

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ХАРЧОВИХ ТЕХНОЛОГІЙ**

Факультет обліку, фінансів та підприємницької діяльності

*Присвячується
130-річчю НУХТ*

**II Всеукраїнська
науково-практична конференція
молодих вчених і студентів**

**«Сучасні проблеми
розвитку підприємств
харчової промисловості:
теорія та практика»**

13-14 листопада 2014 рік

КИЇВ НУХТ 2014

Програма і матеріали II Всеукраїнської науково-практичної конференції молодих вчених і студентів «Сучасні проблеми розвитку підприємств харчової промисловості: теорія та практика», 13–14 листопада 2014 р. — К.: НУХТ, 2014 р. — 382 с.

Видання містить програму і матеріали II Всеукраїнської науково-практичної конференції молодих вчених і студентів .

Розглянуто сучасні проблеми організації обліково-аналітичної, фінансово-інвестиційної, маркетингової діяльності підприємств харчової промисловості України, що дозволить більш ефективно формувати та реалізовувати стратегії розвитку галузі з урахуванням вітчизняного та міжнародного досвіду.

Результати досліджень та обговорень можуть бути використані в навчальному процесі та в подальших наукових дослідженнях студентів, аспірантів та науковці різних рівнів та ВНЗ.

Редакційна колегія: С.В. Іванов (голова наукової конференції), Т.Л. Мостенська (заступник голови наукової конференції), О.В. Михайленко (відповідальний секретар), О.О. Шеремет, Т.А. Говорушко, О.П. Сологуб, Л.М. Чернелевський, Н.М. Салатюк, О.І. Драган, Г.А. Чередніченко.

Відповідальний за випуск канд. екон. наук, доцент О.О.Шеремет

Матеріали конференції надруковані в авторській редакції.

*Рекомендовано вченою радою НУХТ
Протокол №2 від 3 вересня 2014р.*

© НУХТ, 2014

ПРОГРАМА КОНФЕРЕНЦІЇ

13 листопада 2014 року

9⁰⁰ – 10⁰⁰ — реєстрація та розміщення учасників конференції

10⁰⁰ – 13⁰⁰ — робота секцій

13⁰⁰ – 13³⁰ — перерва, кава-брейк

13³⁰ – 16⁰⁰ — робота секцій

14 листопада 2014 року

10⁰⁰ – 12⁰⁰ — робота секцій

12⁰⁰ – 12³⁰ — перерва, кава-брейк

12³⁰ – 16⁰⁰ — пленарне засідання

1. Вступне слово. Підсумки II Всеукраїнської науково-практичної конференції молодих вчених і студентів «Сучасні проблеми розвитку підприємств харчової промисловості: теорія та практика».

Декан ОФПД, канд. екон. наук, доцент Шеремет О.О.

2. Державна казначейська служба України: структура, функції, завдання

Начальник головного управління державного казначейства у Київській області Дуда В.П.

3. Цілі, методи та ефективність сучасних зв'язків з громадськістю.

Канд. екон. наук, доцент Мазник Л.В.

4. Нагородження студентів – переможців, призерів конкурсів.

Секція: 1. Організація обліку, аналізу і аудиту на сучасному етапі. Голова секції — канд. екон. наук, проф. Л.М. Чернелевський, *аудиторія В-613.*

Секція 2. Проблеми сучасного маркетингу та торговельного підприємництва. Голова секції — д-р екон. наук, проф. О.П. Сологуб, *аудиторія В-308.*

Секція 3. Актуальні проблеми управління персоналом та економіки праці в сучасних умовах. Голова секції — д-р екон. наук, проф. О.І. Драган, *аудиторія В-404.*

Секція 4. Сучасні проблеми фінансової системи та шляхи її вирішення — д-р екон.наук, проф. Т.А. Говорушко, *аудиторія В-603.*

Секція 5. Актуальні проблеми економічного зростання в Україні — канд. екон. наук, доцент Н.М. Салатюк, *аудиторія В-202.*

Секція 6. Проблеми розвитку підприємств харчової промисловості в міжнародному вимірі — канд. екон. наук, доцент Г.А. Чередніченко, *аудиторія В-205.*

ЗМІСТ

СЕКЦІЯ 1. ОРГАНІЗАЦІЯ ОБЛІКУ, АНАЛІЗУ І АУДИТУ НА СУЧАСНОМУ ЕТАПІ

<i>Аїріней А.</i> Ремонт основних засобів: подолання протиріч	15
<i>Басюк А.</i> Система обліку запасів: вітчизняний та зарубіжний досвід	17
<i>Безверха М.</i> Особливості обліку цінних паперів	18
<i>Головіна А.</i> Трансфертне ціноутворення як механізм ухилення від сплати податків	19
<i>Гудименко О.</i> Особливості погашення дебіторської заборгованості на підприємствах малого бізнесу	20
<i>Дем'яненко С.</i> Використання результатів аналізу в управлінні дебіторською заборгованістю підприємства	23
<i>Дзюбенко Л.</i> Проблеми довгострокового кредитування та шляхи їх вирішення	25
<i>Дьякова Н.</i> Дебіторська заборгованість: облік за міжнародними та національними стандартами	27
<i>Заморока М.</i> «Витрати» та «затрати»: узгодження понять в бухгалтерському обліку	28
<i>Кудренко Н.</i> Пошук нових джерел фінансування для підприємств борошномельно-круп'яної галузі	30
<i>Куксов О.</i> Особливості обліку в умовах нестабільного валютного курсу	32
<i>Куцак В.</i> Методологічні засади фінансового обліку, економічного аналізу, внутрішнього та зовнішнього аудиту зносу основних засобів	34
<i>Лейковська Ю.</i> Проблеми підприємств, під час впровадження системи НАССР	36
<i>Логданіді І.</i> Інтеграційний потенціал як складова економічного потенціалу	37
<i>Малимон В.</i> Облік необоротних активів — вітчизняна та зарубіжна практика	38
<i>Мельниченко А.</i> Особливості впровадження військового збору в Україні	40
<i>Мірзосєва Х.</i> Франчайзинг: перспективи розвитку в Україні	42
<i>Ніколаєнко С.</i> Розвиток процесів кластеризації Фінляндії	43
<i>Обатюк Ю., Щербина О.С.</i> Проблеми оподаткування малого бізнесу в Україні	45
<i>Підмогильна В.</i> Загальні тенденції розвитку цукрової промисловості України	47
<i>Пономаренко Р.</i> Стан та перспективи молокопереробної галузі в Україні	49
<i>Порхун К.</i> Чи буде виконана програма щодо модернізації бухгалтерського обліку в 2014 році?	51
<i>Прокопій К.</i> Проблеми та перспективи розвитку факторингу в Україні	52

<i>Пушкарьова М.</i> Класифікація витрат	54
<i>Руденко І.</i> Внесок українських вчених у розвиток науки «економічний аналіз»	56
<i>Савчук І.</i> Аналіз діяльності головних гравців на ринку кондитерських виробів	58
<i>Самінін В., Щербина О.С.</i> Справедлива вартість за міжнародними та національними стандартами	59
<i>Скопич Ю.</i> Іноземне інвестування харчових підприємств	61
<i>Степанюк А.</i> Облік доходів за міжнародними та національними стандартами	63
<i>Сукненко О.</i> Шляхи гармонізації фінансового, управлінського та податкового обліку основних засобів	64
<i>Тараненко О.</i> Бухгалтерська і економічна сутність основних засобів	67
<i>Тітарчук Ю.</i> Облік вилученого капіталу	68
<i>Хоружий Б.</i> Особливості венчурного бізнесу в Україні	70
<i>Шкапо І.</i> Зміни в оподаткуванні заробітної плати	72
<i>Щербина О.С.</i> Сертифікація бухгалтерів на сучасному рівні розвитку	74
<i>Яковенко І.</i> Посилення ролі звітності в інформаційному забезпеченні управління сучасним виробничим підприємством	75
<i>Ялигіна М.</i> Управлінський облік в обліковій політиці підприємства	77

СЕКЦІЯ 2. ПРОБЛЕМИ СУЧАСНОГО МАРКЕТИНГУ ТА ТОРГОВЕЛЬНОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА

<i>Авраменко І.</i> Бенчмаркінг як інструмент конкурентоспроможності підприємства	81
<i>Білодідова Н.</i> Суть стратегії «Блакитного океану»	83
<i>Богданович Л.</i> Переваги та недоліки вступу України до Євросоюзу	84
<i>Бордюженко О.</i> Сучасний стан та тенденції розвитку роздрібної торгівлі в Україні	86
<i>Бялошицька Є.</i> Роль та значення PR-кампаній для успішної реалізації паблік рилейшнз	88
<i>Варченко А.</i> Роль та перспективи інтерактивного маркетингу у сучасному ринковому середовищі	90
<i>Венглюк І.</i> Методика оцінки рівня корпоративної безпеки підприємства	91
<i>Войтович Н.</i> Маркетинг спільної творчості, сутність та приклади ефективного використання	93
<i>Восколович Л.</i> Емоційний дизайн як ефективний інструмент сучасного маркетингу	94
<i>Грибович Л.</i> Мережевий маркетинг як спосіб розповсюдження продукції в Україні	96
<i>Коношенко Л.</i> Маркетинг вражень як спосіб досягнення мети при просуванні продуктів харчування на бортах повітряних суден	97
<i>Несміянова М.</i> Особливості дискаунтерів в Україні та Європі	99

<i>Овчарова Д.</i> Бренд як інтегруючий елемент сучасних маркетингових концепцій	100
<i>Півторак І.</i> Дослідження PRIVATE LABEL в Україні	102
<i>Підгірний І.</i> Роль на значення інноваційних перетворень в оптовій торгівлі для розвитку української економіки	104
<i>Савкова К.</i> Сучасні канали PR-комунікацій	105
<i>Сергеева А.</i> Роль видатних особливостей в маркетингу	107
<i>Сологуб В.</i> Принципи музичного оформлення торговельних точок	108
<i>Соляр О.</i> Сайт як маркетинговий інструмент просування товару в мережі інтернет	110
<i>Чевпотенко Ю.</i> Сучасні тенденції розвитку Інтернет-торгівлі	112
<i>Черкасова В.</i> Особливості маркетингової діяльності ТОВ «Ферреро Україна» на ринку кондитерських виробів	113
<i>Шапошник Т.</i> Сучасні тенденції брендингу в Україні	115

СЕКЦІЯ 3. АКТУАЛЬНІ ПРОБЛЕМИ УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ ТА ЕКОНОМІКИ ПРАЦІ В СУЧАСНИХ УМОВАХ

<i>Антонов А.</i> Вплив систем мотивації праці на продуктивність праці: зарубіжний досвід	119
<i>Бабік Ю.</i> Позитивний імідж підприємства як фактор підвищення конкурентоспроможності	122
<i>Бадах Ю.</i> Роль конфліктів в організації та шляхи їх подолання	123
<i>Богдан Т.</i> Шляхи покращення мотивації менеджерів середнього рівня	125
<i>Бублій І.</i> Заходи щодо зниження трудомісткості продукції підприємства	127
<i>Гайшук Ю.</i> Підвищення конкурентоспроможності персоналу на основі збереження й розвитку людського потенціалу підприємств	128
<i>Гончарук Д.</i> Причини виникнення та способи вирішення конфліктів на підприємстві	130
<i>Дворак Ю.</i> Удосконалення організаційної структури управління	131
<i>Дехніч Я.</i> Оптимізація витрат на персонал	133
<i>Зуб В.</i> Формування кадрової політики підприємства	134
<i>Костюк В.</i> Бенчмаркінг як метод підвищення продуктивності підприємства	136
<i>Кошик А.</i> Управління в стилі коучинг	137
<i>Кузема А.</i> Удосконалення використання робочого часу на підприємстві	139
<i>Литвиненко М.</i> Удосконалення управління трудовим потенціалом підприємства	140
<i>Мельниченко С.</i> Застосування методів нематеріальної мотивації персоналу	142
<i>Мороз Я.</i> Удосконалення системи мотивації на підприємстві	143
<i>Ніжніченко В.</i> Тайм-менеджмент як сучасна технологія управління часом	146
<i>Придибайло Є.</i> Напрямки планування розвитку персоналу підприємства	148

<i>Пронюк Г.</i> Ресурсне забезпечення управління персоналом підприємства	150
<i>Трачук М.</i> Удосконалення управління конфліктами на підприємстві	152
<i>Шпакович К.</i> Кадрова безпека: загрози виникнення і шляхи збереження	154
<i>Яківчик В.</i> Зарубіжний та український досвід роботи з кадровим резервом державної служби	155
<i>Яковичина Н.</i> Дослідження проблем зайнятості та безробіття в країні	157

СЕКЦІЯ 4. СУЧАСНІ ПРОБЛЕМИ ФІНАНСОВОЇ СИСТЕМИ ТА ШЛЯХИ ЇЇ ВИРІШЕННЯ

<i>Баранюк В.</i> Моделі для оцінки ефективності використання фінансових ресурсів підприємства	163
<i>Бодарева Т.</i> Проблеми фінансового забезпечення розвитку малого бізнесу в Україні та шляхи їх вирішення	165
<i>Бойправ О.</i> Оцінка рівня податкового навантаження в Україні	166
<i>Величенко О.</i> Підвищення ефективності фінансового менеджменту банківської установи на основі реінжинірингу бізнес-процесів	168
<i>Веселов М.</i> Методи управління фінансовими ризиками підприємства	170
<i>Волобуєва М.</i> Формування політики управління дебіторською заборгованістю підприємства	172
<i>Вовк А.</i> Зарубіжний досвід форм державної підтримки суб'єктів малого підприємництва	174
<i>Гайдукова Ю.</i> Особливості формування корпоративної власності в Україні	176
<i>Геник С.</i> Підходи щодо визначення сутності поняття «фінансова безпека підприємства»	177
<i>Голубенко Н.</i> Управління фінансовою стійкістю підприємства у контексті ресурсно-факторного підходу	179
<i>Ищенко Ю.</i> Управління державним боргом України в контексті подолання економічної кризи	180
<i>Іваницька Н.</i> Розвиток процесів капіталізації банківської установи у сучасних умовах	182
<i>Казанський М.</i> Умови забезпечення децентралізації податкових надходжень до місцевих бюджетів	183
<i>Каліщук І.</i> Сутність та особливості фінансового менеджменту страхової компанії	184
<i>Канюк Л.</i> Економічна сутність фінансового забезпечення закладів охорони здоров'я	186
<i>Качур В.</i> Прогресивний досвід розвинених країн щодо оподаткування малих підприємств	187
<i>Кисляк Ю.</i> Дивідендна політика публічного акціонерного товариства	189
<i>Коцербуба Г.</i> Формування фінансового потенціалу підприємства	191
<i>Копійка Т.</i> Методики оцінювання фінансової стійкості банків у розвинутих країнах світу	193

<i>Кральковська В.</i> Управління фінансовими результатами підприємств України	194
<i>Кропивницька М.</i> Фінансова стратегія розвитку банку в умовах посилення конкуренції	196
<i>Кришень Д.</i> Прибуток та його роль в управлінні фінансами банківської установи	198
<i>Кульбач Ю.</i> Теоретичні основи антикризового фінансового управління підприємством	199
<i>Майданюк К.</i> Факторинг як комплекс фінансових послуг	201
<i>Мельникова Ю.</i> Принципи та критерії формування страхового портфелю страховою компанією	203
<i>Нечитайло О.</i> Методи управління залученими коштами комерційного банку	204
<i>Петрик С.</i> Роль факторингу на фінансовому ринку України	206
<i>Піщанська В.</i> Управління фінансами підприємства на основі вартісного підходу (концепція value-based management)	207
<i>Портянко В.</i> Сучасні шляхи покращення фінансового розвитку підприємств	209
<i>Пономаренко Ю.</i> Сучасні проблеми банківського сектору України та шляхи їх розв'язання	211
<i>Розіна Я.</i> Формування капіталу підприємств харчової промисловості	212
<i>Рог К.</i> Методи управління кредитним ризиком банківської установи	214
<i>Рябуха О.</i> Новітні інформаційні розробки в фінансовій галузі — програма «Metastock»	216
<i>Сизоненко О., Арич М.І.</i> Сутність та структура непродуктивних витрат підприємства	218
<i>Сопіженко О.</i> Антикризова модель економічного розвитку України	219
<i>Сліпченко А.</i> Умови забезпечення фінансової стійкості підприємства	221
<i>Сухих О.</i> Саморегулівні організації та їх роль у регулюванні фінансового ринку	222
<i>Царенко Д.</i> Світовий досвід формування системи прямого оподаткування	223
<i>Чуприніна Н.</i> Формування системи управління фінансовою стійкістю підприємства	225
<i>Чумак Ю.</i> Особливості функціонування ринку корпоративних облігацій в Україні	227
<i>Шевченко В.</i> Особливості організації фінансової стратегії в страховій компанії	229
<i>Шиманська А.</i> Фінансові методи підвищення конкурентоспроможності підприємства	230
<i>Юрченко О.</i> Теоретичний аналіз сутності ризик-менеджменту банківської установи	232
<i>Яценко І.</i> Ринок золота в Україні та його особливості	233

СЕКЦІЯ 5. АКТУАЛЬНІ ПРОБЛЕМИ ЕКОНОМІЧНОГО ЗРОСТАННЯ В УКРАЇНІ

<i>Березовська М.</i> Інноваційний розвиток економіки в контексті сучасної теорії модернізації	239
<i>Бондаренко Ю.</i> Розвиток венчурного бізнесу в Україні: проблеми та шляхи їх вирішення	241
<i>Вітвицька Д.</i> Державне регулювання грошово-кредитної сфери	242
<i>Головачук Я.</i> Конкурентоспроможність України в сучасних міжнародних економічних відносинах	244
<i>Головіна В.</i> Стан та перспективи розвитку економіки України в сучасних умовах	246
<i>Гончаренко А.</i> Державне регулювання економіки та напрями його вдосконалення в Україні	248
<i>Грибович Н.</i> Прямі іноземні інвестиції в економіку України	250
<i>Громчак Б.</i> Розвиток транснаціонально капіталу в Україні: проблеми та перспективи	252
<i>Євтушенко Є.</i> Роль іноземних інвестицій в фінансуванні інноваційного процесу в економіці України	254
<i>Змєйова О.</i> Особливості формування інвестиційного клімату в Україні	255
<i>Карась Д.</i> Вступ України в Європейський Союз: суб'єктивізм або об'єктивна необхідність	257
<i>Кириленко Т.</i> Основні напрями забезпечення інноваційного економічного розвитку України в сучасних умовах	259
<i>Кириченко А.</i> Державна політика підтримки малого підприємництва: зміст і механізм реалізації	260
<i>Колошко Н.</i> Сучасні Тенденції розвитку ринку праці в Україні	262
<i>Корвас Н.</i> Інфляційні процеси в Україні як фактор нестабільності	264
<i>Марков А.</i> Просування нового товару на ринок в умовах економічної кризи	266
<i>Мисник Н.</i> Україна і СОТ: проблеми та перспективи взаємодії	267
<i>Москаленко А.</i> Розвиток малого бізнесу як один із факторів економічного зростання України	269
<i>Муравська І.</i> Проблеми і наслідки науково-технічного прогресу в Україні	271
<i>Ніс С.</i> Деякі аспекти грошово-кредитної політики в Україні	272
<i>Новіков В.</i> Проблеми поглиблення економічної кризи в Україні в 2014—2015 роках	274
<i>Омельчук Ю.</i> Харчова промисловість: особливості та роль в сучасних економічних умовах	275
<i>Пашко Х.</i> Оцінка ефективності управління персоналом	277
<i>Рогова М.</i> Факторингові операції в системі фінансово-правового забезпечення зовнішньо-торговельної діяльності	279

<i>Сабов А.-М.</i> Оновлення основних засобів як один із напрямків реструктуризації підприємства	281
<i>Саухіна О.</i> Соціально-орієнтований капіталізм у світі та проблеми його розбудови в Україні	282
<i>Синявська Ю.</i> Шляхи вирішення проблем розвитку ринків в Україні	284
<i>Сташенко О.</i> Податкова політика як інструмент економічного зростання Сінгапуру	286
<i>Тацієнко Н.</i> Перспективні напрямки розвитку цінової політики в Україні	288
<i>Титаренко С.</i> Стратегічне управління інвестиційними процесами в агропродовольчому комплексі України	289
<i>Філатова В.</i> Проблеми власності та формування ціни землі сільськогосподарського призначення	291
<i>Хоменко І.</i> Перспективи розвитку державного ринку цінних паперів в Україні	292
<i>Цигляр А.</i> Реформи і напрямки виходу України з економічної кризи	294
<i>Чернова А.</i> Формування ринку землі в Україні: реалії та перспективи	295
<i>Чухлова Г.</i> Конкурентоспроможність України за індексом конкурентоспроможності	297
<i>Швед Т.В.</i> Монополізація олійно-жирової галузі України як тенденція її розвитку	299
<i>Шило Л.</i> Інвестування в людський капітал	301
<i>Щербатюк І.</i> Заробітна плата в Україні	302
<i>Ягодіна А.</i> Проблеми законодавчого регулювання кредитного ринку України	304

СЕКЦІЯ 6. ПРОБЛЕМИ РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВ ХАРЧОВОЇ ПРОМИСЛОВОСТІ В МІЖНАРОДНОМУ ВИМІРІ

<i>Borshchevska Y.</i> Most popular methods of market research	309
<i>Burlachuk L.</i> Consumer spending trends to 2030 that businesses need to consider	311
<i>Buryan V.</i> Strategic plan preparation on the basis of financial stability indicators	312
<i>Cheban S.</i> A study on working capital management system	314
<i>Derkach E.</i> Peculiarities of forming the social and psychological climate in the team	316
<i>Dolinin H.</i> The owner-manager and the functional management of a small firm	318
<i>Ermolaeva M.</i> Actual problems of co-investment market	319
<i>Gevlich Y.</i> Food safety management	321
<i>Glushanitsia A.</i> The usage of principles of japanese marketing in the economic activity of the PAC «Obolon»	323
<i>Haishuk I.</i> Tax risks monitoring	324
<i>Hayshuk J.</i> Challenges of human resources	326

<i>Hudz J.</i> Characteristics of credits	327
<i>Iliina O.</i> Risks in audit	329
<i>Ishchenko A.</i> The meaning of involvement foreign investment into Ukraine	330
<i>Kazanskyi M.</i> The role of the national bank of Ukraine in the state financial monitoring	332
<i>Kefchata A.</i> Exportations Ukrainiennes Vers L'ue: Problèmes Et Issue	334
<i>Kovtun O.</i> Analysis of personal leader's qualities	335
<i>Kravchenko I.</i> The importance of non-material methods of staff motivation	337
<i>Kryvobok P.</i> Internal control system improvement on Ukrainian dairy industry enterprises	338
<i>Kvitko M.</i> Human resource management at food industry enterprises	340
<i>Letucha A.</i> Problems of internal audit in Ukraine	341
<i>Lysenko O.</i> Global financial crisis and problems of governmental regulation of internal market development in Ukraine	343
<i>Maevska C.</i> Ukrainian products: problems and perspectives	344
<i>Makarevych O.</i> Food industry as a promising branch of the Ukrainian economy	346
<i>Marynina K.</i> Environmental external cost accounting as a part of sustainable management	348
<i>Musaeva J.</i> Research on personnel efficiency	349
<i>Murlyk A.</i> Ukrainian banks and increasing their competitiveness in the international market	351
<i>Mysnyk N.</i> Coffee market in Ukraine	352
<i>Ostrovka V.</i> Ukraine first review of nonobservance and applicability of performance criteria	353
<i>Ovsiannikova V.</i> Food product certification in Ukraine as the leading direction in an international dimension	355
<i>Pivchuk Y.</i> Consequences of Ukraine signing an association agreement with the European union	356
<i>Pogribna O.</i> Military tax in Ukraine	357
<i>Portianko D.</i> Financial development of enterprises and ways of it providing	358
<i>Postnikova V.</i> Advantages and disadvantages of forensic audit	360
<i>Potapenko V.</i> Efficiency of using labour resources of enterprise	361
<i>Radchuk T.</i> Pr activities of Coca-Cola company	363
<i>Riabtseva S.</i> The using of marketing mix to improve the marketing activity o the enterprise	365
<i>Savchenko V., Kovalchuk O.</i> The main factors of poverty in Ukraine	366
<i>Shevchenko Y.</i> Consideration of economic risk in management of enterprises	367
<i>Solovey K.</i> The influence of multinational corporations on the economy of Ukraine	369
<i>Sylkina D.</i> Conflicts in business and methods to solve them	371

<i>Tobolin O.</i> Operating systems used for financial costs reduction	372
<i>Velykyi D.</i> Financial management in business	373
<i>Verbova A.</i> Basic ways of marketing activity improvement of the enterprise of public joint stock company «Kyivhlib»	375
<i>Yakivchuk V.</i> How to make personnel more motivated	376
<i>Zaiets A., Kovalchuk O.</i> Evaluation of the marketing potential of the company	378
<i>Zhad'ko N., Kovalchuk O.</i> Financial resources of enterprise	379
<i>Zhyzhyla B.</i> Why some companies have success in business and others don't	381

1

СЕКЦІЯ

**ОРГАНІЗАЦІЯ ОБЛІКУ,
АНАЛІЗУ І АУДИТУ
НА СУЧАСНОМУ
ЕТАПІ**

Голова секції — канд.екон.наук, проф. Л.М. Чернелевський.
Секретар секції — ст. викл. Т.Ю. Редзюк

РЕМОНТ ОСНОВНИХ ЗАСОБІВ: ПОДОЛАННЯ ПРОТИРІЧ

Аїріней А.

Національний університет харчових технологій

Підприємства підтримують свої основні засоби в робочому стані та забезпечують їх функціонування поліпшенням бази основних засобів і за допомогою системи технічного обслуговування та системи планово-попереджувального ремонту.

Технічне обслуговування — це комплекс операцій або операція з підтримки працездатності чи справності об'єкта під час його використання за призначенням способом його періодичного огляду та ремонтних робіт невеликої вартості, що не збільшують первісну вартість об'єкта [3].

Поточний ремонт — це комплекс операцій або операція з часткової заміни окремих запасних частин, деталей, дрібний ремонт окремих частин і інший ремонт з підтримання основних засобів у робочому стані, які не збільшують первісну вартість [3].

Капітальний ремонт — це комплекс ремонтно-будівельних чи монтажних робіт, за якого здійснюється розбирання будівель, споруд, устаткування та інших об'єктів для відновлення або заміни найважливіших чи всіх зношених деталей і вузлів і, який проводиться з періодичністю більше одного року. При цьому первісна вартість об'єкта основних засобів не збільшується [3].

