, автомобілебудуванні, оборонно-промисловому комплексі, індустрії інформаційно-комунікаційних технологій); створення потужних оргструктур, здатних акумулювати інвестиційні ресурси, генерувати радикальні нововведення, створювати замкнені цикли виробництва, налагоджувати кооперацію на регіональному, державному і міжнародному рівнях.

Література:

1. Капітальні інвестиції в економіку України зросли на третину [Електронний ресурс]. – Режим доступу: https://www.ukrinform.ua

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

3. Сазонов С. П. Основы управления инвестиционными проектами: учеб. Пособие / С. П. Сазонов, А. И. Гончаров, М. В. Гончарова, Е. Е. Сидорова, И. А. Чеховская, П. П. Журов; под ред. С. П. Сазонова / ВолгГТУ. – Волгоград, 2010. – 72 с.

4. Раєвнєва О.В. Статистична оцінка інвестиційної активності в Україні / О.В. Раєвнєва, Л.В. Гриневич//Бізнес Інформ.–2016.–№7.–С. 111-114.

5. Ященко Т.В. Підлісна О.А. Інвестиції в промисловість України / Т. В. Ященко, О. А. Підлісна // Сучасні проблеми економіки і підприємництво. – 2016. – 17. – С. 93-97

Домбровська В.В.
студентка факультету обліку та аудиту
Вінницький національний аграрний університет

СУТНІСТЬ СТРАТЕГІЧНОГО УПРАВЛІНСЬКОГО ОБЛІКУ

Сьогоднішній динамічний розвиток світової економіки вимагає розробки нових інструментів, методів та принципів управління для найповнішої адаптації підприємств до мінливого конкурентного середовища. Сучасні підприємства вже не мають можливості рухатися у своєму розвитку шляхом спроб і помилок, бо конкурентоспроможними можуть стати тільки ті підприємства, які готові до інноваційних змін і мають добре організовану систему стратегічного планування та управління.

Управлінський обік ХХ ст. був спрямований на внутрішньогосподарське управління, і використовує зовнішню та внутрішню інформацію, і не тільки забезпечує потреби виробництва маркетингу, досліджень, розробок, а й передбачає діяльність з урахуванням довгострокових цілей, використовує методи отримання інформації про вирішальні чинники успіху, такі як: інновації, якість, час, що використовуються з метою стратегії розвитку підприємства.[5]

Різні автори по–різному трактують сутність стратегічного управлінського обліку, а саме К. Уорд дає визначення: «Стратегічний управлінський облік покликай бути системою обгрунтування управлінських рішень, тобто він повинен забезпечити необхідність інформацією певних менеджерів компанії, відповідальних за прийняття стратегічних управлінських рішень» [4,с.15]. У праці Б. Райана стратегічний управлінський облік – це певне поєднання управлінського обліку із системами фінансової звітності, зорієнтоване на прийняття стратегічних рішень[3]. С. Голов трактує у своєму виданні, що « стратегічний управлінський облік – це система управлінського обліку, спрямована на прийняття стратегічних управлінських рішень» [2,с.508].

Стратегічний управлінський облік – це інформаційна підтримка управління, що полягає в забезпеченні менеджерів підприємства всією інформацією, необхідною для управління і контролю за розвитком підприємства в інтересах його власників та інших зацікавлених партнерських груп (кредиторів, клієнтів, постачальників, персоналу, уряду і суспільства). Реальна система стратегічного управлінського обліку викликана через оцінки критичних чинників успіху підприємства, аналіз конкурентів, розуміння їх можливих альтернативних стратегій допомогти компанії у визначенні її власної стратегії.

Метою стратегічного управлінського обліку є забезпечення керівництва всією інформацією, необхідною для управління і контролю за розвитком підприємства в інтересах його власників та інших зацікавлених партнерських груп (постачальників, кредиторів, персоналу) .

Предметом стратегічного управлінського обліку є господарська діяльність підприємства та її розвиток у перспективі.

Об’єкти стратегічного управлінського обліку – це окремі види та напрямки діяльності підприємства, центри відповідальності, бюджети та довгострокові плани, зовнішнє середовище.

Основні завдання стратегічного обліку [1]:

- стратегічне планування;
- визначення критичних показників стратегічних планів;
- визначення вузьких і пошук слабких місць управлінських рішень;
- визначення основних підконтрольних показників відповідно до стратегічних цілей;
- порівняння планових і фактичних значень підколених показників з метою виявлення причин і наслідків даних відхилень;
- аналіз впливу відхилень на виконання стратегічних планів.

Для більше глибокого розуміння сутності стратегічного обліку розглянемо порівняння управлінського та стратегічного управлінського обліку, що наведено у таблиці 1.

Порівняння управлінського та стратегічно управлінського обліку

Таблиця 1

Критерій порівняння	Стратегічний облік	Управлінський облік
Мета	Забезпечення функціонування підприємства, особливо в кризових умовах; проведення антикризової політики; підтримка потенціалу економічного розвитку	Забезпечення прибутковості і ліквідації підприємства
Завдання	Участь у встановленні і реалізації стратегічних цілей підприємства	Управління в процесі планування і розробки бюджетів (поточне і оперативне планування)
	Відповідальність за стратегічне планування	Визначення вузьких і пошук слабких місць при тактичному управління діяльністю підприємства
	Розробка альтернативних стратегій розвитку підприємства	Визначення усієї сукупності підконтрольних показників відповідно до встановлених поточних цілей
Функціональна приналежність	- планування та координація управлінських рішень, що визначають розвиток підприємства на тривалий період; розробка самостійних систем аналітичних розрахунків і взаємозумовлених планових показників	- інформаційне забезпечення; - контроль і регулювання; - оцінка результатів раніше прийнятих управлінських рішень і відповідальність за їх виконання
Орієнтація	Зовнішнє та внутрішнє середовище підприємства	Економічна ефективність і рентабельність діяльності підприємства

Отже, стратегічний управлінський обліку - це інформаційна підтримка управління, що полягає в забезпеченні менеджерів підприємства, необхідної для управління і контролю за розвитком підприємства в інтересах його власників та інших зацікавлених груп (кредиторів, постачальників, клієнтів).

Для менеджерів не має особливого значення, в якій системі виникла інформація, а значно важніше, щоб вона була корисною для прийняття оптимальних управлінських рішень. Стратегічний управлінський облік повинен забезпечувати керівництво підприємства інформацією, яка допоможе підприємству досягти, а потім підтримувати стратегічну позицію на ринку стосовно конкурентів.

Література:

1. Вахрушина М.А.Стратегический управленческий учет: полный курс МВА/М.А. Вахрушина, М.И. Сидорова, Л.И. Борисова. – М:Рид Групп 2011.-192 с.

2. Голов С.Ф. Управлінський облік / С.Ф. Голов, 2006-704 с.

3. Райан Б. Стратегический учет для руководителей / Б. Райан, 1998 – 616 с.

4. Уорд К. Стратегический управленческий учет/ К. Уорд,2002 – 448 с.

5. Чуприна Л.В. Сутність та методичні засади стратегічного управлінського обліку в системі управління підприємством / Л.В. Чуприна // Вісник Нац. техн. ун – ту « ХПІ» - Харків – 2015, 98-101 с.

Дубровіна К.В., *студентка*
Іванов Р.В.
кандидат фізико-математичних наук, доцент, завідувач кафедри економічної кібернетики
Волкова В.В.
кандидат економічних наук, доцент кафедри економічної кібернетики
Дніпровського національного університету ім. О. Гончара

МОДЕЛЮВАННЯ СТРАТЕГІЇ МОДЕРНІЗАЦІЇ ГАЛУЗІ НА ОЛІГОПОЛІСТИЧНОМУ РИНКУ

В Україні на сьогоднішній день олігополістичні ринки досить поширені. Вони характеризуються невеликою кількістю гравців, які контролюють значну долю ринку, високими бар'єрами входу у галузь, можливістю цінової змови. Для оцінки рівня концентрації підприємств у галузі можна застосувати

індекс Херфіндаля-Хіршмана (HHI), який являє собою суму квадратів ринкових долей компаній певної галузі і розраховується за наступною формулою [1, с.168-169]:

$$HHI = \sum_{i=1}^{N} s_i^2 \quad (1)$$

де si – ринкова доля компанії, а N – кількість компаній на ринку.

Індекс приймає значення від 0, що відповідає ринку досконалої конкуренції, до 10000, що свідчить про наявність чистої монополії. При цьому, показники до 1000 означають низьку концентрацію ринку, від 1000 до 1800 – середню, більше 1800 – високу [1, с. 171]. Останній випадок характеризує олігополію.

Станом на 2015 рік 19% українських компаній працювали на висококонцентрованих ринках, 46% – в умовах середньої концентрації, а ще 17% – низької. Решта припадала на природні монополії. При цьому, за даними Антимонопольного комітету, в України олігополізованими були 16% ринків [3].

Таким чином, за показником концентрації до олігополістичних галузей відносились наступні: видобування і переробка нафти (значення HHI – 3775), авіаперевезення (3417), тютюнова промисловість (3233), видобування газу (3221), телекомунікації (2443), автомобільна промисловість (2383), роздрібна торгівля паливом (2315), виробництво безалкогольних напоїв (2211), кондитерських виробів (2190), пива (2117), будівництво споруд (1901), горілчана (1855) та коксохімічна (1803) промисловість [3].

В сучасному світі виживання організації в жорстких умовах ринку неможливе без формування стратегії розвитку. Будь-який розвиток передбачає впровадження нововведень, тобто внесення змін інноваційного характеру. Проте, враховуючи обмежену місткість ринку, переваги, які отримає підприємство внаслідок цих змін, стануть причиною втрат його конкурентів. Оскільки на олігополістичному ринку фірми взаємопов'язані та змушені реагувати на дії одна одної, виникає проблема визначення оптимальної стратегії, якої доцільно дотримуватись фірмі під час проведення модернізації.

Модель визначення стратегії модернізації галузі на олігополістичному ринку наведена в [2] та заснована на підході Курно, за якого n фірм конкурують за обсягом випуску однорідної продукції.

Модернізація галузі проводиться у три етапи. На першому етапі всі підприємства галузі працюють згідно старої технології, проте одна фірма – інноватор – витрачає ресурси на розробку та впровадження нової, яку використовує на другому етапі, скорочуючи свої витрати та збільшуючи прибуток. Його конкуренти – переслідувачі – на цьому етапі використовують стару технологію та витрачають менші кошти на модернізацію виробництва, завдяки попереднім знанням про технологію з прикладу інноватора. На третьому етапі всі підприємства використовують нову технологію зі зниженими питомими витратами на виробництво та отримують високі прибутки.

Критерієм обрання однієї чи іншої стратегії буде перевищення чистого дисконтованого доходу інноватора за весь період проведення модернізації над аналогічним показником кожного з переслідувачей. Якщо цей показник більше нуля, фірмі доцільно дотримуватися стратегії інноватора, в іншому випадку краще не ризикувати та дочекатись, поки конкурент виведе новий товар на ринок.

Нехай час проведення модернізації галузі – T, розіб'ємо його на три проміжки з відмінними станами економічної рівноваги конкурентів внаслідок різних сполучень використання старої і нової технологій.

Обернена функція попиту буде мати вигляд:

$$P_t(Q_t) = aQ^{-1/E}, t = 1, \dots, T, \quad (2)$$

де Pt – ціна продукції, Qt – галузевий випуск в періоді t, a – параметр, ціна продукції за одиничного обсягу випуску, E – еластичність попиту за ціною.

Тоді галузевий випуск визначається сумою випусків олігополістів:

$$Q_t = \sum_{j=1}^{n} q_{jt}, j = 1, \dots, n, t = 1, \dots, T, \quad (3)$$

де qjt – обсяг виробництва підприємства j у період t, n – кількість підприємств у галузі.

Операційні виробничі витрати кожного виробника j у кожному періоді t складаються з постійної та змінної частини:

$$c_{jt}(q_{jt}) = VC_{jt} + FC_{jt}, j = 1, \dots, n, t = 1, \dots, T, \quad (4)$$

де VCjt – змінні витрати, FCjt – постійні витрати,

В свою чергу змінні витрати є функцією від обсягу виробництва:

$$VC_{jt} = b_{jt} q_{jt}^{\alpha_{jt}}, j = 1, \dots, n, t = 1, \dots, T, \quad (5)$$

де bjt – змінні витрати за одиничного обсягу випуску, αjt – еластичність змінних витрат за обсягом випуску.

Змінні витрати мають постійну еластичність за обсягом випуску.

Загалом функція операційних витрат, що залежать від обсягу випуску, має вигляд:

$$c_{jt}(q_{jt}) = b_{jt}q_{jt}^{\alpha_{jt}} + FC_{jt}, j = 1, \dots, n, t = 1, \dots, T, \quad (6)$$

Фірми обирають обсяг виробництва з урахуванням випусків конкурентів, маючи на меті максимізувати свій прибуток – πjt – за кожен період часу, при операційних витратах, рівних cjt.

$$\pi_{jt} = P_t(Q_t)q_{jt} - c_{jt}(q_{jt}) = aQ_t^{-\frac{1}{E}}q_{jt} - \left(b_{jt}q_{jt}^{\alpha_{jt}} + FC_{jt}\right), \quad (7)$$

де $j = 1, \dots, n, t = 1, \dots, T$.

Таким чином, економіко-математична модель задачі формування стратегії модернізації олігополістичної галузі з використанням підходу Курно має вигляд:

$$\begin{cases} \pi_{1t} = P_t(Q_t)q_{1t} - c_{1t}(q_{1t}) \to max, \\ \pi_{jt} = P_t(Q_t)q_{jt} - c_{jt}(q_{jt}) \to max, \\ \pi_{nt} = P_t(Q_t)q_{nt} - c_{nt}(q_{nt}) \to max, \end{cases} \quad (8)$$

за умов $c_{jt}(q_{jt}) = b_{jt}q_{jt}^{\alpha_{jt}} + FC_{jt}$,

де $P_t(Q_t) = aQ^{-1/E}$, $Q_t = \sum_{j=1}^{n} q_{jt}, j = 1, \dots, n, t = 1, \dots, T$.

Задача полягає у знаходженні обсягу виробництва кожної з фірм для трьох етапів модернізації галузі в умовах максимізації прибутку конкурентів.

Отже, на сьогоднішній день проведення інноваційних заходів є необхідним для забезпечення економічної успішності компанії. Зміст цих заходів визначається стратегією модернізації, яку фірма обирає на основі проведення аналізу ринку та інформації про реальний стан і потенційні можливості своєї організації. Застосування економіко-математичних моделей дозволить фірмі обрати стратегію, яка дасть їй змогу здобути перевагу над конкурентами за умови максимізації економічного результату.

Література:

1. Гальперин В.М., Игнатьев С.М., Моргунов В.И. Микроэкономика / Под общ. ред. В.М. Гальперина. В 3 т. СПб.: Экономическая школа ГУВШЭ, Экономикус, ОМЕГА-Л, 2008. Т.2. – с.168-173.

2. Плещинский А.С. Вычислимая модель модернизируемой отрасли / А.С.Плещинский, Е.С.Жильцова // Экономика и математические методы. –2013. – Т.49, №3. – с.69-82.

3. Страна монополий: каков реальный уровень конкуренции на украинских рынках? [Електронний ресурс]. – Режим доступу: https://delo.ua/ukraine/strana-monopolij-kakov-realnyj-uroven-konkurencii-na-ukrainsk-302627/

Дяченко А.О.

студентка кафедри менеджменту, управління проектами і логістики

Придніпровської державної академії будівництва та архітектури

ІННОВАЦІЇ ЯК МЕТОД ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

Введення. Нині в українській економіці спостерігається диспропорція між наявністю інноваційних можливостей і їх реальним втіленням на практиці. Небагато компаній України мають сильний інноваційний потенціал, але ще менше можуть ефективно його використовувати. Проблема пов'язана з відсутністю комплексних досліджень, методологічних розробок і концептуальних підходів до оцінки інноваційного потенціалу та ефективності його використання. В силу цих причин дослідження потенціалу підприємства є актуальним завданням.

Мета і завдання досліджень. Мета оцінки інноваційного потенціалу полягає в створенні передумов та умов ефективного управління інноваційною діяльністю. Однією з умов ефективного управління є створення адекватної керованої об'єкту інформаційно-аналітичної бази і механізму її функціонування, а також рекомендацій щодо прийняття управлінських рішень з розвитку і відтворення інноваційного потенціалу.

Аналітичний огляд наявних методик показав, що існує явно недостатня кількість розробок для аналізу і оцінки безпосередньо інноваційного потенціалу підприємства, крім того, в розглянутих методиках, як правило, перевага віддається дослідженню виключно внутрішніх можливостей компанії без урахування ризиків.

Так, в джерелі [1] пропонується оцінювати інноваційні можливості підприємства по ефективному забезпеченню існуючих і освоюваних технологій. Показником-індикатором інноваційного потенціалу компанії вважають показник її інноваційної спрямованості [2].

Результати досліджень. Для того щоб визначити ефективну інноваційну стратегію поведінки організації і реалізувати її, керівництво повинно мати поглиблене уявлення як про внутрішнє середовище організації, її потенціал і тенденції розвитку, так і про зовнішнє середовище, тенденції його розвитку і місце, що займає в ньому організація. При цьому і внутрішнє середовище, і зовнішнє оточення вивчаються стратегічним управлінням в першу чергу для того, щоб розкрити ті загрози і можливості, які організація повинна враховувати при визначенні напрямів інноваційної активності. Для вирішення даного завдання розроблені певні прийоми аналізу середовища, які застосовуються в стратегічному управлінні.

Одним з популярних інструментів стратегічного планування розвитку організації є SWOT-аналіз. Він досить продуктивно може бути використаний для оцінки інноваційного потенціалу компанії.

Об'єктом SWOT-аналізу може бути не тільки організація, а й інші соціально-економічні об'єкти: галузі економіки, державно-громадські інститути, наукова сфера, політичні партії, некомерційні організації, окремі фахівці тощо. Вважаємо, що інноваційна активність компанії як інтегрований напрямок її діяльності також може виступати об'єктом SWOT-аналізу.

Процедура проведення SWOT-аналізу складається з чотирьох етапів. На першому етапі здійснюється збір аналітичної інформації. Варто зазначити, що інформація, яка необхідна для проведення аналізу, має бути присутня на підприємстві завжди, оскільки менеджеру потрібно мати щоденні відомості про новинки ринку, вимоги споживачів товару, активність конкурентів і т.д.

Сутність другого етапу полягає в аналізі внутрішнього і зовнішнього середовища, виявленні сильних і слабких сторін компанії. SWOT-аналіз слід проводити окремо для кожного продукту, ринку, конкурента. Оцінку кожної складової потенціалу отримують в результаті опитувань, проведених серед експертів, а також на основі вивчення показників внутрішньої документації. Таким чином, з'являється можливість домогтися максимальної конкретності сильних і слабких сторін по відношенню до досліджуваних критеріїв.

Третій етап – це зіставлення сильних і слабких сторін підприємства і факторів зовнішнього середовища. Даний етап передбачає побудову матриці на основі стандартної методики.

На четвертому етапі робиться висновок про рівень інноваційного потенціалу, актуального для того чи іншого поєднання сил, можливостей і загроз.

Слід зазначити, що SWOT-аналіз – це лише один з можливих підходів до формування стратегії підприємства. Найбільш повною картина буде, якщо в поєднанні зі SWOT-аналізом будуть застосовуватися інші методи стратегічного планування, наприклад, складання матриці BCG, матриці Томпсона-Стрікленда, проведення аналізу конкурентного середовища за методом А.І. Пригожина.

Висновки. Метою оцінки інноваційного потенціалу за допомогою SWOT-аналізу є можливість визначення напрямків інноваційного розвитку, що забезпечують можливості переходу підприємств на випуск конкурентоспроможної продукції, істотно підвищивши свою стійкість і гнучкість по відношенню до змін у зовнішньому середовищі. Оцінка показників інноваційного потенціалу підприємства дозволяє:

- адекватно оцінити стан і готовність підприємства до інноваційних перетворень;
- проаналізувати і спрогнозувати тенденції розвитку, виявити основні переваги і «слабкі» місця;
- підготувати рекомендації щодо формування інноваційної стратегії підприємства та механізмів її реалізації, яка дозволить зміцнити позиції на ринку;

Література:

[1] Параска С.Г. Оцінка інноваційного потенціалу в процесі формування інноваційної стратегії підприємства / С.Г. Параска // Вісник Хмельницького національного університету. – 2014. – Т.1, №5. – С. 35 – 39.

[2] Захожай В.Б. Методика розрахунку інтегрального показника інноваційної спрямованості підприємств / В.Б. Захожай, О.В. Корецька // Наукові праці МАУП. – 2015. – Вип. 44(1). – С. 158–165.

Євтушенко В.А.,
к.е.н., доцент кафедри маркетингу та менеджменту зовнішньоекономічної діяльності
Терзян Ю.Г.,
магістрант спеціальності «Маркетинг»
Харківського національного університету імені В. Н. Каразіна

КОРУПЦІЯ ЯК ІНСТИТУЦІЙНА ФОРМА СОЦІАЛЬНОЇ НЕВІДПОВІДАЛЬНОСТІ

В сучасних умовах соціально ринкової трансформації та загальносвітової соціалізації бізнесу курс на сталий розвиток та соціальну відповідальність – об'єктивна закономірність еволюції українського суспільства та економічної поведінки приватного бізнесу, держави, особистості [1]. Глобальний договір (ГД) ООН (Global Compact) вирізнив десять основних принципів, що формують інституційні форми соціальної відповідальності в області прав людини, зайнятості, навколишнього середовища і боротьби з корупцією, де Принцип 10 наголошує: «Ділові кола повинні протистояти всім формам корупції, включаючи здирництво і хабарництво» [1].

Корупція є однією з найактуальніших соціальних проблем сучасності. За будь-яких підходів та оцінок вже однозначно визначено, що корупція є проблемою, яка руйнує державу, ефективний соціально-економічний устрій тому її розв'язання для багатьох країн є надзвичайно важливою справою [2]. Це повною мірою стосується й України, високий рівень корумпованості якої визнано її політичним керівництвом, законодавчими органами, вітчизняними (В. Базилевич, В. Бородюк, З. Варналій, О. Власюк, Я. Жаліло, С. Коваленко, В. Попович та інші) та зарубіжними вченими й аналітиками, зацікавленими міжнародними інституціями.

Закон України «Про запобігання корупції» у першому розділі статті 1 дає наступне визначення цього явища: «Корупція – використання особою …наданих їй службових повноважень та пов'язаних із цим можливостей з метою одержання неправомірної вигоди або прийняття обіцянки/пропозиції такої вигоди для себе чи інших осіб або відповідно обіцянка/пропозиція чи надання неправомірної вигоди особі, …або на її вимогу іншим фізичним чи юридичним особам з метою схилити цю особу до протиправного використання наданих їй службових повноважень та пов'язаних із цим можливостей» [1].

Україна посіла 144 місце у рейтингу країн за рівнем корупції за 2016 рік із 176 країн світу (рис. 1). З яких найменш корумпованими, що не дивно, стали провідні країни заходу. А найбільш – африканські країни.

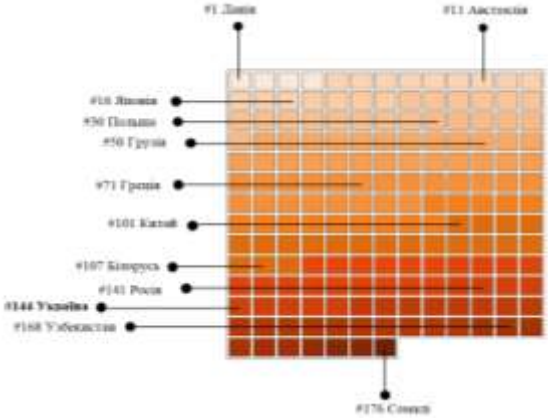


Рис. 1. Україна у світовому рейтингу «Індекс сприйняття корупції», 2016 рік (складено за джерелом [3])

Корупція в сучасному світі стала чинником, який реально загрожує національній безпеці і конституційному ладу будь-якої держави [2-3]. Це явище негативно впливає на різні сторони суспільного життя: економіку, політику, управління, соціальну та правову сфери, громадську свідомість, міжнародні відносини. Корумповані економічні та соціально-політичні відносини все більше витісняють

правові, етичні відносини між людьми, руйнують соціально відповідальні принципи й із аномалії поступово перетворюються у норму поведінки [4; 6]. Негативні наслідки (табл. 1), що породжуються цим явищем, не тільки перешкоджають, поступально-прогресивному розвитку суспільства, а й становлять серйозну загрозу подальшій соціально-відповідальній трансформації кожної країни [2-6].

Корупція є одним з основних факторів, що розколює Україну на дві частини: офіційну державу, що націлена на правові та моральні норми, і неофіційну (частково кримінальну) країну, що орієнтується на використання протиправних засобів. Характерними рисами цього явища в Україні є [4, с.258; 6]:

Залежність рівня і форми корупції від загального стану формування демократичних інститутів;

Несистемне, часто науково необґрунтоване реформування основних інститутів (адміністративні процедури, регуляторна діяльність держави, податкова система, вирішення соціальних проблем і т.д.);

Неефективність політичних ініціатив у сфері боротьби з корупцією;

Зміцнення в суспільстві стереотипів терпимого ставлення до корупції, поєднання в масовій підсвідомості визнання суспільної шкоди корупції і готовності вибрати корупційні шляхи вирішення проблем, що призвело до нездатності громадян брати участь в антикорупційних діях;

Ураження корупцією органів державної влади, органів місцевого самоврядування;

Слабкість інститутів громадянського суспільства. Засоби масової інформації часто залежні від власників і органів державної влади. Громадянські ініціативи не підтримуються через втрату віри і суспільної апатії більшості населення.

Таблиця 1

Наслідки корупції в різних сферах суспільного життя
(складено авторами за джерелами [1-6])

Сфера життя	Вплив корупції
Економіка	Розширення тіньової економіки. як наслідок - держава втрачає фінансові важелі управління економікою, загострюються соціальні проблеми за невиконання бюджетних зобов'язань; порушення конкурентних механізмів ринку, оскільки часто у виграші виявляється не той, хто конкурентоспроможний, а той, хто зміг отримати переваги за хабарі; неефективність використання бюджетних коштів, зокрема при розподілі державних замовлень і кредитів; невіра в здатність влади встановлювати і дотримуватися чесних правил ринкової гри; розширення масштабів корупції в неурядових організаціях.
Соціум	Відволікання коштів від цілей суспільного розвитку; корупція правоохоронних органів сприяє зміцненню організованої злочинності, збільшення соціальної напруженості, що позначається на економіці і загрожує політичній стабільності в країні; дискредитація права як основного інструменту регулювання життя держави і суспільства. у суспільній свідомості формується уявлення про беззахисність громадян і перед обличчям влади і перед злочинністю.
Політика	Корупція змінює сутність політичної влади, знижує рівень її легітимності як усередині держави, так і на міжнародній арені; порушує принципи формування і функціонування владних інститутів, демократичні принципи суспільства і держави; підриває політичну систему; породжує відчуження влади від народу, знижуючи залежність держави від його громадян; підпорядковує державну владу приватним і корпоративним інтересам, в тому числі інтересам корумпованих угруповань і кланів.

Підводячи підсумок, слід констатувати, що корупція здійснює руйнівний вплив на управлінський апарат як у державній, так і у приватній сферах, знижуючи стимули для чесної роботи на користь суспільства, та, як наслідок, гальмує суспільну трансформацію до соціально відповідальної економічної моделі. Але, на жаль, від загального обговорення проблеми корупції, з незмінною констатацією завданої

нею шкоди, українське суспільство за цей час, мало просунулося шляхом реальної боротьби з її проявами. Більше того, не відчуваючи належної протидії, корупція стрімко набирає силу і все більше перетворюється в самостійну і вельми значущу соціально-економічну та політичну інституцію, що знищує нашу країну [4; 6].

Література:

1. Євтушенко В.А. Внутрішні та зовнішні інституційні форми корпоративної соціальної відповідальності / В. А. Євтушенко // Проблеми і перспективи розвитку підприємництва : Збірник наукових праць Харківського національного автомобільно-дорожнього університету. – 2013. – № 2 (5). – С. 55 – 60.

2. Євтушенко В. А. Аналіз соціально-економічних індикаторів дотримання принципів соціальної відповідальності на глобальному рівні / В. А. Євтушенко // Науковий вісник Ужгородського національного університету. Серія «Міжнародні економічні відносини та світове господарство». – Ужгород: ДВНЗ «УжНУ». – 2015. – № 3. – С. 118 – 124.

3. Індекс сприйняття корупції (CPI) за 2016 рік [Електронний ресурс]. – Режим доступу : https://ti-ukraine.org/research/indeks-koruptsiyi-cpi-2016/

4. Мельник М. Корупція – корозія влади: Соціальна сутність, тенденції та наслідки, заходи протидії / М. І. Мельник // – К.: Юрид. думка, 2009. – 400 с.

5. Про запобігання корупції [Текст] : [Закон України / Верховна Рада України; Закон від 14.10.2014 № 1700-VII: (зі змінами та доповненнями) // [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://zakon0.rada.gov.ua/laws

6. Якивчик В. И. Коррупция в Украине сущность, масштабы и влияние / В. И. Якивчик, С. М. Качан // [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://vuzlib.com.ua/articles/book/27605

Євтушенко Г.В.,
к.е.н., доцент кафедри маркетингу та менеджменту зовнішньоекономічної діяльності
Сорін Б. В.,
викладач кафедри маркетингу та менеджменту зовнішньоекономічної діяльності
Харківського національного університету імені В. Н. Каразіна

СУТНІСТЬ ІННОВАЦІЙНОГО КАПІТАЛУ

В сучасних умовах господарювання особливого значення набуває інноваційна діяльність. Враховуючи, що в інноваційній сфері економіка України значно відстала (на думку фахівців до 40 років) від провідних технологічних країн [4], прискорений випереджаючий інноваційний розвиток українських підприємств має стати основним стратегічним пріоритетом державних економічної, промислової, науково-технічної та інвестиційної політик.

Основою для здійснення інноваційної діяльності є інноваційний капітал як специфічний багатокомпонентний ресурс.

Особливість категорії «інноваційний капітал» проявляється у тому, що існують складності у його точній ідентифікації та ефективному застосовуванні. До того ж перед дослідниками постає питання щодо чіткого визначення категорій «інноваційний капітал», «інноваційний потенціал», «інноваційний процес», «інноваційна активність», «інноваційні ресурси» та «інноваційні активи». Деякі автори не розмежовують окремі поняття, інші намагаються знайти між ними взаємозв'язки та взаємозалежності.

Паралельно зі зміною економічної свідомості, упродовж останніх століть погляди на сутність, структуру, значення та роль інноваційного капіталу постійно змінювались. На нашу думку, в українських і закордонних дослідженнях розуміння категорії «інноваційний капітал» в остаточному значенні щодо сутності інноваційної діяльності ще не сформувалось.

Капітал (від лат. capital – головний) – найскладніша економічна категорія, що виражає економічні інтереси та відносини, і, за відомим визначенням К. Маркса: самозростаюча авансована вартість; вкладення, які дають можливість одержати дохід [2].

Сучасна економічна наука трактує капітал як багатоаспектний термін, еволюція якого відобразила історичний процес розвитку природи, форм руху, динаміки та структури товарного виробництва.

В економічній теорії сформувалися різні підходи до визначення сутності капіталу (рис. 1) [2].

Рис. 1. Капітал за основними детермінантами в сучасній економічній теорії [2]

В рамках предметно-функціонального підходу, згідно з яким капітал ототожнюється з нагромадженою працею, призначеною для подальшого виробництва або продажу й одержання доходу, значного поширення набув аналіз капіталу як фактора виробництва, що впливає на результати підприємницької діяльності та приносить дохід власникові. При цьому підкреслюється особливе місце капіталу в системі економічних ресурсів, зумовлене його високою мобільністю, опосередковуючою роллю та похідним характером формування.

Соціально-економічний підхід трактує капітал як специфічні суспільні відносини, що виникають за певних історичних умов. Розглядаючи капітал як самозростаючу вартість (що в процесі свого руху приносить додану вартість), прихильники цього підходу ототожнюють капітал з ринковими виробничими відносинами.

Грошовий підхід досліджує капітал як фінансовий ресурс, що приносить дохід власникові у вигляді процента.

Коли капітал ототожнюють з часом, він виступає особливим економічним ресурсом, що визначає дохід підприємців як винагороду за відмову від задоволення поточних потреб заради отримання майбутніх благ.

Трактування капіталу як певного вкладення, яким забезпечується одержання доходу, має на увазі здатності людини приносити дохід, а саме: освіта, професіоналізм, здоров'я, природні здібності та творчість індивіда розглядаються як чинники його продуктивної сили, що сприяє збільшенню обсягів виробництва високоякісної інноваційної продукції та створює технологічну ренту, виступаючи найважливішим джерелом зростання доходу окремої людини й суспільства в цілому. При цьому особистість визначається не лише як суб'єкт, а й як об'єкт економічної діяльності та інвестицій, які прибутковіше, ніж капіталовкладення в інші фактори виробництва.

Так, український дослідник Суярова О.О. пропонує «У широкому розумінні розглядати інноваційний капітал, як сукупність фахівців в галузі природничих і технічних наук, економіки й управління. У більш вузькому розумінні інноваційний капітал …являє собою сукупність знань працівників конкретного підприємства, спрямовану на інноваційний розвиток техніки і технології виробництва, що може бути захищена патентами й ліцензійними угодами, і сприяє відновленню компанії» [6, 67-68]. Тобто, інноваційний капітал, на нашу думку, ототожнюється з інтелектуальним капіталом, який є результатом взаємодії знань, інтелектуальної здатності людей, інформації та інформаційних каналів, фахових компетенцій, рівня загальної культури, досвіду та т.і. [1].

Глобальний індекс конкурентоспроможності (The Global Competitiveness Index) до інноваційної діяльності, що потенціально дає економічне зростання, включає 8 показників: продуктивність інновацій; якість науково-дослідних інститутів; витрати компаній на інноваційні дослідження; співпраця між університетами та промисловістю; державні закупівлі високотехнологічної продукції; кількість вчених та інженерів; кількість патентів; захист інтелектуальної власності [3-4].

За авторським визначенням, інновація – це кінцевий результат впровадження нововведення з метою отримання економічного, соціального, техніко-технологічного, організаційного, управлінського, юридичного, екологічного, кадрового або іншого виду ефекту. Всі види інновацій (продуктові, процесові, інтелектуальні, маркетингові й організаційні) в сучасній господарській практиці тісно переплітаються між собою, приносять економічний ефект і не можуть розглядатися окремо [5].

Узагальнюючи наведені обґрунтування, розроблене авторське формулювання сутності інноваційного капіталу. Це – складна багатокомпонентна економічна категорія, що визначає соціально-економічний фактор виробництва, який створюється людиною та є результатом впровадження нововведення, має або не має матеріально-речову форму, призначений для отримання благ, в процесі ефективного відтворення приносить прибуток, виступаючи головною передумовою нагромадження суспільного багатства.

Україна здатна створити чималий інноваційний капітал, а ефективне використання наявного інноваційного потенціалу впливає на конкурентоспроможність підприємств, регіонів, рівень соціально-економічного розвитку країни та здійснює значний вплив на цивілізаційний прогрес.

Література:

1. Євтушенко Г. В. Маркетингова складова інтелектуальних активів національного господарства / Г. В. Євтушенко // Проблеми і перспективи розвитку підприємництва : Збірник наукових праць Харківського національного автомобільно-дорожнього університету. – 2013. – № 1 (4). – С. 107 – 115.

2. Євтушенко Г. В. Сутність і зміст марочного капіталу як економічної категорії / Г. В. Євтушенко // Науково-технічний збірник «Комунальне господарство міст» ; Серія: Економічні науки. – 2012. − № 104. − С. 260 – 266.

3. Сорін Б. В. Інноваційна діяльність як сфера соціальної відповідальності українських підприємств / Б. В. Сорін, В. А. Євтушенко, А. І. Бабошко // Наук. вісник Херсонського державного університету. Серія «Економічні науки». – 2016. – № 1. – С. 9 – 14.

4. Сорін Б. В. Індикатори інноваційності національної економіки / Б. В. Сорін // Перспективи розвитку національної економіки: зб. матеріалів МНПК (м. Запоріжжя, 12-13 лютого 2016 року) – У 2-х ч. – Запоріжжя: ГО «СІЕУ», 2016. – Ч. 2. – 144 с.– С. 119 – 122.

5. Сорін Б. В. Сучасний зміст терміну «інновація» як економічної категорії / Б. В. Сорін // Матеріали МНПК «Економіка в контексті інноваційного розвитку: стан та перспективи» (м. Ужгород, 12-13 лютого 2016 р.) – Ужгород: УжНУ, 2016. – 183 с. – С. 145 – 148.

6. Суярова О.О. Визначення поняття «інноваційний капітал» та його структури / О.О. Суярова // Вісник СумДУ. Серія «Економіка». – 2008. – № 2. – С. 63 – 68.

Жмай О. В.
викладач кафедри економіки та управління
Сілкіна Д. О.
студентка 4 курсу спеціальності «Менеджмент ЗЕД»
Одеського національного університету ім. І. І. Мечникова

СОЦІАЛЬНА МЕРЕЖА INSTAGRAM, ЯК НЕВІД'ЄМНИЙ ЕЛЕМЕНТ ІНТЕРНЕТ-МАРКЕТИНГУ

Основною передумовою для інтернет-маркетингу є розвиток самої мережі Інтернет. З кожним роком у світі збільшується кількість інтернет-користувачів. Цей показник є швидкоплинним та, за різними даними, коливається у межах 2,2-2,5 млрд. осіб, що охоплює понад третину населення земної кулі [1]. Дослідження показують високий ступінь проникнення мережі в життя населення.

Науковці та практичні маркетологи зауважують, що Інтернет є сприятливим середовищем для здійснення маркетингової діяльності [2]. Світовий досвід, відображений у працях зарубіжних та вітчизняних вчених, вказує на доцільність застосування інтернет-маркетингу у комплексі маркетингової політики і окремих її складових.

За останні 10 років було чимало тектонічних зрушень у розвитку інформаційних технологій – з'явилися смартфони і планшети, які, в свою чергу, викликали появу величезного числа мобільних додатків, у тому числі і Instagram.

Мобільний додаток Instagram з'явився в 2010 році і всього через два роки був куплений компанією Facebook. Сьогодні Instagram є потужним маркетинговим інструментом, який дозволяє брендам не лише донести свою філософію бізнесу до аудиторії, але й істотно підвищити свої доходи. В інтернет-маркетингу використання Instagram для просування – це один з найактуальніших методів. Сьогодні мобільне застосування з елементами соціальної мережі Instagram має наступні показники [3]:

- 300 мільйонів активних користувачів;
- понад 70 мільйонів нових фотографій в день;
- 5 мільярдів «лайків» щодня;
- користувачі Instagram поділилися приблизно 30 млн. зображень.

Це є переконливим фактором того, чому така кількість відомих (і не тільки) брендів та компаній приходять в Instagram у пошуках своєї аудиторії. Те, що маркетинг в Instagram працює дуже ефективно, підтверджують наступні факти [3]:

- компанія Mercedes-Benz на 580% збільшила кількість відвідувань свого офіційного сайту, використовуючи синхронізовану рекламу в Facebook і Instagram;
- Taco Bell (мережа фастфудів) на 28 відсоткових пунктів підвищила пізнаваність своєї реклами;
- Ben&Jerry (виробник морозива) виявив, що завдяки просуванню в Instagram кількість людей, що дізналися про новий продукт, збільшилася на 17%;
- компанія Levi's на 24 відсоткових пункти збільшила пізнаваність реклами.

Наведені вище результати випливають з того, що Instagram використовує візуально спрямований дизайн, який дозволяє користувачам швидко переглянути цікаві їм фотографії та ілюстрації. Відео і зображення відображаються на великому екрані, усуваючи візуальний безлад і направляючи погляд користувача строго на контент. Відомо, що мозок людини обробляє зображення в 60 тисяч разів швидше, ніж текст, а 40% людей майже не читають і реагують тільки на візуальний контент. У цьому і полягає ефективність маркетингу в Instagram, саме тому ця соціальна мережа має бути невід'ємним інструментом інтернет-маркетингу в просуванні товарів на ринку.

Література:

1. Даниленко М. І. Розвиток Інтернет-маркетингу / І. М. Даниленко // Економічний форум. – 2014. – №3. – С. 166-172.