Модернізація, модифікація, побудова, дообладнання — це розширення окремих будівель і споруд, технічне переобладнання інших об'єктів, запровадження нової техніки й технології, механізація та автоматизація виробництва, які, кожен окремо або в сукупності, збільшують первісну вартість об'єкта основних засобів. На проведення цих робіт обов'язковими є також наявність проектно-кошторисної документації та відповідних дозволів органів державного контролю й нагляду [3].

Згідно з п. 1 Прикінцевих положень Податкового кодексу України з 01.04.2011 року вступив в силу Розділ III Кодексу «Податок на прибуток», відповідно до якого значних змін зазнали операції з основними засобами [1]. Ці зміни зазначені в наступних статтях:

146.11. Первісна вартість основних засобів збільшується на суму витрат, пов'язаних із ремонтом та поліпшенням об'єктів основних засобів (модернізація, модифікація, добудова, дообладнання, реконструкція), що приводить до зростання майбутніх економічних вигод, первісно очікуваних від використання об'єктів у сумі, що перевищує 10 відсотків сукупної балансової вартості всіх груп основних засобів, що підлягають амортизації, на початок звітного податкового року з віднесенням суми поліпшення на об'єкт основного засобу, щодо якого здійснюється ремонт та поліпшення.

146.12. Сума витрат, що пов'язана з ремонтом та поліпшенням об'єктів основних засобів, у тому числі орендованих, у розмірі, що не перевищує 10 відсотків сукупної балансової вартості всіх груп основних засобів на початок звітного року, відноситься

Бухгалтерський облік витрат, пов'язаних з ремонтом і поліпшенням об'єктів основних засобів, врегульовано п. 14 та п. 15 П(С)БО 7 «Основні засоби» та розділом шостим Методичних рекомендацій з бухгалтерського обліку основних засобів. Розподіл та відображення в бухгалтерському обліку витрат на поліпшення ремонт основних засобів згідно з П(С)БО 7 здійснюється за такими напрямками:

а) витрати, пов'язані з поліпшенням об'єкта (модернізація, модифікація, добудова, дообладнання, реконструкція тощо), що приводить до збільшення майбутніх економічних вигод, первісно очікуваних від використання об'єкта основних засобів. Такі витрати повинні акумулюватися за дебетом рахунку 15 «Капітальні інвестиції» на окремих субрахунках, а по закінченні всіх робіт списуватися з кредиту рахунку 15 у дебет рахунку 10 «Основні засоби» відповідно до кожного об'єкту, що підлягав поліпшенню;

б) витрати, що здійснюються для підтримання об'єкта в робочому стані та одержання первісно визначеної суми майбутніх економічних вигод від його використання. Згідно з п. 15 П(С)БО 7 такі витрати включаються до складу витрат звітного періоду.

У бухгалтерському обліку витрати на ремонт відображаються за дебетом рахунку 23 «Виробництво», або в класі 8 «Витрати за елементами» та 9 «Витрати діяльності», а в податковому обліку відносять до складу загальновиробничих витрат, адміністративних витрат та до складу витрат на збут.

Таким чином потрібно буде «збирати» витрати на ремонт та поліпшення основних засобів, які будуть акумулюватися на різних рахунках БО та у складі різних витрат у податковому обліку для відстеження встановленого ліміту.

ЛІТЕРАТУРА:

1. Податковий кодекс України № 2755-VI від 02.12.2010 [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/2755-17/print1329730624868809>.

2. Положення (Стандарт) Бухгалтерського Обліку 7 «Основні Засоби»;

3. Бабіч В.В., Сагова С.В. Фінансовий облік (облік активів). — Київ: КНЕУ, 2013. — 282 с.

Науковий керівник: Овдій О.В.

СИСТЕМА ОБЛІКУ ЗАПАСІВ: ВІТЧИЗНЯНИЙ ТА ЗАРУБІЖНИЙ ДОСВІД

Басюк А.

Національний університет харчових технологій

За сучасних умов розвитку економіки України характерним є значне збільшення та розширення торговельної діяльності. Функціонування торговельних підприємств супроводжується значним кругообігом ресурсів, важливе місце серед яких займають запаси, формування та використання яких є визначальним фактором в забезпеченні конкурентоспроможності підприємства. Запаси вважаються одними із найбільш значних активів підприємства, реалізація яких є основним джерелом доходів господарюючого суб'єкта.

Тому в практиці господарської діяльності підприємств для прийняття управлінських рішень необхідно налагодити ефективне інформаційно-методичне забезпечення управління запасами, що формує система бухгалтерського обліку. Адекватна система обліку запасів є базою для розробки ефективної системи їх планування та контролю, що, в свою чергу, допоможе менеджерам прийняти правильне управлінське рішення. Тому головною проблемою, з точки зору управлінського обліку, як в національній, так і в зарубіжній практиці є вибір системи обліку запасів.

В міжнародній практиці існують дві системи обліку запасів, а саме: система постійного обліку; система періодичного обліку.

Рух запасів відбувається з моменту їх оприбуткування до реалізації з визначенням собівартості продажу, при цьому слід враховувати, що підприємство несе витрати, які безпосередньо впливають на собівартість реалізації, а в подальшому і на фінансові результати діяльності,

Рух запасів пов'язаний з процесами їх придбання, переробки та реалізації. Облік руху запасів залежить від системи обліку, що застосовується підприємством, яка, в свою чергу, визначає вартість залишків запасів на кінець звітного періоду та собівартість їх реалізації

В системі постійного обліку собівартість реалізованих запасів визначається як добуток кількості реалізованих запасів і собівартість одиниці цих запасів. Отже, система постійного обліку передбачає визначення собівартості реалізації по закінченні звітного періоду в системі бухгалтерських рахунків.

Система періодичного обліку передбачає, що надходження та видаток запасів протягом звітного періоду на рахунках запасів не відображаються, тобто рахунок запасів протягом періоду залишається незмінним, а всі закупки відображаються на рахунку «Запаси».

Ведення рахунку «Закупки» передбачає облікова політика підприємства в межах робочого плану рахунків. Залишки запасів на кінець звітного періоду визначають та оцінюють за допомогою інвентаризації запасів у місцях зберігання, які потім списують на рахунки відповідних запасів з кредиту рахунку фінансових результатів.

Узагальнюючи дослідження Ткаченко Н.М., Сопко В.В. можна зробити висновки щодо пріоритетності застосування періодичної системи обліку на вітчизняних підприємствах України.

Перш за все, використання періодичної системи обліку запасів, а саме ведення рахунку «Закупки», буде сприяти оперативному контролю процесу придбання та реалізації запасів підприємства.

По — друге, періодична система обліку виконує інформаційну функцію бухгалтерського обліку в системі управління, тобто забезпечує обліковою інформацією користувачів для прийняття управлінських рішень.

По-третє, в межах бухгалтерського менеджменту періодична система дозволяє оптимізувати інші операційні витрати, запобігаючи втратам від псування запасів.

ЛІТЕРАТУРА:

1. Ткаченко Н.М. Бухгалтерський, фінансовий та податковий облік. Навчальний посібник. — К.:ЦУЛ, 2013 — 982с.

Науковий керівник: Небильцова В.М.

ОСОБЛИВОСТІ ОБЛІКУ ЦІННИХ ПАПЕРІВ

Безверха М.

Національний університет харчових технологій

Майже кожне підприємство обліковує певну кількість цінних паперів, але які є особливості цього обліку та взагалі види цих документів.

Отже, згідно з Цивільним кодексом України: цінним папером є документ встановленої форми з відповідними реквізитами, що посвідчує грошове або інше майнове право і визначає взаємовідносини між особою, яка його розмістила (видала), і власником та передбачає виконання зобов'язань згідно з умовами його розміщення, а також можливість передачі прав, що впливають з цього документа, іншим особам.[1]

Цінні папери можуть бути іменні або на пред'явника. Іменні, як правило, не підлягають передачі. Цінні папери на пред'явника обертаються вільно. Порядок обігу цінних паперів регулюється законодавством про цінні папери та фондовий ринок.

Порядок відображення інформації про відображення цінних паперів в обліку регулюється П(С)БО 12 «Фінансові інвестиції» та П(С)БО 13 «Фінансові інструменти».

Цінні папери за формою існування поділяються на бездокументарні цінні папери та документарні цінні папери. Бездокументарним цінним папером є обліковий запис на рахунку в цінних паперах у системі депозитарного обліку цінних паперів. Документарним цінним папером є паперовий або електронний документ, оформлений у визначеній законодавством формі, що містить найменування виду цінного папера, а також визначені законодавством реквізити.[2] Особливу увагу на сучасному етапі комп'ютеризації підприємству слід приділити обліку електронних цінних паперів.

Однією з особливостей обліку цінних паперів є їх оцінка. Розрізняють 4 види оцінки на дату складання балансу:

- за справедливою вартістю;
- за собівартістю з урахуванням зменшення корисності інвестиції;
- за амортизованою собівартістю фінансових інвестицій;
- за методом участі у капіталі (п. 8 — 11 П(С)БО 12).

Оцінка за справедливою вартістю полягає у тому, що інвестиція (крім тих, що утримуються до повного погашення або обліковуються за методом участі у капі-

талі) на дату балансу оцінюється у сумі, за якою може бути здійснена реалізація такої інвестиції між обізнаними, зацікавленими та незалежними сторонами. Якщо підприємство утримує фінансові інвестиції до повного їх погашення, то вони відображаються на дату балансу за амортизованою собівартістю фінансових інвестицій. За цим методом різниця між собівартістю та вартістю погашення фінансової інвестиції амортизується з дати придбання до дати погашення за методом ефективної ставки відсотка. Визначення цих термінів дано у п. 3 П(С)БО 12.

Оцінка за собівартістю з урахуванням зменшення корисності полягає у відображенні на дату балансу інвестиції з урахуванням зменшення корисності. Такий метод використовують, коли неможливо достовірно визначити справедливу вартість інвестиції.

За методом участі у капіталі — збалансова вартість інвестицій відповідно збільшується або зменшується на суму збільшення або зменшення частки інвестора у власному капіталі об'єкта інвестування. За цим методом обліковуються інвестиції в асоційовані та дочірні підприємства і спільну діяльність зі створенням юридичної особи.[3]

Найбільшу увагу в обліку приділяють акціям, вексям та облігаціям.

ЛІТЕРАТУРА:

1. Цивільний кодекс України Стаття 194.
2. Закон України Про цінні папери та фондовий ринок (Відомості Верховної Ради України (ВВР), 2006, N 31, ст.268) { Частина третя статті із змінами, внесеними згідно із Законом N 1522-VI (1522-17) від 11.06.2009; в редакції Законів N 407-VII (407-18) від 04.07.2013, N 5178-VI (5178-17) від 06.07.2012 }
3. <http://dtkr.com.ua/show/1cid02653.html>

Науковий керівник: Редзюк Т.Ю.

ТРАНСФЕРТНЕ ЦІНОУТВОРЕННЯ ЯК МЕХАНІЗМ УХИЛЕННЯ ВІД СПЛАТИ ПОДАТКІВ

Головіна А.

Національний університет харчових технологій

Однією з найпоширеніших проблем в Україні вже давно є проблема ухилення від сплати податків. Транснаціональні корпорації часто для ухилення від сплати податків використовують так званий механізм трансфертного ціноутворення. Повернення назад до країни грошових потоків під виглядом інвестицій не може компенсувати ті втрати, які були отримані внаслідок недоотримання податків країною.

Питанню трансфертного ціноутворення приділяли увагу у своїх працях такі науковці: К. Друрі, П. Хорвача, А. Вагенгофера, Г. Кюппера. Серед вітчизняних: С. Голов, П. Дзюба, О. Терещенко. Науковцями трансфертне ціноутворення розглядається з різних сторін і не завжди даний вид ціноутворення — явище негативне, наприклад, Т. Савченко і Л. Павленко розглядають трансфертне ціноутворення як інструмент забезпечення внутрішньобанківської рівноваги [2] та приділяють достатньо уваги саме трансфертному ціноутворенню в банках. Однак, питання зловживання трансфертним ціноутворенням транснаціональними корпораціями і промислово фінансовими групами є порівняно новим для української економіки, а відтак, недостатньо дослідженим.

Дослідження проблеми зловживання трансфертним ціноутворенням доцільно почати із визначення трансфертної ціни та самого ціноутворення. Трансфертне ціноутворення — це процес визначення трансфертної ціни, сукупність економічних відносин, які виникають у процесі визначення трансфертної ціни на будь-який об'єкт торгівлі між пов'язаними компаніями або структурними підрозділами однієї компанії, якщо об'єкт торгівлі перетинає митний кордон [3].

Трансфертне ціноутворення як і інші види ціноутворення (витратне, кероване, ринкове, цільове тощо), не несе в собі негативного впливу на економіку. Однак, стереотип ототожнення даного виду ціноутворення з ухиленням від сплати податків, склався з огляду на зловживання даним видом ціноутворення, з метою зменшення податкового навантаження на транснаціональну компанію або на промислову групу в цілому.

Розглянемо більш детально причини зловживання трансфертними цінами. Суть трансферного ціноутворення проявляється в меті застосування трансфертних цін — переклад податкового навантаження на афілійовану особу, що знаходиться в більш вигідних (з точки зору сплати податків компанією в цілому) умовах. Зрозуміло, що розміщення дочірніх компаній в офшорних зонах дасть найбільшу вигоду із використання трансфертних цін. Саме таким розміщенням дочірніх компаній і зловживають транснаціональні корпорації.

На даний момент законодавство не має достатньої можливості контролювати трансфертне ціноутворення вертикально інтегрованих компаній. Так, за податковим кодексом України у вертикально інтегрованих компаній є можливість маніпулювання цінами в межах 20% від звичайних, відповідно до п.39.15: «...У разі відхилення договірних цін у податковому обліку платника податків у бік збільшення або зменшення від звичайних цін менше ніж на 20 відсотків, таке відхилення не може бути підставою для визначення (нарахування) податкового зобов'язання, коригування від'ємного значення об'єкта оподаткування або інших показників податкової звітності...» [3].

Світова практика показує, що трансфертне ціноутворення потрібно піддавати регулюванню. Організацією економічного співробітництва та розвитку (ОЕСР) надані рекомендації, які можуть бути взяті за основу при розробці вітчизняних нормативно-правових актів, щодо регулювання трансфертного ціноутворення. Серед основних рекомендацій наступні:

1. Визначення принципу «втягнутої руки» (arm length principle) як базового принципу визначення цін для цілей оподаткування при здійсненні зовнішньоекономічних операцій між пов'язаними особами [1].

2. Визначення основних моделей трансфертного ціноутворення, які відповідають принципу «втягнутої руки» та базуються на таких методах ціноутворення: неконтрольованої порівняльної ціни, перепродажу, «витрати плюс», чистого прибутку, розподілення прибутку [1].

3. Створення механізмів адміністрування трансфертних цін та визначення основних вимог до документації щодо трансфертного ціноутворення [1].

Оподаткування відповідно до принципу «втягнутої руки» здатне кардинально зменшити використання офшорних територій задля ухилення від сплати податків, оскільки відпаде необхідність у користуванні послугами офшорних територій, адже визначення суми, що необхідно оподаткувати відбуватиметься незалежно від встановленої ціни між афілійованими особами.

Трансфертне ціноутворення активно використовується корпораціями в Україні для виведення прибутку в офшорні території. Відповідно до чинного законодавства без санкцій з боку контролюючих органів можливе заниження ціни на 20% від ринкової. Задля успішної боротьби з ухиленням від сплати податків транснаціональними компаніями Україні потрібно в терміновому режимі прийняти досвід сусідніх держав і впровадити в життя рекомендації ОЕСР щодо трансфертного ціноутворення. Слід розуміти, що зволікання із прийняттям і впровадженням нового законодавства щодо регулювання трансферного ціноутворення негативно відбивається не лише на втратах бюджету, але і іміджу держави в цілому.

ЛІТЕРАТУРА:

1. Іванов О., Тишук Т. Державне регулювання трансфертного ціноутворення в Україні як засіб протидії відпливу капіталу [Електронний ресурс]. — Режим доступу : <http://www.niss.gov.ua/articles/739/>.
2. Савченко Т.Г., Павленко Л.Д. Трансфертне ціноутворення як інструмент забезпечення внутрішньобанківської рівноваги [Електронний ресурс] / Економічний простір № 39, 2010. — Режим доступу : http://archive.nbuv.gov.ua/portal/soc_gum/ekpr/2010_39/Statti/15.pdf.
3. Податковий кодекс України № 2755-VI від 02.12.2010 [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/2755-17/print1329730624868809>.

Науковий керівник: Кудренко Н.В.

ОСОБЛИВОСТІ ПОГАШЕННЯ ДЕБІТОРСЬКОЇ ЗАБОРГОВАНOSTІ НА ПІДПРИЄМСТВАХ МАЛОГО БІЗНЕСУ

Гудименко О.

Національний університет харчових технологій

З огляду на нинішнє економічне становище України досить важливою проблемою постало вчасне погашення дебіторської заборгованості. Розвиток ринкових відносин якого досягла наша держава вимагає перегляду системи бухгалтерського обліку однією з основних частин якої є облік взаєморозрахунків суб'єктів господарювання. Суб'єкти господарювання в першу чергу займаються розв'язанням власних господарських проблем а потім вже беруть до уваги розрахунки по заборгованості. Особливо це стосується суб'єктів малого підприємництва. Відсутність відповідальності перед кредиторами призводить до несвочасного погашення. Вирішення даного питання в більшій мірі залежить від вдосконалення системи відображення дебіторської заборгованості в бухгалтерському обліку.

Дебіторська заборгованість визнається активом і регламентується Положенням (стандартом) бухгалтерського обліку 10 «Дебіторська заборгованість».

Поточна дебіторська заборгованість за продукцію, товари, роботи, послуги є активом одночасно з визнанням доходу від реалізації продукції, товарів, робіт і послуг та оцінюється за первісною вартістю, а в балансі відображається за чистою реалізаційною вартістю.

Це означає що дебіторська заборгованість включається до активу балансу підприємства, і в подальшій діяльності принесе прибуток. Але з огляду на сучас-

ний стан економіки багато малих підприємств неспроможні вчасно виплачувати свою заборгованість. Після чого заборгованість переростає в сумнівну, а ще гірше у безнадійну. Дана ситуація негативно відображається на фінансовому стані підприємства (кредитора) яке несе витрати.

Для уникнення коливань діяльності підприємство формує «Резерв сумнівних боргів» розрахунок якого регламентується пунктами П(с)БО 10 «Дебіторська заборгованість».

Величина резерву сумнівних боргів визначається за одним із методів: застосування абсолютної суми сумнівної заборгованості; застосування коефіцієнта сумнівності.

За методом застосування абсолютної суми сумнівної заборгованості величина резерву визначається на підставі аналізу платоспроможності окремих дебіторів. За методом застосування коефіцієнта сумнівності величина резерву розраховується множенням суми залишку дебіторської заборгованості на початок періоду на коефіцієнт сумнівності.

Коефіцієнт сумнівності може розраховуватися такими способами:

- визначення питомої ваги безнадійних боргів у чистому доході;
- класифікації дебіторської заборгованості за строками непогашення;
- визначення середньої питомої ваги списаної протягом періоду дебіторської заборгованості у сумі дебіторської заборгованості на початок відповідного періоду за попередні 3-5 років.

Визначена на основі класифікації дебіторської заборгованості величина сумнівних боргів на дату балансу становить залишок резерву сумнівних боргів на ту саму дату. Залишок резерву сумнівних боргів на дату балансу не може бути більшим, ніж сума дебіторської заборгованості на ту саму дату.

Необхідно також зазначити те, що на даному етапі розвитку бухгалтерського обліку не існує реєстрів які достовірно відображали дебіторську заборгованість по кожному дебітору окремо враховуючи коефіцієнти його платоспроможності, дати повернення і суму заборгованості, щоб управлінський апарат даного підприємства мав змогу точно оцінити стан платоспроможності кожного дебітора.

Отже, багаторічний досвід соціально-економічного зростання розвинутих країн переконливо довів неможливість успішного функціонування підприємства без правильної організації управління дебіторською заборгованістю.

Аналіз дебіторської заборгованості є одним із ключових завдань у вирішенні проблем, що виникають під час поточного управління підприємствами з позиції оптимального співвідношення між ліквідністю та прибутковістю.

Для зменшення дебіторської заборгованості пропонується вжити наступних заходів:

- встановлення стандартів кредитоспроможності. Рішення про кредит має ґрунтуватися на перевазі надійності платежу. При аналізі кредитоспроможності рекомендується використання методу «3 С»: бажання (character) (тобто ступінь прагнення виконати свої боргові зобов'язання), здатність (capacity) (тобто здатність генерувати грошові кошти, необхідні для виконання прийнятих на себе боргових зобов'язань) і капітал (capital) (тобто розмір чистого власного капіталу і коефіцієнт співвідношення чистого власного і позикового капіталу);

- доцільно також формування інформаційної бази, згрупувавши покупців за рівнем кредитоспроможності. Для її розробки можна використовувати інформацію з виконання платежів;

– проведення менш ліберальної політики інкасації (посилення тиску на дебіторів, що затримують внесення оплати рахунків). Необхідно використання «Календаря інкасації дебіторської заборгованості» — платежі включаються в календар в сумах і термінах, передбачених відповідними контрактами з контрагентами. Крім того повинні діяти більш жорстокі міри при несвоєчасних розрахунках з постачальниками. Він забезпечує щоденне управління надходженням грошових коштів.

На основі всієї цієї інформації необхідно прийняти рішення про можливість кредиту.

ЛІТЕРАТУРА:

1. Закон України «Про бухгалтерський облік та фінансову звітність» від 16.07.99 р. № 996-XIV.

2. Положення (стандарт) бухгалтерського обліку 10 «Дебіторська заборгованість».

3. Ткаченко Н. М.· Бухгалтерський фінансовий облік, оподаткування і звітність: Підручник. — 6-те вид. допов. і перероб. — К.: Алерта, 2013. — 982 с.

Науковий керівник: Небильцова В.М.

ВИКОРИСТАННЯ РЕЗУЛЬТАТІВ АНАЛІЗУ В УПРАВЛІННІ ДЕБІТОРСЬКОЮ ЗАБОРГОВАНІСТЮ ПІДПРИЄМСТВА

Дем'яненко С.

Національний університет харчових технологій

Процес управління діяльністю підприємства потребує достовірної інформації щодо його фінансового стану, зокрема величини та структури дебіторської заборгованості, законності та обґрунтованості господарських операцій, в результаті яких вона виникла. Вміле й ефективне управління цією частиною поточних активів є невід'ємною умовою підтримки необхідного рівня ліквідності і платоспроможності з погляду забезпечення ефективної поточної діяльності підприємства. Особливо актуальним стає управління дебіторською заборгованістю в період інфляції, коли подібна імобілізація власних оборотних коштів стає особливо невигідною.

Впровадження ефективної системи контролю за формуванням та погашенням дебіторської заборгованості, а також розробка заходів стимулювання її своєчасного погашення потребує проведення аналітичної роботи щодо стану та динаміки дебіторської заборгованості на підприємстві.

Аналіз показників, що характеризують стан заборгованості дебіторів, дозволяє визначити оптимальний її розмір з позиції підтримки належного фінансового положення підприємства.

Завдання аналізу дебіторської заборгованості підприємства передбачає оцінку розрахунково-платіжної дисципліни та динаміки дебіторської заборгованості в цілому та по її видах, аналіз її якісного стану, а також простроченої та безнадійної заборгованості дебіторів.

Основні показники, які використовуються при аналізі і прогнозуванні дебіторської заборгованості: коефіцієнт відволікання оборотних коштів у дебіторську заборгованість, коефіцієнт оборотності дебіторської заборгованості, середній термін інкасації (погашення) дебіторської заборгованості, коефіцієнт протермі-

нованої дебіторської заборгованості, середній «вік» протермінованої дебіторської заборгованості, ефект від інвестування коштів в дебіторську заборгованість, співвідношення кредиторської і дебіторської заборгованості. [1, ст. 19]

При розробці фінансової політики доцільно визначити оптимальний розмір дебіторської заборгованості, визначення якого враховує запланований обсяг реалізації продукції з наданням комерційного кредиту, коефіцієнт співвідношення собівартості та ціни продукції, середній термін обороту дебіторської заборгованості в минулому періоді та середній термін про термінування платежів.[2, ст.. 101]

Важливо також зазначити, що розмір поточної дебіторської заборгованості визначається сукупністю зовнішніх та внутрішніх факторів. Стан розрахунків в країні, зміни соціально-економічних процесів, рівень інфляції, обсяг ринку та рівень його насиченості — обмежити вплив цих та інших зовнішніх факторів підприємству досить складно. На відміну від вищезгаданих, внутрішні фактори є керованими, можливість регулювати їх вплив на функціонування та результати господарсько-фінансової діяльності підприємства залежать від того, наскільки фінансові менеджери володіють навичками управління дебіторською заборгованістю. До таких чинників перш за все варто віднести кредитну політику підприємства, прийняту систему та види розрахунків, стан контролю за дебіторською заборгованістю.

Ключовим моментом в управлінні заборгованістю дебіторів є підвищення її якості, чого можна досягти шляхом всебічного оцінювання фінансового стану потенційних дебіторів, їх платоспроможності, репутації, терміну існування, диверсифікації клієнтури; визначення максимальної суми боргу в цілому та на одного клієнта (лімітування дебіторської заборгованості); використання різних форм забезпечення повернення боргу (застава, страхування, гарантії банків або третіх осіб, оформлення забезпеченим векселем тощо).

Одним із заходів регулювання суми реальної дебіторської заборгованості є створення резерву сумнівних боргів. Величину цих витрат можна визначити на основі аналізу даних підприємства за попередні роки про фактичні втрати від неповернення дебіторської заборгованості.

Також для оптимізації розміру та структури дебіторської заборгованості підприємствам доцільно рефінансувати її частину. Метою рефінансування дебіторської заборгованості є прискорення її переведення в інші форми оборотних активів підприємства (кошти, ліквідні короткострокові цінні папери). [3]

Комплексне вирішення проблеми оптимальної структури аналізованої заборгованості, а також прискорення терміну її погашення можливе за допомогою диверсифікації покупців продукції, суворого планування заборгованості, постійного її моніторингу та застосування сучасних форм її рефінансування.

Основною метою аналізу будь-якого аспекту фінансово-господарської діяльності підприємства є виявлення негативних для його фінансового стану тенденцій, пошук резервів підвищення ефективності діяльності, обґрунтування прийняття управлінських рішень, моніторинг різних аспектів діяльності підприємства, доцільність нововведень. Саме тому результати аналізу дебіторської заборгованості є тим підґрунтям, на основі якого формується фінансова політика підприємства, розробляється сукупність заходів, відбираються відповідні фінансові механізми, необхідні для реалізації поставленої перед фінансовим менеджментом мети.