2. Использование интернета и эффективность бизнеса - исследование GfK по заказу Google Украина. [Електронний ресурс]. - Режим доступу: http://www.mediabusiness.com.ua/content/view/37319/lang,ru/

3. Сиддикви Д. Интернет-маркетинг в сети Instagram [Електронний ресурс].- Режим доступу: https://freelance.today/trendy/internet-marketing-v-seti-instagram.html

Зімнєва К.О.
студентка 6 курсу кафедри міжнародної економіки та світового господарства
Харківського національного університету ім. В.Н. Каразіна

ПРОБЛЕМА ОЦІНКИ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ НАЦІОНАЛЬНОЇ ЕКОНОМІКИ

В умовах глобалізації світової економіки підвищення рівня конкурентоспроможності країни є одним з основних завдань державної політики.

Конкурентоспроможність національної економіки визначають як:

- сукупність інститутів, політик та факторів, що визначають рівень продуктивності економіки, що у свою чергу обумовлює рівень процвітання, який країна може досягти [1, с.4];

- здатність країни, в умовах вільного ринку, виробляти товари, які є конкурентоспроможними на міжнародних ринках, при цьому збільшуючи реальні доходи населення в довготривалій перспективі [2, с.97].

З погляду на комплексність та складність поняття конкурентоспроможності країни її оцінка можлива лише при використанні цілої системи показників, які відображають широкий спектр факторів, що визначають її. Конкурентоспроможність економіки можна оцінити за багатьма чинниками, серед яких основне значення надається економічним факторам та їх впливу на економіку.

Для оцінки конкурентоспроможності національної економіки використовують наступні економічних показники: рівень реального обмінного курсу, відносні витрати робочої сили на одиницю виготовленої продукції, умови торгівлі, зміна структури експорту, частка країни у світовій торгівлі або світовому експорті, стан поточного рахунку, рівень ВВП на душу населення, динаміка рівня ВВП на душу населення, обсяги прямих іноземних інвестицій, витрати на НДДКР.

Показник ВВП на душу населення є широковживаним при оцінці економічного процвітання країни. Він визначає, що є матеріально доступним для населення країни та разом з показником доходів населення є найкращими індикаторами економічного розвитку. Для більш об'єктивного використання ВВП на душу населення як індикатора рівня життя населення при аналізі необхідно враховувати показник нерівномірності розподілу доходів [2, с.98].

Найважливіше джерело збільшення доходу на душу населення - зростання загальної факторної продуктивності. Використання продуктивності праці як показника конкурентоспроможності національної економіки зумовлено тим, що вона впливає на ВВП країни та національний дохід, що в свою чергу є основою для підвищення рівня життя населення.

Продуктивність праці може вимірюватися на основі прямих (1) та обернених (2) показників:

$$\text{Продуктивність праці} = \frac{\text{Результати праці}}{\text{Затрати праці}} \quad (1)$$

$$\text{Продуктивність праці} = \frac{\text{Затрати праці}}{\text{Результати праці}} \quad (2)$$

При розрахунку продуктивності праці на рівні держави обумовлює застосовують специфічних макропоказники у чисельнику та знаменнику формули. Зокрема, в якості чисельника прямого показника на макроекономічному рівні можуть застосовуватися: ВВП, додана вартість, національний дохід. В той же час знаменником прямого показника продуктивності праці може слугувати: чисельність населення; чисельність зайнятих; витрати на робочу силу (оплату праці); відпрацьований час [3, с.455].

Використання показника витрат на НДДКР зумовлено тим, що на сучасному етапі розвитку економіки інновації та впровадження нових технологій є одним з основних джерел інтенсифікації економічного розвитку. За рахунок використання новітніх технологій компанії країни можуть підвищувати рівень продуктивності виробництва чи відкривати ринки нового інноваційного продукту, що впливає на конкурентоспроможність цих компаній на світовому ринку. Крім того країни, що стимулюють інноваційний розвиток мають змогу забезпечувати кращі умови праці для населення, що впливає на рівень його життя. Але, разом з тим, треба зауважити, що цей показник не повною мірою відображає якість інноваційного розвитку в країні. Для більш об'єктивної оцінки даний показник необхідно розглядати разом з існуючими політичними процедурами, показником відкритості ринку.

Показник прямих іноземних інвестицій дозволяє оцінити конкурентоспроможність економіки з погляду інвесторів, які оцінюють інвестиційну привабливість країни.

Як один з показників конкурентоспроможності економіки реальний обмінний курс національної валюти використовується при оцінці отримання конкурентних переваг виробниками у короткостроковому періоді за рахунок більш низьких цін по відношенню до конкурентів. Реальний обмінний курс національної валюти враховує рівень цін в країнах, залучених в торгівлю, та вартість національної валюти в валютах країн - торгових партнерів [2, с.101]. Поряд з цим показником використовують і рівень внутрішніх цін на фактори виробництва. При оцінці конкурентоспроможності також враховують такі показники як частка країни у світовій торгівлі та світовому експорті. Вони вимірюються за допомогою постійного моніторингу долі ринку. Спиратися на вищезазначені показники можна лише з урахуванням структури експорту та ВВП країни, структури попиту на продукцію вітчизняних виробників, кон'юнктури на світових ринках експортованих продуктів та долі імпортованої сировини в експортованій продукції.

Узагальнюючий показник питомої оплати праці є функцією продуктивності праці та заробітної плати, де продуктивність праці показує ефективність виробництва, а величина заробітної плати

характеризує рівень споживання та розвиток соціальної сфери. Використання рівня питомої оплати праці для оцінки конкурентоспроможності країни обмежується протилежним впливом на прямі інвестиції та пропозицію робочої сили і може враховуватися лише з їх урахуванням [4, с.141].

Крім вищезгаданих економічних показників при оцінці конкурентоспроможності країни використовується визначення ефективності державного управління, включаючи управління державними фінансами, фіскальну політику, регуляторну базу та соціальну систему; прозорості системи правосуддя, яка забезпечує стабільність суспільства; ефективності бізнесу; оцінки умов ринку праці, доступності фінансових ресурсів, загальної інфраструктури, технологічної та наукової інфраструктури, а також системи охорони здоров'я та освіти.

Одним з найбільш поширених методів оцінки конкурентоспроможності національної економіки є створення на основі системи одиничних показників єдиного інтегрального показника конкурентоспроможності.

Найбільш відомим є індекс глобальної конкурентоспроможності, що розраховується і щорічно публікується Всесвітнім економічним форумом. Він поєднує в собі 114 показників, які відображають явища та характеристики, що впливають на продуктивність та довгострокового процвітання економіки. Ці показники об'єднані у 12 груп: якість інститутів, інфраструктура, макроекономічна стабільність, здоров'я та початкова освіта, вища освіта і професійна підготовка, ефективність ринку товарів і послуг, ефективність ринку праці, розвиненість фінансового ринку, рівень технологічного розвитку, розмір внутрішнього ринку, конкурентоспроможність компаній, інноваційний потенціал. Ці групи в свою чергу організовані в три підіндекси: основні вимоги, фактори підвищення ефективності та фактори інноваційності. Ці підіндекси отримують різні ваги в розрахунку загального індексу, в залежності від стадії розвитку економіки [1, с.4].

Таким чином, оцінка конкурентоспроможності національної економіки є складним аналітичним процесом, що потребує системного підходу, врахування низки показників, які є відображенням чинників конкурентоспроможності та створення на їх основі інтегрального показника. Ключовим питанням щодо формування таких інтегральних оцінок остається вибір системи одиничних параметрів, що найбільш повно та різнобічно характеризуватимуть конкурентоспроможність національної економіки.

Література:

1. The Global Competitiveness Report 2015-2016 [Electronic resource]. – Way of access: http:// www3.weforum.org/docs/GCR2016-2017/05FullReport/TheGlobalCompetitivenessReport2016-2017_FINAL.pdf

2. Berger T. Concepts of National Competitiveness [Electronic resource] / T. Berger // Journal of International Business and Economy. - 2008. - №9 (1). - P. 91–111. – Way of access: http://www.i-jibe.org/achive/2008spring/5-Berger.pdf

3. Конкурентоспроможність національної економіки: Матеріали XVII Міжнародної науково-практичної конференції, 5-6 жовтня 2017 р. – К., 2017. – 569 с.

4. Логинова В. А. Современные подходы к оценке конкурентоспособности территориальных экономических систем / В. А. Логинова // Вестник ТОГУ. - 2008. - №2 (9). – С. 139-152.

Іваніцька К.О.,
студентка,
Національний Університет Харчових Технологій

ПОТЕНЦІАЛ РЕСТОРАННОГО БІЗНЕСУ У РОЗВИТКУ ГАСТРОНОМІЧНОГО ТУРИЗМУ УКРАЇНИ

Анотація. У даній роботі розкривається зміст гастрономічного туризму та роль ресторанного бізнесу у його розвитку. Визначено основні об'єкти гастрономічного туризму, досліджено потенціал ресторанного бізнесу як туристичної дестинації. Обгрунтовано поняття «ресторанного туру», перспективи розвитку вітчизняного гастрономічного туризму та ресторанного бізнесу як об'єкту туристичної подорожі.

Ключові слова: гастрономічний туризм, кулінарний туризм, ресторанний бізнес, ресторанний тур, підприємства ресторанного господарства, гастротури.

Постановки проблеми. В останні роки одним із перспективних напрямків розвитку туристичної індустрії стає гастрономічний туризм. Це один із найбільш динамічно розвинутих сегментів, як туристичної, так і ресторанної сфери у світі. Проте, в Україні тільки відбувається його становлення. Сучасного мандрівника стає все складніше здивувати, тому гастрономічний туризм як можливість спробувати щось нове і випробувати яскраві емоції набирає все більшої популярності. І не дивно, адже знайомство з місцевою кухнею є невід'ємною складовою будь-якого відпочинку. Даний вид туризму має великий потенціал, а організація «гастрономічних турів» сприяє відродженню національних кулінарних традицій. Таким чином, питання розвитку гастрономічного туризму в нашій країні є достатньо актуальними.

Аналіз останніх досліджень і публікацій дозволяє стверджувати, що в цілому питання розвитку гастрономічного туризму, особливостей створення регіональних туристичних продуктів на основі національної кухні та кулінарних традицій, розглядались у працях Д.І. Басюк, Т.І. Божук, А.В. Бусигіна, І.В. Журило, І.К. Комарніцького, І.В. Космидайло, Е.В. Маслової, Л.А. Прокопчук, І.В. Сухарєвої, В.К. Федорченка.

Проте на науково теоретичному та практичному рівнях не приділялося уваги зв'язку гастрономічних турів та розвитку закладів ресторанного господарства, не досліджувався потенціал вітчизняного ресторанного бізнесу як туристичної дестинації.

Виклад основного матеріалу.

Гастрономічний туризм – це подорож з дегустацією оригінальних, вишуканих страв і напоїв як вид тематичного відпочинку для справжніх естетів. Можливість розпізнати найтонші особливості їжі, споглядати унікальний інтер'єр і атмосферу кожного закладу, сервірування столу, оформлення страв і обслуговування – це справжній відпочинок для гурманів.

В останні роки в усьому світі в якості альтернативного всім вже звичного відпочинку цей вид туризму починає набувати особливої популярності.

Згідно прогнозів Всесвітньої туристичної організації в світі у період з 2000 по 2020 рік передбачається збільшення числа туристичних прибутків, що буде складати 1,6 млрд. осіб (у 2000 році зафіксовано 698 млн. прибуттів, в 2010 - 937 млн.)(Рис.1.1)

Рис.1.1 – кількість туристичних прибуттів в період з 2000-2020р.

Як послуга гастрономічний тур - це не просто подорож, а щось більше, оскільки він представляє собою комплекс заходів, продуманих до самих дрібниць, для дегустації традиційних в певній місцевості страв, а також окремих інгредієнтів, які ніде в світі більше не зустрічаються і мають особливий смак.

Переваги гастрономічного туризму

Рис.1.2 Переваги гастрономічного туризму

В рамках ознайомлення туристів з традиціями, обрядами, устроєм життям, побутом і ремеслами населення різних регіонах України зазвичай передбачається відвідування етно ресторанів – закладів харчування що презентують традиційну українську або іншу етнічну кухню народів, що проживають в Україні

В останні роки гастрономічні тури набирають все більшої популярності у туристів.

Карта гастрономічного мандрівника практично нічим не обмежена, тому що кожна область України може запропонувати щось своє в цьому виді туризму.

Для гастрономічних туристів проводяться гастрономічні фестивалі.

Таблиця 1.1

Гастрономічні фестивалі Закарпатської області

Назва фестивалю	Місце проведення	Період проведення
«Галицька дефіляда»	м. Тернопіль	січень, квітень, липень, жовтень
«Червоне вино»	м. Мукачеве	січень
«Конкурс різників свиней – гентешів»	с. Геча	січень
«Біле вино»	м. Берегово	березень
гастрономічний фестиваль меду й вина «Сонячний напій»	м. Ужгород	травень
«Фестиваль ріплянки»	с. Колочава	червень
«Берлибашський бануш»	с. Костилів	травень
«Фестиваль сливового леквару»	с. Геча	серпень
«Гуцульська бринза»	м. Рахів	вересень

Найбільш популярним містом, де розвивається гастрономічний туризм є Львів. Він здавна славився своїми кулінарними традиціями: від найвідоміших в Австро-Угорщині цукерень до авторських ресторанів в сучасній Україні. Тому без зайвої скромності можна сказати, що варто приїхати до Львова тільки для того, щоб походити по ресторанам і кав'ярням.

На жаль, поки що даний вид туризму у Львові існує без жодної участі у ньому туристичних фірм. Хоча розвиток ресторанного туризму сприяв би залученню ще більшої кількості туристів до Львова [9].

Серед пропозицій вітчизняних туроператорів можна відзначити, чи не єдиний, ресторанний тур Львовом, програма якого передбачає відвідування з дегустацією закладів мережі ресторанів «!ФЕСТ» («Гасова лямпа», «Мазох», «Криївка», «Найдорожча ресторація Галичини», «Дім легенд») [6].

Проведений аналіз викрив потужний потенціал ресторанного бізнесу у формуванні гастрономічної туристичної подорожі та довів необхідність виокремлення поняття «ресторанного туру» — різновиду гастрономічного туризму, метою якого є ознайомлення з ексклюзивною кухнею, концепцією найвідоміших та популярних ресторанів та задоволення гастрономічних потреб.

Сприяння в організації гастрономічних подорожей може стати чинником підтримки туристичного інтересу, що забезпечує збільшення тривалості перебування туристів; додатковим напрямом бізнесу для домашніх господарств, невеликих виробництв продуктів харчування.

Висновки. Отже, гастрономічний туризм в світі набуває більшої популярності. Люди купують спеціальні гастрономічні тури з метою глибоко познайомитися з кухнею якої-небудь країни.

Туристична індустрія з кожним роком все більше впливає на світову економіку. Розширюючи простір і розмиваючи кордони, туризм є інтегруючим елементом в комунікації людей різних культур, національностей, віросповідань. Зростає не тільки кількість щорічно подорожуючих туристів, але виникають і нові види туризму. До таких відноситься і гастрономічний туризм.

Побувавши в гастрономічному турі людина пізнає світ за допомогою нетрадиційного способу – куштуванням страв певних народів або регіонів.

Література:

1.Басюк Д.І. Інноваційний розвиток гастрономічного туризму в Україні / Д.І. Басюк // Наукові праці НУХТ — 2012. — № 45. — С. 128—132.

2.Вишневецька Г.Г. Потенціал кулінарних турів у контексті спеціалізованого туризму. // Географія та туризм. — Вип. 14. — 2011. — С. 100—115.

3.Комарніцький І.О. Кулінарний туризм в Україні: стан і перспективи регіонального розвитку в контексті Євро 2012 // Географія та туризм. — Вип. 14. — 2011. — С. 100—115.

4.Шандор Ф.Ф. Сучасні різновиди туризму: підручник / Ф.Ф. Шандор, М.П. Кляп. — К.: Знання, 2013. — 334 с. 9. «Шоу высокой кухни»: звезды Мишлен в Украи#не! [Електронний ресурс]. — Режим доступу: http:// izum.ua/articles/restoran/shou#vysokojj#kukhni#zvezdy# mishlen#v#ukraine_45984.

Коваленко Ю.С.
Студент МФКп - 171
Науковий керівник: Тарасенко А.В.
Чернігівського Національного Технологічного Університету

ПРОПОЗИЦІЇ ЩОДО ЕФЕКТИВНОГО ЕКОНОМІЧНОГО РОЗВИТКУ УКРАЇНИ

У сучасних умовах фінансова система України формується за європейським взірцем. У зв'язку з цим об'єктивно необхідним є дослідження основних проблем і перспектив її розвитку з урахуванням європейського вектору. Саме стабільність у фінансовому секторі держави виступає важливою передумовою її економічного розвитку та зростання суспільного добробуту.

Щодо перспектив розвитку фінансової системи України, слід зазначити, що їй необхідно ефективно імплементувати фінансовий механізм діяльності бюджетних установ, здійснювати перманентний пошук нових джерел фінансових ресурсів в умовах дефіциту бюджетних коштів, а також раціонально використовувати кошти, залучені за допомогою державного кредиту, зміцнюючи при цьому довіру до державних цінних паперів. І найголовніше – це економно витрачати бюджетні кошти та обов'язково посилити контроль за їх цільовим використанням.

Ще однією проблемою на сьогодні для України залишається незбалансованість у видатках та доходах бюджету, а також значне зростання державної заборгованості та нераціональний розподіл витрат. Для розв'язання зазначених питань, на нашу думку, необхідно впровадити контроль за витрачанням коштів, їх доцільністю та належним чином відслідковувати грошові потоки. Водночас обов'язковим має бути зменшення обсягів запозичень для покриття бюджетного дефіциту.

Останнім часом мало уваги приділяється таким статтям видатків, як: охорона здоров'я, духовний та фізичний розвиток, на противагу цьому видатки на загальнодержавні функції зростають із року в рік.

На наш погляд, для покращення стану фінансової системи України необхідно переглянути ключові напрямки стабілізаційної політики: розвиток страхового механізму пенсійного забезпечення, медичного обслуговування, страхових принципів фінансування для отримання вищої освіти полегшить навантаження та сприятиме удосконаленню функціонування фінансової системи країни. Для зменшення заборгованості, Україні слід поновити свій імідж та відновити довіру населення, емітуючи при цьому державні облігації з метою залучення додаткових коштів. Разом з тим у довгостроковій перспективі необхідно створити відповідні механізми, спрямовані на стимулювання розвитку фінансів домогосподарств, оскільки, використовуючи практику зарубіжних країн, слід зазначити, що домогосподарства займають провідне місце у формуванні доходної частини бюджетів усіх рівнів.

Таким чином, у сучасних умовах існує об'єктивна потреба у ефективній реалізації програми фінансового оздоровлення держави, розробці ряду стабілізаційних заходів щодо запобігання негативним наслідкам від фінансової кризи, що вимагає, на нашу думку, прийняття низки відповідних законів, здійснення практичних заходів та розробки науково обґрунтованих критеріїв функціонування фінансової системи держави з метою мінімізації можливих збитків від подальших фінансових криз для вітчизняної економіки. За умови імплементації перерахованих вище рекомендацій сучасна фінансова система України вийде на траєкторію стабільного економічного розвитку.

Література:

1. Завгородній А.Г. Фінансовий словник / А.Г. Завгородній, Г.Л. Вознюк, Т.С. Смовженко. – Львів : Вид-во ДУ "Львівська політехніка", 1996. – 384 с.

2. Скоропад І.С. Державний фінансовий контроль в Україні: проблеми та шляхи реформування // Науковий вісник НЛТУ України. – 2011. − Вип. 21.3. – С.263-268.

3. Плескач В. Фінансовий контроль у контексті трансформаційних процесів економіки / В.Плескач // Фінанси України. – 2009. – № 6. – С. 85.

4. Моторна Я. Проблеми функціонування фінансової системи України - Режим доступу: http://www.rusnauka.com/16_ADEN_2010/Economics/68425.doc.htm. - Заголовок з екрану.

5. Британська Н. Проблеми фінансової системи України в умовах ринкової економіки. -Режим доступу: http://intkonf.org/britanska-nn-krimets-oa-problemi-finansovoyi-sistemi-ukrayini-vumovah-rinkovoyi-ekonomiki.- Заголовок з екрану.

6. Дмитренко Д. М. Принципові підходи до реструктуризації фінансової системи України /Д. М. Дмитренко // Вісник Української академії банківської справи – 2009. – № 2 (27). – С. 30–35.

7. Банки, Финансы Украины [Електронний ресурс] / FinanceUa – Режим доступу: http://financeua.net/finance. – Заголовок з екрану.

Коляда Ю.В.,
Ковадло В.П.
КНЕУ ім. В.Гетьмана

КАРТА ДИНАМІЧНИХ РЕЖИМІВ УЗАГАЛЬНЕНОГО ДИСКРЕТНОГО ЛОГІСТИЧНОГО ВІДОБРАЖЕННЯ

В програмному середовищі Matlab було побудувано тривимірні графіки поверхні модифікованого дискретного логістичного відображення (з осями r , α , χ_n в залежності від початкового наближення χ_0) , до якого можна звести диференційні рівняння, які описують як секторальну динаміку фондоозброєності, так і загальноекономічну[1]

$$\chi_{t+1} = r \cdot \chi_t^{\alpha} \cdot (1 - \chi_t^{1-\alpha}),$$

На рис. 1 зображено як змінюється χ_n в залежності від дискретних значень r і α, котрі збільшуються з кроком 0.01 , $\alpha \in [0.01; 1.05]$, $r \in [0.01; 1.05]$.

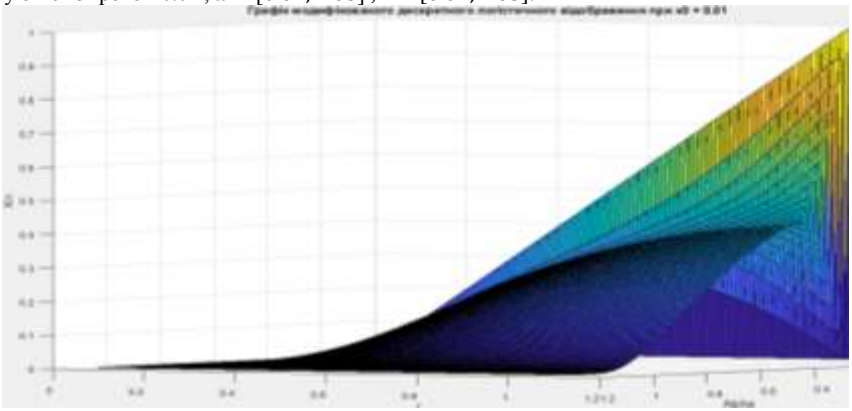


Рис.1

Поведінка систем, що залежать від двох (і більше) параметрів, є складнішою за системи з одним параметром. Для аналізу таких нелінійних систем існує простий комп'ютерний метод, який ґрунтується на чисельному визначенні типу режиму. Результат видається на площині параметрів, на якій кожна точка забарвлена в відповідний колір. Такий аналіз виявляє деякі типові структури, а також області нелінійної поведінки на площині параметрів. Для дослідника ця площина є свого роду «географічною картою», що дає уявлення про типи режимів, «подорожуючи» різними маршрутами.[2]

Проблема полягає в тому, що в залежності від значення початкової умови змінюється і ділянка детермінованого хаосу, ось чому більш доцільним буде зобразити двовимірну карту динамічних режимів з осями : $r, Alpha, \chi_0$. Але так як тривимірний графік не є настільки наочним, як двовимірний,

присвоїмо початковій умові стале значення $\chi_0 = 0.01$, за якого амплітуда детермінованого хаосу досягає досить високого рівня, якого достатньо для автоматичного виділення цієї ділянки відповідним кольором. Слід зазначити, що з віддаленням початкової умови χ_0 від значення 0.5 в бік 0 та 1, амплітуда хаосу зростає, а випуклість (напрям) відповідних значень ділянки хаосу змінюється після перетину значення початкової умови χ_0=0.5.

Слід наголосити, що так як χ_0 є параметром, який оптимізується, то при різних значеннях χ_0 карта динамічних режимів може дещо змінюватись (при наближенні χ_0 до 0.5 зона хаосу зменшується), тому порівняння різних країн на одній карті за різних відповідних початкових умов може бути дещо неточним.

На рис.2 зображена карта динамічних режимів узагальненого дискретного логістичного відображення. На ньому можна спостерігати кольорову гаму від темно-синього, який позначає переважання стаціонарності, до світло-жовтого, де ділянки детермінованого хаосу набувають максимальної амплітуди. Зелені та рожеві відтінки відображають міру переходу до хаосу. Це підтверджує той факт, що країни, в яких еластичність є високою, є більш економічно розвиненими і менше залежать від циклічних та хаотичних коливань економіки.

Червоним квадратом позначена точка на двовимірній координатній площині, яка відповідає значенням параметрів : $r, Alpha$, що відповідають економіці України. Відстань до ділянки детермінованого хаосу є достатньо великою, але потрібно остерігатись руху в цю сторону.

Слід наголосити, що вищенаведені параметри розраховані не екзогенно, а в результаті оптимізації цих параметрів для емпіричних даних реальної вартості основних засобів економіки України.

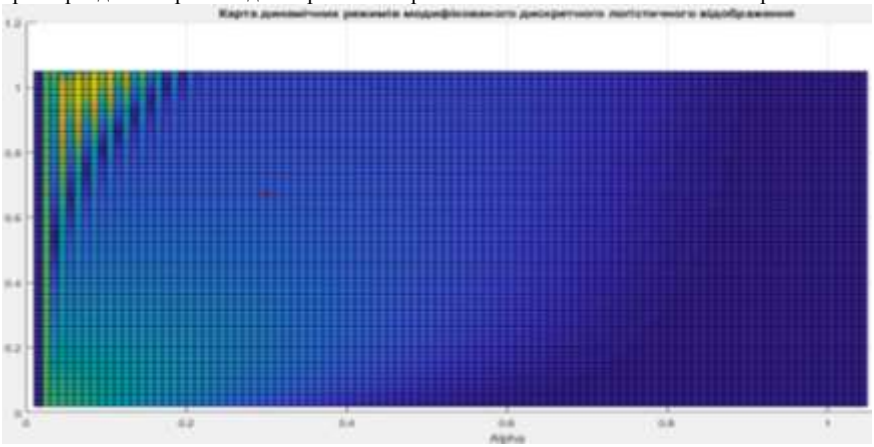


Рис.2

Програмна реалізація вищенаведених графіків та обчислень:

```
function modified_logistic_map(x0)
% формування векторів параметрів :
alpha = 0.01:0.01:1.05;
r = 0.01:0.01:1.05;
% ініціалізація матриці значень x :
xn = zeros(length(r),length(alpha));
% присвоєння значення початкової умови :
xn(:,1) = x0;
% обчислення матриці x :
for i = 1 : length(r)
   for j = 1 : length(alpha) - 1
      xn(i,j+1) = r(i)*(xn(i,j)^alpha(j) - xn(i,j));
   end
end
% функція побудови тривимірного графіку поверхні:
```

```
surf(r,alpha(2:end),abs(diff(xn)));
% нанесення точки на тривимірний графік поверхні,
% alpha = 0.3, r = 0.67, 0.28 - значення функції в точці (alpha, r)
hold on;
plot3(0.3,0.67,0.28,'rs');
hold off
% підписи до графіку:
xlabel('Alpha');
ylabel('r');
zlabel('Xn');
title('Карта динамічних режимів модифікованого дискретного логістичного відображення');
end
```

Побудовано карту динамічних режимів узагальненого дискретного логістичного відображення, на координатну площину нанесено точку, значення координат якої відповідає нелінійній динаміці вартості основних засобів економіки України.

Предметом подальших дослідження буде нанесення різних країн на координатну площину карти динамічних режимів, з метою подальшої кластеризації країн з метою моделювання макроекономічних ризиків.

Література:

1. Вітлінський В. В., Моделювання та аналіз траєкторій економічного розвитку на підґрунті дискретної моделі Солоу / В.В. Вітлінський, / Ю.В. Коляда, К.О. Баранов // Проблеми економіки.-2013.-№1.-с.353-362.
2. http://www.sgtnd.narod.ru/dictionary/rus/charts.html

Копєйко С.Г.
студентка кафедри міжнародної економіки
Сумського державного університету

УПРАВЛІННЯ ВАЛЮТНИМ РИЗИКОМ КОМЕРЦІЙНИХ БАНКІВ

Діяльність банку за своєю природою пов'язана з ризиками, які генеруються численними чинниками (зовнішнім середовищем, структурою активів і пасивів, іншими фінансовими і функціональними чинниками), тому розуміння суті цих ризиків, та їх правильне оцінювання та управління ними дозволить значно зменшити можливі втрати, що виникають у банківської діяльності.

Таким чином, методологічною основою побудови системи управління валютними рисками для банку є матеріали НБУ та рекомендації Базельського комітету [3]. Валютний ризик- це наявний або потенційний ризик для надходжень та капіталу, що виникає із-за несприятливих коливань валютних курсів та цін на банківські метали. Слід також враховувати, що зміна обмінних курсів може призвести до довгострокових негативних наслідків через втрату конкурентоспроможності одного банку. Це пов'язано з тим, що на нинішній стадії розвитку вітчизняні банки не тільки обслуговують експортно-імпортні операції господарюючих суб'єктів, але й виступають як прямі учасники операцій на внутрішньому та міжнародному валютному ринку.

Головною умовою появи валютних ризиків є короткострокові та довгострокові коливання обмінних курсів, які залежать від попиту та пропозиції валют на міжнародних та національних валютних ринках. В цілому валютний ризик є спекулятивним і може привести до прибутку або збитків не тільки через зміни напряму руху обмінного курсу, а й у зв'язку з тим, що банк має довгу або коротку чисту позицію у іноземній валюті. Наприклад, якщо банк має довгу валютну позицію, зниження національної валюти призведе до отримання банком чистого прибутку, а саме збільшення курсу цієї валюти, призведе до збитків. У короткій валютній позиції вище вказані зміни обмінного курсу будуть мати зворотний ефект.

Для ефективного управління необхідно враховувати наступні різновиди валютного ризику:

- ризик транзакції або операційний валютний ризик, який пов'язаний з несприятливими коливаннями валютних курсів, що впливає на реальну вартість відкритих валютних позицій банку. Він призводить до збитків в іноземній валюті за конкретними операціями у іноземній валюті (наприклад, при укладанні угод з дилером).

- «трансляційний» або бухгалтерський ризик виникає, коли вартість еквіваленту валютної позиції в звітності змінюється внаслідок зміни валютних курсів, що застосовуються при переоцінці активів та зобов'язань в іноземній валюті, в національну валюту (базову валюту) або коли материнський банк, який має іноземні філії, проводить консолідацію фінансової звітності;

- економічний (діловий) валютний ризик- це зміна довгострокової позиції країни або конкурентної позиції фінансової установи або його структур на зовнішньому ринку з-за значних змін обмінних курсів. Наприклад, знецінення національної валюти може призвести до скорочення імпорту та збільшення експорту[1].

Тому, щоб обмежити ризик втрат, банк повинен розробляти ефективну систему лімітів, яка повинна базуватися на оцінці потенційних втрат в окремих валютах.

Для зниження ,,трансляційного" або бухгалтерського різновиду валютного ризику можна використовувати інші методи його управління, зокрема, такі як:

реструктуризація боргу, яка здійснюється при наявності заборгованості в іноземній валюті, та має тенденцію до збільшення, а її погашення буде здійснюватися за рахунок надходження валюти, курс якої як правило, зменшується. У цьому випадку вигідно взяти кредит у валюті що знижується і перерахувати суму кредиту в зростаючу валюту;

метод самострахування передбачає врахування у ціні банківського продукту величини можливого збитку від зміни обмінного курсу, що використовується для формування страхового фонду;

метод випередження або відставання що базується на змінах умов, строків платежів в іноземній валюті залежно від очікуваних коливань валютних курсів внаслідок прискорення, сповільнення або дострокового погашення заборгованості.

дисконтування платіжних вимог у іноземній валюті шляхом проведення форфетингових операцій, суть яких полягає в переуступці права банку вимагати заборгованість за іноземною валютою в обмін на негайне виплату банку власника векселя відповідної суми в національній валюті або іншій іноземній валюті;

структурне балансування, яке полягає в підтримці такої структури активів та зобов'язань, яка може покрити втрати, викликані несприятливими змінами обмінного курсу, прибутками, отриманої від змін в одному і тому ж обмінному курсі відповідно до інших позицій балансу. Основою такого балансу є управління грошовими потоками в іноземній валюті[2].

Таким чином, основними елементами процесу оцінки та управління валютним ризиком є знання, досвід, точність інформації та ефективність встановлення лімітів ризику. А загальний масштаб валютних операцій та розмір прийняття валютного ризику повинні ґрунтуватися на загальній якості управління ризиками, так і на оцінці стану своєї країни та країн банків- контрагентів.

Література:

1. Волицька, А. А. Валютні ризики як впливові чинники ведення банківського бізнесу [Текст] / А. А. Волицька // Проблеми і перспективи розвитку банківської системи України. – Т. 13. – Суми: УАБС НБУ, 2005. – С. 73-82.

2. Донець, Л. І. Економічні ризики та методи їх вимірювання [Текст] : навчальний посібник / Л. І. Донець. – К. : ЦУЛ, 2006. – 312 с. – ISBN 966 364 279 3.

3. Інструкції про порядок регулювання діяльності банків в Україні, затвердженої постановою Правління НБУ від 28.08.2001 № 368, та до постанови Правління НБУ від 19.11.2015 № 806 "Про розрахунок банками України нормативу капіталу з урахуванням кредитного ризику".

Кудлай В.Г.
канд. екон. наук, доцент кафедри економіки і менеджменту агробізнесу
Ходзіцький В.А.
студент 6 курсу, факультету економіки і менеджменту агробізнесу,
ДВНЗ «Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана»

СТВОРЕННЯ КОНКУРЕНТНОГО РИНКУ БІОПАЛИВА В УКРАЇНІ

Існування ефективно діючого конкурентного ринку паливної біомаси в Україні вважається однією з принципових передумов досягнення цілей Національного плану дій з відновлюваної енергетики на період до 2020 року.

На сьогодні ринок біомаси як палива є мало розвинутим в Україні. Це негативно впливає на імовірність реалізації новітніх біоенергетичних проектів і, в результаті – на посилення залучення біопалива до енергобалансу держави.

Різним аспектам формування ринку біоенергетичних ресурсів та його сегменту – біопалива – присвятило свої праці багато науковців, наприклад: І. Г. Кириленко, В. В. Дем'янчук, Л. В. Гойсюк, Н. В. Мельник, Г. М. Калетнік та ін.

Зрозуміло, що ринок біопалива в Україні нині потребує розвитку і реорганізації, шляхом надання вільного доступу підприємств усіх форм власності до відходів або побічної продукції сільського та лісового господарства, та створення біопаливної біржі/аукціону для реалізації операцій купівлі-продажу різних видів біопалива.

Рекомендуємо брати за основу організаційну структуру литовської біопаливної біржі Baltpool, однак зі змінами, що випливають із регіональних особливостей України. До основних рис запропонованої біржі біопалива в Україні належать:

- на біржі виконуються операції купівлі-продажу деревного палива (дрова, тріска, брикети, гранули) і біомаси аграрного походження (тюковані стебла, солома).
- всі види біопалива повинні відповідати мінімальним розробленим стандартам якості.
- у торгах мають право приймати участь державні та приватні фірми, в тому числі закордонні.
- біржа працює у всіх областях України через її філіали (один філіал у кожній області).

Однак, за сучасних економічних умов, створення ринку біопалив в Україні можливо лише за таких умов:

- гармонізація національного законодавства щодо розвитку біопалив із законодавством ЄС;
- реалізація розробленої стратегії розвитку ринку біопалив України;
- визначення оптимального варіанту виготовлення біопалив з урахуванням територіального та сировинного факторів;
- упровадження програм і просування використання біопалив на транспорті;
- введення фінансових стимулів та інвестиційно-інноваційної підтримки у сфері виробництва біопалив;
- виробництво біодизельного палива для власних потреб у сільському господарстві;
- запровадження податкових пільг у разі виробництва біопалива для власних потреб;
- споживання частини вироблених біопалив в Україні.

Саме тому, можна зробити висновок, що біопаливна біржа на території України має бути створена одним з наступних шляхів:

заснування нової електронної торгівельної платформи;
удосконалення наявної системи аукціонів по реалізації необробленої деревини;
створення нової системи аукціонів;
використання електронної системи ProZorro.

Література:

1. Кириленко І. Г. Формування ринку українського біопалива: передумови, перспективи, стратегія / І. Г. Кириленко, В. В. Дем'янчук, Б. В. Андрющенко // Економіка АПК. – 2010. – № 4. – С. 62–65.

2. Калетнік Г. М. Біопаливо: продовольча, енергетична та екологічна безпека України / Г. М. Калетнік // Біоенергетика = Bioenergy : Всеукраїнський науково-виробничий журнал. – 2013. – № 2. – С. 12–14.

3. Скорук О. П. Розвиток ринку біопалива в Україні та світі / О. П. Скорук, І. А. Здор // Збірник наукових праць Вінницького національного аграрного університету. Серія: Економічні науки. – 2012. – № 1. – С. 30–36.

4. Огаренко Ю. Політика ЄС на ринку біопалива: наслідки для України / Ю. Огаренко, О. Нів'євський // Німецько-український аграрний діалог. – 2012. – Вип. 2. – С. 2–10.

Курилюк О.І.
студентка
Чернівецького національного університету ім. Ю. Федьковича

РОЛЬ НТП В ЕКОНОМІЧНОМУ РОЗВИТКУ УКРАЇНИ

Стрімкий розвиток науково-технічного прогресу є ознакою останніх десятиріч XX ст. та сучасного етапу цивілізаційного руху. Найбільш розвинені країни світу стали переходити до постіндустріального типу розвитку з характерним для нього домінуванням наукомістких технологій, «індустрії знання» і сфери комунікацій. Стрижнем цих процесів є науково-технічний прогрес, тобто основне джерело підвищення ефективності виробництва та продуктивності суспільної праці та в кінцевому результаті – базис економічного зростання в країні.

Проблеми науково-технічного прогресу традиційно знаходяться в центрі уваги і становлять пріоритетний напрям досліджень у вітчизняній та зарубіжній економічній науці. Особливості НТП в умовах розвитку економіки висвітлено у працях таких вітчизняних і зарубіжних вчених, як: З. Бжезинський, Т. Веблен, Дж. Гелбрейт, Є. Денісон, Г. Кан, П. Ліндерт, Г. Маркузе, Д. Медоуз, М. Пебро, У. Ростоу, Г. Скотт, А. Тоффлер, А. Турен, А. Філіпенко та ін. Попри те, що феномен НТГ активно досліджують у світовій економічній науці протягом останніх десятиріч, він не втрачає своєї актуальності й сьогодні [3].

Науково-технічний прогрес (НТП) — це поступальний рух науки і техніки, еволюційний розвиток усіх елементів продуктивних сил суспільного виробництва на основі широкого пізнання і освоєння зовнішніх сил природи, це об'єктивна, постійно діюча закономірність розвитку матеріального виробництва, результатом якої є послідовне вдосконалення техніки, технології та організації виробництва, підвищення його ефективності.

Науково-технічний прогрес сприяє більш рівномірному і ефективному розміщенню підприємств, виробничих комплексів і галузей господарства. Створення і вдосконалення потужних, високопродуктивних машин у багато разів збільшують продуктивність праці у всіх районах. Поява нових способів передачі електроенергії через об'єднані енергосистеми зробила економічно вигідним просторовий розрив між великими виробниками електроенергії на базі дешевих енергоносіїв та її споживачів [5].

Урахування регіональної специфіки при проектуванні техніки і технології дозволяє добитися найкращих результатів в її використанні. Є потреба більш повного урахування регіональних особливостей науково-технічного прогресу, причому не тільки природних (клімат, сейсмічність, вічна мерзлота, особливості залягання корисних копалин), але й економічних (густота населення, кваліфікація кадрів тощо) [4].

Зазначимо, що НТП як наслідок дії об'єктивних економічних законів і, насамперед, закону зростання потреб, закону усуспільнення виробництва і праці та інших поширюється передусім на систему продуктивних сил, що, в свою чергу, знайшло вираження в законі зростання продуктивності праці, який відображає внутрішньо необхідні, сталі та суттєві зв'язки між прогресом технологічного способу виробництва (його окремими елементами, в тому числі між факторами виробництва) і ефективністю виробничої діяльності у процесі створення товарів і послуг (або кількістю праці на виготовлення одиниці продукції). НТП є домінантою розвитку продуктивності праці, яка, в свою чергу, обумовлена дією таких основних груп факторів:

- фактори, пов'язані з живою працею;
- фактори, пов'язані із засобами праці;
- фактори, пов'язані з упровадженням найновіших форм організації виробництва і праці;
- фактори, пов'язані з удосконаленням техніко-економічних відносин: концентрація, спеціалізація, кооперування і комбінування виробництва та ін.;
- фактори, пов'язані з удосконаленням предметів праці;

- фактори, пов'язані зі структурними змінами у національній економіці, й, насамперед, з питомою вагою нових наукомістких галузей [3].