ЛІТЕРАТУРА:

1. Слободян Н.Г. Організація і методика економічного аналізу, Київ, НУХТ, — 2013 — 321 с.

2. Шеремет О.О. Фінансовий аналіз. Навч. посібник, Київ, — 2009 — 196 с.
3. Гречан А.П. Стан управління оборотними активами в економіці України / О.С. Бондаренко, А.П. Гречан // Вісник Хмельницького національного університету. — 2009. — № 6, Т.3. — С. 209-215.

Науковий керівник: Слободян Н.Г.

ПРОБЛЕМИ ДОВГОСТРОКОВОГО КРЕДИТУВАННЯ ТА ШЛЯХИ ЇХ ВИРІШЕННЯ

Дзюбенко Л.

Національний університет харчових технологій

Для виконання Державної програми активізації розвитку економіки на 2013—2014 роки головними завданнями є:

- стимулювання здійснення інвестиційних операцій в національній валюті;
- стимулювання інвестиційної активності суб'єктів малого та середнього бізнесу, що потребує та визначає найбільш ефективні напрями використання інвестицій, зокрема, за рахунок кредитів банків у відповідних економічних регіонах України.

Від ефективності проведення політики довгострокового кредитування, в першу чергу, залежить прибуток банків та їхній стабільний стан на ринку банківських послуг.

В умовах ринкової економіки система довгострокового кредитування наповнюється новим змістом, тому необхідно враховувати її специфіку при впровадженні нових або наявних технологій кредитування.

Довгостроковий банківський кредит в широкому розумінні це зобов'язання підприємства перед кредитною установою (банком), які повинні погашатися протягом терміну, що перевищує один рік з дати складання балансу, а також пролонговані короткострокові кредити (позички), які перейшли до складу довгострокових.

До об'єктів довгострокового кредитування можна віднести: здійснення екологічних заходів; організацію випуску нової продукції; будівництво нових підприємств; придбання науково-технічної продукції, інтелектуальної та іншої власності; реконструкція, технічне переозброєння і розширення підприємств.

Для ефективного використання довгострокового банківського кредитування виділимо основні принципи ведення кредитування.

Принцип цільового характеру вже використовується у виробничій (раніше тільки у соціальній) сфері; строковість та поворотність залежать від тривалості оборотного капіталу в малому підприємстві. Така специфіка передбачає здійснення банком контролю за цільовим використанням позичальником наданого йому кредиту; узгодження термінів кредитування на самому початку кредитних відносин банку з позичальником; принцип поворотності говорить про своєчасне погашення кредиту за рахунок прибутку від прокредитованого проекту. Принцип забезпеченості тісно пов'язаний з принципом платності, тому що є додатковим засобом гарантії не тільки повернення власне кредиту, але й плати за його користування. Банку перед тим як остаточно визначитися з забезпеченням кредиту необхідно звернути увагу на конкурентоспроможність позичальника в майбутньому, в тому числі, на окупність та прибутковість об'єкта, що кредитується.

Основні економічні та організаційні заходи щодо нарощування обсягів довгострокового кредитування в Україні слід здійснювати за такими напрямками:

- стимулювання розвитку довгострокового банківського кредитування;

- забезпечення правового захисту банків у їх взаємовідносинах із клієнтами;
 - вдосконалення системи управління ризиками банків;
 - підвищення ефективності банківського моніторингу та ін.;
 - покращити регулятивну базу, в тому числі закони, які захищають права кредиторів. Новий закон «Про банківське кредитування» дасть змогу збільшити обсяги кредитування. У вииграші будуть всі: банки, позичальники, держава;
 - сформувати нову інфраструктуру кредитних операцій;
 - розробка єдиної методичної бази організації кредитування, адже в Україні існує понад 200 банків, які відрізняються своїми внутрішньобанківськими положеннями;
 - знизити ціну кредиту та розширити його доступ до широкого кола клієнтів;
 - вирішення питання пільг щодо створення обов'язкових резервів, оподаткування доходів і використання прибутку банку;
 - здійснити адаптацію міжнародного досвіду у систему кредитування в Україні.
- Для створення в Україні цілісної системи довгострокового кредитування треба здійснити ряд заходів, у тому числі:
- завершити розробку та прийняти нові нормативно-правові акти, що визначають порядок довгострокового кредитування житлового будівництва і придбання житла;
 - створити органи управління системою довгострокового кредитування на загальнодержавному і регіональному рівнях;
 - з метою ефективного сприяння залученню фінансових коштів, у тому числі іноземних інвестицій, і забезпечення реалізації інвестиційних проєктів, що мають пріоритетне значення для національної економіки, створити в Україні регіональні інвестиційні центри та загальнодержавний Центр проєктного фінансування;
 - ввести обов'язкове страхування операцій із власністю;
 - прийняти постанови органів влади України про порядок та умови виплати державних житлових субсидій;
 - забезпечити швидкий розгляд судових справ, пов'язаних із неповерненням довгострокових кредитів;
 - налагодити співпрацю та стабільне функціонування ринку нерухомості, вторинного ринку заставних, ринку земельних ділянок під забудову.

ЛІТЕРАТУРА:

1. Постанова Кабінету Міністрів України № 187 від 27.02.2013 року «Державна програма активізації розвитку економіки на 2013-2014 роки» — Електронний ресурс — Режим доступу: <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/187-2013>
2. Вовчак О.Д. Банківська інвестиційна діяльність в Україні / О.Д. Вовчак. — Львів: Вид-во Львів. комерц. акад., 2005. — 544 с.
3. Кунцевич В.О. Аналіз сучасного методологічного забезпечення оцінки ризиків, пов'язаних із кредитуванням підприємств // Актуальні проблеми економіки. — 2006. — №11. — С.80-85.
4. Рисін В.В. Залучення заощаджень населення фінансовими посередниками: монографія / В.В. Рисін. — Львів: ЛБІ НБУ, 2005. — 213 с.
5. Основні показники діяльності банків України // [Електронний ресурс]. — Режим доступу: http://www.bank.gov.ua/control/uk/publish/article?art_id=36807& cat_id=36798
6. Гайдай І.Ю., Коваленко К.В. Довгострокове банківське кредитування як спосіб фінансування економічного росту. — Донецьк, Вісник Донецького університету економіки і права, № 1, 2013р, — с. 140-145

Науковий керівник: Момот Л.В.

ДЕБІТОРСЬКА ЗАБОРГОВАНІСТЬ: ОБЛІК ЗА МІЖНАРОДНИМИ ТА НАЦІОНАЛЬНИМИ СТАНДАРТАМИ

Дьякова Н.

Національний університет харчових технологій

Облік дебіторської заборгованості має певні особливості як у вітчизняній так і в зарубіжній практиці. В зв'язку з існуючою тенденцією до переходу ведення бухгалтерського обліку та складання фінансової звітності згідно з вимогами Міжнародних стандартів бухгалтерського обліку (МСБО) та Міжнародних стандартів фінансової звітності, в Україні все більшої актуальності набуває питання гармонізації обліку дебіторської заборгованості.

Методичним та прикладним питанням проблеми гармонізації обліку дебіторської заборгованості присвячено праці таких вітчизняних та зарубіжних науковців як Н.М. Ткаченко, С.Ф. Голова, Ф.Ф. Бутинця, В.В. Ковальова, Ф.Ф. Горещької, В.П. Завгороднього, І.А. Бланка, С.Д. Батехіна та ін.

Положення (стандарт) бухгалтерського обліку (П(С)БО) складаються у відповідності до міжнародних стандартів і не суперечать їм.

В Україні для регулювання порядку обліку і відображення у фінансовій звітності дебіторської заборгованості передбачено П(С)БО 10 «Дебіторська заборгованість», натомість в міжнародній практиці не передбачено єдиного стандарту. Ці питання регулюються такими міжнародними стандартами як МСБО 1 «Подання фінансових звітів»; МСБО 32 «Фінансові інструменти: подання»; МСБО 39 «Фінансові інструменти: визнання та оцінка»; МСФЗ 7 «Фінансові інструменти: розкриття інформації».

Згідно П(С)БО 10, дебіторська заборгованість — це сума заборгованості дебіторів підприємству на певну дату. Дебітори — це юридичні та фізичні особи, які внаслідок минулих подій заборгували підприємству певні суми грошових коштів, їх еквівалентів або інших активів [1]. Відповідно міжнародні стандарти не надають єдиного конкретного визначення дебіторської заборгованості.

Проведення порівняльного аналізу положень П(С)БО та МСБО і МСФЗ за їх визначенням, визнанням, оцінкою та обліком дебіторської заборгованості дає можливість виділити їх спільні та відмінні риси.

Спільними рисами є те, що відповідно до національних та міжнародних стандартів дебіторська заборгованість:

Визнається активом, якщо існує ймовірність отримання підприємством майбутніх економічних вигод та може бути достовірно визначена її сума.

Класифікується за термінами погашення на короткострокову (поточну) та довгострокову; за ймовірністю погашення — на сумнівну та безнадійну.

Варто зазначити, що умови визнання сумнівної заборгованості відрізняються відповідно до П(С)БО та МСБО. Згідно П(С)БО 10 заборгованість визнається якщо існує впевненість про її неповернення боржником або за якою минув строк позовної давності. А відповідно до п.59 МСБО 39 за наступних подій: порушення контракту; значні фінансові труднощі емітента або боржника; стає можливим, що позичальник оголосить банкрутство або іншу фінансову реорганізацію; зникнення активного ринку для цього фінансового активу внаслідок фінансових труднощів [2].

Головна відмінність полягає в оцінці дебіторської заборгованості. У вітчизняній практиці при зарахуванні на баланс дебіторська заборгованість за продукцію,

товари, роботи, послуги оцінюються за первісною вартістю, а при включенні до підсумку балансу (на дату балансу) — за чистою реалізаційною вартістю [1]. У міжнародній практиці — при первісному визнанні за собівартістю фінансового активу, а після первісного визнання — за амортизованою собівартістю із застосуванням методу ефективного відсотка [2].

Слід зазначити, що у зарубіжній практиці, на відміну від національної, не передбачається використання кодів рахунків, а лише їх назви. Для обліку дебіторської заборгованості використовують такі рахунки як [3, с.260-261]:

«Довгострокові фінансові інвестиції»

«Рахунки до одержання»

«Авансові платежі постачальникам та інші оборотні активи»

«Резерв на сумнівну дебіторську заборгованість» і т.д.

В міжнародній практиці широко використовується система надання знижок. Знижки, що надаються покупцям, можна поділити на дві групи:

а) торговельні знижки (trade discounts) — розмір запропонованої знижки може змінюватися залежно від обсягу замовлення;

б) грошові знижки (cash discounts) надаються з метою стимулювання дострокового платежу.

Для відображення їх в обліку використовуються наступні рахунки: «Знижки за оплату в строк» та «Втрачені знижки за оплату в строк». На жаль, в Україні такого механізму обліку знижок не передбачено.

Здійснивши порівняння особливостей П(С)БО та МСБО можна сказати, що у міжнародних стандартах наведені загальні (базові) правила класифікації, оцінки та визнання дебіторської заборгованості, що дає керівництву підприємства можливість більшої незалежності та самостійності. А в національних стандартах норми ведення обліку є чітко регламентованими, і їх недотримання може призвести до різного виду відповідальності.

ЛІТЕРАТУРА:

1. П(С)БО 10 «Дебіторська заборгованість», затверджене наказом Міністерства фінансів України №237 від 08.10.1999 р., зі змінами та доповненнями [Електронний ресурс] — Режим доступу: <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/z0725-99>

2. МСБО 39 «Фінансові інструменти: визнання та оцінка» (офіц. текст: за станом на 1 січня 2013 р.) [Електронний ресурс] — Режим доступу: http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/929_015

3. Жолнер І. В. Фінансовий облік за міжнародними та національними стандартами. Навч. посіб. /І.В. Жолнер — К.: Центр учбової літератури, 2012 — 368 с.

Науковий керівник: Редзюк Т.Ю.

«ВИТРАТИ» ТА «ЗАТРАТИ»: УЗГОДЖЕННЯ ПОНЯТЬ В БУХГАЛТЕРСЬКОМУ ОБЛІКУ

Заморока М.

Національний університет харчових технологій

За роки становлення бухгалтерського обліку в Україні однією із вагомих проблем є запозичення іноземних термінів та їх некоректний переклад без ретельного аналізу та урахування економічної сутності понять.

На сьогоднішній день в економічній літературі можна часто зустріти вживання таких термінів як «затрати» та «витрати». Одні автори (А.Г. Загородній, Г.Л. Вознюк) особливо не замислюються над сутністю цих термінів й вживають в своїх працях їх як синоніми, інші (М.І. Скрипник, Л.В. Івченко, В.К. Складенко) намагаються розмежувати дані поняття та обґрунтувати їхню відмінність.

Сучасний аспект існування суб'єктів господарювання в економіці України підтверджує те, що процес виробництва є основним (і одночасно складним) елементом організації виробничо-комерційної діяльності підприємства. Відправним пунктом при цьому є раціональний облік використаних у процесі виробництва ресурсів, тому що саме на цьому етапі закладається фундамент майбутнього прибутку. Використані ресурси у різних наукових джерелах, вітчизняних, російських та зарубіжних, називають «затрати» або «витрати» без урахування їх лексичного та економічного змісту.

Метою даного дослідження є сформулювати оптимальний підхід до розуміння понять «затрати» та «витрати», чітко окреслити різницю між ними, що дозволить внести ясність в сферу бухгалтерського обліку витрат та затрат.

Взагалі, затрати — найбільш невизначене слово в бухгалтерському обліку, яке часто вживається в різних смислових значеннях. В той же час поняття «витрат» чітко розкривається національними та зарубіжними стандартами з бухгалтерського обліку. Так, в НП(С)БО 1 «Загальні вимоги до фінансової звітності» під витратами розуміється зменшення економічних вигод у вигляді вибуття активів або збільшення зобов'язань, які призводять до зменшення власного капіталу (за винятком зменшення капіталу за рахунок його вилучення або розподілення власниками). [5]

Як зазначає М.І. Скрипник [1], термін «затрати» стосується будь-якого використання ресурсів, в тому числі на придбання активів, в той час як термін «витрати» — використання тільки тих ресурсів, які при визначенні прибутку господарюючого суб'єкта за даний період часу ставляться у відповідність доходам.

На думку О.В. Грищенко [2], під затратами слід розуміти явні (фактичні) витрати підприємства, тобто вартісні оцінки ресурсів, використаних організацією в процесі своєї діяльності. Тоді як витратами організації визнається вартість використаних ресурсів, які повністю витрачені протягом певного періоду часу для отримання доходу. Такий підхід називається відповідністю витрат і доходів.

Про існування неординарного підходу, відносно якого в основі розмежування понять «витрати» та «затрати» закладено вартісний та натурально-речовий показники відповідно, зазначає автор Г.М. Колісник. [3]

Як зазначає В.К. Складенко [4], затрати — це грошова оцінка вартості матеріальних, трудових, фінансових, природних, інформаційних та інших видів ресурсів на виробництво і реалізацію продукції за певний період часу. Витрати — це затрати певного періоду часу, документально підтверджені, економічно виправдані (обґрунтовані), такі, що повністю перенесли свою вартість на реалізовану за цей період продукцію.

На нашу думку, найбільш оптимальним до розмежування понять «витрати» і «затрати» є підхід, відповідно до якого:

- затрати — це натурально-речовий показник;
- витрати — вартісний показник.

Хоча думки вчених розходяться у тлумаченні цих понять, без сумніву залишається той факт, що ці поняття не можна отождествлювати у бухгалтерському обліку.

Необхідно визначити зміст терміну «затрати» на законодавчому рівні, щоб не було місця економічним помилкам і непорозумінням в обліковому процесі.

Аналіз вітчизняних джерел свідчить, що проблема трактування термінів «витрати» та «затрати» як облікових категорій висвітлена недостатньо.

Найуживанішим терміном є термін «витрати». Нерідко терміни «витрати» та «затрати» вживають як синоніми. Чітке розмежування термінів відсутнє в економічних літературних джерелах, а у вітчизняних нормативно-правових документах терміна «затрати» взагалі немає. Правильній інтерпретації термінів «витрати» та «затрати» заважає некоректний переклад відповідних слів з російської та іноземних мов. Проте, для подальшого інтегрованого розвитку бухгалтерського обліку в Україні, необхідне правильне визначення вищеназваних облікових категорій як таких, що безпосередньо впливають на визначення кінцевої мети діяльності — фінансового результату. Вважаємо, що правильне тлумачення терміна «витрати» — це зменшення економічної вигоди протягом звітного періоду або збільшення зобов'язань підприємства, що веде до зменшення капіталу, а «затрати» — це натурально-речове вираження використаних у процесі діяльності підприємства матеріальних, трудових, фінансових та інших ресурсів.

ЛІТЕРАТУРА:

1. Скрипник М.І. Затрати і витрати: проблема трактування понять: Міжнародний збірник наукових праць 2009
2. Грищенко О.В. Понятие терминов «издержки», «затраты», «расходы», «себестоимость»: нав. посібник.-К.: 2001р.-315стр
3. Колісник Г.М. Економічна сутність витрат і управління ними: науковий вісник НЛТУ України.-2009р.
4. Складенко В.К. В чем разница между затратами, расходами и издержками: електронний реурс[chtei-knteu.cv.ua/.../NV-2013_V1_6.pdf]
5. Національне положення (стандарт) бухгалтерського обліку 1 «Загальні вимоги до фінансової звітності» Із змінами внесеними наказом Мініну від 27.06.2013 р. №627

Науковий керівник: Скоморохова С.Ю.

ПОШУК НОВИХ ДЖЕРЕЛ ФІНАНСУВАННЯ ДЛЯ ПІДПРИЄМСТВ БОРОШНОМЕЛЬНО-КРУП'ЯНОЇ ГАЛУЗІ

Кудренко Н.В.

Національний університет харчових технологій

На сучасному етапі розвитку економічних відносин особливо важливим є питання залучення додаткових коштів в борошномельно-круп'яну галузь України. Впровадження сучасних технологій виробництва круп, борошна, макаронних виробів потребують значних капіталовкладень. Більшість підприємств борошномельно-круп'яної галузі побудовані ще в радянські часи тому обладнання застаріле та потребує не лише обов'язкової реконструкції, модернізації, але й встановленні новітніх ліній, борошномельних комплексів, оновлення контрольно-вагових процесів прийому та подачі зернових.

Інвестиційна привабливість борошномельно-круп'яної галузі, зважаючи на потенційні можливості та виробничі потужності підприємств високі. Досліджен-

ня доводять, що основна частка підприємств борошномельно-круп'яної галузі використовує свої виробничі потужності менше ніж на 70%.

З метою забезпечення продовольчої безпеки населення України держава проводить політику щодо регулювання та контролю цін на основні життєво-необхідні продукти харчування, зокрема, хліб та хлібобулочні вироби, крупи. В ринкових умовах ціноутворення державна політика щодо стабілізації та контролю цін на основні види харчових продуктів призводить до фінансової нестабільності підприємств, які займаються виробництвом борошна, випіканням основних «соціальних» видів хліба та хлібобулочної продукції. Тому для прибуткової та безперебійної роботи підприємств необхідно приймати ефективні управлінські рішення та впроваджувати нові проекти в виробничі процеси, розширювати асортимент продукції (випускати не лише соціальні види продукції), що, звичайно, неможливо без достатнього фінансового забезпечення.

Борошномельно-круп'яна галузь з метою оновлення виробничих потужностей, закупівлі та встановлення сучасного енергозберігаючого обладнання, впровадження виробничих процесів, які відповідають міжнародним стандартам, потребує значних капіталовкладень та пошуку нових джерел фінансування.

Залучення коштів з метою підвищення ефективності функціонування підприємств борошномельно-круп'яної галузі можливе шляхом одержання кредитних коштів та пошуку потенційних інвесторів. Щодо кредитних ресурсів, то слід зазначити, що існує ряд проблем з їх одержанням та переплатою ефективної ставки відсотків, що в сучасних умовах господарювання може призвести до банкрутства підприємств. Адже, в умовах нестабільності економіки та зростання відсоткових ставок по кредитних ресурсах, загрожує для підприємства значними втратами та навіть, ліквідації через неплатоспроможність.

Зважаючи на потребу підприємств в фінансових ресурсах найвигіднішим залученням коштів для підприємств борошномельно-круп'яної галузі залишається інвестування.

Так, аналіз динаміки капітальних інвестицій у харчову промисловість України свідчить, що протягом 2010-2013 рр. до підприємств зазначеної галузі надходило в середньому 14,1 % від загальних обсягів капітальних інвестицій в цілому у промисловість [2]. Тоді як протягом січня-серпня 2014 року зазначений показник зріс і складає 18,4% від обсягу прямих іноземних інвестицій у промисловість України та 5,9% загального обсягу прямих іноземних інвестицій в економіку країни.

Так, найбільшу частку інвестиційних коштів вкладено у виробництво напоїв — 43,5%, інших харчових продуктів (какао, шоколаду та цукрових кондитерських виробів, цукру, чаю та кави, прянощів та приправ, готової їжі та страв) — 19,5%, олії та тваринних жирів — 14,2%.

Менший відсоток інвестовано у виробництво молочних продуктів — 5,4%, перероблення та консервування фруктів і овочів — 5,1%, виробництво тютюнових виробів — 4,6%, продуктів борошномельно-круп'яної промисловості, крохмалів та крохмальних продуктів — 3,1%, виробництво хліба, хлібобулочних і борошняних виробів — 2,2%, виробництво м'яса та м'ясних продуктів — 1,4% , виробництво готових кормів для тварин — 1% [3].

Тобто, як доводять дослідження в борошномельно-круп'яну галузь обсяги прямих капітальних інвестицій складають лише 2,2%, хоча за даними експертів досліджувана галузь є перспективною. Підприємства борошномельно-круп'яної

галузі потребують значних капіталовкладень інвестиційних коштів, однак потенційних інвесторів «зупиняють» нестабільність фінансового ринку, постійні зміни, які вносяться до нормативно-законодавчих актів, регулювання та контроль цін державою на соціально важливі продукти.

ЛІТЕРАТУРА:

1. Офіційний сайт Державної служби статистики України [Електронний ресурс]. — Режим : <http://www.ukrstat.gov.ua>.
2. Щодо розвитку інвестиційних процесів у харчовій промисловості України [Електронний ресурс]. — Режим доступу: http://www.niss.gov.ua/articles/1539/.
3. Мінагрополітики: Понад 18% складають інвестиції у харчову промисловість від загального обсягу інвестування у промисловість України // Аграрні новини та оперативна статистика, [Електронний ресурс]. — режим доступу: http://agroua.net/news/news_48019.html
4. Food Processing Industry in Ukraine, портал InvestUkraine, режим доступу: http://investukraine.com/wp-content/uploads/2012/11/Food-processing-in-Ukraine_WWW.pdf.

ОСОБЛИВОСТІ ОБЛІКУ В УМОВАХ НЕСТАБІЛЬНОГО ВАЛЮТНОГО КУРСУ

Куксов О.

Національний університет харчових технологій

Організація бухгалтерського обліку — це процес, який полягає у створенні бухгалтерського обліку, його модернізації, зміни на підприємстві, в установі. Процес вимагає від бухгалтера високих професійних навичок і знань, проявлення якостей менеджера. В умовах нестабільного валютного курсу процес організації бухгалтерського обліку вимагає більшої уваги, вмінь й сил.

Розглянемо вплив змін валютних курсів та особливості фінансової звітності в умовах гіперінфляції. МСБО-21 «Вплив змін валютних курсів» [1] застосовують у випадках, коли валютний курс змінюється, що характерно для абсолютної більшості світових валют.

МСБО-21 рекомендує застосовувати цей стандарт в обліку операцій та залишків в іноземних валютах (окрім сфер застосування МСФЗ-9 «Фінансові інструменти»), при переведенні результатів та фінансового стану суб'єкта господарювання у валюту подання.

Виникає питання відображення первісного визнання у функціональній валюті, тобто валюта основного економічного середовища, у якому суб'єкт господарювання здійснює свою діяльність. Необхідно застосовувати курс «спот» між функціональною валютою та іноземною валютою на дату операції. Існують питання визначення курсової різниці та переоцінки монетарних та немонетарних статей бухгалтерського балансу.

Варто зазначити, що вітчизняне законодавство розглядає питання курсових різниць у П(с)БО-21 [2]. Нещодавні зміни внесені до цього стандарту визначають шляхи відображення монетарних та немонетарних статей, а саме: монетарні статті в іноземній валюті відображаються з використанням валютного курсу на кінець дня дати балансу; немонетарні статті, які відображені за історичною собіва-

ртістю і зарахування яких до балансу пов'язано з операцією в іноземній валюті, відображаються за валютним курсом на початок дня дати здійснення операції; немонетарні статті за справедливою вартістю в іноземній валюті відображаються за валютним курсом на початок дня дати визначення цієї справедливої вартості.

Регулюється детально питання відображення курсових різниць, але найважливіше питання, це визначення окремих монетарних та немонетарних статей. Зазначимо, МСБО-29 визначає монетарні статті не перераховуються, оскільки вони вже виражені в одиниці виміру на кінець звітного періоду. Активи і зобов'язання, що індексуються відповідно до змін цін (наприклад, індексовані облігації або позики) коригуються згідно з цим індексом з метою визначення суми, не сплаченої за станом на кінець звітного періоду. Ці статті відображаються за цією скоригованою сумою в перерахованому звіті про фінансовий стан. Усі інші активи і зобов'язання є немонетарними. Деякі немонетарні статті відображаються за сумами, що діють на кінець звітного періоду, такі як чиста вартість реалізації та справедлива вартість. Тому вони не перераховуються. Усі інші немонетарні активи і зобов'язання перераховуються.

Однак, на сьогоднішній день, для міжнародних компаній замало використовувати лише МСБО-21. На жаль в Україні виникла необхідність застосування МСБО-29 «Фінансова звітність в умовах гіперінфляції» [3]. Відповісти чи існує в Україні гіперінфляція допомагає пункт 3 МСБО-29, що визначає економічні характеристики гіперінфляційного середовища, а саме: основна маса населення віддає перевагу збереженню своїх цінностей у формі немонетарних активів або у відносно стабільній іноземній валюті. Суми, утримувані в національній валюті, негайно інвестуються для збереження купівельної спроможності; основна маса населення розглядає грошові суми не в національній грошовій одиниці, а у відносно стабільній іноземній валюті. Ціни можуть також наводитися в цій валюті; продаж та придбання на умовах відстрочки платежу здійснюється за цінами, які компенсують очікувану втрату купівельної спроможності протягом періоду відстрочки платежу, навіть якщо цей строк є коротким; відсоткові ставки, заробітна плата та ціни індексуються згідно індексу цін; кумулятивний рівень інфляції за трирічний період наближається до 100% або перевищує цей рівень.