НТП – це процеси відкриття та використання нових знань у господарському житті. Не підлягає сумніву, що об'єктивні умови руху таких процесів вимагають потужної науково-дослідницької бази. Незважаючи на труднощі першого етапу незалежності України, вдалося зберегти наріжний камінь наукового потенціалу та за умов ефективної праці навчальних, наукових закладів наростити його. Про це наочно свідчать статистичні дані, відображені в табл. 1.

Таблиця 1

Динаміка чисельності наукових кадрів та кількості організацій, які виконують наукові дослідження й розробки*

Роки	Кількість організації, які виконують наукові дослідження й розробки	Чисельність науковців, осіб	Чисельність докторів наук в економіці України, осіб	Чисельність кандидатів наук в економіці України, осіб
2011	1255	84969	14895	84979
2012	1208	82032	15592	88057
2013	1143	77853	16450	90113
2014	999	69404	16090	86230
2015	978	63864	…	…

Джерело: [1]

*2011 р. – станом на 1 жовтня, з 2012 р. – станом на 31 грудня; починаючи зі звіту за 2015 р. державні статистичні спостереження щодо кількості докторів і кандидатів наук в економіці України скасовані.

*за 2014-2015 рр. дані наведені без урахування тимчасово окупованої території Автономної Республіки Крим, м. Севастополя та частини зони проведення антитерористичної операції.

Аналізуючи дані табл.1, спостерігаємо, що кількість організацій, які виконують наукові дослідження і розробки у 2015 р. скоротилася на 2,1% у порівнянні з 2014 р. та на 22,1% – з 2011 р.

Чисельність науковців, які займалися науковими дослідженнями, суттєво знизилась з 84969 осіб у 2011 році до 63864 осіб у 2015 році. Чисельність докторів наук в економіці України у 2014 р. порівняно з 2013 р. зменшилася на 360 осіб, а чисельність кандидатів наук – на 3883 осіб відповідно.

Широка і комплексна автоматизація, механізація виробництва повністю змінюють характер праці. Сучасний етап автоматизації спирається на електронізацію (комп'ютеризацію) національної економіки. Велике значення має впровадження трудозберігаючих технологій у промислових центрах і вузлах, що мають обмежені можливості забезпечення промисловості і сфери послуг трудовими ресурсами. Це стосується насамперед старих промислових районів, які характеризуються погіршенням демографічної ситуації [6].

Сучасна техніка закладає основу для створення принципово нових «заводів майбутнього» — повністю автоматизованих і електронізованих, з мобільною технологією. Тим самим у перспективі, очевидно, з'являться можливості розміщення підприємств, які раніше визнавались трудомісткими, практично повсюдно, у тому числі в трудодефіцитних районах.

Вирішальним засобом задоволення потреб країни у виробничих ресурсах повинні стати ресурсозберігаючі технології. При використанні ресурсозберігаючих технологій важливо додержуватись регіональних пріоритетів.

Отже, в Україні створено потужний науково-технічний потенціал, спроможний вирішувати найактуальніші проблеми структурної перебудови економіки, демілітаризації технологій, посилення їх соціальної спрямованості, прискорення НТП, посилення інтенсифікації тощо. На сучасному етапі в країні є об'єктивні умови для втілення в життя активної державної науково-технічної політики. Функціонує потужний потенціал академічної, вузівської і галузевої науки, науково-технічний потенціал багатьох підприємств, зокрема наукомістких виробництв у промисловому комплексі.

Література:

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

2. Бондарчук Н. В. Аналіз інноваційної діяльності в Україні / Н.В. Бондарчук // Економіка та держава. — 2011. — №4. — С. 143-145.

3. Гаврилюк В.Т. Об'єктивна необхідність прискорення науково-технічного прогресу / В.Т. Гаврилюк // Вісник Східноєвропейського університету економіки і менеджменту – 2012. – №1 (11). – С. 21-28.

4. Економіка України: ключові впливи та шлях стабільного розвитку / [О.Е. Білоцерковець, Т. В. Бурлай, Н. Ю. Еончар та ін.]; за ред. І. В. Крючкової; НАН України; Ін-т екон. та прогнозув. — К., 2013. — С. 480.

5. Новгородська О.О. Роль НТП на розвиток України / О.О. Новгородська // Україна: аспекти праці. – 2010.

6. Стратегія інноваційного розвитку України на 2010-2020 роки в умовах глобалізаційних викликів, (упоряд.: Е.О. Андрощук, І.Б. Жиляєв, Б.Е. Чижевський, М.М. Тарасевич // Економічна теорія. — 2012. — №1. — С. 21-34.

Ланкін М.О.

Здобувач вищої освіти ступеню магістр кафедри міжнародних економічних відносин Університету економіки та права «КРОК»

УПРАВЛІННЯ ЕКСПОРТНО-ІМПОРТНОЮ ДІЯЛЬНІСТЮ УКРАЇНСЬКИХ ПІДПРИЄМСТВ В УМОВАХ СТВОРЕННЯ ЗОНИ ВІЛЬНОЇ ТОРГІВЛІ

Створюючи зону вільної торгівлі між Євросоюзом та Україною, враховуючи зміни, що відбуваються у економічному секторі, важливим аспектом стає оптимізація ефективності управління компаніями, які займаються експортно-імпортними операціями в сфері товарів та послуг.

Зміни, які відбуваються на даному етапі розвиту українського середовища, всіляко стосуються економіки України. Відкриваються неабиякі можливості розвитку для вітчизняної зовнішньоекономічної діяльності.

Радикальні зміни в зовнішньому та внутрішньому середовищі функціонування підприємств, що відбуваються в останні роки на фоні поступового входження до зони вільної торгівлі з Європейським союзом, потребують корекції методів ведення зовнішньої торгівлі, зміни підходів до виробничого та процесу встановлення стандартів [1]. Тому актуальною є проблема управління імпортно-експортною діяльністю українських підприємств, як на внутрішньому, так і на зовнішньому ринках.

Запропоновані наступні заходи підтримки українських експортерів:

- проведення ревізії законодавства України, що регулює зовнішню економічну діяльність;
- розробка і впровадження системи просування національної продукції та закріплення її конкурентних позицій в ключових сферах;
- укріплення потенційних конкурентних можливостей українських експортерів через впровадження розгалуженої мережі маркетингу та сервісу важливих для України зовнішніх ринках збуту;
- освоєння ринку нових технологій, пристроїв, механізмів і обладнання, отримання потрібних для них ліцензій, та збільшення їх закупівель за кордоном;
- створення можливостей, для оптимального використання квот ЄС, обговорення та виконання умов для їх збільшенні по окремим категоріям чи в цілому;
- впровадження в Україні міжнародних стандартів, в першу чергу стандартів ЄС, процесу отримання сертифікатів, підготовка та впровадження належної програми в українських реаліях[3];
- вжиття заходів політичного, дипломатичного і законодавчого характерів, які б посприяли участі України в масштабних міжнародних кооперацийних проектах у пріоритетних для вітчизняної економіки галузях [2];
- збільшення темпів інформатизації національної економіки і в наступну чергу українських зовнішньо-економічних зв'язків.

Щоб виходити на європейський ринок із сучасною і конкурентоздатною продукцією, потрібна інша якість виробництва, здатність швидко змінюватись разом із ринком. Для цього потрібне інше інституціональне середовище. Тобто зі сторони країни повинні створюватися умови для проходження сертифікації та отримання ліцензій підприємствам, що мають змогу експортувати товари/послуги до країн ЄС.

А те, наскільки продуктивно будуть здійснені операції з імпорту та експорту товарів/послуг напряму буде пов'язаним із роботою компаній в загалі.

Наразі Україна належить до країн із високою імпортною квотою у валовому внутрішньому продукті (ВВП). Маючи високий експортний потенціал, Україна використовує його недостатньо ефективно.

Україна має низькі показника експорту, що приходяться на одиницю населення, цей показник більший не тільки у розвинених країнах, а й у переважній частині Східної та Центральної Європи. Такі висновки підштовхують Україну збільшення продуктивності експорту.

Література:

1. Створення зони вільної торгівлі між Україною та ЄС [Електронний ресурс] / Урядовий портал. – Режим доступу: http://www.kmu.gov.ua/control/uk/publish/article%3Fart_id=244830558

2. ЄС-Україна: поглиблена та всеохоплююча зона вільної торгівлі [Електронний ресурс]: спільна публікація Представництва Євросоюзу в Україні, Міністерства закордонних справ України та Міністерства економічного розвитку і торгівлі України / European External Action Service. Режим доступу: http://eeas.europa.eu/archives/delegations/ukraine/documents/virtual_library/dcfta_guidebook_web.pdf

3. Pres-konferentsiia «Avtonomni torhovelni preferentsii ES: vplyv na ukrainskyi eksport» [Press conference «The autonomous trade preferences of the EU: the impact on Ukrainian export»]. [Електронний ресурс]. - Режим доступу: http://www.ier.com.ua/ua/public_events?e=174.

Лещенко Л.О.
к.е.н., старший викладач кафедри прикладної економіки і міжнародних економічних відносин
Ладнюк Д.В.
студент
Харківського національного аграрного університету ім. В.В.Докучаєва

ЕФЕКТИВНІСТЬ ВИРОБНИЦТВА ПРОДУКЦІЇ РОСЛИННИЦТВА ТА ШЛЯХИ ЩОДО ЇЇ ПІДВИЩЕННЯ

Структурні зміни в формах власності, формування ринкової системи господарювання тісно пов'язана з виникненням самостійної ініціативної господарської діяльності суб'єктів економічних відносин спрямованої на виробництво продукції з метою отримання прибутку. В результаті чого суб'єкти підприємницької діяльності вимушені самі, без підтримки держави організовувати свою виробничу та економічну діяльність в ринковому економічному середовищі [0].

Рослинництво - одна з основних галузей сільськогосподарського виробництва, яке включає обробіток культур в рільництві, овочівництві, баштанництві, плодівництві, квітникарстві та інших галузях. Людина отримує від нього продукти харчування, сировину для легкої та харчової промисловості, корми для тварин. Показником, який може дати уявлення про ефективність цього виду сільськогосподарського виробництва, є прибуток від реалізації продукції рослинництва і, як похідний, - показник рентабельності продукції [0]. Він показує ступінь окупності фактичних і планованих витрат. За рівнем рентабельності ведеться порівняння результатів діяльності галузей сільського господарства і організації в цілому, і це необхідно для визначення його ефективного функціонування.

Динаміка і темпи виробництва продукції рослинництва, рівень забезпеченості населення продукцією рослинництва, а переробної промисловості сировиною, визначається розвитком і розміщенням рослинництва в країні. Успішний розвиток рослинництва залежить від забезпеченості робочою силою, транспортними шляхами для перевезення продукції, гарантованими поблизу ринків збуту.

Коли мова йде про виявлення шляхів підвищення ефективності сільськогосподарської продукції, актуальним буде констатувати, що за останні роки спостерігається значне зростання ефективності світового господарства в цілому, в тому числі завдяки впровадженню більш досконалої нової техніки і міжнародного поділу праці. Однак, сільгосптоваровиробникам, особливо вітчизняним, рівень ефективності виробництва яких все ж поступається зарубіжним, недоцільно задовольнятися досягнутим, їм просто життєво необхідно просуватися вперед. Головними шляхами підвищення ефективності продукції рослинництва є:

1) застосування інтенсивної технології вирощування сільськогосподарських культур, поліпшення родючості земель, освоєння сівозмін, посів по кращих попередниках;

2) застосування передової технології, скорочення термінів польових робіт, раціональне використання мінеральних і органічних добрив, меліорація земель, проведення протиерозійних заходів, поліпшення насінництва;

3) зміцнення матеріально-технічної бази, дотримання норм витрат сировини і матеріалів;

4) зниження рівня собівартості виробленої продукції, що сприяє збільшенню розміру прибутку галузі та підвищенню рівня рентабельності виробництва;

5) вдосконалення внутрішньогосподарського механізму матеріального стимулювання;

6) велике значення для скорочення термінів проведення робіт і зростання врожайності має комплексна механізація робочих процесів. Великий економічний ефект досягається при збиранні врожаю в оптимальні агротехнічні терміни.

Ефективність виробництва продукції рослинництва оцінюється системою показників, які дозволяють також виявити сильні і слабкі сторони функціонування конкретного суб'єкта агробізнесу. До таких основних показників можна віднести врожайність. З метою збільшення валового збору рослинницької продукції, якщо врахувати обмеженість земельних угідь, а звідси площі ріллі і посівних площ, досить високу вартість оренди землі, потрібно підвищувати врожайність.

Основним резервом збільшення виробництва продукції рослинництва є зростання врожайності. У свою чергу резерви підвищення валової продукції за рахунок врожайності складаються як результат ліквідації всіх втрат при вирощуванні, зберіганні та реалізації продукції, недобору її за рахунок невиконання планів проведення хімізації полів, засобів захисту рослин і меліорації.

Фактором збільшенню рівня та стійкості урожайності сільськогосподарських культур виступає вдосконалення технічного забезпечення агровиробництва, що приводить до зменшення втрат продукції та своєчасного та більш якісного виконання технологічних операцій [0].

Отже, підвищення ефективності виробництва було і залишається одним з найважливіших завдань, що стоять перед сільським господарством. В даний час існують різні шляхи підвищення ефективності виробництва сільськогосподарської продукції. Необхідність у формуванні конкурентних переваг суб'єктами агробізнесу виробництві якісної і конкурентоспроможної продукції в сучасних умовах розвитку ринку залишається незмінною. Підвищення ефективності виробництва продукції рослинництва не тільки дозволяє здійснювати його прибутково, задовольняти потреби ринку в якісній продукції, а й призводить до зростання конкурентоспроможності сільськогосподарських організацій.

Література:

1. Артеменко О. О. Шляхи підвищення ефективності виробництва продукції рослинництва / О. О. Артеменко // Вісник Харківського національного технічного університету сільського господарства імені Петра Василенка. - 2017. - Вип. 185. - С. 56-61. - Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Vkhdtusg_2017_185_9

2. Смекалов П.В. Анализ хозяйственной деятельности сельскохозяйственных предприятий: учебник. М.: Финансы и статистика, 2014.- 304 с.

3. Прус Ю. Бібліографічний опис для цитування: Прус Ю. О. Аналіз виробництва продукції рослинництва в агроформуваннях Запорізької області / Ю. О. Прус // Збірник наукових праць Таврійського державного агротехнологічного університету (економічні науки). - 2013. - № 2(5).

Лещенко Л.О.
к.е.н., старший викладач кафедри прикладної економіки і міжнародних економічних відносин
Сариєв А.
студент
Харківського національного аграрного університету ім. В.В.Докучаєва

ПУТИ ПОВЫШЕНИЯ УРОВНЯ РЕНТАБЕЛЬНОСТИ ПРОИЗВОДСТВА СЕЛЬСКОХОЗЯЙСТВЕННОЙ ПРОДУКЦИИ

Одним из центральных элементов рыночной экономики для оценки эффективности хозяйствования выступает рентабельность. Чаще всего уровень рентабельности рассматривается как главный показатель с нормой прибыли в главной роли. Рентабельное ведение производства и получения максимальной прибыли выступают важным стимулом развития хозяйства. Рентабельность производства формирует фонды накопления в хозяйстве, а, следовательно, является источником пополнения бюджетов всех уровней [0].

В современных условиях повышение рентабельности предприятий является очень важной и сложной задачей. Многие предприятия в Украине работают нерентабельно, то есть они неприбыльные или их рентабельность слишком низкая. Поэтому исследования рентабельности, а также путей ее повышения на предприятии является очень важным и актуальным вопросом в настоящее время.

Изучение абсолютной величины прибыли является недостаточным для анализа и оценки эффективности результатов отдельных отраслей и хозяйств в целом. Производство различных продуктов растениеводства и животноводства характеризуется различными соотношениями прибыли и производственных расходов. Поэтому необходимо сравнить расходы с полученной прибылью, что позволит определить эффективность расходов и доходность предприятия, то есть рентабельность [0].

Рентабельность - это относительный показатель эффективности деятельности субъектов хозяйствования, который отражает отношение полученного эффекта (прибыли) с использованными ресурсами. Рентабельность характеризует эффективность работы предприятия в целом, доходность различных направлений деятельности (производственной, предпринимательской, инвестиционной), окупаемость затрат. Этот показатель более полно, чем прибыль, характеризует конечные результаты хозяйствования, ведь их величина показывает соотношение эффекта с ресурсами. Рентабельность используют для оценки деятельности предприятия и как инструмент в инвестиционной политике и ценообразовании.

Можно выделить три группы рентабельности: экономическую, финансовую и производственную. Рентабельность экономическая анализирует эффективность использования имущественных активов и их отдельных элементов. Рентабельность финансовая определяет, насколько эффективно используются источники основных и оборотных средств и их отдельные элементы, а также отражает показатели рентабельности капитала. Рентабельность производственная определяет общую эффективность производственной деятельности и отражает доходность выпуска продукции.

К основным показателям рентабельности, с помощью которых осуществляется анализ финансового состояния предприятия, относятся рентабельность продаж; рентабельность активов; рентабельность собственного капитала; рентабельность инвестиций; рентабельность продукции.

Как уже отмечалось выше, рост рентабельности производства сельскохозяйственной продукции заключается, в первую очередь, в повышении урожайности культур при сравнительно не больших затратах. Так, в хозяйстве необходимо наладить качественное семеноводство для обеспечения потребности хозяйства в семенах высокого класса. Также необходимо постоянно проводить сортообновление и сортосмену, выбирая наиболее приспособленные и продуктивные сорта сельскохозяйственных культур высших репродукций. Без хорошего продуктивного сорта, способного давать достаточно высокий урожай, трудно повысить рентабельность производства, даже при высокой агротехнике и хороших климатических условиях.

Другим резервом повышения уровня рентабельности является строгое соблюдение всех агротехнических мероприятий. Ведь основной причиной недостаточно высокой урожайности является именно нарушение сроков проведения агротехнических мероприятий. Поэтому строгий контроль за соблюдением абсолютно всех сроков и норм способен сократить потери влаги, питательных веществ, урожайности.

Внедрение комплексных высокопроизводительных машин, объединяющих ряд мероприятий, будет способствовать сокращению затрат. Вследствие этого происходит не только снижение затрат на проведение работ но и повышение урожайности.

Література:

1. Власенко Т. В. Фактори рентабельності виробництва зернових культур в Запорізькому регіоні / Т. В. Власенко // Збірник наукових праць Таврійського державного агротехнологічного університету (економічні науки). - 2014. - № 1. - С. 76-81. - Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/znptdau_2014_1_16

2. Приказюк О.В. Показники ефективності діяльності аграрних підприємств: сутність і шляхи вдосконалення / О.В. Приказюк // Вісник ЖДТУ. Серія: економічні науки. – 2007. - №4. – С. 243-249.

Личак О.О.
Дзюбинська Х.М.

ІНТЕЛЕКТУАЛЬНА ВЛАСНІСТЬ НА СУЧАСНОМУ УКРАЇНСЬКОМУ ПІДПРИЄМСТВІ

В інформаційному суспільстві основою економічного розвитку людства, перш за все, є «розумовий запас», або «запас знань» тому проблема впливу інтелектуального капіталу на результати діяльності суб'єктів економіки є пріоритетним в даний час в українській і світовій економіці.

В першу чергу, в число об'єктів інтелектуального капіталу в економічному сенсі входять виняткові права, які належать підприємству, з них важливою і історично первинною формою нематеріальних активів є охоронювані законом торгові і промислові таємниці, а також знання працівників підприємства.

Але, для найбільш повного розкриття сутності інтелектуального капіталу на сучасному українському підприємстві слід детально розглянути всі функції, які виконує цей вид власності:

- засіб отримання доходу;
- захисна функція;
- підвищення ринкової вартості компанії.

Використання інтелектуального капіталу як засобу отримання доходу є найбільш традиційним. З появи перших патентів і авторських прав на літературні твори виплачуються ліцензійні відрахування і відрахування авторам творів в якості плати за користування винятковими правами (в тому числі, якщо автори є співробітниками підприємства, що виробляє продукцію, захищену подібними документами) [1].

Після створення винаходу або твору мистецтва винахідник (автор) повинен, згідно з міжнародними нормативно-правовими актами та законодавством країни винахідника запатентувати, або зареєструвати свій винахід. Тоді у нього з'являється можливість укласти договір з користувачем даного об'єкта і встановити розмір відрахувань.

Підприємство також може отримати дохід за допомогою продажу об'єкта інтелектуального капіталу. Існує два варіанти продажу нематеріальних активів.

У першому випадку підприємство продає створений ним самим об'єкт інтелектуального капіталу, отже його завдання – таким чином провести реалізацію товару, щоб дохід перевищував витрати, пов'язані зі створенням об'єкта: оплата праці співробітників, залучених до проекту, сировини і матеріалів, консультаційних послуг.

В іншій ситуації підприємство реалізує, або вже наявний на балансі, зареєстрований на балансі об'єкт інтелектуального капіталу у вигляді нематеріального активу, або набуває цей актив з метою подальшої реалізації. У подібній ситуації також важливо перевищення доходу над витратами (тобто – всі витрати, пов'язані з придбанням, в тому числі вартість об'єкта консультаційні послуги, юридичне оформлення, і.т.д.). При розрахунку доходу, також необхідно врахувати витрати, пов'язані з продажем активу, такі як консультаційні та юридичні послуги, так як керівництва багатьох підприємств наймає фахівців з даних питань.

Підприємства все частіше купують і використовують виняткові права не тільки для отримання доходу, але і для захисту від використання даних виняткових прав іншими компаніями-конкурентами. Широко поширеною є практика придбання пакета, так званих «Оборонних патентів», які служать для придбання монополії (виняткових прав) на нову технологію. Ці операції здійснюються не заради ліцензійних відрахувань, а виключно як захисний засіб на випадок, якщо інша організація пред'явить позов по неправомірному використанню технології, або порушення авторського права. Дія цих «оборонних патентів» переслідує такі цілі:

1. Юридичний захист технічних рішень (традиційна функція – гарантія, що на дане технічне рішення не буде виданий патент ніякої іншої організації, або фізичній особі).

2. Засіб конкурентної боротьби (використання патентів у якості бар'єру для входу на ринок певного продукту конкуруючих організацій)

3. При наявності великої кількості патентів дає можливість участі в «патентних пулах» (об'єднаннях декількох великих фірм, кожна з яких може вільно користуватися патентованими технологіями всіх інших).

З безлічі різних видів оборонних патентів, як засобу конкурентної боротьби, найбільш часто використовуються зонтичні патенти. Підготовка таких патентів зазвичай здійснюється за участю

висококваліфікованого патентознавця, винахідника і патентовласника. Крім створення патентно-правового поля, що захищає безпосередньо винахід необхідне формування додаткових обсягів патентно-правового поля, що охоплює всі можливі варіанти, модифікації і, в ряді випадків, можливо перспективу вдосконалення патентується [2].

Сукупність суттєвих ознак зонтичного патенту орієнтована на концентрацію у формулі максимальної кількості ознак в найбільш узагальнюючому вигляді. Тому при підготовці зонтичного патенту є обґрунтованим виявлення всіх найважливіших ознак об'єкта, що захищається і прагнення забезпечити його патентну чистоту. Тобто потрібно сформулювати сукупність нових ознак, що забезпечують охороноспроможність і зонтичний захист, який патентується, як результат. У патентознавців має існувати певний запас різних методів для цих цілей, які є їх ноу-хау [3].

Патентні пули, або загальні фонди прав на різні об'єкти інтелектуального капіталу останнім часом стають поширеною практикою. Консолідація організацій шляхом об'єднання належних їм патентів, авторських прав, конфіденційних ноу-хау та інших прав особливо успішна, коли відповідні об'єкти інтелектуального капіталу взаємодоповнювані.

Організації, що вносять вклад в загальний фонд охоронюваних об'єктів інтелектуального капіталу, користуються відповідними правами, для забезпечення яких створюється спеціальна угода з пулу. Без освіти патентного пулу деякі інноваційні продукти не були б розроблені або знадобилося б набагато більше часу для досягнення ними ринку.

Але існують певні труднощі при створенні пулу, так як дане утворення дозволяє партнерам отримати значну перевагу над конкурентами, що приводить до монополізації того чи іншого ринку. Отже можливе виникнення труднощів з антимонопольним законодавством країни, де організовується патентний пул.

Іншим поширеним видом оборонного використання виключних прав є «Копілефт» (від англ. «copy left» – букв. «Авторське ліво»). Це юридичний інструмент, який використовує надані авторським правом (від англ. «Copy right» – «авторське право»), можливості, для досягнення цілей, протилежних прямому, звичайному його застосування. Підприємство робить свої технологічні досягнення надбанням громадськості, отже його конкуренти не можуть зареєструвати виняткові права на цей об'єкт інтелектуального капіталу. В основному, використання «копілефт» економічно обгрунтовано в наступних випадках:

• об'єкт інтелектуального капіталу за яким використовується «копілефт» не є основним продуктом підприємства, або виходить за межі його основної діяльності;

• підприємство є монополістом, або має стійке коло споживачів;

• на підприємстві існують унікальні умови для створення вищезгаданого продукту, не доступні конкурентам [4].

Важливе значення набуває функція інтелектуального капіталу як засобу збільшення ринкової вартості компанії, тобто цінність об'єкта інтелектуального капіталу полягає не тільки в перевазі перед конкурентами.

Як раніше згадувалося, інтелектуальний капітал знаходить своє вираження в майні підприємства як нематеріальні активи і власних знань і навичок працівників і керівників підприємства. При придбанні нематеріального активу в якості внеску до статутного капіталу підвищується загальна вартість активів підприємства. Відповідно, при збільшенні нематеріальних активів шляхом покупки об'єктів інтелектуального капіталу, або внесення останніх до статутного капіталу підприємства підвищується вартість необротних активів, а отже і ринкова вартість підприємства розрахована методом чистих активів.

Також існує можливість непрямого підвищення ринкової вартості підприємства за рахунок придбання об'єкта інтелектуального капіталу, і, як наслідок, підвищення котирувань цінних паперів компанії на фондових ринках, за рахунок активного «інформаційного тиску» через засоби масової інформації на потенційних інвесторів [5].

Таким чином, саме раціональне поєднання трьох основних функцій інтелектуального капіталу значно підвищить ефективність роботи підприємства в цілому. При цьому крім захисту технологій, вироблених підприємством, з'явиться можливість підвищення конкурентоспроможності підприємства за рахунок грамотного створення, перетворення і придбання об'єктів інтелектуального капіталу і можливість підвищити ринкову вартість компанії.

Література:
1. Бусигін Е., Мустафін Б. Ефективність управління інтелектуальною власністю // Інтелектуальна власність. Промислова власність. - 2012. - № 2. - С. 37-43.
2. Леонтьєв Б.Б. Основи організації управління інтелектуальною власністю на підпри- ятіі: Частина І. - М .: ВАТ ИНИЦ «Патент», 2010. - 197 с.
3. Лінник Л.Н. Особливості створення «зонтичних» патентів на винаходи. // «Інтелектуальна власність». - 2000. - № 5. - С. 35.
4. Забезпечення інноваційних процесів і механізми просування інновацій: Матеріали секційного засідання Міжнародного форуму «Інтелектуальна власність-XXI століття» (19-22 квітня 2011 року). М .: ГОУ ВПО РГА- ІС, 2011. - 80 с.
5. Сенніков Н.Л. Інноваційне підприємництво, фінансова криза і інтелектуальна промислова власність. // Євразійський юридичний журнал. 2011. - № 39. - С. 93-95.

Лозовський О. М.
к. е. н., доцент кафедри менеджменту та адміністрування
Жолудь Д. Р.
студентка
Вінницький торговельно-економічний інститут
Київського національно торговельно-економічного університету

ОПТИМІЗАЦІЯ ЛОГІСТИЧНОЇ СИСТЕМИ В УПРАВЛІННІ ПІДПРИЄМСТВОМ

Реалізація новітніх методів управління дають змогу забезпечити сталий розвиток підприємства та закріплює його позиції на ринку. До одного з таких методів належить логістична концепція управління. Це спосіб мислення, що визначає цілі і принципи виробничо-господарської діяльності підприємства, сама ж логістика виступає при цьому засобом дій, засобом реалізації концепції

На управління підприємствами на засадах логістичних підходів в Україні звертають поки що недостатню увагу. Дослідженням окремих його аспектів займалися такі вчені, як Долішній М. І., Забуранна Л. В., Крикавський Є. В., Фролова Л. В., Хаджинова О. В., Чумаченко О. М. та інші.

Незважаючи на значну кількість робіт з логістики й менеджменту, метою статті є визначення ефективності логістичного управління, які б дозволяли всебічно оцінювати результат логістизації діяльності підприємства та розробляти заходи скорочення ризиків і запобігання банкрутству.

Основні передумови входження економіки України у сферу логістичного управління мають свою специфіку, зумовлену як тимчасовими факторами, пов'язаними з перехідним характером української системи господарювання, так і з більш тривалими та постійно діючими факторами, зокрема такими, як розміри і географічне розташування країни; види, обсяги, якість і доступність природних ресурсів; наявність інтелектуального потенціалу і кваліфікованих трудових ресурсів; розміри, спеціалізація і розподіл по території країни виробничих комплексів і центрів; рівень інтеграції у світовий економічний простір [1, с. 120].

Труднощі імплементації основних положень логістики на вітчизняних підприємствах полягають насамперед у нестабільності економіки України, а найважливіші проблеми, пов'язані з ефективним використанням логістики у вітчизняному підприємництві, на думку науковців [2, с. 63; 3, с. 174], можна поділити на об'єктивні й суб'єктивні.

Об'єктивними причинами є недосконаліть методологічної бази впровадження логістики в реальний сектор економіки України; невизначеність меж використання логістики в існуючих господарських системах; нестійке правове поле діяльності підприємницьких структур, а також непродумана система оподаткування; відсутність необхідної структуризації діяльності господарських систем, яка потрібна для впровадження логістики; слаборозвинена транспортна інфраструктура, яка не відповідає сучасним вимогам; низький рівень розвитку виробничо-технічної бази складського господарства; недостатній рівень розвитку й використання сучасних систем електронних комунікацій, електронних мереж, систем зв'язку та телекомунікацій.

Суб'єктивними причинами є відсутність кваліфікованих фахівців з логістики і потенційне небажання менеджерів змінювати сталі стереотипи роботи на тлі загальної низької правової й управлінської культури. Начальники служб постачання, доставки, продажів, які звикли виконувати свої традиційні функції, перешкоджають упровадженню наскрізної схеми управління матеріальними потоками підприємства, оскільки цілі логістики не збігаються з цілями окремих функціональних підрозділів. Більше того, окреме підприємство, оптимізоване з погляду логістики, може виявитися неоптимальною ланкою в загальному логістичному ланцюзі у зв'язку з тим, що логістичний підхід передбачає залучення в ланцюг безпосередньо виробничого підприємства і пов'язаних з ним постачальників, посередників, клієнтів. Саме координація роботи логістичного ланцюга, що складається з різних підприємств, є найважчою при використанні логістичних методів управління.

Згідно з логістичним підходом управлінські дії додаються з боку єдиної логістичної системи управління до нового об'єкта – наскрізного матеріального потоку. Ці дії формуються з урахуванням загальних цілей та критеріїв ефективності логістичного ланцюга, що досліджується, тому параметри вихідного матеріального потоку є передбачуваними. Логістичний підхід до управління підприємством спрямований на забезпечення раціоналізації потокових процесів у межах керованої системи з позиції єдиного матеріалопровідного ланцюга, інтеграція окремих частин якого здійснюється на технічному, технологічному, економічному, методологічному рівнях, а мінімізація витрат часу і ресурсів досягається шляхом оптимізації наскрізного управління матеріальними, інформаційними та фінансовими потоками.

Таким чином, логістичне управління полягає в цілеспрямованому впливі на логістичні потоки з метою синхронізації їхньої взаємодії і досягнення ефекту синергізму [1, с. 122].

Логістичне управління – це процес формулювання стратегії, планування, управління і контролю за переміщенням і складуванням сировини, матеріалів, виробничих запасів, готових виробів та формуванням інформації від пункту виникнення до пункту використання (споживання) з метою найефективнішого пристосування та задоволення потреб споживача [7, с. 218].

Логістичне управління можна розглядати як замкнений управлінський цикл, який постійно повторюється. Логістичне управління як циклічний процес розглядають з позицій структурного, процесного та функціонального підходів, які тісно пов'язані між собою [6, с. 12].

Впровадження концепції логістики на підприємстві може дати такі реальні результати:

- скорочення кількості продажу, "втраченого" за відсутності запасів необхідної продукції" завдяки більш точному розміщенню запасів і контролю за ними. Тим самим досягається подвійна мета:

- збільшується обсяг продажу і забезпечується більш високий рівень обслуговування споживачів;

- логістична система, яка спроможна швидко реагувати на ринкові зміни, може забезпечити скорочення "циклу обслуговування споживачів" і, відповідно, скорочення запасів у них. Це дає підприємству-постачальнику переваги перед конкурентами в боротьбі за свою частку ринку;

- вдало спроектована логістична система сприяє зміцненню зв'язків постачальника зі споживачем. Це може бути досягнуто шляхом інтеграції засобів доставки продукції постачальника і засобів одержання її споживачем;

- ефективні методи "фізичного розподілу" дають істотну економію витрат, що можна поширити і на споживача у формі зниження оплати за доставку продукції і т. д.;

- впровадження ефективної логістичної системи дає можливість підприємству більш успішно і прибутково конкурувати на окремих ринках.

Ядром концепції логістики є системний підхід до управління, що передбачає інтеграцію всіх функціональних сфер, пов'язаних з обслуговуванням матеріальних потоків, і врахування взаємозв'язків між ними. Виходячи з цього, можна виділити дві групи взаємозв'язків, що лежать в основі управління логістичною системою [4, с. 247]:

Взаємодії "поведінкового" характеру між організаціями і організаційними структурами, що формують канал розподілу, тобто кооперація або конфлікти між ними.

Взаємозв'язки між основними функціональними сферами, що складають так званий комплекс логістики: запаси, інформаційне забезпечення, складування, упакування, перевезення.

Створити ідеальну для всіх підприємств логістичну систему неможливо. Для кожного підприємства вона буде унікальною, оскільки її метою е досягнення конкретних стратегічних завдань підприємства.

Таким чином, концепція логістики це спосіб мислення, що визначає цілі і принципи виробничо-господарської діяльності підприємства, сама ж логістика виступає при цьому засобом дій, засобом реалізації концепції.

Підсумовуючи, можна стверджувати, що застосування принципів логістичного управління надає можливість підприємству забезпечити високу конкурентоспроможність власної продукції і послуг на ринку. Через оптимізацію витрат, пов'язаних з виробництвом і реалізацією товарів, прискорити оборотність обігового капіталу, найбільш повно задоволенняти споживачий попит.

Література:

1. Забуранна Л. В. Логістичне управління підприємством: сутність та передумови розвитку / Л. В. Забуранна // Сталий розвиток економіки. – 2013. – № 7. – С. 120–123.
2. Амітан В. Н. Логістизація процесів в організаційно-економічних системах / В. Н. Амітан, Р. Р. Ларіна, В. Л. Пілюшенко. – Донецьк: ТОВ "Юго-Восток, Лтд", 2013. – 73 с.
3. Антонюк Л. Л. Інновації: теорія, механізм розробки та комерціалізації / Л. Л. Антонюк, А. М. Поручник, В. С. Савчук. − К.: КНЕУ, 2015. − 394 с.
4. Банько В.Г. Логістика : навч. посіб. / В.Банько. - К. : КНТ, 2014. - 330 с.
5. Фролова, Л. В. Логістичне управління торговельним підприємством: теорія та методологія / Л. В. Фролова – Донецьк, 2015. Режим доступу: http://www.lib.ua-ru.net/diss/cont/136901.html.
6. Хаджинова, О. В. Логістична стратегія управління витратами великого багатопрофільного промислового підприємства / О. В. Хаджинова. – Донецьк, 2016. – 23 с.

Ляшенко А.В.
Здобувач Університет економіки та права «КРОК»

ВПЛИВ МІЖНАРОДНОЇ КОНКУРЕНЦІЇ НА ВИБІР КОМПАНІЄЮ ЗОВНІШНЬОТОРГОВЕЛЬНИХ ПАРТНЕРІВ.

У статті розглянуто сутність міжнародної торгівлі та конкуренції, наведено приклади важливих критеріїв конкурентоспроможності. А також проаналізовано основні напрямки розвитку українських підприємств в умовах міжнародної конкуренції.

Ключові слова: міжнародна торгівля, конкуренція, модель Портера, українські компанії.

Постановка проблеми.

В умовах глобалізації та Євроінтеграції зокрема, українські компанії починають стикатися з новими перешкодами. Зменшення торгівельних бар'єрів робить ринок України набагато привабливішим, в той час коли вітчизняні отримують стимул розвиватись також за кордоном. З появою нових перспектив на поверхню піднімаються також нові проблеми. Конкуренція є звичайною практикою на ринках більш розвинених країн але вітчизняним виробникам все ж не вистачає досвіду та матеріального забезпечення для повноцінного протистояння. В умовах конкуренції компанія повинна обрати для себе не лише найбільш оптимальні шляхи розширення, а й спромогтися зберегти свою частку внутрішнього ринку.

Метою дослідження є сутність конкуренції, важливість конкурентоспроможності, та дії компанії під її впливом, зокрема вибір зовнішньоторговельного партнерства.

Виклад основного матеріалу дослідження.

Конкурентоспроможність є одним з найважливіших чинників для будь якої компанії яка бажає працювати не лише за кордоном але й вдома. Згідно з теорією М. Портера можна виділити п'ять головних факторів що впливають. Це наявність факторів виробництва, рівень попиту на внутрішньому ринку, наявність галузей постачальників, рівень внутрішньої конкуренції а також близькість національних моделей до глобальних параметрів. Проаналізувавши ці три фактори я можу навести три галузі які на мою думку на даному етапі мають найбільшу конкурентоспроможність. Це агропромисловий комплекс, гірничо-металургійний та сектор машинобудування. Компанії саме цих галузей матимуть найбільший попит на світових ринках. Хоча рівень розвитку деяких цих компаній важко порівнювати з їхніми закордонними конкурентами. Для кожного сектору це своє. Так агропромисловий сектор має недоліки в розвитку необхідної інфраструктури та матеріально-технічного забезпечення. Металургійний сектор переживає не кращі часи в зв'язку з загостренням конфлікту на

Донбасі. В такій ситуації постає дилема що робити з надлишком виробництва який не здатний поглинути внутрішній ринок. Компанії починають шукати нові ринки збути орієнтуючись не лише на торгівельні бар'єри, конкурентоспроможність своїх товарів а також на рівень попиту на них. На щастя продукція сектору АПК має попит майже в усіх куточках світу. Але найбільш серед інших вирізняються Китай, Індія країни Близького Сходу та деякі європейські країни. Гірничо-металургійний комплекс теж має свої особливості, деякі вітчизняні підприємства є лідерами якщо чи не єдиними виробниками певної продукції в світі тому теж з легкістю знайдуть свого покупця особливо на ринках Польщі та Туреччини які активно розвивають машинобудування та комплектуючі. Власне машинобудування на прикладі «Мотор Січ» теж відоме в світі та має гарну репутацію. А завдяки ціновій політиці може конкурувати з багатьма іншими компаніями.

Висновок.

Конкуренція є одним з направляючих розвитку будь якої компанії. Вміння правильно використовувати свої переваги та обирати правильну стратегію розвитку є життєво необхідною в наш час, коли міжнародний поділ праці чітко проявляється. На прикладі Українських компаній ми можемо бачити як вітчизняні компанії справляються з цими викликами. Та як конкуренція іноземних компаній впливає на їх рішення та стратегію.

Література.

1. Портер, М. Е. Конкурентна перевага: як досягнути високих результатів та забезпечити їх стійкість. — М.: Альпина Бизнес Букс, 2005. — 454 с.

2. Державна служба статистики України [Електронний ресурс] http://ukrstat.gov.ua

3. Л.Г. Саркісян, Ю.А. Іщук, Особливості розширення зовнішньоекономічних зв'язків України в умовах глобалізації, 2016р.

4. С.Р. Семів, Дослідження конкурентоспроможності галузей економіки України в умовах Євроінтеграції, 2016р.

Макарчук Б.В.