Згідно вищезгаданих характеристик, відзначимо, що Україна на жаль має декілька ознак гіперінфляції. Експерти із компанії KPMG зазначають якщо валюта гіперінфляційною економіки, є підходящою функціональною валютою, слід використовувати саме її, а не іншу стабільну валюту на відміну від Загальноприйнятих принципів бухгалтерського обліку США[4].

Отже, організація бухгалтерського обліку в умовах нестабільного валютного курсу вимагає від бухгалтера високого рівня теоретичних знань, а також вміння їх практично застосовувати. Питання, що відноситься до монетарних або немонетарних статей й досі слугують питанням спорів, й не є точно визначеними як міжнародними, так й вітчизняними стандартами.

ЛІТЕРАТУРА:

1. Міжнародні стандарти бухгалтерського обліку 21 «Вплив змін валютних курсів»
2. Положення (стандарт) бухгалтерського обліку 21 «Вплив змін валютних курсів»
3. Міжнародний стандарт бухгалтерського обліку 29 «Фінансова звітність в умовах гіперінфляції»

4. Практика гиперинфлирования финансовой отчетности:МСФО (IAS) 29 «Финансовая отчетность в условиях гиперинфляции». // [Electronic source] // <https://www.kpmg.com/BY/ru/IssuesAndInsights/ArticlesPublications/Press%20Releases/Documents/%D0%9C%D0%A1%D0%A4%D0%9E%2029.pdf>

Науковий керівник: Редзюк Т.Ю.

МЕТОДОЛОГІЧНІ ЗАСАДИ ФІНАНСОВОГО ОБЛІКУ, ЕКОНОМІЧНОГО АНАЛІЗУ, ВНУТРІШНЬОГО ТА ЗОВНІШНЬОГО АУДИТУ ЗНОСУ ОСНОВНИХ ЗАСОБІВ

Купак В.

Національний університет харчових технологій

Фінансовий облік основних засобів відіграють вагомую роль у діяльності підприємств та організацій. Від ефективності їх використання значною мірою залежить кінцевий результат діяльності підприємства.

Сучасна система організації бухгалтерського обліку основних засобів не може цілком задовольнити зростаючі інформаційні потреби управління. Нечіткість викладу і часті зміни нормативно-правового регулювання сприяли перекручуванню сутності основних засобів, а також неоднозначному сприйняттю інформації про ці об'єкти у фінансовому та податковому обліку.

Методологічно й організаційно бухгалтерський облік поділяється на фінансовий та управлінський. Функціональною специфікою основних засобів виступає також їх постійна втрата вартості внаслідок фізичного та морального старіння. Критерієм оцінки необоротних активів є показник залишкової вартості, що визначається як різниця між первісною (переоціненою) вартістю і сумою нарахованого зносу. «Процедура амортизації тісно пов'язана з феноменом знецінення капіталу».

Відповідно до П(С)БО 7 «Основні засоби», об'єктом амортизації є вартість, яка амортизується (окрім вартості земельних ділянок, природних ресурсів і капітальних інвестицій). Метод амортизації обирається підприємством самостійно з урахуванням очікуваного способу отримання економічних вигод від його використання та переглядається у разі зміни очікуваного способу отримання економічних вигод від його використання.

Рекомендується також регулярно, наприкінці кожного фінансового року, переглядати методи нарахування амортизації основних засобів на відповідність їх, та вносити відповідні зміни в облікову політику як зміни облікової оцінки. Норми амортизації відповідно до нового методу амортизації визначаються.

У процесі реалізації амортизаційної політики підприємства виникають завдання, вирішення яких носить довгостроковий характер: організація управлінського обліку амортизаційних відрахувань; організація управлінського обліку амортизаційних потоків; організація управлінського обліку використання амортизаційних відрахувань.

Типові помилки реалізації амортизаційної політики полягають у наступному:

а) нарахування амортизації здійснюється раз в квартал (повинно здійснюватися щомісяця, починаючи з місяця, наступного за тим, у якому об'єкт основних засобів було введено в експлуатацію);

б) невідповідність методів нарахування амортизації, визначених в обліковій політиці тим, що фактично застосовуються підприємством;

в) нараховується амортизація на об'єкти на консервації (правильно — за об'єктами основних засобів, які знаходяться на реконструкції, модернізації, добудові, дообладнання та консервації призупиняється нарахування амортизації);

г) нараховується амортизація на об'єкти, які повинні бути списані.

Наведені дані щодо регулювання амортизації основних засобів та типові недоліки підтверджують необхідність подальших досліджень та пропозицій щодо удосконалення системи внутрішнього контролю основних засобів підприємств.

Таким чином, контроль основних засобів у діяльності підприємств та організацій виступає вагомим елементом процесу управління.

Внутрішній контроль — це сукупність процедур, спрямованих на досягнення цілей суб'єкта господарювання.

Внутрішній контроль розгалужується на такі складники:

1. Управлінський (адміністративний) контроль, що включає план організації, положення і записи, які стосуються вказівок з боку керівництва щодо дозволу на проведення операції.

2. Бухгалтерський контроль, що узгоджує план підприємства та положення і записи, які стосуються збереження активів та достовірності фінансових звітів.

3. Внутрішній аудит як оцінка надійності та ефективності існуючої системи внутрішнього контролю. Основною метою діяльності служби внутрішнього аудиту є проведення якісної перевірки, розробка ефективних рекомендацій та подальший контроль за їх виконанням.

ЛІТЕРАТУРА:

1. Про затвердження Положення (стандарту) бухгалтерського обліку 7 «Основні засоби» [Електронний ресурс] : наказ Мінфін України від 28.10.2003 р. № 601 // Верховна Рада України : офіційний веб-портал. — Режим доступу : <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/z0288-00>. — Назва з екрану

2. Попович В.І. Облік основних засобів: порівняльний аналіз МСБО та ПСБО / В.І. Попович // Вісник Національного університету «Львівська політехніка» Менеджмент та підприємництво в Україні: етапи становлення і проблеми розвитку. — 2012. — № 721. С. 216-219.

3. Царенко О.В. Проблеми розвитку бухгалтерського обліку в умовах сталого розвитку економічних систем: теорія, методика та організація / О.В. Царенко // Розвиток обліку, аналізу і контролю в умовах світових інтеграційних процесів: Збірник матеріалів II Всеукраїнської науково-практичної Інтернет — конференції «Розвиток обліку, аналізу і контролю в умовах світових інтеграційних процесів» [відповідальний за випуск: проф. Куцик П.О.] — Львів: Видавництво Львівської комерційної академії, 2013. — с. 6.

4. Кіндрацька Л.М. Фінансовий та управлінський облік у банках: Підручник / Л.М. Кіндрацька. — К.: КНЕУ, 2008. — с. 445.

5. Типові проблеми відображення в обліку та звітності основних засобів. [Електронний ресурс]. — Режим доступу: http://minfin.com.ua/taxes/-/gosproper/bo_2_1_11_osnzasobi.html.

Науковий керівник: Скоморохова С.Ю.

ПРОБЛЕМИ ПІДПРИЄМСТВ, ПІД ЧАС ВПРОВАДЖЕННЯ СИСТЕМИ НАССР

Лейковська Ю.

Національний університет харчових технологій

Система НАССР (англ. Hazard Analysis and Critical Control Point) — у перекладі з англійської означає Аналіз небезпечних факторів та контроль у критичних точках. Є науково обґрунтованою і дозволяє гарантувати вироблення безпечної продукції шляхом контролю небезпечних чинників та їх ідентифікації.

Ця концепція розробилась в 60-х роках 20ст. у США. А вже у 90х роках вона була схвалена і запроваджена в країнах ЄС. З 2000-х років система НАССР є обов'язковою вимогою відповідно до Європейського харчового законодавства, тобто є своєрідною перепусткою для харчової продукції на міжнародні ринки. Сьогодні ж вона поширюється не тільки на країни у складі ЄС, а й на десятки країн світу, наприклад, Японію, Австралію, Канаду, Нову Зеландію і т. д.

В Україні законодавчо система НАССР згадувалась в 2005р. в законі «Про безпечність та якість харчових продуктів». Але про обов'язковість впровадження системи не передбачалось, тому її поширення відбувалось серед тих підприємств, які виходили на міжнародні ринки і стикалися з запровадженням системи НАССР, як з обов'язковою вимогою до співпраці. За даними Міністерства аграрної політики, на 1 квітня 2013 року 488 підприємств уже використовують системи контролю безпеки та якості продукції, а на 98 виробництвах розпочато роботу з їх впровадження. Зокрема, значно зросла кількість підприємств, на яких діє система управління безпечністю харчових продуктів НАССР. Водночас, в країні не менше 14 тис суб'єктів господарювання потребують впровадження нової системи.

22 липня 2014р. Верховна Рада України ухвалила закон «Про внесення змін до деяких законодавчих актів України щодо харчових продуктів». Цей закон на пряму стосується гармонізації законодавства України та Європейського Союзу у сфері безпеки та якості харчових продуктів. Зазначений документ передбачає введення в Україні європейської моделі системи гарантування безпеки і якості продуктів харчування, що базується на процедурах НАССР. У законі також передбачено створення єдиного контролюючого органу в сфері безпеки харчових продуктів, скасування дозвільних документів і процедур, які відсутні в ЄС, впровадження європейських принципів регулювання ГМО, зокрема в частині реєстрації ГМО-джерел, а не продуктів, вироблених з них.

Але, як у кожному перехідному періоді є певні проблеми, з якими зустрілися вітчизняні виробники.

Насамперед, це є певна неузгодженість законодавчої бази. Полягають вони в тому, що для гармонізації законодавства необхідні також інші закони та підзаконні акти, які б регулювали діяльність на виконання вимог цього закону. Законодавство має узгодити механізм контролю з боку відповідного державного органу, обумовити прозорість та зрозумілість методів його роботи, регламентувати частоту цих перевірок, яка б базувалася на оцінці ризику.

Недостатньою є також науково-просвітницька робота в цій сфері, оскільки дуже багато підприємств не використовують систему НАССР тільки через те, що не знають всіх її принципів, не знають як її запровадити і зробити ефективною на своєму підприємстві.

Також на мою думку є така проблема, як відсутність організаційної здатності та бажання підприємств запроваджувати систему НАССР і працювати по новому. Тому варто зробити якісь заохочувальні дії і допомогу зі сторони держави, наприклад внести додаткові податкові пільги, або зробити доступними консультаційні послуги.

Сьогодні впровадження системи НАССР є як ніколи актуальною. Україна має все більші перспективи виходу на нові міжнародні ринки, а це потребує певних перетворень, дотримання певних умов, стандартів. Наразі, система НАССР є певним гарантом вагомих перетворень у харчовій галузі. Оскільки перспектива завжди за тими виробниками, які випускають безпечні та якісні продукти, підтримують відповідні принципи контролю, а працівники яких мають високу культуру виробництва.

ЛІТЕРАТУРА:

1. Закон України «Про безпечність та якість харчових продуктів» Закон від 23.12.1997 № 771/97-ВР (Редакція від 11.08.2013).

2. Сирохман І. В. Товарознавство харчових продуктів функціонального призначення: навч. С 40 пос. [для студ. вищ. навч. закл.] / І. В. Сирохман, В. М. Завгородня. — К.: Центр учбової літератури, 2009. — 544 с. — ІБК 978-966-364-803-3.

3. Суська М.М., Малигіна В.Д., Бідаш В.І. Забезпечення якості та безпечності м'ясної продукції на підприємствах птахопереробної галузі // Науковий вісник Луганського національного аграрного університету. Збірник наукових праць. — 2010, №22

Науковий керівник: Овдій О.В.

ІНТЕГРАЦІЙНИЙ ПОТЕНЦІАЛ ЯК СКЛАДОВА ЕКОНОМІЧНОГО ПОТЕНЦІАЛУ

Логданіди І.

Національний університет харчових технологій

Теоретичні основи управління підприємством, що розкривають проблеми функціонування, виживання та адаптації підприємств в довгостроковій перспективі в мінливому зовнішньому середовищі тісно пов'язані із оцінкою окремих складових елементів економічного потенціалу та ефективності їх використання.

Але дослідження складу економічного потенціалу дозволяє виділити інтеграційний потенціал, як ефективний рушійний фактор економічного розвитку підприємства. На основі проведеного аналізу агропромислової інтеграції можна виділити її наступні моделі (форми):

- контрактна система взаємовідносин сільгоспвиробників із переробними, збутовими та іншими організаціями АПК;

- об'єднання, що створюються без юридичної особи, які очолюються фірмою-інтегратором, що здійснює зв'язки з іншими учасниками утворення на контрактній основі або шляхом участі у формуванні їх власності;

- агропромислові формування, що створюються шляхом об'єднання капіталів та праці юридичних та фізичних осіб (корпорації, кооперативи тощо);

- комбінати — великі підприємства, в яких наданий весь технологічний цикл (від виробництва, переробки та реалізації продукції кінцевому споживачу);
- холдинги — агропромислові формування, що створюються із декількох юридичних осіб, де один є власником всього або частини уставного капіталу інших та керує діяльністю всіх інших осіб утворення;
- фінансово-промислові групи, що являють собою інтеграцію виробництва (від сировини, збуту) із фінансовим капіталом.

При визначенні ролі інтеграційних процесів в підвищенні ефективності реалізації економічного потенціалу та максимізації їх впливу на виробничий потенціал необхідно виділити їх позитивні характеристики. Основними такими характеристиками є:

- економія витрат за рахунок об'єднання зусиль підприємств різної виробничої спрямованості (сільськогосподарських, переробних та агросервісних);
- зниження ризиків та отримання відповідної економії за рахунок розширення сфери передбачуваних цін, обсягів виробництва та поставок для всіх учасників інтеграції;
- отримання додаткового ефекту, який недосяжний для кожного із підприємств окремо;
- забезпечення підвищення якості продукції;
- зміна асортиментно-структурної політики;
- зниження собівартості за рахунок прискореного впровадження у виробничий процес сучасних спеціалізованих технологій.

Але поряд із позитивними сторонами інтеграційних процесів є ряд важких проблем, серед яких в першу чергу слід назвати відсутність розмежування функцій управління між різними ієрархічними рівнями виконавчої влади та господарських органів центру, регіонів, галузей, головних та дочірніх підприємств.

ЛІТЕРАТУРА:

1. Бузько И.Р., Дмитренко И.Е., Сущенко Е.А. Стратегический потенциал и формирование приоритетов в развитии предприятия. — Алчевск: ДГМИ, 2002. — 216с.
2. Забродский В. А. Современные методы организации и управления промышленным производством / Забродский В. А., Кизим Н. А., Янов Л. И. — Х. : Бизнес Информ, 1997.— 67 с.
3. Молотников А. Е. Слияния и поглощения. Российский опыт / Александр Евгеньевич Молотников. — М.: Вершина, 2006. — 310 с.

Науковий керівник: Михайленко О.В.

ОБЛІК НЕОБОРОТНИХ АКТИВІВ — ВІТЧИЗНЯНА ТА ЗАРУБІЖНА ПРАКТИКА

Малимон В.

Національний університет харчових технологій

Питання обліку необоротних активів є актуальним і завжди привертало до себе увагу науковців та практиків. Основні засоби в зарубіжних країнах ототожнюють із поняттям необоротні активи (довгострокові активи). Вираження необоротних активів у грошовому виразі називається основним капіталом [1, с.34].

У зарубіжній обліковій практиці поняття «необоротні активи» позначається термінами: постійні активи; власність, споруди і обладнання; матеріальні активи тощо. Так, у Швейцарії необоротні активи в активі балансу об'єднані в одну групу — основні засоби; в Росії — позаоборотні активи, які включають нематеріальні активи, основні засоби, доходні вкладення в матеріальні цінності; в Німеччині — основний капітал та фінансові активи; в країнах англо-американської групи — це довгострокові активи, що об'єднують у собі основні засоби або власність; в Естонії — основний (основні засоби), моральний (нематеріальні активи) та ресурсний капітал (природні багатства). В країнах англо-американської системи обліку це довгострокові активи, що об'єднують в собі основні засоби або власність, будівлі та обладнання, невідчутні (нематеріальні) активи. Так, в США окремим розділом в активі балансу відображаються довгострокові активи, до яких належать основні засоби, нематеріальні активи, інвестиції, фонди та ін. активи.

В більшості країн необоротні активи можна поділити на наступні загальні групи: матеріальні довгострокові активи; нематеріальні довгострокові активи; довгострокові фінансові інвестиції. Питання обліку та відображення довгострокових активів у фінансовій звітності суб'єктів господарювання на міжнародному рівні регулюють МСБО 16 «Основні засоби», МСБО 38 «Нематеріальні активи», МСБО 36 «Зменшення корисності активів», МСФЗ 3 «Об'єднання бізнесу», а в Україні — П(С)БО 7 «Основні засоби» та П(С)БО 8 «Нематеріальні активи», П(С)БО 28 «Зменшення корисності активів» тощо.

Матеріальні активи мають фізичну, матеріальну форму. Земля є матеріальним активом і, оскільки термін її використання не обмежений, — це єдиний матеріальний актив, що не підлягає амортизації.

Основні засоби відображаються в обліку за первісною вартістю. Згідно з міжнародними стандартами, до первісної вартості основних засобів включають: ціну придбання з вирахуванням отриманих знижок, митні збори, невідшкодовані податки, витрати з налагодження основних засобів. У деяких країнах дозволено включати до первісної вартості основних засобів суму позичкових відсотків, пов'язаних із придбанням об'єктів.

В Україні застосовують 5 різних методів нарахування амортизації: прямолінійний, метод зменшення залишкової вартості, прискореного зменшення залишкової вартості, кумулятивний і виробничий методи. Облік необоротних активів здійснюється по кожному об'єкту окремо і потім групується в 16 груп для основних фондів і 6 груп для нематеріальних активів. Разом з тим, в Податковому Кодексі України визначено мінімальний строк корисного використання (наприклад як мінімум 3 років для телевізорів «Samsung», мінімум 20 років для будівель та споруд) [2].

Щодо відображення в обліку основних засобів, то у більшості країн: списується початкова вартість та накопичений знос засобів, що вибувають, обліковуються будь-які доходи та прибуток чи збиток від вибуття. Ця інформація оформлюється складним записом, складовим елементом якого буде запис за дебетом чи кредитом відповідного субрахунку збитку чи прибутку від вибуття. Обов'язково здійснюється донарахування зносу основного засобу, що вибув впродовж року, а знос нараховується в кінці року.

У країнах ЄС існують відмінності також у підходах щодо капіталізації витрат на інші нематеріальні активи. У більшості держав вимагається капіталізувати витрати на придбання нематеріальних активів. Винятком є заборона стосовно

капіталізації витрат на придбання програмного забезпечення фірмової марки та бази даних в Італії.

Капіталізація витрат на нематеріальні активи, створені власними силами, заборонена в Австрії, Данії, Нідерландах і Німеччині, але дозволяється в інших державах [3].

Методологічні засади формування у бухгалтерському обліку інформації про довгострокову дебіторську заборгованість та її розкриття у фінансових звітах вивчає Положення (стандарт) бухгалтерського обліку 10 «Дебіторська заборгованість». Довгострокова дебіторська заборгованість — це сума дебіторської заборгованості, яка не виникає в ході нормального операційного циклу та буде погашена після дванадцяти місяців з дати балансу [4, с.193].

При визначенні та класифікації дебіторської заборгованості в зарубіжній та українській практиці не існує явних розбіжностей. Як за кордоном, так і у вітчизняному обліку, під дебіторською заборгованістю компанії розуміють зобов'язання покупців чи інших контрагентів бізнесу перед компанією

Таким чином, облік необоротних активів в Україні має багато спільного із зарубіжною практикою. Але існують певні відмінності, що пов'язано зі специфікою вітчизняної економіки. Інтеграція України в світове господарство вимагає відповідності організації обліку необоротних активів згідно міжнародних облікових стандартів.

ЛІТЕРАТУРА.

1. Бухгалтерский учет в зарубежных странах: Учебное пособие /Под ред. проф. Ф.Ф. Бутынца. — Житомир: ЖГТУ, 2007. — 480 с.
2. Податковий кодекс України (Відомості Верховної Ради України (ВВР), 2011.). [Електронний ресурс] <http://zakon1>
3. О.М.Губачова, С.І.Мельник. Облік у зарубіжних країнах: Підручник.— [Електронний ресурс] http://libfree.com/155766450_
4. Лучко М. Р. Бухгалтерський облік у зарубіжних країнах: [Навчальний посібник] / М. Р. Лучко, І. Д. Бенько. — К.: Знання, 2006. — 311 с.

Науковий керівник: Осадча Г. Г.

ОСОБЛИВОСТІ ВПРОВАДЖЕННЯ ВІЙСЬКОВОГО ЗБОРУ В УКРАЇНІ

Мельниченко А.

Національний університет харчових технологій

Із 3 серпня 2014 року в Україні Законом № 1621 «Про внесення змін до податкового кодексу України та деяких інших законодавчих актів України» від 31.07.2014 р. № 1621-VII (далі — Закон № 1621) запроваджено військовий збір. Ним будуть обкладатися доходи фізичних осіб. Запровадження військового збору стало найбільш хвилюючою і обговорюваною темою серед населення, а особливо серед фінансистів і бухгалтерів. Нововведення щодо нарахування та сплати військового збору суттєво добавляє роботи працівникам бухгалтерії та фінансистам, адже збір необхідно розраховувати, утримувати та сплачувати. В тяжкій ситуації, що склалася в країні, важко залишатися осторонь.

В Україні тимчасово, до 1 січня 2015 року, встановлюється військовий збір та внесено відповідні зміни до нормативно-правових актів, зокрема Податкового

Кодексу України (далі — ПК). Наведемо основні аспекти із Закону № 1621, який «дав життя» військовому збору:

- відповідно до пункту 1.1. платниками збору є особи, визначені пунктом 162.1 ПК;

- в пункті 1.2. зазначено, що об'єктом оподаткування збором є доходи у формі заробітної плати, інших заохочувальних та компенсаційних виплат або інших виплат і винагород, які нараховуються (виплачуються, надаються) платнику у зв'язку з трудовими відносинами та за цивільно-правовими договорами; виграшу в державну та недержавну грошову лотерею, виграш гравця (учасника), отриманий від організатора азартної гри;

- згідно з пунктом 1.3. ставка збору становить 1,5 відсотка від об'єкта оподаткування;

- нарахування, утримання та сплата (перерахування) збору до бюджету здійснюються у порядку, встановленому статтею 168 ПК (п. 1.4);

- відповідальними за утримання (нарахування) та сплату (перерахування) збору до бюджету є особи, визначені у статті 171 ПК (п. 1.5);

- платники збору зобов'язані забезпечувати виконання податкових зобов'язань у формі та спосіб, визначені статтею 176 ПК (п. 1.6).

Звичайно, поява військового збору, викликає чимало запитань: хто зобов'язаний його сплачувати, на чії плечі ляжуть витрати на сплату, що є об'єктом, у які строки сплачувати? І ось, що можемо відмітити, військовий збір — це необхідність в умовах важкої ситуації, яка склалася в Україні. Але дати відповіді на попередні питання необхідно. Тому особливості його застосування розглянемо далі.

Отже, витрати зі сплати військового збору ляжуть на фізичних осіб. Оподаткуванню підлягають доходи у формі заробітної плати, інших заохочувальних та компенсаційних виплат або інших виплат і винагород, які нараховуються (виплачуються, надаються) платнику у зв'язку з трудовими відносинами та за цивільно-правовими договорами (виграшу в державну та недержавну грошову лотерею, виграшу гравця отриманого від організатора азартної гри) без вирахування сум ПДФО, ЄСВ, страхових внесків до Накопичувального фонду, у випадках, передбачених законодавством, тощо. Досить цікавий момент, за цивільно-правовими договорами діяльність самозайнятих осіб (у т. ч. фізосіб-підприємців) якщо вона проводиться в межах господарської, не є об'єктом обкладення військовим збором. Таким чином, під оподаткування військовим збором потрапляють зарплатні виплати, винагороди за цивільно-правовими договорами, за якими виконувались роботи (надавались послуги).

До того ж, постає цікаве питання щодо відображення нарахування, утримання та сплати військового збору: «на якому субрахунку в бухгалтерському обліку слід відображати військовий збір?». Так, військовий збір слід обліковувати на субрахунку 641.1 «Розрахунками за податками». Так як, військовий збір вводився як тимчасовий і дія його до 1 січня 2015 року тому, для його відображення в Плані рахунків бухгалтерського обліку активів, капіталу, зобов'язань і господарських операцій підприємств і організацій, затвердженому наказом Мініфіну України від 30.11.1999 р. № 291, окремого субрахунку не передбачено.

Отже, можемо підвести підсумки. Військовий збір — це необхідний податок для того, що підтримати наших співвітчизників у цей надзвичайно важкий для

нас час, а особливо для наших захисників. До того ж казначейські рахунки для сплати військового збору відкриті в кожному районі. Про номер рахунку, на який слід перераховувати військовий збір, можна дізнатись в Центрах обслуговування платників при будь-якій податковій інспекції області, а також на суб-сайті Територіальних органів Державної фіскальної служби, у розділі «Бюджетні рахунки».

ЛІТЕРАТУРА:

1. <http://www.socportal.info/news/11-rozpovsyudzhenih-pitan-pro-viyskoviy-zbir>
2. <http://www.nibu.factor.ua/ukr/golden/doc.html?id=39556>
3. http://buhgalter24.at.ua/publ/nalogovyj_uchet/vijskovij_zbir_roz_jasnennja_podatkivciv/3-1-0-367

Науковий керівник: Кудренко Н.В.

ФРАНЧАЙЗИНГ: ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ В УКРАЇНІ

Мірзосєва Х.

Національний університет харчових технологій

В економіці України виникли та розвиваються такі явища здійснення підприємницької діяльності, які успішно практикуються і використовуються у розвинених країнах світу. Одним з таких явищ є франчайзинг (комерційна концесія).

Франшиза — це повна бізнес-система, яку франчайзер продає франчайзі. Для подібної системи служить франчайзінговий пакет, що зазвичай включає посібники по веденню робіт і інші важливі матеріали, що належать франчайзеру.

Франчайзі (франшизіат) — це суб'єкт підприємницької діяльності (фізична чи юридична особа), що купує (або бере в оренду) у франчайзера право на використання торгівельної марки, ноу-хау та можливості навчання і отримання допомоги при створенні бізнесу. Франчайзі приймає на себе обов'язок виплачувати щомісячні внески за право користування торговим знаком і бізнес-системою у вигляді роялті.

Для нашої економіки франчайзинг сьогодні є відносно новим явищем, у той час як у розвинутих країнах він сторіччями практикувався як засіб забезпечення потреб суспільства в різних послугах.