студентка 4 курсу факультету економіки та управління

Східноєвропейського національного університету імені Лесі Українки

ПЕРЕВАГИ ТА НЕДОЛІКИ БІТКОЙНІВ ЯК ВІРТУАЛЬНОЇ ВАЛЮТИ

Стрімкий розвиток інтернет-технологій, поширення мобільних пристроїв, збільшення частки населення, яке працює в інтернеті, спонукає до пошуку нових засобів платежу. Крім того, знецінення національної грошової одиниці, яке наразі притаманне для багатьох країн світу, зменшує купівельну спроможність та негативно відображається на рівні доходу населення. Девальвація й інфляція підривають рівень довіри до центрального банку (регулятора) та змушують шукати альтернативу готівковим розрахункам. На нашу думку, такою альтернативою може стати нове покоління безготівкових розрахунків, а саме – електронна валюта, або один із її підвидів – криптовалюта. Цим і обумовлюється актуальність обраного нами наукового дослідження.

Розвиток віртуальної валюти є неминучим явищем, що пов'язана з науковим прогресом, а також примушує центральні банки різних країн, у тому числі НБУ, адаптуватися до появи нових засобів платежу. До основних напрямів використання криптовалют належать оплата товарів, послуг та інвестування. Віртуальні валюти активно використовуються під час оплати мобільного зв'язку, оплати навчання чи певних видів товарів. Водночас розвивається відповідна інфраструктура, яка спрощує обмін віртуальних валют на фіатні гроші [1].

Криптовалюта – це вид електронних грошей, емісія і облік яких засновані на асиметричному шифруванні й застосуванні різних криптографічних методів захисту, таких як Proof-of-work та/або Proof-of-stake. Криптовалюти як атрибут Інтернет-комунікацій відкривають можливість здійснювати платіжно-розрахункові операції у найвіддаленіших точках планети в режимі «онлайн».

Першою криптовалютою став Bitcoin (BTC), який був запущений в 2009 р. і належить до децентралізованих конвертованих валют. Bitcoin (bit – одиниця інформації, coin – монета) – це інноваційна мережа платежів і новий вид грошей, в яких немає емісійного центру і грошових знаків, а є

лише записи в комп'ютерах. Будучи електронно-цифровим «продуктом» комп'ютерних розробок з особливим алгоритмом «емісії», віртуальні інноваційні валюти містять недостатньо вивчений на сьогодні потенціал як позитивного, так і негативного ефекту. Виділяють низку переваг Bitcoin [2]:

1) Характерні рівні умови для всіх. Усі користувачі та учасники системи криптовалюти Bitcoin перебувають у рівних умовах стосовно один до одного, мають рівні права і обов'язки, чого не скажеш про жодну валюту або платіжну систему світу.

2) Платежі не мають обмежень. Платежі між гаманцями Bitcoin можна проводити в будь-яких обсягах і в будь-якій кількості, без жодних обмежень.

3) Як правило, встановлюється низька комісія або взагалі вона відсутня. У мережі Bitcoin стягуються найнижчі комісії за проведення транзакцій порівняно з іншими електронними платіжними системами і банківськими переказами.

4) Притаманний високий рівень захисту та безпеки. Переваги Bitcoin полягають і в найвищому рівні захисту гаманців і транзакцій, що істотно перевершує рівень безпеки інших способів зберігання і переказу коштів.

5) Усі операції в мережі Bitcoin абсолютно прозорі: при бажанні можна відстежити весь ланцюжок проходження криптовалюти, починаючи від її створення.

6) Платіжна система Bitcoin абсолютно децентралізована, у ній немає ніяких контролюючих або керуючих органів, здатних у будь-який момент змінити її правила.

7) Використання системи Bitcoin як варіанта оплати товарів і послуг істотно розширює можливості бізнесу, дає можливість вести бізнес там, де немає банків та інших платіжних систем, або ж комісії за банківське обслуговування надмірно високі (наприклад, в деяких країнах Азії). Основна і єдина умова — наявність інтернету.

8) Тільки криптовалюта дає кожній людині можливість не тільки купувати платіжний засіб, але й самостійно добувати його, здійснюючи Майнінг (процес добування біткоїнів).

Проте система Bitcoin має також деякі недоліки [2].

1) Відсутність масштабного поширення. Використовувати Bitcoin для розрахунків поки можна лише в певних сферах, більше — за кордоном.

2) Курсові коливання. Оскільки в системі Bitcoin випущено ще досить невелику кількість монет, то будь-які значні угоди можуть викликати масштабні курсові коливання, що небезпечно для інших учасників системи. Тільки за 2017 рік вартість біткоїна зросла в десять разів. На початку січня купити біткоїни можна було за тисячу доларів. В останній тиждень листопада біткоїн побив відразу два рекорди. Вперше його вартість досягла п'ятизначної позначки - 10 тис. доларів, а наступного дня він коштував уже 11,4 тис. доларів. 10 грудні 2017року курс біткоїна знизився на 7,93 відсотка, до 14 190 доларів (Рис.2) Можна помітити значне здорожчання біткойна протягом 2017 року, компанія Juniper Research, що займається оцінкою ринкових активів, називає причини такого різкого подорожчання, серед яких:

1. Фінансові потрясіння на китайських біржах;
2. Британський референдум про вихід зі складу ЄС (Brexit);
3. Перемога Дональда Трампа на президентських виборах в США;
4. Зростання попиту на біткойн серед користувачів Японії. Обсяги торгів в цій країні на криптобіржах Coinbase Bitflyer стрімко збільшуються.

Усі перелічені фактори вплинули на різке подорожчання біткойна та головним фактором є обмежена пропозиція, а також постійно зростаючий попит.

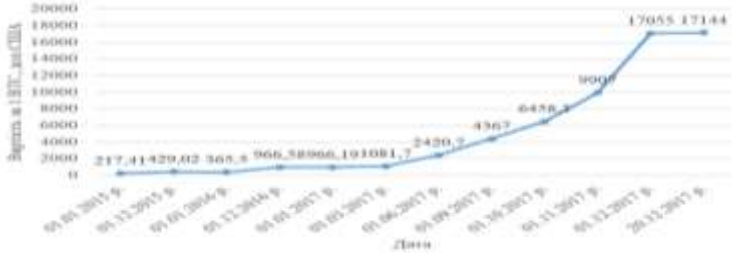


Рис.2. Курс купівлі BTC за 2015-2017 роки

3) Відсутність забезпечення. Водночас власники Bitcoin не мають жодних гарантій, що вони хоча б зможуть повернути свої гроші, які в них вклали. Bitcoin як валюта нічим не підкріплена, окрім обчислювальних потужностей, використаних для його створення [3].

4) Існування державних заборон. Уряди різних країн по-різному ставляться до платіжної системи Bitcoin і в будь-який момент можуть ввести заборони на її використання, наприклад, як засобу оплати за товари і послуги. Це може викликати швидке і сильне знецінення криптовалюти. Наприклад, в Японії біткоін є законним платіжним засобом з податком на його купівлю. У Китаї біткоін уважається віртуальним товаром, а не валютою, операції з біткоінами заборонені для банків, але дозволені для фізичних осіб. В Австралії біткоін розглядається як власність, а транзакції з ним — як бартер. У лютому 2017 року в Австрії відкрився перший у світі біткіон-банк, де встановлені спеціальні банкомати, які дозволяють обмінювати криптовалюту на євро і навпаки. Подібні банкомати існують і в Азії, наприклад, у Сінгапурі.

В Україні законодавчий статус криптовалют не визначено, проте 6 жовтня 2017 року група депутатів зареєстрували законопроект №7183 «Про обіг криптовалют в Україні», який знаходиться на розгляді в комітетах Перховної ради. З кінця квітня 2017 року в Одесі вже функціонує біткойн-банкомат Cryptomat, а з вересня цього ж року ще 4 банкомати з'явилися в Києві та 2 в Харкові [1].

Отже, розвиток нових форм грошей відбувається завдяки активізації та поглибленню інформаційної сфери та інформаційного суспільства. За останні 25 років доступ до комунікаційних та інформаційних технологій покращився у всьому світі. Це обумовило неабиякий інтерес до електронних грошей, що є зручним інструментом платежу, у свою ж чергу через ряд колосальних переваг набувають популярності криптовалюти, зокрема біткойн. Та все ж таки ряд недоліків заважають біткоїнам набути масштабного поширення у світі.

Література:

1. Карчева Г. Т. Віртуальні інноваційні валюти як валюти майбутнього / Г. Т. Карчева // Фінансовий простір. – 2015. – № 2 (18). [Електронний ресурс]. – Режим доступу: https://fp.cibs.ubs.edu.ua/files/1502/15kgtviv.pdf

2. Єлісєєва Л. В. Роль віртуальної валюти в інформаційній економіці / Л.В. Єлісєєва, О.І. Мороз // Ефективна економіка. – 2014. - № 5. – Режим доступу до журналу: http://www.economy.nayka.com.ua

3. Поплавський О.О. Криптовалюта як об'єкт економічного аналізу в страхових компаніях/ О.О. Поплавський// Вісник ЖДТУ.– 2016.– № 4 (78). Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://qoo.by/3iuN

Марченко Н.В.
студентка 6 курсу
Навчально-наукового інституту бізнес-технологій «УАБС»
Сумського державного університету

ОСОБЛИВОСТІ ПРОЦЕСІВ ЗЛИТТЯ І ПОГЛИНАННЯ В БАНКІВСЬКІЙ СФЕРІ УКРАЇНИ

Кон'юнктура світового ринку сприяє активізації процесів злиття і поглинання, зокрема й у банківській сфері. Однією з найактивніших галузей ринку злиття та поглинання у національній економіці є банківський сектор.

Теоретичні та практичні аспекти процесів злиття і поглинання банків розглядаються та вивчаються багатьма вченими як у світовій, так і у вітчизняній науковій літературі. Зокрема це роботи таких авторів, як: Т. Коллер, П. Роуз, С. Майєрс, Т. Гранді, Я. Белінська, І. Лютий, С. Ткаченко, П. Чурило та ін.

Проте, незважаючи на значну кількість наукових розробок в даній сфері, проблема сучасного стану здійснення угод зі злиття і поглинання в банківській сфері України все ще залишається не вирішеною остаточно.

У широкому розумінні злиття і поглинання (далі ЗіП) – це створення стратегічних союзів з іншими компаніями та відділення активів. Зазвичай такі стратегічні союзи створюють на основі взаємної участі у капіталі, або шляхом створення спільних підприємств за рахунок внесків у спільне дочірнє підприємство [1].

Доцільно виділити декілька основних мотивів укладання угод зі злиття і поглинання в банківській сфері. Наприклад, прагнення підвищити якість та ефективність керування. Зазвичай поглинаються менш ефективні та погано керовані банки і компанії. Причиною поглинання більш успішних банків та компаній можна вважати усунення потенційно сильного конкурента на ринку. Доволі поширеним також

є податковий мотив. Компанія, яка поглинає, може мати значні податкові пільги. Ваговим аргументом для укладання угод ЗіП є прагнення диверсифікувати великі фінансові потоки, а також знизити ризики фінансових втрат.

Особливостями ЗіП на українському ринку банківських послуг 2000-х рр. були поглинання іноземними інвесторами українських банків з їх наступним перепродажем. Базувалося це на тому, що багато з тих, хто свого часу лише анонсував свій прихід в Україну, скупали банківські активи лише з метою розширення міжнародної структури власного бізнесу, а відтак лише вели передпродажну підготовку, активно не розвиваючи діяльність в країні.

Початком активізації процесів ЗіП в Україні можна назвати 2005 рік, коли були підписані дві великі угоди з поглинання українських банків іноземними групами. Так, група Raiffeisen International поглинула АППБ «Аваль», а BNP Panbas Group поглинула АКІБ «УкрСиббанк».

Щодо класичних угод злиття і поглинання в банківській сфері України, варто відзначити найбільш великі з них:

- злиття ПАТ «Перший український міжнародний банк (ПУМБ)» та ПАТ «Донгорбанк». З 18.07.2011 р. новоутворений банк розпочав свою діяльність під спільним брендом ПАТ «ПУМБ» та увійшов до десятки найбільших банків України. При цьому його основні фінансові показники після об'єднання склали: активи – 25,4 млрд. грн., капітал – 3,7 млрд. грн., кредитний портфель юридичних осіб – 13,8 млрд. грн., кредитний портфель фізичних осіб – 4,6 млрд. грн. [2];
- злиття ПАТ «Креді Агріколь Банк» і ПАТ «КІБ Креді Агріколь». Згідно з угодою від 12.11.2012 р. ПАТ «КІБ Креді Агріколь» припинив своє існування як окремий фінансовий інститут та приєднався до ПАТ «Креді Агріколь Банк». В даному випадку відбулося об'єднання двох банків, які представляли два різні напрямки банківського бізнесу. Внаслідок злиття на ринку банківських послуг України з'явилася нова банківська установа з розміром загальних активів близько 12 млрд. грн., яка тепер входить до двадцяти найбільших банків України [3];
- Микола Лагун у 2013 році об'єднав у групу «Дельта» ПАТ «Кредитпромбанк», ПАТ «Омега банк», ПАТ «Астра банк» та ПАТ «Дельта банк». Купівля цих банків здійснювалася поступово. Наприкінці 2012 р. було завершено процедуру приєднання ПАТ «Кредитпромбанк», у вересні 2013 р. було придбано ПАТ «Астра Банк» у грецького Alpha Bank, а Swedbank продав М. Лагуну свій український актив [4, 5];
- злиття ПАТ «Укрсоцбанк» і ПАТ «УніКредит Банк». 16.07.2013 р. завершилася передача 100 % акцій ПАТ «УніКредит Банк» від польського Bank Pekao S.A. до італійського UniCredit – UniCredit S.p.A. Внаслідок цього ПАТ «УніКредит Банк» було реорганізовано та приєднано до нього ПАТ «Укрсоцбанк». Таким чином, на українському ринку банківських послуг з'явився новоутворений банк, який нині працює під брендом UniCredit Bank [6];
- купівля ПАТ «Астра Банк» компанією AgroHoldings (Ukraine) Limited. 16.07.2015 р. дочірня компанія американського інвестиційного фонду, під управлінням NCH Capital, на відкритому конкурсі викупила 100% акцій ПАТ «Астра Банк» в сумі 92,1 млн грн. [7].

Щодо останніх подій на ринку ЗіП у банківському секторі України варто також зауважити, що Сергій Тігіпко планує об'єднати ПАТ «VS Банк» (Львів) та АТ «ТАСкомбанк» (Київ). Фактично це буде поглинання ПАТ «VS Банк» після завершення процедури його покупки. Сергій Тігіпко є власником фінансово-промислової групи ТАС. У грудні 2016 року С. Тігіпко завершив угоду з купівлі Universal Bank та страхової компанії Aegon Life Ukraine. Протягом 2017 року АТ «ТАСкомбанк» було придбано частину активів та пасивів неплатоспроможних ПАТ «Діамантбанк» та АКБ «Новий» [8].

Нині активність банків на ринку ЗіП є недостатньою. У поточних умовах банки не наважуються вільно укладати угоди щодо об'єднання з іншими банками через ряд причин, однією з яких є низька якість активів, що часто приховується у банку-продавця.

На сьогодні економічна ситуація в Україні створює об'єктивні передумови розвитку процесів злиття і поглинання та має стимулювати нову хвилю консолідаційних процесів. Становище економіки України має спонукати банки до об'єднань з метою зниження ризику банкрутства та втрати довіри вкладників.

Література:

1. Злиття й поглинання в банківській сфері [Електронний ресурс]. – Режим доступу:http://legalweekly.com.ua/index.php?id=16061&show=news&newsid=120520. – Назва з екрану.

2. ПУМБ і Донгорбанк об'єдналися [Електронний ресурс]. – Режим доступу: https://news.finance.ua/ua/news/-/245443/pumb-i-dongorbank-obyednalysya. – Назва з екрану.

3. «Креді Агріколь Банк» заявив про успішне злиття з КІБ «Креді Агріколь» [Електронний ресурс]. – Режим доступу: https://www.rbc.ua/ukr/news/-kredi-agrikol-bank-zayavil-ob-uspeshnom-sliyanii-s-kib-kredi-19112012160900. – Назва з екрану.

4. Власник «Дельта Банку» купує «Астра Банк» [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://ipress.ua/news/vlasnyk_delta_banku_kupuie_astra_bank_22801.html. – Назва з екрану.

5. Українські банки: злиття і поглинання 2013 року [Електронний ресурс]. – Режим доступу: https://www.ukrinform.ua/rubric-other_news/1598032-ukraiinski_banki_zlittya_i_poglinannya_2013_roku_1896369.html. – Назва з екрану.

6. Офіційний веб-сайт ПАТ "УніКредит Банк" [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.unicredit.ua.

7. Американський інвестфонд купив Астра банк [Електронний ресурс]. – Режим доступу: https://mergers.com.ua/ua/m-and-a-analysis/news/banking/371-nch-capital-astrabank-ukraine. – Назва з екрану.

8. VS Банк і ТАСкомбанк об'єднають [Електронний ресурс]. – Режим доступу: https://mergers.com.ua/ua/m-and-a-analysis/news/banking/472-vsbank-tascomabank-merger. – Назва з екрану.

Миненко С.В.
студент
Сумського державного університету

ПРОБЛЕМИ АВТОМАТИЗАЦІЇ ВНУТРІШНЬОГО ФІНАНСОВОГО МОНІТОРИНГУ В БАНКУ

Формування ефективної системи протидії легалізації доходів, одержаних незаконним шляхом є однією з найбільш актуальних проблем сьогодення. Незаконно отримані доходи вливаються у фінансову систему країни викликаючи дисбаланси, які створюють загрозу соціально-економічній стабільності держави. Основними суб'єктами, через які відбувається процес легалізації кримінальних доходів є фінансові установи, зокрема банки.

Державні органи фінансового моніторингу, в свою чергу розробляє необхідні нормативно-правові акти, направлені на протидію легалізації доходів, одержаних незаконним шляхом. Серед них: Закон України «Про запобігання та протидію легалізації (відмиванню) доходів, одержаних злочинним шляхом, фінансуванню тероризму та фінансуванню розповсюдження зброї масового знищення» та Постанова Правління Національного банку України «Про затвердження Положення про здійснення банками фінансового моніторингу» [2] та власне згадане положення. Також уповноважені органи держави ведуть контроль за дотримання банками цих нормативно-правових актів. Банки звітують перед НБУ про проведення обов'язкового фінансового моніторингу у вигляді спеціальних повідомлень, сформованих автоматизованими банківськими системами. Але цього виявляється недостатньо для здійснення ефективного фінансового моніторингу, тому що загальні вимоги перевірки фінансових операцій є в загальному доступі і зловмисники користуються цим. Через це держава ввела поняття «внутрішній фінансовий моніторинг» - «сукупність заходів з виявлення фінансових операцій, що підлягають внутрішньому фінансовому моніторингу, із застосуванням підходу, що ґрунтується на проведенні оцінки ризиків легалізації (відмивання) доходів, одержаних злочинним шляхом, або фінансування тероризму; ідентифікації, верифікації клієнтів (представників клієнтів), ведення обліку таких операцій та відомостей про їх учасників; обов'язкового звітування до центрального органу виконавчої влади, що реалізує державну політику у сфері запобігання та протидії легалізації (відмиванню) доходів, одержаних злочинним шляхом, фінансуванню тероризму та фінансуванню розповсюдження зброї масового знищення про фінансові операції, щодо яких виникає підозра, а також подання додаткової та іншої інформації у випадках, передбачених законодавством України» [1].

Згідно із законодавством, кожен банк створює власне положення про проведення внутрішнього фінансового моніторингу, де визначає критерії ризикованості фінансових операцій і зберігає їх в таємниці. Але саме тут виникає масштабна проблема у підвищенні ефективності внутрішнього

фінансового моніторингу. Це обумовлено тим, що автоматизовані банківські системи орієнтовані на обов'язковий фінансовий моніторинг і не надають достатньої гнучкості для їх налаштування під вимоги кожного банку [3, 36-38].

Оскільки здійснення працівниками банку аналізу фінансових операцій своїх клієнтів вручну є затратним, банки приходять до висновку, що необхідно автоматизувати внутрішній фінансовий моніторинг.

Звідси у банку виникають наступні проблеми:

- Витрати на створення нової системи.
- Допуск фірми-виробника банківських систем до комерційної таємниці.
- Навчання співробітників банку до роботи з новою системою.

У виробників банківських систем в свою чергу виникають інші проблеми:

- Інтеграція модулю внутрішнього фінансового моніторингу у наявну систему банку (а кожен банк використовує свою систему).
- Відповідність системи вимогам законодавства.
- Забезпечення швидкої обробки інформації.
- Зменшення вимог до апаратного забезпечення.