В даний час розвиток українського підприємництва, у першу чергу малого та середнього бізнесу, ускладнений підвищеними комерційними ризиками.

Ринок франчайзингу в Україні розвивається.

29 грудня 2001 року розпочала свою діяльність Асоціація роботодавців в галузі франчайзингу. Головна задача цієї Асоціації — представляти інтереси підприємців, які використовують франчайзингові договори, надавати їм практичну допомогу при організації та впровадженні на ринку України. На момент створення Асоціації в 2001 році працювало декілька десятків підприємств на умовах франчайзингу.

Федерація Розвитку Франчайзингу України (далі ФРФУ) була створена у 2009 році. Ініціатором її створення була група компаній, яка зацікавлена в підтримці та розвитку малого та середнього бізнесу на Україні, інфраструктури та гостинності.

Беручи до уваги пріоритети України щодо інтеграції в Європейський Союз, головною метою діяльності ФРФУ є налагодження відносин співпраці міжнародного бізнесу з представниками влади в Україні, підприємцями та підприємствами в Україні.

Найбільш прибутковими та активними залишаються компанії, що розвивають іноземні інвестиції. Найбільш динамічним з точки зору інвестицій є ринок готельного бізнесу. Серед українських компаній безумовним лідером — є компанія «Система швидкого харчування» (FFS).

Згідно досліджень Федерації, 29 галузей економіки України мають достатньо хороші перспективи для власного розвитку та залучення іноземних франшиз. Серед них, це розвиток освіти, реклами та інших послуг.

До таких проблем варто віднести наступні:

Необізнаність українських підприємців щодо основних принципів ведення бізнесу за умов франчайзингу.

Невідповідність правового регулювання франчайзингу змісту та стану розвитку комерційних відносин. Вимоги до реєстрації договорів комерційної концесії, які на сьогоднішній день регулюють відносини партнерів за системою франчайзингу.

Незахищеність франчайзі (особливо українських франчайзі у франчайзингових договорах з іноземними франчайзерами).

Відсутність детальної інформації про франчайзинг як метод ведення бізнесу.

Відсутність практики апробації бізнесу.

ЛІТЕРАТУРА:

1. Плюси і мінуси франчайзингу // Робимо Гроші.— 2011.— № 9. — С. 23-26. Сайт Асоціації франчайзингу (України) [Електронний ресурс] Режим доступу: <http://www.franchising.org.ua/> Назва з екрану

2. Козицкий Д. Франчайзинг як ефективна форма організації і ведення бізнесу // Довідник економіста. — 2006. — № 1. — С. 30-33.

Науковий керівник: Момот Л.В.

РОЗВИТОК ПРОЦЕСІВ КЛАСТЕРІЗАЦІЇ ФІНЛЯНДІЇ

Ніколаєнко С.М.

Національний університет харчових технологій

Процеси кластерізації набувають все більшого розвитку в багатьох країнах світу. Лідерами процесів кластерізації стали Фінляндія, Данія, Японія, Італія, США та інші. Але розвиток кластерів в кожній країні пройшов свій індивідуальний шлях. Для успіху будь-якої справи, необхідно вивчити існуючий досвід, що дозволить скоротити кількість помилок та підкреслити найкращі здобутки.

Особливе місце в застосуванні кластерної моделі розвитку економіки посідає Фінляндія, оскільки формування кластерних об'єднань цієї країни . мали особливий «спланований, не спонтанний» тип розвитку. Так в 1991-1993 роках, на основі теорії М.Потрера (яка була висвітлена в книзі «Конкурентні переваги нації») було розроблено промислову політику цієї країни. В результаті дослідження, які були оприлюднені в 1995 році в роботі «Advantage Finland — The Future of Finnish industries» розглянуто було розглянуто структуру кластерів, їх вплив на тенденції розвитку учасників процесу кластерізації та оцінені їх перспективи.

Методи оцінки та вивчення кластерів постійно вдосконалюються Фахівцями Інституту вивчення економіки Фінляндії (ETLA). Науковцями цієї організації було ідентифіковано 9 кластерів, а саме: кластер лісового господарства; інформаційний; телекомунікаційний; металургійний; енергетичний; кластер бізнес-послуг; охорони здоров'я; машинобудівний; харчовий; будівельний.

При дослідженні перерахованих кластерів їх доцільно поєднати в сильні, стійкі, потенційні та латентні кластери (рис. 1).

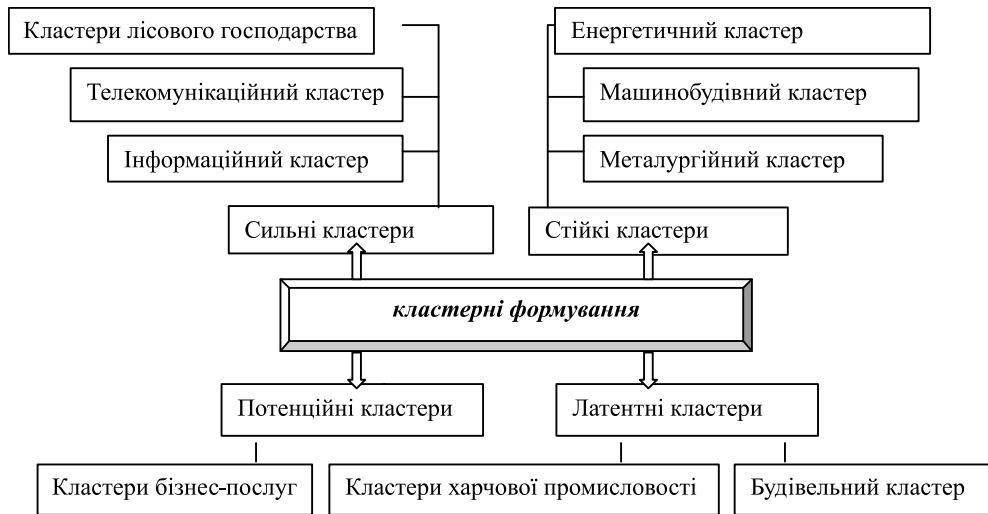


Рис.1. Структура кластерних формувань Фінляндії

В категорію сильних кластерів потрапили кластер лісового господарства, інформаційний та телекомунікаційний кластери характерними ознаками даної категорії є сильна «внутрішньокластерна» конкуренція, інноваційна та науково-дослідна складові. Дані кластери є основою економіки Фінляндії. Підприємства, що входять до складу названих кластерів формують значну частку ВВП країни та в секторі експорту Фінляндії.

В категорію стійких кластерів потрапили енергетичний, машинобудівельний та металургійний кластери. До потенційних кластерів віднесені кластер бізнес-послуг. До латентних кластерів віднесені кластери харчової промисловості та будівельний.

Успіх функціонування фінського кластеру обумовлений посиленням інвестиційно-інноваційної діяльності. При чому дві третини інвестицій витрачається на НДДКР. Інноваційні розробки в своїй більшості спрямовані на удосконалення матеріально-технічного забезпечення та якості виробничих процесів. Існуючі групи кластерних формувань тісно взаємопов'язані та взаємозалежні між собою. Так розвиток лісового кластеру (який відноситься до групи сильних кластерів) суттєво впливає на формування та функціонування машинобудівного кластеру (стійкий кластер). Так машинобудівний кластер зорієнтований на виробництво обладнання для «локомотиву» Фінської економіки лісового господарства та целюлозно-паперової галузі. Підприємства машинобудівного комплексу отримують значні інвестиції та мають доступ до наукових розробок. Результатами співпраці цих кластерних формувань забезпечують потреби внутрішнього ринку.

Кластер в харчової промисловості, в основному націлений на задоволення внутрішнього ринку. При цьому до складу кластерів харчової промисловості Фінляндії входять такі відомі підприємства як Valio та Fazer. Інші кластери роз-

вивалися «спонтанно», в результаті трансформації рівних об'єднань підприємств та організацій.

Таким чином, процеси кластеризації охопили всі сфери економічної діяльності Фінляндії. Маючи нестандартні підходи до процесів формування, але при цьому побудовані на класичних доробках видатних науковців, вони максимально ефективно впливають на економічні процеси країни.

ЛІТЕРАТУРА:

1. Organization for economic co-operation and development. Competitive Regional Clusters: National Policy Approaches. [Электронный ресурс]. Режим доступу : <http://www.oecd.org/dataoecd/34/22/38653705.pdf>.

2. Кластер конкурентоспособности — опыт развития кластеров Финляндии: Портал информационной поддержки малого и среднего производственного бизнеса. Режим доступу: <http://www.subcontract.ru/>

3. Пятинкин, С.Ф., Быкова Т.П. Развитие кластеров: сущность, актуальные подходы и зарубежный опыт. — Минск: Тесей, 2008. — 72 с.

ПРОБЛЕМИ ОПОДАТКУВАННЯ МАЛОГО БІЗНЕСУ В УКРАЇНІ

Обатюк Ю., Щербина О.С.

Національний університет харчових технологій

Основою економічного підйому України на шляху до інтеграції у світове співтовариство є розвиток малого бізнесу, який забезпечує гнучкість і стійкість ринкової економіки, наближає її до задоволення конкретних потреб споживачів, надає робочі місця і забезпечує доходом великий прошарок населення. В той же час на шляху до розвитку малого бізнесу стоїть дуже велика кількість проблем:

- відсутність ресурсної і фінансової бази у населення, відсутність довіри до кредитно-банківської системи;
- недосконалість законодавчої бази, на яку може спиратись малий бізнес;
- недостатня підтримка державної політики малого бізнесу;
- кадри — не зважаючи на велику пропозицію на ринку праці за економічним напрямком, для початку власного бізнесу цього не достатньо;
- недосконалість системи оподаткування малого бізнесу, високі ставки податку, які змушують підприємства йти в тіньову економіку.

Суб'єкти господарювання, які застосовують спрощену систему оподаткування, обліку та звітності, поділяються на такі групи платників єдиного податку:

перша група — фізичні особи — підприємці, які не використовують працю найманих осіб, здійснюють виключно роздрібний продаж товарів з торговельних місць на ринках та/або провадять господарську діяльність з надання побутових послуг населенню і обсяг доходу яких протягом календарного року не перевищує 150 000 гривень;

друга група — фізичні особи — підприємці, які здійснюють господарську діяльність з надання послуг, у тому числі побутових, платникам єдиного податку та/або населенню, виробництво та/або продаж товарів, діяльність у сфері ресторанного господарства, за умови, що протягом календарного року відповідають сукупності таких критеріїв:

- не використовують працю найманих осіб або кількість осіб, які

- перебувають з ними у трудових відносинах, одночасно не перевищує 10 осіб;
- обсяг доходу не перевищує 1 000 000 гривень;
- третя група — фізичні особи — підприємці, які протягом календарного року відповідають сукупності таких критеріїв:
 - не використовують працю найманих осіб або кількість осіб, які перебувають з ними у трудових відносинах, одночасно не перевищує 20 осіб;
 - обсяг доходу не перевищує 3 000 000 гривень;
- четверта група — юридичні особи — суб'єкти господарювання будь-якої організаційно-правової форми, які протягом календарного року відповідають сукупності таких критеріїв:
 - середньооблікова кількість працівників не перевищує 50 осіб;
 - обсяг доходу не перевищує 5 000 000 гривень.[1]

Фіксовані ставки єдиного податку встановлюються сільськими, селищними та міськими радами для фізичних осіб — підприємців, які здійснюють господарську діяльність, залежно від виду господарської діяльності, з розрахунку на календарний місяць:

- для першої групи платників єдиного податку — у межах від 1 до 10 відсотків розміру мінімальної заробітної плати;
- для другої групи платників єдиного податку — у межах від 2 до 20 відсотків розміру мінімальної заробітної плати.

Відсоткова ставка єдиного податку для третьої і четвертої груп платників єдиного податку встановлюється у розмірі:

3 відсотки доходу — у разі сплати податку на додану вартість згідно з цим Кодексом;

5 відсотків доходу — у разі включення податку на додану вартість до складу єдиного податку.

Платники єдиного податку звільняються від обов'язку нарахування, сплати та подання податкової звітності з таких податків і зборів визначених Податкового кодексу України:

- податку на прибуток підприємств;
- податку на доходи фізичних осіб у частині доходів (об'єкта оподаткування), що отримані в результаті господарської діяльності фізичної особи та оподатковані;
- податку на додану вартість з операцій з постачання товарів, робіт та послуг, місце постачання яких розташоване на митній території України, крім податку на додану вартість, що сплачується фізичними особами та юридичними особами, які обрали ставку єдиного податку 5%;
- земельного податку, крім земельного податку за земельні ділянки, що не використовуються ними для провадження господарської діяльності;
- збору за провадження деяких видів підприємницької діяльності;
- збору на розвиток виноградарства, садівництва і хмелярства.

Сплачуючи сумлінно всі податки підприємство піддається великому тиску який лишає змоги подальшого його розвитку, і шукає шляхи переходу в тіньову економіку, що призводить до зменшення надходження до бюджету.

Шляхом до покращення становища буде зменшення податкового тиску на підприємства малого бізнесу шляхом зниження відсотка Єдиного соціального внеску, який нараховується на фонд оплати праці, зменшення кількості податків, зниження тиску різних перевіряючих установ.

Такі дії були б збільшенням кількості робочих місць, за рахунок зниження ЄСВ виведення з тіні оплати праці і повна його сплата. Зацікавлення більшої кількості населення розпочати власний бізнес.

ЛІТЕРАТУРА:

1. Податковий кодекс України № 2755-VI від 02.12.2010 [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/2755-17/print1329730624868809>.

ЗАГАЛЬНІ ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ ЦУКРОВОЇ ПРОМИСЛОВОСТІ УКРАЇНИ

Підмогильна В.

Національний університет харчових технологій

Останнім часом, як на ринку цукру, так і в буряковій галузі, почали виникати досить серйозні проблеми. Спеціалісти називають такий стан кризовим. а деколи і критичним.

Цукрова промисловість України, що процвітала і до революції і у радянський час, почала згасати відразу після 1991 року. Неухильно скорочувався збір цукрових буряків і вироблення цукру, закривалися, розбиралися на металобрухт цукрові заводи.

На початку 1991 року переробкою цукрових буряків в Україні займалися 192 заводи. Україна займала провідне місце у світі за площами посіву цукрових буряків (1,6 млн. гектарів) та за виробництвом цукру з цукрових буряків (понад 5 млн. тонн, що складало 10 відсотків світового виробництва бурякового цукру, та 60 відсотків виробництва у колишньому СРСР). Україна входила до числа перших світових його експортерів.

Державна політика в галузі протягом перехідного періоду не була спрямована на збереження, підтримку і розвиток. Навпаки, на початку 90-х, ми самі відмовилися від поставок цукру на безмежний російський ринок. Фактично заводи і працівники були покинуті напризволяще. Маючи надпотужності по виробництву бурякового цукру ми ще й втратили ринки його збуту.

Замість затвердження державної програми і проведення згідно неї виваженої реструктуризації галузі для зменшення руйнівних наслідків переходу до ринку, держава самоусунулася від цих проблем. Таким простим способом було зекономлено сотні мільйонів гривень, які необхідно було б витратити на поступове виведення з експлуатації неефективних цукрових заводів.

У зв'язку із збитковою роботою цукрових заводів багато власників почали їх закривати. При цьому різалися на металобрухт не тільки застарілі малопотужні заводи а і потужні «шеститисячники», звільнялися з роботи тисячі кваліфікованих працівників.

Із 192 цукрових заводів загальною потужністю 509,8 тис. тонн переробки цукросировини на добу, які працювали на початку 90-х років, з кожним роком залишається працювати все менше. Через десять років цукрових заводів стало близько 100. Під час Великої Вітчизняної війни було знищено 43 заводи.

До переробки цукрових буряків у 2014 році приступили 40-48 заводів. В 2013 цукор варили 38 заводів, в 2012 — 63 підприємства, а в 2011 році — 77 (порівняно з 120 у 2006 році).

У 2013/2014 Україна виробила 1,2 млн. тонн бурякового цукру, що на 45,5% менше, ніж у попередньому сезоні. У 2013 році було перероблено 9,06 млн. тонн буряків.

У 2014 році Україна засіяла цукровим буряком понад 330 тис. га, урожай цієї культури очікується на рівні 15 млн. тонн. Виробництво цукру в Україні у 2014/2015 році (вересень 2014 — серпень 2015) може становити 1,7 млн. тонн, що на 33,8% більше, ніж роком раніше.

Резервом нарощування виробничої потужності в Україні є 26 законсервованих цукрових заводів, які при забезпеченні необхідною кількістю сировини можуть відновити свою виробничу діяльність, або можуть бути перепрофільовані на виробництво біологічних видів палива. Підтвердженням цьому є ТДВ «Узинський цукровий комбінат», який крім виробництва цукру ще виробляє біоетанол.

Традиційно, лідерами з виробництва цукру в регіональному аспекті є Полтавська та Вінницька області. У 2012-2013р.р. їх частки у структурі виробництва становили 19% та 16% відповідно.

Цукрова галузь України повністю приватизована. Згідно ринкових даних у 2013 році Топ-10 компаній-виробників цукру забезпечили 66,8% сукупного обсягу виробництва в Україні.

Лідером даного рейтингу кілька років поспіль залишається «Астарта-Київ», холдинг, що спеціалізується на виробництві цукру. На його частку припало 19,4% загального обсягу виробництва в країні. Друге місце посідає «Укрлендфармінг», питома вага якого становить 11%. Трійку лідерів замикає Агрохолдинг «Мрія», який за підсумками сезону виробив 7,2% сукупного обсягу цукру.

Споживання цукру в Україні з 2005 по 2013 рр. становить в середньому 1,9 млн. т на рік, в 2014/2015 споживання цукру очікується в межах 1,59 млн. тонн. На промислові потреби в Україні використовується в середньому 40-44% загального обсягу внутрішнього ринку. Близько 1 млн. т щороку споживається населенням.

Тобто, враховуючи перехідні запаси, які в цьому сезоні становлять 300-350 тис. тонн, Україна зможе повністю забезпечити внутрішні потреби в цукрі.

Проте досвід роботи цукрової промисловості України показує, що закриття заводів буде відбуватися і далі, навіть без участі держави.

На світовому ринку цукру спостерігається певні тенденції, які безумовно впливають на вітчизняну цукрову промисловість: змінюється структура пропозиції цукру. Зростає частка цукру виробленого із цукрової тростини і скорочується пропозиція цукру із цукрових буряків. Це відбувається тому, що виробництво тростинного цукру менш затратне ніж цукру із цукрових буряків. Навіть технологічно найсучасніші заводи в Європі виробляють буряковий цукор, який не може скласти конкуренцію цукру із цукрової тростини. Саме тому найбільші виробники бурякового цукру поступово втрачають позиції на користь більш дешевого тростинного цукру.

Отже, можна зробити висновок, що сучасний стан цукрової промисловості України є досить критичним. Для збереження виробництва бурякового цукру необхідно створити умови для підвищення конкурентоспроможності цукрових заводів, стимулюючи їх модернізацію, виводити з експлуатації неперспективні, малопотужні заводи; частково переорієнтуватися на імпортну сировину — цукор-сирець, що дасть можливість заводам більше заробляти і диверсифікувати ризики від виробництва бурякового цукру, але автоматично поставить країну у повну залежність від кон'юнктури світового ринку цукру.

Науковий керівник: Михайленко О.В.

СТАН ТА ПЕРСПЕКТИВИ МОЛОКОПЕРЕРОБНОЇ ГАЛУЗІ В УКРАЇНІ

Пономаренко Р.

Національний університет харчових технологій

Харчова промисловість є основною переробною ланкою агропромислового комплексу України. До її складу належать такі галузі, як: м'ясна, молочна, борошномельно-круп'яна, консервна, олійна, цукрова, і крохмале-патокова галузі. Розглянемо детальніше молокопереробну галузь.

Молокопереробна галузь об'єднує такі основні групи виробництва, як: масло-робна група, сироробна, виробництво незбираного молока та молококонсервне виробництво [1].

Серед галузей харчової промисловості молочна галузь займає четверте місце за обсягами реалізованої промислової продукції, як свідчать дані таблиці.

Таблиця. Обсяг реалізованої промислової продукції за видами діяльності за січень-липень 2013-2014 рр.

Найменування продуктів	Обсяг реалізованої промислової продукції (товарів, послуг) без ПДВ та акцизу, млн.грн.				Темп зростання, %	Відхилення	
	2013	питома вага, %	2014	питома вага, %		абсолютне	пунктів структури
Виробництво м'яса та м'ясних продуктів	17898,5	12,93	16688,1	15,42	93,24	-1210,4	2,49
Консервне виробництво	6925	5,00	6664,6	6,16	96,24	-260,4	1,16
Виробництво олій та тваринних жирів	32172	23,25	5370,6	4,96	16,69	-26801,4	-18,29
Виробництво молочних продуктів	17384,6	12,56	16042,6	14,83	92,28	-1342	2,26
Виробництво продуктів борошномельно-круп'яної промисловості, крохмалів та крохмальних продуктів	4648	3,36	3950,1	3,65	84,98	-697,9	0,29
Виробництво хліба, хлібобулочних і борошняних виробів	10119,3	7,31	10237,2	9,46	101,17	117,9	2,15
Виробництво інших харчових продуктів	19607,5	14,17	18864,3	17,44	96,21	-743,2	3,27
Виробництво готових кормів для тварин	4871,3	3,52	4640,9	4,29	95,27	-230,4	0,77

Закінчення табл.

Найменування продуктів	Обсяг реалізованої промислової продукції (товарів, послуг) без ПДВ та акцизу, млн.грн.				Темп зростання, %	Відхилення	
	2013	питома вага, %	2014	питома вага, %		абсолютне	пунктів структури
Виробництво напоїв	17268,2	12,48	19639,2	18,15	113,73	2371	5,67
Виробництво тютюнових виробів	7482,4	5,41	6093,3	5,63	81,44	-1389,1	0,22
Виробництво харчових продуктів, напоїв і тютюнових виробів	138376,8	100	108190,9	100	78,19	-30185,9	X

Як бачимо, частка молочної продукції в реалізованих продуктах харчування у 2014 р. становить 14,83 %, що на 2,26 % більше ніж в 2014 р. за аналогічний період. Виробництво молочних продуктів порівняно з попереднім періодом зменшилося на 7,72%.

Виробництво молока в Україні продовжує знижуватися. За 10 років Україна втратила 4 позиції у світовому рейтингу виробників молока, перемістившись із 10 на 14-е місце [2].

Серед основних проблем молочної галузі можна назвати такі: низький рівень технологічного оснащення молокозаводів, застаріле обладнання; нерозвиненість ринкової інфраструктури; невисокий рівень забезпеченості сировиною та завантаженості потужностей; невисоку якість кінцевої продукції підприємств молочної промисловості; обмеженість можливості широкої диференціації асортименту через низьку якість сировини; зниження попиту на продукти переробки в зв'язку із низькою купівельною спроможністю населення області, зокрема сільських районів; високий рівень конкуренції з боку потужних підприємств, оснащених сучасним обладнанням і технологіями. На сировинному ринку підприємствам районного масштабу велику конкуренцію складають провідні підприємства великих міст, які можуть запропонувати вищі закупівельні ціни сільськогосподарським товаровиробникам. У результаті районні молокозаводи втрачають місцеву сировинну базу і змушені закуповувати сировину за межами району, що призводить до додаткових витрат на транспортування, а отже, підвищує витрати виробництва та відпускні ціни на готову продукцію [3].

Для виробників молочної продукції були не простими 2013-2014 роки: зростання цін на сировину, а в свою чергу і на готову продукцію, зміна в структурі споживання — це все внесло додаткові витрати і без того в не простий процес переробки молока. Є надія, що зі вступом в Європейський союз на зміну деструктивним процесам придуть конструктивні і зростаючий попит на молокопродукти на внутрішньому і зовнішньому ринках забезпечить зростання молочної галузі України [2].

ЛІТЕРАТУРА:

Цар Г.В. Основні тенденції та перспективи розвитку харчової промисловості в Україні// Науковий вісник НЛТУ України. — 2010.-№20.13. — с.262-268

Сучасний стан і місце підприємств молочної промисловості на продовольчому ринку України Електронний ресурс]. — Режим доступу: http://dspace.nuft.edu.ua/jspui/bitstream/123456789/3622/1/2012_2.pdf

Антонова І.В. Розвиток молочної промисловості в Україні Електронний ресурс]. — Режим доступу: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=428>

Науковий керівник: Духновська Л.М.

ЧИ БУДЕ ВИКОНАНА ПРОГРАМА ЩОДО МОДЕРНІЗАЦІЇ БУХГАЛТЕРСЬКОГО ОБЛІКУ В 2014 РОЦІ?

Порхун К.

Національний університет харчових технологій

Бюджетний Кодекс України, прийнятий 08 липня 2010 року № 2456-VI (зі змінами та доповненнями), які внесені до Закону «Про внесення змін до Бюджетного кодексу України у зв'язку із створенням органів доходів і зборів» 16 травня 2013 року № 242-VII, дає визначення бюджетної установи.

Бюджетна установа — орган, установа чи організація, визначена Конституцією України, а також установа чи організація, створена у встановленому порядку органами державної влади, органами влади Автономної Республіки Крим чи органами місцевого самоврядування, яка повністю утримується за рахунок відповідно державного бюджету чи місцевих бюджетів. Бюджетні установи є неприбутковими.

В грудні 2012 року Указом Президента України від 24.12.2012 №726/2012 утворено Міністерство доходів і зборів України шляхом реорганізації Державної податкової служби України та Державної митної служби України, поклавши на Міністерство, що створилося, функцію з адміністрування єдиного внеску на загальнообов'язкове державне соціальне страхування.

Основним документом, який визначив мету, завдання, основні напрями та заходи з реалізації реформи бухгалтерського обліку та фінансової звітності, — це Стратегія модернізації системи бухгалтерського обліку в державному секторі на 2007-2015 роки.

Відповідно до даного документу були визначені основні напрями модернізації обліку, а саме: удосконалення системи бухгалтерського обліку, удосконалення системи фінансової звітності та звітності про виконання бюджетів, створення уніфікованої організаційної та інформаційної облікової системи.

Закінчується 2014 рік, а Стратегія модернізації системи бухгалтерського обліку в державному секторі, ще не впроваджена.

Наказом Міністерства Фінансів України № 1202 від 12.10.2010 року «Про затвердження національних Положень (Стандартів) бухгалтерського обліку в державному секторі» (далі П(С)БОДС) були затверджені стандарти 121 «Основні засоби», 122 «Нематеріальні активи» та 123 «Запаси» схвалені Методологічною радою з бухгалтерського обліку при Міністерстві фінансів України. Проте, їх впровадження перенесено на 01.01.2015 року.

Новий план рахунків був затверджений та прийнятий 26.06.2013 року наказом Міністерства Фінансів України № 611 «Про затвердження деяких нормативно-правових актів з бухгалтерського обліку бюджетних установ».

Аналіз Стратегії модернізації дав змогу виявити низку недоліків. Головним недоліком цього документа, на думку дослідників, є те, що його розробники чітко не з'ясували нинішній стан системи бухгалтерського обліку в державному секторі, не представили опис того, якою має бути ця система у 2015 році та які вимоги до цієї системи висуваються.

Підсумовуючи, зазначимо, що сформована Стратегія модернізації системи бухгалтерського обліку в державному секторі має низку недоліків. У такому викладі цей документ не сприймається як узагальнена модель дій з досягнення мети, його можна сприйняти лише як документ, що декларує рішення про необхідність модернізації бухгалтерського обліку в державному секторі і потребу у формуванні ефективної облікової системи, яка б відповідала сучасним реаліям фінансових відносин.

У тексті Стратегії не враховано потреби усіх зацікавлених сторін у модернізації бухгалтерського обліку в державному секторі. Проблеми у цій сфері представлено здебільшого крізь призму інтересів та діяльності Держказначейства.

ЛІТЕРАТУРА:

1. Постанова Кабінету Міністрів України № 34 від 16.01.2007 р. «Про затвердження стратегії модернізації системи бухгалтерського обліку в державному секторі на 2007-2015 роки «(зі змінами та доповненнями — К.; — 2010.– 207 с. (Бібліотека офіційних видань).

2. Наказ Мінфіну України № 611 від 26.06.2013 року «Про затвердження деяких нормативно-правових актів з бухгалтерського обліку бюджетних установ».

Науковий керівник: Момот Л.В.

ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ФАКТОРИНГУ В УКРАЇНІ

Прокопій К.

Національний університет харчових технологій

В Україні послуги з факторингу надають переважно банки, хоча цією діяльністю також займаються і спеціалізовані факторингові компанії, які носять назву — фактор.

В Україні не розроблено достатньою мірою інструмент факторингу через неоднозначність розуміння самої сутності факторингу та відсутності єдиної законодавчої бази щодо регулювання факторингових операцій, які здійснюють українські банки та факторингові компанії.

Факторинг — походить від англійського слова «factor» — маклер, посередник, агент — це банківська операція або комплекс послуг, що надаються клієнту спеціалізованою компанією (фактором) в обмін на уступку дебіторської заборгованості (обов'язковим є перехід права власності на дебіторську заборгованість).

Згідно Кодексу України про факторингу — це придбання банком права вимоги в грошовій формі з поставки товарів або надання послуг з прийняттям ризику виконання такої вимоги та прийом платежів.

Згідно Господарського Кодексу факторинг — це придбання банком права вимоги в грошовій формі з поставки товарів або надання послуг з прийняттям ризику виконання такої вимоги та прийом платежів.

Факторинг — це не кредит, оскільки може надаватися без фінансування, що в принципі неможливо, коли мова йде про кредит.

Факторинг сприяє розвитку оптовим компаніям, що не встигають отримати прибутки від проданої продукції і не можуть закупити новий товар у виробника.

У факторингу беруть участь три сторони: фактор (спеціалізована установа, спеціальний відділ комерційного банку); постачальник; покупець.

Факторинг дає змогу постачальникові мінімізувати ризики, пов'язані із відстроченням оплати придбання товару або послуги, зменшує необхідність у відволіканні значних адміністративних ресурсів для отримання оплати від покупця за поставлені товар або послугу та дає змогу постачальнику отримати кошти за свою дебіторську заборгованість.

Факторингові операції можна класифікувати за багатьма ознаками. За сектором ринку, де здійснюються факторингові операції, розрізняють внутрішній та зовнішній (міжнародний) факторинг.

Внутрішній факторинг передбачає, що постачальник, покупець і фактор перебувають під юрисдикцією однієї країни.

При зовнішньому факторингу суб'єкти факторингової угоди перебувають під юрисдикцією різних країн.

Факторингова компанія вивчає всі рахунки-фактури, визначаючи платоспроможність покупців. Це триває від 24 годин до 2–3 днів. Факторингова компанія може оплатити рахунок у момент настання терміну платежу або достроково. Ринок факторингових послуг є достатньо молодим в Україні та бере початок свого розвитку з 2001 року.

Вперше факторингові операції проводив АКБ «Укрсоцбанк», на діяльність якого ще впродовж декількох років припадала третина всіх операцій по факторингу. Основною аудиторією користування факторинговими послугами залишається середній та малий бізнес.

Лідерами на ринку факторингових послуг на Україні в 2012 та 2013 роках стали наступні банки:

«Укрексімбанк» — Надає факторинг тільки з регресом і лише великим компаніям, що давно працюють. Умови обговорюються після розгляду документів.

«Приват Банк» (Надає факторинг терміном не більше ніж 30 днів або не більше ніж 1 рік за умови надання забезпечення).

«Індекс — Банк» (Умови обговорюються після розгляду документів).

Основними конкурентними перевагами факторингу для постачальників є: можливість збільшення кількості потенційних покупців; можливість збільшення обсягів поставок; зміцнення ринкової позиції; відсутність застави.

Основні конкурентні переваги факторингу для покупців: можливість проведення розрахунків із постачальниками з відстрочкою платежу після реалізації товару кінцевому споживачу; можливість користування товарним кредитом, а тому відсутність необхідності в кредиті банку.

Основними перевагами факторингу для банку (фактора) є: посилення ділових відносин із клієнтами через пропозицію додаткової конкурентоспроможної послуги; додаткова можливість збільшення клієнтської бази за допомогою залучення на обслуговування платоспроможних покупців (дебіторів) постачальника; зменшення обсягів резервування за факторингом порівняно з кредитними операціями.

Недоліки факторингу

1. Факторинг — досить дорога послуга в порівнянні з тим же кредитом.
2. Наявність суперечностей в нормативних актах з питання оподаткування факторингових операцій в Україні.

3. Відсутність чітких методичних рекомендацій з відображення операції факторингу в бухгалтерському обліку.

ЛІТЕРАТУРА:

1. Дмитрієва Ю.В. Факторингові операції в Україні: проблеми та перспективи / — Ю.В. Дмитрієва// Управління розвитком. — 2011. — №3 (100). С. 20–22

2. Кожель Н.О. Ринок факторингових операцій, реалії і перспективи розвитку / Н.О. Кожель // Вісник Університету банківської справи Національного банку України. — 2011. — № 2 (11) — С. 212 — 215.

3. Фурман І.В. Процес формування ринку факторингових послуг в Україні : проблематика та шляхи розширення — Вінницький національний аграрний університет — УДК 336.71:336.717.063

Науковий керівник: Момот Л.В.

КЛАСИФІКАЦІЯ ВИТРАТ

Пушкарьова М.

Національний університет харчових технологій

Головна мета виробничої діяльності підприємства — це випуск продукції, яка буде реалізована, і одержання прибутку від цієї реалізації. Характерною особливістю виробничих процесів є формування витрат на виробництво і реалізацію продукції [1, с. 523].

Згідно з П(С)БО-16 витратами звітного періоду визначаються або зменшення активів, або збільшення зобов'язань, які призводять до зменшення власного капіталу підприємства (за винятком зменшення капіталу внаслідок його вилучення чи розподілу між власниками) за умови, що ці витрати можуть бути достовірно оцінені [2].

Управлінський облік передбачає створення детальної класифікаційної схеми витрат. Класифікація витрат — це поділ витрат на класи на основі певних загальних ознак об'єктів і закономірних зв'язків між ними.

За видами діяльності витрати поділяють на витрати звичайної та надзвичайної діяльності.

Витрати звичайної діяльності, в свою чергу, поділяються на ті, що пов'язані з операційною, фінансовою та інвестиційною діяльністю.

Сукупність витрат, пов'язаних з виробництвом або придбанням певного активу, утворює його собівартість. До виробничої собівартості продукції (робіт, послуг) включаються: прямі матеріальні витрати; прямі витрати на оплату праці; інші прямі витрати; змінні загальновиробничі та постійні розподілені загальновиробничі витрати. Загальновиробничі витрати поділяються на постійні і змінні. Перелік і склад загальновиробничих витрат встановлюється підприємством, що зазначається в Положенні про облікову політику підприємства.

До складу інших прямих витрат включаються всі інші виробничі витрати, які можуть бути безпосередньо віднесені до конкретного об'єкта витрат, зокрема: відрахування на соціальні заходи; плата за оренду земельних майнових паїв; амортизація, втрати від браку, які складаються з вартості остаточно забракованої з технологічних причин продукції, зменшеної на її справедливую вартість, та витрат на виправлення такого неминучого браку.

В основу класифікації витрат в управлінському обліку покладено принцип: різні витрати для різних цілей, тобто мета, з якою здійснюють класифікацію, визначає її методику та склад окремих груп витрат [3, ст.109].

Вітчизняними та зарубіжними науковцями визначені напрямки класифікації витрат в управлінському обліку.

Оцінка запасів та визначення фінансових результатів.

1.1. Вичерпані (спожиті) — це збільшення зобов'язань або зменшення активів у процесі поточної діяльності для отримання доходу звітного періоду, невичерпані (неспожиті) — це збільшення зобов'язань або зменшення активів у процесі поточної діяльності для отримання доходу або іншої вигоди в майбутніх періодах.

Витрати на продукцію і витрати періоду.

Прямі та непрямі (опосередковані).

Основні та накладні (виробничі та невиробничі).

Прийняття управлінських рішень.

Релевантні (це витрати, величина яких може бути змінена внаслідок прийняття управлінського рішення) та нерелевантні (це витрати, величина яких не залежить від прийняття рішення).

Постійні та змінні.

Маржинальні (пов'язані з виробництвом додаткової одиниці продукції) та середні (витрати на одиницю продукції всього випуску).

Дійсні та можливі (це вигода, яка втрачається, коли вибір одного напрямку дії вимагає відмовитись від альтернативного рішення).

Контроль виконання — контрольовані та неконтрольовані.

Планові та непланові.

Продуктивні та непродуктивні.

Оподаткування, складання фінансової звітності.

Обчислення собівартості — за статтями.

Також витрати класифікують: за єдністю складу — одноелементні та комплексні; за календарними періодами — поточні та одноразові; за відношенням до заданих параметрів — фактичні та стандартні (нормативні, планові).

У зарубіжній практиці управлінського обліку досить часто прямі витрати на оплату праці та виробничі накладні витрати об'єднують в одну групу і визначають їх як конверсійні витрати, тобто витрати на обробку сировини і матеріалів з метою перетворення їх у готові вироби.

У відповідних статтях Податкового кодексу наведено склад витрат платника податків, які можна виокремити в окрему класифікаційну групу та проводити їх дослідження з метою удосконалення податкового навантаження на виробника.

Удосконалення організації системи управлінського обліку виробничого підприємства пов'язано одночасно й з удосконаленням методичних підходів щодо класифікації витрат.

ЛІТЕРАТУРА:

Ткаченко Н.М., Бухгалтерський фінансовий облік, оподаткування і звітність: Підручник. — 5-те вид. допов. і перероб. — К.:Алерта, 2011. — 976 с.

Положення (стандарт) бухгалтерського обліку 16 «Витрати», затверджене наказом Міністерства фінансів України №318 від 31.12.1999 р. [Електронний ресурс] — Режим доступу: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/z0027-00>

Фаріон І.Д., Писаренко Т.М. Управлінський облік [текст]: підлуч./[І.Д.Фаріон, Т.М.Писаренко]. — К: Центр учбової літератури, 2012. — 792с.

Науковий керівник: Осадча Г.Г.

ВНЕСОК УКРАЇНСЬКИХ ВЧЕНИХ У РОЗВИТОК НАУКИ «ЕКОНОМІЧНИЙ АНАЛІЗ»

Руденко І.

Національний університет харчових технологій

Вивчення явищ природи і суспільного життя неможливе без аналізу. Аналіз (від грецького — *analysis*) буквально означає розчленування, розклад об'єкта, що вивчається, на частини, елементи, внутрішньо притаманні цьому об'єкту складові. Аналіз виступає в діалектичному, суперечливому єднанні з поняттям «синтез» — єднання раніше розчленованих елементів об'єкта в єдине ціле [1, с.7]. Економічний аналіз — це метод дослідження економічних процесів, об'єктів та явищ, взаємозв'язку між ними. За його результатами розробляються шляхи більш економічного використання ресурсів, попереджуються надлишкові витрати та інші недоліки в роботі підприємства. Це набуває надзвичайної актуальності в сьогоденних умовах, які відрізняються зростанням дефіциту сировини та її постійним подорожчанням.

Економічний аналіз як наука зародився поряд із бухгалтерським обліком разом із подвійним записом і використовувався для перевірки балансу коштів та джерел їх утворення, а також оцінки платоспроможності клієнта. Революційним зрушенням щодо обліку та економічного аналізу стала розробка у 1494 р. Лукою Пачолі «Трактату про рахунки та записи», в якому розкривалися обліково-економічні категорії вигоди, витрати, достовірність, капітал тощо. Родоначальником систематизованого аналізу як складового елемента бухгалтерського обліку вважають француза Жака Саварі (1622-1690). Використання елементів економічного аналізу спостерігалось водночас і в інших країнах, зокрема в Італії. Ідеї Саварі в XIX ст. розвивав італійський бухгалтер Джузеппе Чербоні (1827-1917) [2, с.12].

Першим друкованим аналітичним джерелом є «Аналіз балансу» Паула Гестнера 1926 року. Німецький вчений П. Гестнер розробив методичні засади коефіцієнтного, порівняльного (зі стандартом, нормативом), факторного аналізу, вивчення динаміки показників тощо та сформулював п'ять правил для оцінки пасиву, п'ять правил для оцінки активу і одне для оцінки взаємозв'язку пасиву і активу. Великий вплив на розвиток і поглиблення економічного аналізу надала робота професора А.Я. Локшина. У 1938 році ним були видані вказівки з перевірки та аналізу річних звітів підприємств, а в 1940 році консультації з питань перевірки та аналізу річних звітів і балансів госпорганізацій. Перехід від фінансового до комплексного аналізу господарської діяльності заклав професор Вейцман своїми працями «Розрахунковий аналіз», «Методи вивчення діяльності підприємства за даними його бухгалтерії» (1924 р.), в яких він наголошував на необхідності використання методу дедукції в аналізі оперативної діяльності за допомогою чітких балансових показників. Економіст із США Пол Самуельсон відзначений в 1970 р. Нобелівською премією «За наукову роботу, що розвинула статичну і динамічну економічну теорію». Результатами цієї роботи стали розробки з економічної теорії, насамперед принципи максимізації в аналітичній економіці, які знайшли своє відображення в монографії «Основи економічного аналізу».

В Україні, як і в інших державах, економічний аналіз розвивався паралельно з документуванням та обліком. Українські вчені-економісти відіграли значну роль у розвитку теорії, методології та практики економічного аналізу. Залишили помі-

тний слід в аналізі, економічній теорії та історії В.Н. Каразін, М.І. Туган-Барановської, І.І. Каракоз, М.І. Ковальчук, Г.Т. Лещенко, О.А. Бугуцький, Ю.Я. Литвин та багато інших відомих учених-економістів.

Василь Назарович Каразін за допомогою методів економічного аналізу показав наявні територіальні диспропорції у розміщенні продуктивних сил країни — зосередження в одних регіонах видобувної, а в інших — оборонної промисловості, економічну залежність від Росії, а також обґрунтував необхідність і шляхи удосконалення такого розміщення.

Вагомим науковим здобутком є праці М.І. Туган-Барановського у галузі економічного аналізу, широке застосування економіко-статистичних методів, зокрема деталізації та узагальнення, статистичних групувань, рядів динаміки, відносних, середніх величин, факторного, індексного аналізу. У своїй праці «Основи політичної економії» (1919 р.) М.І. Туган-Барановський, заклав основи теорії аналізу господарської діяльності та факторного аналізу. За допомогою аналітичного апарату обґрунтував залежність заробітної плати як від продуктивності праці, так і таких мало досліджених чинників, як стан соціального законодавства, технічного поступу, ринків збуту і попиту, організованої сили власників капіталу тощо.

Серед інших відомих українців, які застосовували методи економічного аналізу, статистики, демографії у своїх працях неможливо не відмітити І.Я. Франка, який зробив аналіз аграрних відносин, фінансового стану банків, банкрутства, оподаткування селян, промислових робітників Галичини. Він також обґрунтував важливість використання в аналізі статистичних даних, рядів динаміки, групувань для виявлення тенденцій і закономірностей тих чи інших суспільних явищ, наприклад цьому присвячена стаття І.Я. Франка «Статистика яко метода і яко наука».

Відомий український економіст І. Вернадський стверджував, що до аналізу потреб слід залучати все суспільство та окрему людину (колективні потреби в той час були нерозвинуті). Він здійснив комплексний аналіз національних і регіональних потреб. Фактором виробництва він називав також і капітал, розрізняючи водночас не речовий «духовний» капітал. Заробіток, на його думку, залежить від співвідношення праці і капіталу, який ототожнюється із засобами праці. Велику роль у розвитку економічної науки в Україні відіграли українські вчені Євген Слущкий, Володимир Левицький, Григорій Цихановський, Олександр Білімович та ін.

Найбільша кількість сучасних навчальних посібників українських авторів присвячена загальним питанням економічного аналізу на підприємствах (автори: М.А. Болух; П.Ю. Буряк; В.М. Івахненко; В.І. Іващенко). У низці посібників методика економічного аналізу вивчалася паралельно з проблемами бухгалтерського обліку і аудиту (А.М. Кузьмінський «Організація бухгалтерського обліку, контролю і аналізу» (1993 р.), П.Я. Попович «Економічний аналіз і аудит на підприємстві» (1998 р.)).

ЛІТЕРАТУРА:

- 1.Слободян Н.Г. Організація і методика економічного аналізу. — К.: НУХТ, 2013. 312 с.
- 2.Кіндрацька Г.І., Білик М.С., Загородній А.Г. Економічний аналіз. К.: Знання, 2008.-487 с.
- 3.Савицька Г.В. Економічний аналіз. К.: Знання, 2005. — 662 с.

Науковий керівник: Слободян Н.Г.

АНАЛІЗ ДІЯЛЬНОСТІ ГОЛОВНИХ ГРАВЦІВ НА РИНКУ КОНДИТЕРСЬКИХ ВИРОБІВ

Савчук І.

Національний університет харчових технологій

Кондитерські вироби є групою харчових продуктів широкого асортименту, які споживаються майже усім населенням. На сьогоднішній день виробництво кондитерських виробів є однією з найбільш розвинутих галузей харчової промисловості України. Загальний обсяг виробництва складає близько 3 % ВВП країни. Частка України на світовому ринку близько 1 %, що у вартісному виразі складає понад 90 млрд. дол. США. Це пояснюється багатим потенціалом галузі, а також стратегіями розвитку підприємств цієї галузі.

Кондитерська галузь, де працює 170 тисяч фахівців, — одна з найрозвиненіших у харчовій промисловості нашої країни. Загальний обсяг виробництва становить понад 1 млн. продукції на рік, що дає змогу не лише повністю забезпечити потреби внутрішнього ринку, а й експортувати її у значних обсягах за кордон.

Протягом 2012-2013 рр. в Україні спостерігалось поступове зростання обсягу реалізації продукції харчової промисловості, і така тенденція спостерігається й надалі. Частка кондитерської галузі в реалізації харчової продукції за підсумками 2013 року склала близько 17%, що на 2% більше ніж в 2012 році і на 6% — ніж у 2011 році.

Аналіз стану і перспектив розвитку кондитерського ринку в Україні свідчить, що основним джерелом формування пропозиції на ринку є вітчизняне виробництво, його продукція становить близько 95% в загальному обсязі. Ринок кондитерських виробів України є висококонцентрованим, на ньому працює близько 850 компаній.

На ринку присутні кілька великих світових концернів — це Nestle (АТ «Львівська кондитерська фірма Світоч»), Kraft foods (АТ «Крафт Фудз Україна»), Western NIS Enterprise Fund (АТ «АВК»), Sigma Bleyzer (АТ «Полтавакондитер»), Trilini International (АТ КФ «Харків'янка»). Деякі зарубіжні інвестори будують на території України свої виробництва, наприклад, німецька шоколадна фабрика Rainford у Дніпропетровську. Безпосереднє виробництво в Україні є більш вигідним, ніж експорт кондитерських виробів. Решта фабрик в більшості своїй належать колективу підприємства і українським інвесторам.

Вітчизняний ринок кондитерських виробів характеризується високим рівнем конкуренції і ступенем насиченості, тому лідируючу позицію займають виробники, які першими реагують на зміну споживацьких вподобань, динамічно оновлюють асортимент продукції й насичують його новинками.

Стабільність української кондитерської галузі сьогодні забезпечують дев'ять підприємств, такі як: «Рошен» (30%), «КОНТІ» (25%), «АВК» (15%), «Крафт Фудз Україна» (2%), «Полтавакондитер» (5%), КФ «Світоч» (3%), «Житомирські ласощі» (6%), корпорація «Бісквіт шоколад» (12%) та «Черкаська БФ» (2%), які виробляють понад дві третини всієї продукції.

Ринок кондитерських виробів сьогодні досить розвинений і структурований. Виробники стимулюють зростання споживання якісних і складних у виготовленні кондитерських виробів. У структурі реалізації цієї продукції частка великих торговельних мереж сягає 35-40% у грошовому вираженні.

Близько 65 % ринку поділено між 5 компаніями: АТ «Кондитерська корпорація Roshen», АТ «КОНТІ», АТ «АВК», АТ «Харківська БФ» і АТ «Житомирські

ласощі». Невеликі підприємства не схильні до конкуренції з великими компаніями і намагаються займати вільні місця в регіонах.

Результати опитування споживачів дещо відрізняються від представлення часток на ринку, але в цілому тенденція зберігається — найбільш популярною є продукція ТМ «ROSHEN» (37%), Конті (21%), АВК (14%), Світоч (12%). При цьому, український споживач обирає кондитерські вироби за трьома ознаками: смакові якості (31%), ціна (26%), репутація виробника (30%). Найбільшу лояльність мають споживачі до торгових марок «Рошен» та «Корона» за співвідношенням ціна-якість. При цьому, слід зазначити, що переважну більшість споживачів спонукає до покупки реклама в ЗМІ (57%).

Виробництво шоколаду і шоколадних виробів нині є найпопулярнішим напрямком на ринку кондитерських виробів у світі. В Україні обсяг споживання шоколаду складає 7,5% солодкої продукції, або 1,2–1,3 кг шоколаду щорічно на душу населення, що в 4–6 разів нижче від країн Європи. Це свідчить про те, існують достатні резерви на ринку для збільшення споживання шоколаду. Лідерами з виробництва шоколаду є «Крафт Якобз Сушард», «Рошен», «Світоч», «Малбі» і «Конті». Сумарно на них припадає майже 93% випуску шоколаду (питома вага його в структурі виробництва кондитерських виробів з какао-бобів — до 13%).

Виробництво шоколаду і шоколадних виробів нині є найпопулярнішим напрямком на ринку кондитерських виробів у світі. В Україні обсяг споживання шоколаду складає 7,5% солодкої продукції, або 1,2–1,3 кг шоколаду щорічно на душу населення, що в 4–6 разів нижче від країн Європи. Це свідчить про те, існують достатні резерви на ринку для збільшення споживання шоколаду. Лідерами з виробництва шоколаду є «Крафт Якобз Сушард», «Рошен», «Світоч», «Малбі» і «Конті». Сумарно на них припадає майже 93% випуску шоколаду (питома вага його в структурі виробництва кондитерських виробів з какао-бобів — до 13%).

Головною перевагою українських виробників на зовнішньому ринку найчастіше є ціна на вироби. Наприклад, досвідом підтверджується, що українська карамель на російському ринку виграє порівняно з російською за рахунок вартості навіть за введення Росією мита на ввезення цукристих кондитерських виробів з України.

В теперішній час не очікується виходу на ринки кондитерських виробів в Україні нових компаній, тому що повторити проекти великих компаній складно. У нинішніх умовах є сумнів у стабільності п'ятірки лідерів («Рошен», «АВК», «Конті», «Нестле» і «Крафт Фудз Україна»), тобто є можливим «перестроювання» в їхньому ряду, яке провокує компанія «Конті» агресивним нарощуванням своєї частки, за період 2011-2013рр. У такій ситуації інші виробники будуть змушені різко збільшити витрати на новинки і їхнє просування на ринку.

Науковий керівник: Михайленко О.В.

СПРАВЕДЛИВА ВАРТІСТЬ ЗА МІЖНАРОДНИМИ ТА НАЦІОНАЛЬНИМИ СТАНДАРТАМИ

Самінін В., Щербина О.С.

Національний університет харчових технологій

Забезпечення якісного та ефективного управління підприємством незалежно від його розмірів, форми власності, виду діяльності неможливе без вчасної, правдивої та

повної інформації щодо наявних ресурсів, грошових потоків, операцій і їх результатів. Всі об'єкти бухгалтерського обліку мають бути достовірно оцінені. Тому при вивченні кожного об'єкта обліку окремо потрібно вивчати і методи їх оцінки.

Одним з методів бухгалтерського обліку є оцінка. Оцінка — це відображення об'єктів бухгалтерського обліку в єдиному грошовому вимірнику з метою узагальнення їх у цілому по підприємству. Оцінювання — це процес визначення грошових сум, за якими мають визнаватися й відображатися елементи фінансової звітності. Тому важливим є вибір методу оцінки активів та організаційне забезпечення процедури їх оцінювання.

Доцільно було б використовувати загальні правила оцінки майна та зобов'язань. Як приклад, можна застосовувати метод оцінки за справедливою вартістю. У зв'язку з використанням при веденні обліку національних та міжнародних стандартів обліку, виникають розбіжності в трактуванні та визначенні поняття «справедлива вартість».

Згідно Постанови НБУ, справедлива вартість — сума, за якою може бути здійснений обмін активу або оплата зобов'язання в результаті операції між обізнаними, зацікавленими та незалежними сторонами. Термін «обізнані» означає, що зацікавлений покупець та зацікавлений продавець достатньо поінформовані про характеристики об'єкта оцінки, його фактичне та потенційне використання, а також про стан ринку на дату балансу. Зацікавлений покупець мотивований, але не зобов'язаний купувати. Визначення справедливої вартості є операцією між незалежними сторонами, тобто між сторонами, що не мають між собою жодних особливих або конкретних стосунків, які зробили б ціну операції нехарактерною для умов ринку. Вважається, що така операція — це операція між незв'язаними сторонами, які діють самостійно.

Згідно П(С)БО, справедлива вартість — сума, за якою можна продати актив або оплатити зобов'язання за звичайних умов на певну дату.