На нашу думку, для вирішення даних проблем на сьогодні необхідно використовувати технології веб-програмування. Через свої властивості кросплатформенності, можливості роботи з різнотипними базами даних, високою швидкістю виконання завдань цей варіант буде найкращим для виробників. В свою чергу, у зв'язку із низькою вартістю даних технологій та зручним інтерфейсом у вигляді звичайного браузера, технології веб-програмування є прийнятним варіантом для банків.

Список використаних джерел

1. Закон України «Про запобігання та протидію легалізації (відмиванню) доходів, одержаних злочинним шляхом, фінансуванню тероризму та фінансуванню розповсюдження зброї масового знищення» [Електронний ресурс] // Відомості Верховної Ради (ВВР), 2014, № 50-51. – Режим доступу: http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/1702-18.

2. Постанова Правління Національного банку України № 417 «Про затвердження Положення про здійснення банками фінансового моніторингу» [Електронний ресурс] // Офіційний вісник України від 14.08.2015 — 2015 р., № 62. Режим доступу: http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/v0417500-1.

3. Соколова М. Методичні підходи до оцінки ефективності автоматизації системи фінансового моніторингу в банку [Електронний ресурс] // М. Ю. Соколова / Інвестиції: практика та досвід № 21, 2010 р. – Режим доступу: http://www.investplan.com.ua/pdf/21_2010/11.pdf

Мосьпан О.А.
студент групи ЕП-2,
керівник: Білова Ю.А
Бердянського економіко-гуманітарного коледжу
Бердянського державного педагогічного університету

БІТКОІН – ВІРТУАЛЬНІ ГРОШІ МАЙБУТНЬОГО

Напрямок руху у фінансовому середовищі криптовалюти біткоін, а також затребуваність даного платіжного інструменту серед користувачів мережі інтернет постійно збільшується. Протягом останніх років купівля-продаж біткоінів входить до числа одних з найбільш вигідних інструментів спекулятивної торгівлі на фінансових ринках. Затребуваність і актуальність криптовалюти Bitcoin, не могли не згадати авторитетні ЗМІ, а також звичайні користувачі Інтернету.

Bitcoin був створений у 2009 році деяким анонімом, що називав себе Сатоши Накамото. Він є батьком цього геніального винаходу, його ім'ям названа мінімальна частина Біткоіна в 0.00000001, іменована сатоши (satoshi). Ідея полягала в тому, щоб вести обмін монетами без централізованого контролю, в електронному вигляді, більш менш миттєво і з найменшими витратами. У коді Біткоіна стоїть обмеження: добути можна максимум 21 млн. Біткоінів. При цьому Біткоін може ділитися

нескінченно на дрібніші частини, тому що є цифровою валютою. Один сатоши (названий на честь творця цієї криптовалюти) - це 0.00000001 btc. Біткоін не може ніхто надрукувати, ця валюта не друкується центральним банком і не працює за його правилами. Банки можуть випустити скільки завгодно грошей, щоб покрити державний борг, тим самим знецінюючи свою валюту.

Навпаки, емісія Біткоінів можлива тільки в цифровому вигляді і будь-який той, що побажає, може почати його добувати, або, як то кажуть, майнити Біткоіни у будь-який час. Майнинг Біткоінів відбувається за допомогою використання обчислювальних потужностей комп'ютера в розподіленій мережі. При конвертації Біткоінів, транзакції обробляються цією ж мережею, перетворюючи їх на самостійну цифрову платіжну систему. Біткоін ні чим незабезпечений, національні валюти раніш забезпечувалися золотом або сріблом, зараз - ВВП. Теоретично ви могли прийти у будь-який банк країни і обміняти свої паперові гроші на еквівалент в золоті і навпаки.

Історія розвитку Біткоіна

Особливості Біткоіна:

Децентралізація.

Центрального органу контролю у біткоін-мережі не існує: вона розподілена на усіх учасників, і кожен комп'ютер, що добуває Біткоіни, є рівноправним учасником цієї системи. Це означає, що ніякий центральний орган немає можливості диктувати правила власникам Біткоінов, як, припустимо, це було на початку 2013 року на Кіпрі. І навіть якщо якась частина мережі піде в офлайн, платіжна система продовжить стабільно працювати.

Простота у використанні.

Щоб відкрити розрахунковий рахунок для фірми в наших банках, треба пройти сім кругів пекла. У результаті вам можуть відмовити без пояснення причин. З Біткоіном про таку проблему можна забути: вам знадобиться п'ять хвилин, щоб створити біткоін-гаманець і відразу почати їм користуватися. Без питань, без комісій.

Анонімність.

Біткоін повністю анонімний і одночасно повністю прозорий. Ви можете створювати нескінченну кількість біткоінів - адрес без прив'язки до ім'я, адреси або будь-якої іншої інформації.

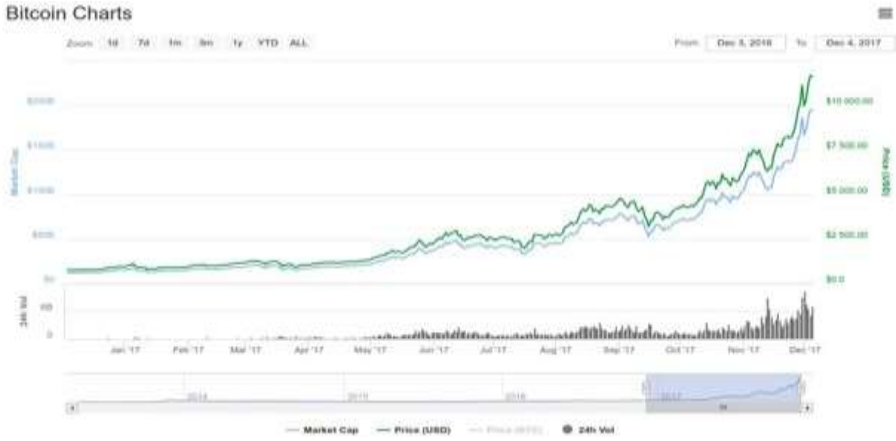
Прозорість.

Біткоін зберігає усю історію транзакцій, які коли-небудь мали місце. Це називається послідовним ланцюгом блоків, або блокчейном. Блокчейн знає все. Тому, якщо у вас є публічно використана Біткоін-адреса, то будь-хто може подивитися, скільки Біткоінів у вас на рахунку. Ніхто не дізнається, що адреса належить саме вам, якщо ви самі не повідомите про це. Ті, хто хоче повної анонімності, зазвичай використовують нову Біткоін-адресу для кожної транзакції.

Швидкість перекладу.

Відправити гроші можна куди завгодно і кому завгодно. Вони долетять за лічені хвилини після того, як Біткоін-мережа обробить платіж. Безвідкличні транзакції. Після відправки Біткоінів адресатові повернути їх неможливо, якщо одержувач сам не захоче зробити це.

Курс Біткоіна до 19 грудня 2017 року



Проблеми Біткоіна:

№1 проблема Біткоіна - чи являється він грошима? Як не дивно, але проблема, до якого класу активів відноситься Bitcoin, ще не розв'язана на офіційному рівні. Регулятори більшості держав ще не змогли розробити відповідну правову базу для визначення статусу нового феномену. Як підсумок, він не визнаний грошовою одиницею. Проте це не перешкодило деяким державам присвоїти цифровим грошам статус іноземної валюти.

№ 2 проблема Біткоіна - наявність централізованих торгових бірж. Рівень розвитку торгових операцій із застосуванням Біткоіна залишає бажати кращого. Проте, і тут є присутніми певні нюанси. Торгові ресурси, працюючі за принципом децентралізації, завдяки наявності прецедентів скандального банкрутства подібних майданчиків занадто повільно набирають популярність і обороти. Торгівля Біткоіна, поширена на біржах, що функціонують за принципом централізованого управління. Тим, що криптовалюта знаходяться на початковому етапі розвитку, можна пояснити той факт, що кожна проблема, що виникає з окремими торговими майданчиками, не кращим чином відбивається на стабільності курсу віртуальних монет.

№ 3 проблема Біткоіна - затвердження ETF- фонду.

Масовість і швидкість прийняття феномену криптовалюти залежить від затвердження деяких стандартів, необхідних для подальшого прогресу нової моделі фінансових взаєморозрахунків. Недавні процеси про схвалення біржового фонду ETF братів Уінклвосс, могли змінити розклад сил у бік альтернативних грошових одиниць, але як показала реальність, офіціоз ще не готовий визнати новий феномен, як безповоротний стандарт майбутнього.

№4 проблема Біткоіна - чинник КНР.

Роль і вплив Китаю в глобальному визнанні статусу Bitcoin є безперечним аргументом. Відомо, що в Піднебесній розташовується більше 60% обчислювальних вузлів, що генерують віртуальні монети. Проте і на цьому фронті намітилися деякі зміни. Уряд КНР, вносячи різні поправки в законодавстві, як і раніше здатен впливати на зміну котирувань, але вже, завдяки посиленню механізмів контролю, місцеві біржі починають здавати позиції щодо обсягів криптовалютних торгів, поступаючись за позиціями платформ Японії. Хоча, це вже не проблеми Біткоіна, а швидше, адміністрації бірж, які втрачають відчутний прибуток.

Незважаючи на присутність правових і іншого виду обмежень, перша криптовалюта продовжує переможний хід, приваблюючи все більше прихильників, збільшуючи свою вартість і показники капіталізації.

Переваги криптовалюти Біткоіна відносно звичайних грошей

1. Відкритий код криптовалюти.
2. Відсутність інфляції.
3. Пірингова мережа криптовалюти.
4. Безмежні можливості транзакцій.

У Біткоіна немає меж. Платежі, здійснені в цій системі, неможливо відмінити. Самі монети не можна підробити, скопіювати або витратити двічі. Такі можливості гарантує чесність усієї системи. Такі бренди, як WordPress приймають Біткоіни для оплати послуг. З кожним місяцем кількість інтернет-магазинів, ресурсів і компаній, що приймають до оплати Біткоіни, росте.

Висновок: Таким чином, електронна валюта варта уваги. Перспектив зміцнення її зростання набагато більше, ніж ризиків. Експерти пророкують досить привабливе майбутнє криптовалюти біткоін.

Наумова А.П.,
студентка 5 курсу
науковий керівник: к.е.н., доцент, Лохман Н.В.
Донецького національного університету економіки і торгівлі ім. М. Туган-Барановського

ОРГАНІЗАЦІЯ ЕКОНОМІЧНОГО УПРАВЛІННЯ НА ПІДПРИЄМСТВІ

Досягнення оптимального економічного результату діяльності підприємства, який забезпечує розширене відтворення, можливе при відповідній організації економічної роботи на підприємстві.

Виходячи з того, що для всіх економічних організацій спільним критерієм результативності їх багатогранної діяльності є саме економічні результати (доходи, витрати, капіталовкладення), вирішальну роль в управлінні підприємством відіграє саме економічне управління.

Складність економічного управління підприємством визначається рядом проблем, що мають об'єктивний характер.

По-перше, кінцеві економічні показники підприємства в цілому не можуть бути досяжні незалежно від результатів управління бюджетами його підрозділів, що вимагає об'єднання в єдиному управлінському комплексі двох рівнів: підприємства і його підрозділів.

По-друге, економічні показники, навіть ті, що використовуються всередині підприємства також складаються на основі всієї системи взаєморозрахунків підприємства в середовищі його функціонування, тобто, формуються з урахуванням фактичного грошового потоку на підприємстві. Очевидно, що грошовий потік визначається власними факторами і, значить, повинен бути представлений відокремленим об'єктом у загальній системі економічного управління підприємством.

По-третє, необхідно враховувати спільність і відмінність між економічними і фінансовими показниками підприємства, які мають загальну форму відображення. Фінансовим показником стає будь-який економічний показник, якщо він може бути використаний як джерело виконання зобов'язань перед фінансово-банківською системою, фінансування витрат, інвестицій, виплати дивідендів по акціях та ін. Таким чином, коло фінансових показників визначається особливим статусом завдань, у вирішенні яких вони використовуються, а це означає необхідність виділення в загальній системі економічного управління підприємством підсистеми фінансового управління [2].

Основні ознаки системи економічного управління підприємством покажемо на фоні характеристики традиційної системи економічної сфери діяльності підприємства в розрізі основних і конкретних функцій управління, що демонструє табл. 1 [1].

Таблиця 1

Основні відмінності змісту конкретних функцій економічного управління від традиційної системи економічної роботи на підприємстві [1]

Загальна функція управління	Зміст конкретних функцій управління	
	У традиційній економічній системі управління	У системі економічного управління підприємством (додатково)
Встановлення цілей	Встановлення системи цілей на основі звітних і прогнозних даних на тривалий плановий період	Корегування системи цілей на основі зворотного зв'язку зі внутрішнім і зовнішнім середовищем функціонування підприємства стосовно міри досягнення цілей

Планування	Розрахунки економічних показників на плановий період	Підтримка стану економічних показників в реальному часі з урахуванням змінювань вихідних даних та нормативів
Організування	Створення й визначення повноважень економічних служб	Розподіл повноважень з економічного управління серед всіх підрозділів підприємства
Мотивування	Оплата праці, у тому числі з урахуванням виконання планів підприємства	Матеріальне стимулювання підрозділів у залежності від виконання бюджетних показників
Облік	Стандартна система бухгалтерського обліку, нерегламентований управлінський облік	Єдина система обліку поточного стану економічних показників підприємства і його підрозділів
Контроль	Існуючі системи контролю виконання завдань	Сучасна система контролінгу центрів доходів, прибутків і витрат усередині підприємства й визначення їх відповідальності
Регулювання	Аналіз і прийняття рішень з підтримки необхідного рівня економічних показників у дискретному режимі	Постійний моніторинг стану виконання економічних показників, наявних резервів їх підтримки й своєчасне їх запровадження

Таким чином, виходячи з вищенаведеного, представлена багаторівнева система економічного управління підприємством, схематично зображеної на рис. 1.

Рис. 1. Модель багаторівневої системи економічного управління підприємством
Складено на основі власних досліджень

Вирішальні переваги економічного управління підприємством над традиційною практикою ведення економічної роботи проявляються саме за рахунок перебудови останньої у вигляді керованої системи зі зворотним зв'язком, що забезпечує її адаптацію до мінливих умов. Тому успіх розвитку економічного управління неможливий без чіткого уявлення його як системи.

Література:

1. Економічне управління підприємством: навч. посіб. / А.М. Колосов, О.В. Коваленко, С.К. Кучеренко, В.Г. Бикова; за заг. ред. А. М. Колосова — Старобільськ : Вид-во держ. закл. «Луган. Нац. Ун-т імені Тараса Шевченка», 2015. — С. 21 – 27.

2. Чумаченко М.Г. Організація економічного управління на підприємстві // Вісник Хмельницького національного університету, 2009. – №5 (2). – С. 205 – 210.

Новицький П.В.
студент 2 курсу магістратури
Київського національного університету імені Тараса Шевченка

АНАЛІЗ СТАНУ ТА ЕФЕКТИВНОСТІ ВИКОРИСТАННЯ ВИРОБНИЧИХ ЗАПАСІВ НА ПІДПРИЄМСТВІ

Для здійснення постійної та успішної виробничої діяльності будь-якого підприємства необхідно мати певний запас сировини та матеріалів, а також інших запасів, які будуть використовуватися в процесі виробництва. Ефективне управління запасами є вкрай важливим аспектом, оскільки вони є основною частиною собівартості готової продукції То ж раціональне управління ними дозволить зменшити показники собівартості, а, отже, підвищить показники діяльності підприємства. Виходячи з цього, питання вивчення основних аспектів аналізу виробничих запасів на підприємстві є вкрай актуальним.

В процесі аналізу виробничих запасів визначається забезпеченість підприємства матеріальними ресурсами. Планування потреб у виробничих ресурсах здійснюється на основі попередніх результатів використання запасів на виробництві, на ремонт та на інші потреби [2]. Недостатня забезпеченість підприємства виробничими запасами гальмує його нормальну діяльність і погіршує фінансовий стан. Отже, спочатку необхідно проаналізувати фактичне забезпечення підприємства матеріальними ресурсами. Для цього фактичне надходження матеріалів від постачальників та з внутрішніх джерел порівнюють із потребою підприємства з урахуванням залишків у незавершеному виробництві, визначають коефіцієнт забезпеченості [1]. Потреба у матеріальних ресурсах розраховується за формулою:

$$П_з = П_в + П_р + П_{нз} - З_п \qquad (1)$$

де Пв – потреба у запасах на виробництво; Пр – потреба у запасах на ремонт; Пнз – потреба в утворенні нормативних залишків на кінець періоду; Зп– запаси на початок періоду.

Зростання потреби підприємства у матеріальних запасах може бути задоволене екстенсивним (придбанням чи наявності більшої кількості запасів) або інтенсивним (економнішим використанням наявних запасів у процесі виробництва продукції) шляхом.

Також важливим аспектом є розрахунок забезпеченості підприємства запасами у днях. Забезпеченість (мінімальний запас днів) розраховується за формулою:

$$З_{min} = \frac{З_п}{Д_п} \qquad (2)$$

де Зп – запас того чи іншого виду матеріалу; Дп – добова потреба у цьому матеріалі.

Після аналізу забезпеченості підприємства виробничими запасами, необхідно оцінити ефективність використання матеріальних ресурсів за допомогою показників, таких як: матеріаломісткість продукції, матеріало-віддача, коефіцієнт використання запасів, коефіцієнт оборотності (кількість оборотів), тривалість обороту.

Матеріаломісткість продукції є узагальнюючим вартісним показником і визначається як співвідношення суми матеріальних витрат до вартості виготовленої продукції і показує, скільки матеріальних витрат припадає на кожну гривню виготовленої продукції:

$$Мм = \frac{В_м}{ГП} \qquad (3)$$

де ВМ – сума матеріальних витрат; ГП – вартість виготовленої продукції.

Матеріаловіддача дозволяє не тільки оцінити зміни фактичного рівня використаних ресурсів у порівнянні з попередніми періодами, але й виявити резерви збільшення обсягів виробництва. Цей показник характеризує ефективність використаних предметів праці, тобто показує, скільки вироблено продукції з одиниці витрачених матеріальних ресурсів (сировини, матеріалів, палива, електроенергії тощо). Цей показник є оберненим до матеріаломісткості та розраховується за формулою:

$$Мв = \frac{ГП}{В_м} \qquad (4)$$

де ВМ – сума матеріальних витрат; ГП – вартість виготовленої продукції.

Іншим узагальнюючим показником є коефіцієнт використання запасів, який визначається як співвідношення суми фактичних матеріальних витрат до величини матеріальних витрат, виходячи з планової калькуляції і фактичного обсягу випуску продукції.

Наступним етапом є розрахунок коефіцієнту оборотності запасів (коефіцієнту інтенсивності використання), який визначається діленням собівартості реалізованої за звітний період продукції на вартість виробничих запасів:

$$k_o = \frac{С_в}{З} \quad (4)$$

де СВ – собівартості реалізованої за звітний період продукції; З – вартість виробничих запасів.

Останнім показником, який характеризує стан виробничих запасів на підприємстві є тривалість одного обороту запасів. Даний показник розраховується за формулою:

$$T_o = \frac{З_{сер} \times Д}{ЧД} \quad (5)$$

де Зсер – середньорічна вартість виробничих запасів; Д – число днів в аналізованому періоді; ЧД – розмір чистого доходу від реалізованої продукції.

Отже, ефективне та раціональне використання виробничих запасів на підприємстві дає можливість забезпечити успішну діяльність підприємства та збільшення обсягу прибутку [1]. Правильна організація аналізу виробничих запасів сприяє виявленню несприятливих ділянок процесу постачання запасів на підприємство та передання їх на виробництво.

Література

1. Мажуліна М.О. Аналіз виробничих запасів на підприємстві / Мажуліна М.О. // Управління розвитком. – 2013. - №10. – С. 53 – 56.

2. Steven Bragg Inventory analysis [Electronic resource]. - Access source: https://www.accountingtools.com/articles/what-is-inventory-analysis.html.

Наукове видання
Українською, англійською та російською мовами

Матеріали ІІ Міжнародної науково-практичної конференції

«ТЕОРІЯ І ПРАКТИКА РОЗВИТКУ НАУКОВИХ ЗНАНЬ»
(М. КИЇВ, 28-29 ГРУДНЯ 2017 РОКУ)