МСФЗ 13 визначає справедливу вартість як ціну, яка була б отримана за продаж активу, або сплачена за передачу зобов'язання у звичайній операції між учасниками ринку на дату оцінки.

Справедлива вартість — це ринкова оцінка, а не оцінка з урахуванням специфіки суб'єкта господарювання. Для деяких активів та зобов'язань може бути ринкова інформація або ринкові операції, інформація про які є відкритою. Для інших активів та зобов'язань може не бути ринкової інформації або ринкових операцій, інформація про які є відкритою. Проте мета оцінки справедливої вартості в обох випадках однакова — визначити ціну, за якою відбувалася б звичайна операція продажу активу чи передачі зобов'язання між учасниками ринку на дату оцінки за нинішніх ринкових умов (тобто, вихідну ціну на дату оцінки з точки зору учасника ринку, який утримує актив або має зобов'язання).

Оцінка справедливої вартості — це оцінка конкретного активу або зобов'язання. Тому, оцінюючи справедливу вартість, суб'єкт господарювання має брати до уваги ті характеристики активу або зобов'язання, які учасники ринку взяли б до уваги, визначаючи ціну активу або зобов'язання на дату оцінки. До таких характеристик належать, наприклад, стан та місце розташування активу та обмеження, якщо вони є, на продаж або використання активу.

Оцінка справедливої вартості припускає, що актив або зобов'язання обмінюється між учасниками ринку у звичайній операції продажу активу або передачі зобов'язання на дату оцінки за поточних ринкових умов.

Асоціація присяжних сертифікованих бухгалтерів (АССА) — стверджує, що принцип оцінки «справедливої вартості» має бути одним із ключових у міжнародних стандартах обліку, заснованих на принципах (МСФЗ), та закликає до того, щоб «справедлива вартість» залишалася одним із ключових елементів про стандарти бухгалтерського обліку.

Спільна праця бухгалтерського обліку з міжнародними стандартами в Україні привела до застосування справедливої вартості в національних стандартах бухгалтерського обліку.

Проте МСФЗ і національні стандарти містять лише загальні орієнтири щодо справедливої вартості активів і зобов'язань. Така тенденція оцінки за справедливою вартістю по — різному сприймається як в розвинених країнах, так і в країнах з перехідною економікою.

ЛІТЕРАТУРА:

1. Положення (стандарти) бухгалтерського обліку.
2. Міжнародний стандарт фінансової звітності 13 «Справедлива вартість».
3. Постанова Правління Національного банку України від 18.06.2003 р. № 255.

ІНОЗЕМНЕ ІНВЕСТИВАННЯ ХАРЧОВИХ ПІДПРИЄМСТВ

Скопич Ю.

Національний університет харчових технологій

Економіка України перебуває у стадії трансформації, тому суспільство повинно мати відповідну стратегію, можливість реалізації якої значною мірою залежить від багатьох чинників. Важливою умовою економічного зростання є зростання на основі інвестиційно-інноваційного розвитку. Водночас залучення й ефективне використання інвестицій є однією з найактуальніших проблем сучасної економіки, у розв'язанні якої відіграє інвестиційний потенціал країни. Саме інвестиційний потенціал, його раціональне використання створюють передумови для розвитку підприємств, харчових галузей і національного виробництва в цілому.

В перспективі такий чинник як інвестиційний клімат в Україні сприятиме збільшенню інвестиційних потоків із ЄС до України. Але в перспективі, на даному етапі розвитку він має суперечливий характер, оскільки з одного боку, зростання обсягів прямих іноземних інвестицій в Україні відбувається досить динамічно. З іншого боку деякі заходи українських урядів призвели до відлякування іноземних інвесторів.

Шляхи розв'язання проблеми залучення прямих іноземних інвестицій пов'язані із тенденціями світових інвестиційних процесів, динамікою прямих іноземних інвестицій, умовами формування інвестиційного іміджу України на міжнародному ринку та її місця у світових інвестиційних рейтингах, а також рівнем державного впливу на інвестиційні процеси. Стратегія розвитку країни залежить від потенціалу регіону. Зокрема структурні елементи інвестиційного потенціалу у складі підприємств і організацій, що значною мірою формується під впливом соціально-економічного розвитку регіону. [1, с. 3-4]

Харчова промисловість — одна з провідних і найбільш інвестиційно привабливих галузей не лише агропромислового комплексу, а й усього національного господарства України, яка поєднує виробництво і промислову переробку сировинних ресурсів рослинного та тваринного походження з реалізацією готової продукції. Продукція підприємств харчової промисловості експортується в багато країн світу, насамперед у країни СНД, Європи. Серед інших країн світу Україна має найбільш сприятливі природно-ресурсний і людський потенціали для розвитку харчової промисловості, досить місткий внутрішній ринок споживачів продукції і великий експортний потенціал.

«Як результат системної роботи в Україні за 2010-2013 рр. обсяги прямих іноземних інвестицій у виробництво харчових продуктів, напоїв та інших виробів зросли в 1,7 разів (або на 66,3%) з 1,8 млрд. дол. США до 3 млрд. дол. США. Серед галузей промисловості за обсягом залучених іноземних інвестицій харчова промисловість посіла в країні друге місце. [2, с. 20].

Залучення іноземних інвестицій в країну означає створення нових робочих місць, зростання виробництва та підвищення конкурентоспроможності економіки.

В Україні за останні 3 роки було відкрито 12 нових промислових підприємств, зокрема, в олійно-жировій, хлібопекарській, крохмалопаточковій, кондитерській галузях та два підприємства з виробництва дитячого харчування. За результатами дослідження було проведено групування регіонів України за інтенсивністю інвестиційної діяльності у харчовій промисловості. Найвищий рівень інтенсивності інвестиційної діяльності у харчовій промисловості характерний для Київської області, високий рівень — м. Київ, Запорізької, Харківської, Одеської, Донецької та Миколаївської областей, середній рівень — Черкаської, Херсонської, Полтавської, Львівської, Вінницької, Чернігівської, Закарпатської, Дніпропетровської та Волинської областей. Недостатнім рівень інтенсивності інвестиційної діяльності у харчовій промисловості є в решті регіонів України, де він оцінюється як низький (АР Крим, Сумська, Чернівецька, Кіровоградська, Хмельницька, Житомирська та Тернопільська області) та дуже низький (Рівненська, Івано-Франківська та Луганська області).

Найбільший обсяг іноземних інвестицій у розвиток харчової промисловості України у 2010 році внесли Нідерланди та Кіпр. Частка цієї країни становить 40,8% загального обсягу іноземних інвестицій у виробництво продовольчих товарів в Україні. Швеції та Кіпру із частками іноземних інвестицій в харчову промисловість 12,7% та 11,1% належать третє і четверте місця. Групу країн, частки яких в обсязі інвестування харчової промисловості України складають по 8,4% формують Велика Британія та США. Ще одну групу країн-інвесторів харчової промисловості України представляють Німеччина, Франція та Швейцарія. Всього на 11 країн основних інвесторів розвитку харчової промисловості в Україні припадає 90,4% загального обсягу інвестицій в галузь [3, с.20-21].

Отже, для України характерна суттєва територіальна диференціація показників інтенсивності інвестиційної діяльності в харчовій промисловості в регіонах. Це викликано різним рівнем інвестиційної привабливості регіонів, найсуттєвішими складовими якої є ресурсна, споживча та інвестиційний клімат в Україні. Переважна більшість країн-інвесторів харчової промисловості України належать до групи країн з високим рівнем соціально-економічного розвитку. Тобто за умови науково обґрунтованої та цілеспрямованої державної інвестиційної політики в Україні співробітництво з іноземними інвесторами може забезпечити підвищення ефективності інвестиційно-інноваційного розвитку харчової промисловості держави.

ЛІТЕРАТУРА:

1. «Іноземні інвестиції та українські інвестиції за кордоном, міжнародні торги (тендери)» // «Фінансова тема» № 29 вересень 2013 р.
2. Прямі інвестиції в Україну [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <http://bin.ua/news/economics/economic/119426-pryamyie---inostrannye---investicii---v---ukrainu---za---i.html>
3. Інвестиції зовнішньоекономічної діяльності [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua>

Науковий керівник: Осадча Г. Г.

ОБЛІК ДОХОДІВ ЗА МІЖНАРОДНИМИ ТА НАЦІОНАЛЬНИМИ СТАНДАРТАМИ

Степанюк А.

Національний університет харчових технологій

Протягом останніх років Україна досягла значного прогресу в напрямку наближення діяльності учасників своїх фінансових ринків до міжнародних стандартів.

В бухгалтерському обліку України, як відомо, всі Національні положення (стандарты) ґрунтуються на Міжнародних стандартах фінансової звітності (МСФЗ), або Міжнародних стандартах бухгалтерського обліку (МСБО), проте вони мають свої особливості, що обумовлені вітчизняною економікою [1].

Проблеми та перспективи удосконалення бухгалтерського обліку в Україні на основі МСБО досліджували такі науковці, як: В. Швець, Ф. Бутинець, С. Голов, О. Губачова, Ю. Кузьмінський, В. Пархоменко, В. Сопко та інші.

Методологічною основою формування інформації про доходи в бухгалтерському обліку України є П(С)БО 15 «Дохід» та НП(С)БО 1 «Загальні вимоги до фінансової звітності».

Згідно із П(С)БО 15 «Дохід» доходи — це збільшення економічних вигод у вигляді надходження активів або зменшення зобов'язань, які призводять до зростання власного капіталу за винятком зростання капіталу за рахунок внесків власників [2].

Національне положення (стандарт) бухгалтерського обліку 1 «Загальні вимоги до фінансової звітності» містить аналогічне визначення поняття «доходи» та зазначає таке поняття, як «сукупний дохід» — зміни у власному капіталі протягом звітного періоду внаслідок господарських операцій та інших подій (за винятком змін капіталу за рахунок операцій з власниками) [3].

Згідно із МСБО 18 «Дохід» — це валове надходження економічних вигід протягом періоду, що виникає в ході звичайної діяльності суб'єкта господарювання, коли власний капітал зростає в результаті цього надходження, а не в результаті внесків учасників власного капіталу [4].

Визначення поняття «дохід» за МСБО не враховує збільшення активу та зменшення зобов'язань, а лише розглядає зростання власного капіталу.

Щодо класифікації, то П(С)БО 15 «Дохід» поділяє доходи в бухгалтерському обліку за такими групами: дохід (виручка) від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг); чистий дохід від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг); інші операційні доходи; фінансові доходи; інші доходи.

Раніше до цієї класифікації входили «надзвичайні доходи», але із запровадженням НП(С)БО 1 «Загальні вимоги до фінансової звітності» (від

07.02.2013р.), зі структури доходів і витрат нових форм звітності видалено показники надзвичайних доходів і витрат, згадки про ці показники виключено з усіх стандартів бухгалтерського обліку.

Ці зміни зроблено виходячи, із п.87 МСБО I «Подання фінансової звітності», в якому вказано, що суб'єкт господарювання не повинен подавати будь-які статті доходу або витрат у вигляді надзвичайних статей у звіті про сукупні доходи чи в окремому звіті про прибутки та збитки (якщо його подають) або в примітках.

МСБО 18 «Дохід» передбачає наступні види доходів:

- дохід від реалізації товарів;
- дохід від надання послуг;
- дохід від використання активів суб'єкта господарювання іншими сторонами, результатом чого є відсотки, роялті та дивіденди.

В національному стандарті дохід відображається в бухгалтерському обліку в сумі справедливої вартості активів, які отримані або підлягають отриманню. В МСБО 18 — сума доходу оцінюється за справедливою вартістю отриманої компенсації або компенсації, яка має бути отримана з урахуванням суми будь-якої торговельної знижки чи знижки з обсягу, що надається підприємством.

Удосконалення системи бухгалтерського обліку в Україні з урахуванням вимог міжнародних стандартів сприятиме гармонізації фінансової звітності вітчизняних суб'єктів господарювання із звітністю підприємств держав — членів ЄС, а також інших країн, які застосовують міжнародні стандарти; підвищенню прозорості та забезпеченню достовірності фінансової звітності, а також належного рівня довіри до неї вітчизняних та іноземних інвесторів; посиленню захисту прав та інтересів акціонерів, інвесторів, кредиторів.

ЛІТЕРАТУРА:

1. Про бухгалтерський облік та фінансову звітність в Україні. Закон України від 16.07.1999 р. N 40, С. 365 (остання редакція від 01.01.2014). [Електронний ресурс]. — Режим доступу : <http://www.rada.gov.ua>.

2. Положення (стандарт) бухгалтерського обліку № 15 «Дохід»: затверджено наказом Міністерства фінансів України від 29 листопада 1999 р. № 290 [Електронний ресурс]. — Режим доступу : <http://www.rada.gov.ua>.

3. Національне положення (стандарт) бухгалтерського обліку 1 «Загальні вимоги до фінансової звітності»: затверджено наказом Міністерства фінансів України від 07.02.2013 № 73. [Електронний ресурс]. — Режим доступу : <http://www.rada.gov.ua>.

4. МСБО 18 «Дохід»: за даними Міністерства фінансів України. [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <http://www.minfin.gov.ua>

Науковий керівник: Редзюк Т.Ю

ШЛЯХИ ГАРМОНІЗАЦІЇ ФІНАНСОВОГО, УПРАВЛІНСЬКОГО ТА ПОДАТКОВОГО ОБЛІКУ ОСНОВНИХ ЗАСОБІВ

Сукненко О.

Національний університет харчових технологій

Останніми роками в Україні все актуальнішою стає проблема формування дієвої облікової політики в підприємствах різних галузей і різних організаційно-

правових форм. У практиці господарювання ефективність її впровадження досить низька. Аналіз розпорядчих документів суб'єктів господарювання показав низку суттєвих недоліків як методологічного, так і практичного характеру в її формуванні і застосуванні. Саме тому вкрай важливим є правильний вибір і закріплення в наказі про обліковій політику підприємства порядку ведення фінансового, управлінського та податкового обліку[1].

Сучасний етап розвитку бухгалтерського обліку характеризується його розподілом на декілька підсистем, а саме, фінансового, податкового, управлінського обліку, що зумовлює особливості організації бухгалтерського обліку на підприємстві. Аналіз законодавчих актів, що здійснюють регулювання аспектів обліку основних засобів показує, що існують розбіжності фінансового та податкового їх обліку. До недавнього часу ці розбіжності стосувалися визначення, класифікації, оцінки, нарахування амортизації, ремонтних витрат.

Облік основних засобів на підприємствах здійснюють відповідно до Положення (стандарту) бухгалтерського обліку 7 «Основні засоби». Між П(с)БО 7 та Податковим кодексом України є суттєві розбіжності, які наглядно представлені в таблиці 1.

Таблиця 1. Розбіжності в фінансовому та податковому обліку згідно Податкового кодексу України та П(с)БО 7 [2],[3]

Показник	Фінансовий облік	Податковий облік
Визначення основних засобів	матеріальні активи, які підприємство/установа утримує з метою використання їх у процесі виробництва/діяльності або постачання товарів, надання послуг, здавання в оренду іншим особам або для здійснення адміністративних і соціально-культурних функцій, очікуваний строк корисного використання (експлуатації) яких більше одного року (або операційного циклу, якщо він довший за рік)	матеріальні активи, у тому числі запаси корисних копалин наданих у користування ділянок надр (крім вартості землі, незавершених капітальних інвестицій, автомобільних доріг загального користування, бібліотечних і архівних фондів, матеріальних активів, вартість яких не перевищує 2500 гривень, невиробничих основних засобів і нематеріальних активів), що призначаються платником податку для використання у господарській діяльності платника податку, вартість яких перевищує 2500 гривень і поступово зменшується у зв'язку з фізичним або моральним зносом та очікуваний строк корисного використання (експлуатації) яких з дати введення в експлуатацію становить понад один рік (або операційний цикл, якщо він довший за рік)
Врахування витрат, пов'язаних з поліпшенням об'єкта	Первісна вартість основних засобів збільшується на суму витрат, пов'язаних з поліпшенням об'єкта (модернізація, модифікація, добудова, дообладнання,	Первісна вартість основних засобів збільшується на суму витрат, пов'язаних із ремонтом та поліпшенням об'єктів основних засобів (модернізація,

Показник	Фінансовий облік	Податковий облік
(реконструкція, модернізація, добудова, дообладнання тощо)	реконструкція тощо), що приводить до збільшення майбутніх економічних вигод, первісно очікуваних від використання об'єкта. Залишкова вартість основних засобів зменшується у зв'язку з частковою ліквідацією об'єкта основних засобів.	модифікація, добудова, дообладнання, реконструкція), що приводить до зростання майбутніх економічних вигод, первісно очікуваних від використання об'єктів у сумі, що перевищує 10 відсотків сукупної балансової вартості всіх груп основних засобів, що підлягають амортизації, на початок звітного податкового року з віднесенням суми поліпшення на об'єкт основного засобу, щодо якого здійснюється ремонт та поліпшення.
Переоцінка основних засобів	Підприємство/установа може переоцінювати об'єкт основних засобів, якщо залишкова вартість цього об'єкта суттєво відрізняється від його справедливої вартості на дату балансу. У разі переоцінки об'єкта основних засобів на ту саму дату здійснюється переоцінка всіх об'єктів групи основних засобів, до якої належить цей об'єкт. Переоцінена первісна вартість та сума зносу об'єкта основних засобів визначається множенням відповідно первісної вартості і суми зносу об'єкта основних засобів на індекс переоцінки. Індекс переоцінки визначається діленням справедливої вартості об'єкта, який переоцінюється, на його залишкову вартість.	Платники податку всіх форм власності мають право проводити переоцінку об'єктів основних засобів, застосовуючи щорічну індексацію вартості основних засобів, що амортизується, та суми накопиченої амортизації на коефіцієнт індексації, який визначається за формулою: $K_i = [I(a-1) - 10] : 100,$ де $I(a-1)$ — індекс інфляції року, за результатами якого проводиться індексація. Якщо значення K_i не перевищує одиниці, індексація не проводиться. Збільшення вартості об'єктів основних засобів, що амортизується, здійснюється станом на кінець року (дату балансу) за результатами якого проводиться переоцінка та використовується для розрахунку амортизації з першого дня наступного року.

Ефективним виробництво може бути лише тоді, коли комплексно вирішуються всі питання його діяльності. Саме таке вирішення свідчить про дієвість управлінської системи. Для досягнення цієї мети потрібно усувати всі розбіжності та суперечності, які існують в законодавчій базі.

Як показує практика, прийняття ПКУ наблизило податковий та бухгалтерський облік, але все ж таки ще й досі залишаються певні відмінності в обліку основних засобів, до них можна віднести різні підходи до визначення витрат, що пов'язані з поліпшенням об'єкта, переоцінці та самого визначення основних засобів.

ЛІТЕРАТУРА:

1. Облікова політика підприємства: фінансовий, управлінський та податковий аспекти / В. Клевець // Ж: Аграрна економіка — 2013, Т. 6, № 3-4.
2. Податковий кодекс України від 02.12.2010 № 2755-VI
3. Положення (стандарт) бухгалтерського обліку 7 «Основні засоби» від 27.04.2000 № 92

Науковий керівник: Редзюк Т.Ю.

БУХГАЛТЕРСЬКА І ЕКОНОМІЧНА СУТНІСТЬ ОСНОВНИХ ЗАСОБІВ

Тараненко О.

Національний університет харчових технологій

Одним із видів активів підприємства, а саме їх необоротної частини, є основні засоби. В економічній літературі існує багато пояснень терміна «основні засоби». Наявність основних засобів на підприємстві, їх моральний та фізичний стан забезпечують ефективну роботу підприємства, а тому дослідження їх сутності не втрачає своєї актуальності.

Бухгалтерська сутність основних засобів розкривається через подвійний запис. Вони входять до складу необоротних активів і показуються в активі балансу і одночасно є складовою власного необоротного капіталу підприємства і відображаються у пасиві балансу, як джерело формування статутного капіталу.

Категорія основних засобів запозичала від категорії основних фондів вартісну сутність, а від засобів праці — споживчу сутність. Тим самим таке з'єднання дає можливість господарській практиці забезпечити єдність вартісного обліку і споживчого аспекту руху і використання засобів праці.

Податковий кодекс розглядає основні засоби як матеріальні активи, у тому числі запаси корисних копалин наданих у користування ділянок надр (крім вартості землі, незавершених капітальних інвестицій, автомобільних доріг загального користування, бібліотечних і архівних фондів, матеріальних активів, вартість яких не перевищує 2500 гривень, невиробничих основних засобів і нематеріальних активів), що призначаються платником податку для використання у господарській діяльності платника податку, вартість яких перевищує 2500 гривень і поступово зменшується у зв'язку з фізичним або моральним зносом та очікуваний строк корисного використання (експлуатації) яких з дати введення в експлуатацію становить понад один рік (або операційний цикл, якщо він довший за рік) [1].

Загальноекономічне визначення основних засобів покладено в основу термінів, які використовуються як для бухгалтерського обліку, так і для оподаткування. При цьому в бухгалтерському обліку прийнято використовувати термін «основні засоби», а для цілей оподаткування — термін «основні фонди». Основні засоби — це матеріальні активи, які підприємство утримує з метою використання в процесі виробництва або постачання товарів, надання послуг, здавання в оренду іншим особам або для здійснення адміністративних і соціально-правових дій, очікуваний строк корисного використання (експлуатації) яких становить більше ніж один рік [2, с. 100].

К. Маркс вже зазначав, що засоби праці протягом усього процесу їх функціонування зберігають свою форму по відношенню до продукту. Після повного фі-

зичного зносу вони йдуть на брукхт та замінюються новими. Для придбання засобів праці необхідно авансувати капітал одразу, але брати участь у обороті цей капітал буде частинами, по мірі зносу засобів праці.

К. Маркс остаточно визначив головну розбіжність між видами капіталу, яка, на його думку, полягає у способі перенесення своєї вартості на виготовлений продукт.

Відповідно до МСБО 16 «основні засоби — це матеріальні активи, якими підприємство володіє з метою їх використання в процесі виробництва, постачання товарів, здійснення послуг, надання в оренду, або для цілей управління, й які, як передбачається, будуть використовуватися протягом більш одного звітного періоду». МСФЗ 16 поширюється на всі види активів, що відповідають даному визначенню, крім лісних угідь і подібних відтворених природних ресурсів. Таке визначення основних засобів, на наш погляд, вдало підкреслює спосіб їх використання, але не враховує всіх ознак, що визначають їх сутність [3].

П(С)БО 7 «Основні засоби» визначає основні засоби як матеріальні активи, які підприємство утримує з метою використання їх у процесі виробництва або постачання товарів, надання послуг, здавання в оренду іншим особам або для здійснення адміністративних і соціально-культурних функцій, очікуваний строк корисного використання (експлуатації) яких більше одного року (або операційного циклу, якщо він довший за рік) [4].

Проведені нами дослідження та вивчення наукового надбання попередників підтверджують неоднозначність поглядів щодо складу та бухгалтерської і економічної сутності основних засобів.

ЛІТЕРАТУРА:

1. Податковий кодекс України (Відомості Верховної Ради України (ВВР), 2011, № 13-14, № 15-16, № 17, ст.112).// [Електронний ресурс] // — Режим доступу: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/2755-17>
2. Демченко Т.А. Дослідження основних концепцій дослідження активів / Т.А. Демченко // Актуальні проблеми економіки. — 2006. — № 3. — С. 97–102.
3. МІЖНАРОДНИЙ СТАНДАРТ БУХГАЛТЕРСЬКОГО ОБЛІКУ 16 (МСБО 16) Основні засоби // [Електронний ресурс] // — Режим доступу: http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/929_014
4. Положення (стандарт) бухгалтерського обліку 7 «Основні засоби» Затверджено наказом Міністерства фінансів України № 92 від 27 квіт. 2000 р. [Електронний ресурс] / Верховна Рада України. — Режим доступу: <http://www.rada.gov.ua>.

Науковий керівник: Осадча Г. Г.

ОБЛІК ВИЛУЧЕНОГО КАПІТАЛУ

Тітарчук Ю.

Національний університет харчових технологій

Вилучений капітал — це фактична собівартість акцій власної емісії (або її часток), які викуплені акціонерним товариством у його акціонерів.

Капітал вилучений — собівартість акцій власної емісії або часток, викуплених товариством у його учасників, та зміни неоплаченого капіталу в результаті збільшення або зменшення дебіторської заборгованості учасників за внесками до статутного капіталу підприємства. Вилучений капітал зменшує величину власного капіталу.

Час від часу акціонерне товариство-емітент викупає свої акції на ринку або в акціонерів. Подібний викуп необхідний для того, щоб:

- мати в наявності акції для розподілу їх серед своїх робітників і службовців;
- підтримати сприятливу кон'юнктуру для акцій підприємства;
- збільшити дохід підприємства на кожну акцію;
- запобігати захопленню контрольного пакета акцій іншими інвесторами.

Результатом придбання власних акцій є скорочення активів і власного (акціонерного) капіталу підприємства. Викуплені акції можуть зберігатися невизначений час, можуть бути випущені повторно або анульовані. Викуплені акції не мають ніякого впливу на формування дивідендів або частку в активах підприємства при його ліквідації.

Викуплені власні акції, як правило, відображаються в бухгалтерському обліку за фактичною собівартістю їх придбання.

Приклад: ВАТ «Попелюшка» викупило 1500 власних акцій, у т. ч. 500 акцій за номіналом (10 грн за кожну акцію), 500 акцій за вартістю нижчою за номінальну вартість (9 грн за кожну акцію), 500 акцій за ціною, вищою за номінальну вартість (12 грн за кожну акцію). Розрахуємо фактичну собівартість викуплених акцій: вона дорівнює $(500 \times 10) + (500 \times 9) + (500 \times 12) = 5000 + 4500 + 6000 = 15500$ (грн).

Тобто підприємство на викуп акцій витратило 15500 грн грошових коштів. На цю суму відбулося зменшення активу і власного капіталу.

Для обліку вилученого капіталу Планом рахунків передбачено рахунок 45 «Вилучений капітал». Цей рахунок є регулюючим щодо рахунка 40 «Статутний капітал».

Вартість викуплених господарським товариством акцій власної емісії у його учасників відображатиметься за дебетом рахунка 45 «Вилучений капітал», а сума вилученого капіталу, що розрахована в наведеному прикладі, відображується на бухгалтерських рахунках таким чином: дебет рахунка 45 «Вилучений капітал»; кредит рахунка 31 «Рахунки в банках».

Як відображується на бухгалтерських рахунках анулювання власних викуплених акцій?

Якщо господарське товариство прийняло рішення не випускати повторно викуплених акцій, воно може, за згодою акціонерів, вилучити їх з обігу. Вилучення акцій повинно знайти відображення на відповідних рахунках руху капіталу.

Якщо вартість викуплених власних акцій, що вилучаються з обігу, менше вартості їх первісного випуску, то різниця відображується за кредитом субрахунку 421 «Емісійний дохід». Якщо вартість таких акцій, що вилучаються з обороту, перевищує їх первісну вартість, то різниця списується на дебет субрахунку 421 «Емісійний дохід» або на дебет субрахунку 443 «Прибуток, використаний у звітному періоді».

Як у першому, так і в другому випадках анульовані акції за їх номінальною вартістю зменшують статутний капітал. При цьому складається бухгалтерська проводка: дебет рахунка 40 «Статутний капітал»; кредит рахунка 45 «Вилучений капітал».

Як відображується на бухгалтерських рахунках повторний випуск в обіг викуплених акцій?

Викуплені акції можуть бути повторно випущені в обіг. Наведемо приклад, згідно з яким ВАТ «Попелюшка» повторно випустило в обіг 500 акцій, викуплених за ціною, нижчою номінальної вартості (9 грн за кожну акцію). Цю операцію відображують на бухгалтерських рахунках так: дебет рахунка 30 «Каса» або 31

«Рахунки в банках»; кредит рахунка 45 «Вилучений капітал». $500 \text{ акцій} \times 9 \text{ грн} = 4500 \text{ грн}$. Коли викуплені власні акції повторно випущені в обіг (продаються) вище за їх ціну, то різниця між продажною вартістю і фактичною собівартістю збільшує власний капітал, а саме емісійний дохід. У нашому прикладі акції реалізовані за ціною 12 грн за кожен акцію, а сума емісійного доходу становитиме $(500 \times 12) - (500 \times 9) = (6000 - 4500) = 1500 \text{ грн}$.

Цю операцію відображують за дебетом рахунків 30 «Каса» або 31 «Рахунки в банках» і кредитом субрахунку 421 «Емісійний дохід».

Якщо викуплені акції випущені повторно нижче їх вартості, то різниця буде відображена за дебетом субрахунку 421 «Емісійний дохід» і кредитом рахунка 45 «Вилучений капітал». Якщо на субрахунку 421 «Емісійний дохід» залишок відсутній, то різниця між фактичною собівартістю випущених у повторний обіг акцій і їх реалізаційною вартістю відноситься на зменшення нерозподіленого прибутку. При цьому складається бухгалтерська проводка: — дебет субрахунку 443 «Прибуток, використаний у звітному періоді»; — кредит рахунка 45 «Вилучений капітал».

ЛІТЕРАТУРА:

1. Огійчук М.Ф. Фінансовий та управлінський облік за національними стандартами: Підручник / М. Ф. Огійчук, В. Я. Плаксієнко, М. І. Беленкова та ін. / За ред. проф. М. Ф. Огійчука. — 6-те вид., перероб. і допов. — К. : Алерта, 2011. — 1042 с.

2. <http://zakon.nau.ua/doc/?uid=1078.21108.0>

3. <http://franchising.ua/slovnik/kapital-vilucheny/175/>

Науковий керівник: Редзюк Т.Ю.

ОСОБЛИВОСТІ ВЕНЧУРНОГО БІЗНЕСУ В УКРАЇНІ

Хоружий Б.

Національний університет харчових технологій

Венчурний бізнес — сфера підприємницької діяльності, пов'язана з реалізацією ризикових проєктів, ризикових інвестицій головним чином у сфері науково-технічних новинок. Цей вид бізнесу пов'язаний з великим ризиком, тому його часто називають ризиковим. Венчурне інвестування як одне з альтернативних форм фінансування має певні недоліки і переваги як для венчурного капіталіста (венчурного інвестора), так і підприємства-реципієнта. Як відомо, венчурне інвестування передбачає вкладення коштів саме у малі або середні та новостворені підприємства. Найбільший ризик для інвестора (венчурного капіталіста) при вкладенні фінансових ресурсів в діяльність таких підприємств зумовлений тим, що немає впевненості в поверненні вкладених коштів та отриманні прибутків, так як певні гарантії в такому фінансуванні взагалі відсутні.

Для підприємства-реципієнта, в свою чергу, негативною стороною такого фінансування є повна або часткова відстороненість від управління підприємством та розподілу його прибутків. Але поряд з недоліками венчурного інвестування є і переваги. Основною з них є можливість венчурного інвестора управляти діяльністю та приймати ключові рішення щодо розвитку підприємства-реципієнта з метою збільшення ринкової вартості такого підприємства. Значні ризики венчурного інвестування зумовлені також і специфікою об'єкта вкладення, зокрема малі та новостворені підприємства характеризуються своєю непублічністю на початкових стадіях розвитку бізнесу.

Незважаючи на наявність високого рівня ризиків, існує позитивний ефект від використання венчурних інвестицій, що зосереджений в таких аспектах, як соціальний (передбачає створення нових робочих місць на підприємствах, що виступають об'єктом вкладення венчурних капіталістів) та економічний (передусім розвиток інновацій та новітніх технологій).

В Україні дещо спотворене розуміння венчурного бізнесу. Згідно зі статтею 7 Закону України «Про інститути спільного інвестування», що вступив в дію 01.01.2014 р., венчурним фондом є недиверсифікований інститут спільного інвестування закритого типу, який здійснює виключно приватне (закрите, тобто шляхом пропозиції цінних паперів заздалегідь визначеному колу осіб) розміщення цінних паперів інституту спільного інвестування серед юридичних та фізичних осіб. Можна сказати, що венчурний капітал в Україні схильний реалізовувати середньоризикові та короткострокові інвестиційні проекти. Інвесторам немає сенсу брати на себе високі ризики інноваційних ідей, адже вони і так мають змогу отримувати високі прибутки.

Основною причиною непопулярності інвестування в новітні технології є відсутність нормативної бази для роботи таких фондів. Вперше на законотворчому рівні функціонування венчурних фондів було передбачено Законом України «Про інститути спільного інвестування (пайові та корпоративні інвестиційні фонди)». Проте в цьому законі йдеться лише про інвестиційні фонди, які проводять діяльність, пов'язану з об'єднанням (залученням) грошових коштів інвесторів із метою отримання прибутку від вкладення їх у цінні папери інших емітентів, корпоративні права та нерухомість, тобто інвестиції в уже існуючий бізнес, або нерухомість.

Венчурні фонди повинні працювати як фонди прямого інвестування і виходити за межі інститутів спільного інвестування. Саме тому фонди, що інвестують в інновації, повинні підпорядковуватися окремому законодавству про фонди прямого інвестування. В законі «Про інститути спільного інвестування» не зазнали суттєвих змін основні поняття, вимоги до створення і функціонування венчурних фондів. Також в українському законодавстві існує заборона для пенсійних фондів і страхових компаній на інвестування до венчурних фондів. Це істотно скорочує потенційну інвестиційну базу для венчурних інвестицій. По суті, джерелами фінансування венчурних фондів в Україні на сьогодні можуть стати або вільні кошти українських фінансово-промислових груп, або кошти закордонних інвесторів (приватні або інституційні). Про масштабну присутність останніх говорити рано, тому що ні репутація української венчурної індустрії, ні українське бізнес-середовище в цілому недостатньо привабливі для них.

Що стосується основних секторів для фінансування венчурним капіталом за кордоном це ІТ, сфера послуг, промислове виробництво, роздрібна і оптова торгівля, фінанси і страхування. Так, згідно даних мережі Бізнесу Німеччини, з більше 100 поданих заявок, основну групу (27%) представляють підприємства у сфері ІТ — розвиток програмного забезпечення, технології безпеки, платформи е-commerce, VOIP. Друге місце (24%) займає фармакологія, біотехнологія і медична техніка, а третє — сфера послуг (13%). Також подані заявки на фінансування проектів у сфері автомобільної і авіаційної промисловості, засобів масової інформації, харчової і переробляючої промисловості. У Україні і Росії капітал вкладається не у високі технології, як на Заході, а в проекти, що швидко окупаються. Так, 27% засобів венчурних фондів, що працюють в Росії і Україні, було направлено в харчову промисловість, 9% — у медицину і фармацевтику, 5% — у упаковку, а у високотехнологічну сферу телекомунікацій — лише 25%. Тим часом більшість крупних корпорацій вже пішли по шляху створення власних венчурних фондів.

Венчурний бізнес в Україні потребує підтримки з боку держави. Саме вона перш за все повинна бути зацікавлена в тому, щоб венчурний бізнес запрацював на повну потужність. Участь уряду у процесі венчурного інвестування має велике значення, тому що така участь:

- демонструє бажання й здатність держави розділити ризики з комерційними інвесторами;
- демонструє розуміння державою необхідності збереження національних приватних капіталів на ринку своєї країни;
- стимулює залучення в реальний сектор економіки коштів пенсійних фондів і страхових компаній.

ЛІТЕРАТУРА:

1. Долгова Л.І. Проблеми та шляхи розвитку венчурного бізнесу в Україні [Електронний ресурс]. — Режим доступу : www.kneu.kiev.ua/data/3-rkeowgj.doc.
2. Офіційний сайт Української асоціації інвестиційного бізнесу [Електронний ресурс]. — Режим доступу : <http://www.uaib.com.ua>.
3. Стариченко О. Особливості та можливості венчурних інвестиційних фондів в Україні / О. Стариченко // Фінансовий ринок України. — 2012. — № 5.

Науковий керівник: Овдій О.В.

ЗМІНИ В ОПОДАТКУВАННІ ЗАРОБІТНОЇ ПЛАТИ

Шкапо І.

Національний університет харчових технологій

В умовах ринкової економіки заробітна плата є важливою характеристикою ринку праці, визначається умовами цього ринку і одночасно її рівень визначає попит на працю і її пропозицію. Заробітна плата поєднує інтереси та потреби працівників, роботодавців та держави, тобто визначає ефективність соціально-трудових відносин.

У зв'язку з воєнними діями в Україні тимчасово запроваджено загальнодержавний військовий збір, який дозволить збільшити надходження до бюджету, покращити фінансування потреб Збройних Сил, а також скоротити видатки на держапарат. Ставка військового збору становить 1,5% від об'єкта оподаткування. Диференціації за рівнем доходу не передбачено. Оподаткуванню військовим збором підлягають доходи у формі заробітної плати, інших заохочувальних та компенсаційних виплат або інших виплат і винагород, які нараховуються (виплачуються, надаються) платнику у зв'язку з трудовими відносинами та за цивільно-правовими договорами (виграшу в державну та недержавну грошову лотерею, виграшу гравця (учасника), отриманого від організатора азартної гри) без вирахування сум ПДФО, ЄСВ, страхових внесків до Накопичувального фонду, у випадках, передбачених законом, тощо.

Платниками військового збору є фізичні особи — резиденти, які отримують доходи як із джерела їх походження в Україні, так і іноземні доходи; а також фізична особа — нерезидент, яка отримує доходи з джерела їх походження в Україні. Тому варто звернути увагу, що фізичні особи, котрі не є громадянами України, але одержують заробітну плату на теренах нашої країни, також сплачують військовий збір.

Стосовно лікарняних слід зазначити, що виплати по листках непрацездатності з метою обкладення ПДФО прирівнюються до зарплати. Оплата перших п'яти днів тимчасової непрацездатності й допомоги з тимчасової непрацездатності з метою нарахування військового збору прирівнюється до зарплати. Саме тому з лікарняних, нарахованих після 03.08.2014 р., військовий збір утримується.[3]

Важливим нюансом також є те, що на доходи фізичних осіб, нарахованих до 03.08.2014 р., а виплачених після 03.08.2014, військовий збір не нараховується. Ст.58 Конституції України визначено, що закони та інші нормативно-правові акти не мають зворотної дії в часі, крім випадків, коли вони пом'якшують або скасовують відповідальність особи. Тож банки не вправі вимагати платіжне доручення на перерахування військового збору під час оплати зарплатних виплат, які нараховані до 03.08.2014 р., а виплачуються після цієї дати.

У випадку, коли податковий агент нарахував дохід, але не виплатив його, військовий збір потрібно перерахувати до бюджету у строки, установлені Податковим кодексом для місячного податкового періоду, тобто не пізніше 30 числа місяця, наступного за місяцем нарахування доходу (пп. 49.18.1, п. 57.1, пп. 168.1.5 Податкового кодексу). Якщо ж ідеться про доходи, які особа отримує від контрагента, який не виступає в ролі податкового агента (наприклад, винагорода за цивільно-правовим договором, отримана від фізичної особи, яка не зареєстрована підприємцем), тоді такий платник самостійно сплачує військовий збір. Сума збору, яку треба буде сплатити до бюджету за 2014 рік, визначається за даними Податкової декларації про майновий стан і доходи.

Військовий збір слід обліковувати на субрахунку 642 «Розрахунки за обов'язковими платежами». Оскільки новації провели, як завжди, несподівано, окремого рахунка для відображення військового збору в Плані рахунків бухгалтерського обліку активів, капіталу, зобов'язань і господарських операцій підприємств і організацій, затвердженому наказом Мініфіну України від 30.11.1999 р. № 291, не передбачено. Отже, у бухгалтерському обліку слід використовувати субрахунок 642. Відповідно до Інструкції про застосування Плану рахунків бухгалтерського обліку активів, капіталу, зобов'язань і господарських операцій підприємств і організацій, затвердженої наказом Мініфіну України від 30.11.1999 р. № 291, на субрахунку 642 ведеться облік розрахунків за зборами (обов'язковими платежами), які справляються відповідно до чинного законодавства й облік яких не ведеться на рахунку 65 «Розрахунки зі страхування».[2]

ЛІТЕРАТУРА:

1. Закон України від 31 липня 2014 року №1621 «Про внесення змін до Податкового Кодексу України та деяких інших законодавчих актів»
2. Інструкція про застосування Плану рахунків бухгалтерського обліку активів, капіталу, зобов'язань і господарських операцій підприємств і організацій, затвердженої наказом Мініфіну України від 30.11.1999 р. № 291
3. <http://www.interbuh.com.ua/ua/documents/onenews/44820>

Науковий керівник: Духновська Л.М.

СЕРТИФІКАЦІЯ БУХГАЛТЕРІВ НА СУЧАСНОМУ РІВНІ РОЗВИТКУ

Щербина О.С.

Національний університет харчових технологій

На сьогоднішній день дуже поширено застосовується сертифікація бухгалтерів. Більшість бухгалтерів проходять курси підвищення кваліфікації та отримують сертифікати, які підтверджують високий рівень знань та досвіду у сфері бухгалтерського обліку.

Бухгалтери ведуть облік на підприємстві, формують фінансову, статистичну та податкову звітність, користувачі якої приймають управлінські рішення на підставі даної інформації. Облікова інформація має відповідати низці вимог та принципів, якісним характеристикам, тому обліковці повинні мати високу кваліфікацію, використовувати сучасні технології, щоб задовольнити повністю вимоги користувачів облікової інформації.

Таким чином, сертифікація бухгалтера потрібна для більшої впевненості користувачів фінансової інформації в її надійності.

Нерідко з приводу сертифікації ставлять запитання: навіщо ж тоді потрібні дипломи й навчання у вищому навчальному закладі? Вищий навчальний заклад дає випускникові знання і певний кругозір, але професійним бухгалтером він стане, набувши відповідного практичного досвіду. Звідси, сертифікація бухгалтера — це спосіб визнання його високого професійного рівня. Сертифікат професійного бухгалтера є ланкою у післядипломному навчанні бухгалтера.

Як правило, програма сертифікації бухгалтерів складається з декількох етапів. Перший етап — це навчання, яке кожен бухгалтер може освоїти як самостійно, так і за допомогою центрів навчання, які надають послуги навчання та підготовки до іспитів. Другий етап — іспити, які організовують та проводять незалежні екзаменаційні мережі. Останній, третій, етап — це видача сертифікатів, яку проводять професійні об'єднання бухгалтерів. Така система є гарантією незалежного підтвердження професійних навичок та компетенції спеціаліста.

Сертифікація бухгалтерів у всьому світі є важливою складовою цієї професії, а в багатьох країнах навіть обов'язковою для практикуючих бухгалтерів, що пов'язано з підвищеною соціальною відповідальністю даної професійної сфери. Кожному керівнику, власнику підприємства, роботодавцю потрібно мати впевненість та гарантію, що спеціаліст має високий рівень сучасних знань та практичних навичок, що допоможе збільшенню засобів підприємства. Таку впевненість на ринку праці дають професійні об'єднання, які на підставі незалежних та суворих іспитів сертифікують своїх членів, підтверджують їх здатність вирішувати складні задачі, гарантують, що спеціалісти постійно підвищують свій професійний рівень.

Окрім міжнародної сертифікації в Україні діє Національна сертифікація бухгалтерів України. Це загальнонаціональна програма по фінансовому обліку, яка сприяє розвитку та вдосконаленню знань та навичок формування та використання облікової інформації для кращого забезпечення потреб управління підприємством. Завданням національної сертифікації є розвиток та вдосконалення знань фінансового обліку, виходячи з діючих Національних положень (стандартів) бухгалтерського обліку та існуючої облікової практики в Україні.

Сертифікат професійного бухгалтера дає впевненість як спеціалісту, так і роботодавцю. Спеціаліст отримує знання та навички їх використання, стає більш впевненим у своїх знаннях та професійних навичках, а роботодавець — у професіоналізмі свого персоналу і, як результат, в успішності бізнесу. До того ж роботодавцю легше знайти відповідні фінансові та бухгалтерські кадри, а спеціаліст може претендувати на вищу заробітну плату та кар'єрний ріст, адже його знання підтвердженні незалежним об'єктивним оцінюванням.

Сертифікація бухгалтерів — перший крок до міжнародного визнання кваліфікації українських бухгалтерів і відповідає курсу України на інтеграцію в Євросоюз.

Сертифікація бухгалтерів є важливою складовою розвитку бухгалтерського обліку в Україні, оскільки сприяє: зростанню кваліфікації бухгалтерів і престижу професії; зниженню рівня ризику для учасників фондового ринку і фінансових інститутів; гармонізації української системи професійної підготовки бухгалтерів з міжнародними стандартами; підвищенню ефективності системи корпоративного управління; посиленню контролю за дотриманням норм професійної етики бухгалтерів і аудиторів.

Для певної категорії бухгалтерів може бути запроваджена обов'язкова сертифікація. Сертифікацію бухгалтерів і аудиторів повинні здійснювати професійні організації при взаємодії з відповідними державними органами.

ПОСИЛЕННЯ РОЛІ ЗВІТНОСТІ В ІНФОРМАЦІЙНОМУ ЗАБЕЗПЕЧЕННІ УПРАВЛІННЯ СУЧАСНИМ ВИРОБНИЧИМ ПІДПРИЄМСТВОМ

Яковенко І.

Національний університет харчових технологій

Ефективність управління будь-яким економічним процесом залежить передусім від якості одержаної інформації, цінність якої визначається придатністю комплексно характеризувати діяльність складних за своєю структурою об'єктів, зокрема сучасних підприємств. Носієм інформації про фінансовий стан підприємства є звітність.

В реальній управлінській діяльності підприємств інформація у складі фінансової, статистичної та податкової звітності — це традиційні ключові інформаційні джерела, які необхідно розширити та поглибити шляхом модернізації обліку та інтегрування всіх видів облікової інформації в єдиний блок.

Слід зауважити, що особливого значення в умовах глобалізаційних процесів в економіці набуває нефінансова звітність підприємства. Це звіти компаній, що містять інформацію не тільки про результати операційної, фінансової, інноваційно-інвестиційної діяльності, але й соціальні і екологічні показники підприємства. Нефінансова звітність є публічною і спрямована передусім на інформування зацікавлених сторін і груп економічного впливу (акціонерів, персоналу, партнерів, клієнтів і суспільство) щодо того, наскільки підприємство враховує інтереси останніх.

Крім того, сучасний менеджмент потребує актуальної та оперативної інформації з високим ступенем релевантності. В цьому зв'язку, враховуючи динамічне середовище функціонування підприємства з певними загрозами, правомірно вва-

жати, що до встановлених законодавчо принципів бухгалтерського обліку і фінансової звітності доцільно додати наступні: адаптивності; релевантності інформації; взаємозв'язку внутрішніх і зовнішніх факторів; комплексного охоплення; внутрішнього застосування; ефекту синергії.

Сучасні інформаційно-комунікаційні технології мають великий потенціал для забезпечення ефективного управління стратегічним розвитком вітчизняного виробництва на — макро та мікрорівнях. Досконала та об'єктивна облікова інформація в цих технологіях виступає вагомою складовою. Тому потреба в новітній синергетичній парадигмі трансформації теорії та практики бухгалтерського обліку особливо посилилась в нинішніх умовах, коли активізувались процеси глобалізації економіки.

Слід зауважити, що в аспекті побудови бухгалтерського обліку як постачальника облікової інформації системі управління суб'єктами господарювання синергізм обумовлює зростання ефективності інформації системи управління. Можливість використання синергії щодо бухгалтерського обліку аналізувалася ще в минулому столітті професором Кузьмінським А.М., який наполягав у 1970 році на необхідності обліковій системі мати ознаки синергізму, який означає більш високий здобуток обліку в цілому, ніж його окремих частин. В цьому зв'язку заслуговує на увагу науковий пошук багатьох вітчизняних вчених щодо зміни практичного уявлення про бухгалтерський облік не лише як сервісну функцію, що забезпечує прийняття управлінських рішень на різних рівнях, не лише як про систему прикладних наукових знань, але й як теоретичну науку, здатну пояснювати через систему бухгалтерського обліку вплив інститутів глобального середовища на формування інформаційних потоків, на «поведінку» капіталу та організацій (підприємств).

Слід зауважити, що в зв'язку з процесами глобалізації економіки новою ідеологією є побудова універсальної системи бухгалтерського обліку в глобальному світі та участь у цьому і України. Так, науковці пов'язують майбутню модель бухгалтерського обліку з прерогативою запитів до нього від національних та міжнародних інституцій, що забезпечуватимуть Концепції сталого розвитку економіки у світовому вимірі на основі сучасної інституційної економічної теорії та вимог глобалізаційної економіки. Законодавство зі сталого розвитку мають всі розвинуті країни. В Україні також підготовлено Стратегію та Законопроект «Основні засади сталого розвитку України на 2010-2020 роки», за якими сталий розвиток — це процес розбудови світу та держав на основі узгодження і гармонізації економічної, соціальної й екологічної складових, змін у підходах до експлуатації ресурсів, напряду капіталовкладень, технічного розвитку та інституціональних змін, з метою задоволення потреб сучасних та майбутніх поколінь.

Однак, побудова моделі розвитку глобальної системи бухгалтерського обліку, виходячи із еволюції запитів до його інформації, це стратегія трансформації теорії і практики бухгалтерського обліку. Тому, як показало дослідження, на нинішньому етапі найбільш раціональним доцільно вважати поетапний розвиток облікової інформаційної системи в автоматизованому процесі стратегії зростання підприємства та задоволення інформаційних запитів, пов'язаних з реагуванням підприємства на глобалізаційні процеси в економіці. Оптимальна кількість облікових бізнес-процесів підприємства в залежності від розміру підприємства включає такі підсистеми: облік грошових коштів; бухгалтерського (фінансового) і по-

даткового обліку; обліку руху готової продукції, товарів (логістика); розподіл та управління витратами і собівартістю реалізованої продукції; єдиний комплекс консолідованих даних по підприємству в цілому.

ЛІТЕРАТУРА:

1. Голов, С.Ф. Бухгалтерський облік та фінансова звітність за міжнародними стандартами: навч. посіб./ С.Ф. Голов, В.М.Костюченко. — Х.: Фактор, 2013. — 1072 с.

2. Жук, В.М. Бухгалтерський облік: шляхи вирішення проблем практики і науки: монографія / В.М.Жук. — К.: ННЦ «Інститут аграр. екон.», 2012. — 454 с.

Науковий керівник : Темчишина Ю.Л.

УПРАВЛІНСЬКИЙ ОБЛІК В ОБЛІКОВІЙ ПОЛІТИЦІ ПІДПРИЄМСТВА

Ялигіна М.

Національний університет харчових технологій

Формування облікової політики — одне з найважливіших питань організації бухгалтерського обліку на кожному підприємстві. У нормативних документах, які регулюють облік відповідних об'єктів, передбачено декілька варіантів вирішення певних облікових питань [1, с.26]. Згідно п. 1.2. Методичних рекомендацій щодо облікової політики підприємства затверджених Наказом Міністерства фінансів України від 27 червня 2013 р. № 63 підприємство самостійно на основі національних положень (стандартів) бухгалтерського обліку та інших нормативно-правових актів з бухгалтерського обліку визначає за погодженням з власником (власниками) або уповноваженим ним органом (посадовою особою) відповідно до установчих документів облікову політику підприємства, а також зміни до неї [3].

Облікова політика — це не просто сукупність способів ведення обліку, обраних відповідно до умов господарювання, а й вибір методики обліку, яка дає змогу використовувати різні варіанти відображення фактів господарського життя. В широкому розумінні її можна визначити як управління обліком, а у вузькому — як сукупність способів ведення обліку (вибір підприємством конкретних методик ведення обліку) [3, с.51].

Стосовно до управлінського обліку облікова політика підприємства — це прийнята ним сукупність способів ведення обліку, калькулювання собівартості продукції (робіт, послуг) і складання внутрішньої звітності з метою контролю та управління діяльністю підприємства.

На вибір і обґрунтування облікової політики з управлінського обліку вирішальний вплив роблять ті ж фактори, що і на облікову політику для цілей бухгалтерського фінансового обліку (організаційно-правова форма організації, галузева приналежність, вид діяльності, масштаби діяльності, управлінська структура підприємства та структура бухгалтерії фінансового та управлінського обліку, фінансова стратегія підприємства, матеріальна база, ступінь розвитку інформаційної системи на підприємстві, в тому числі управлінського обліку, рівень кваліфікації працівників, що займаються управлінським обліком).

Крім того, беруть до уваги такі завдання як: рівень розвитку управлінського обліку на підприємстві, наявність обґрунтованих норм і нормативів використання ресурсів, діючі та плановані до впровадження системи контролю використан-

ня ресурсів, системи матеріального стимулювання працівників за кінцеві результати їх діяльності та інші особливості діяльності підприємства.

Бухгалтерський облік регламентований, а управлінський облік спирається виключно на внутрішньофірмові стандарти. Ця відмінність істотно впливає на обсяг і вимоги, пропоновані до бухгалтерської та управлінської облікової політики.

Основна мета бухгалтерської облікової політики — документально оформити вибраний підприємством спосіб ведення обліку в рамках українських П(С)БО. Управлінська облікова політика набагато ширша. При розробці управлінської облікової політики можна використовувати досвід фахівців компанії, що займаються веденням управлінського обліку, а також найкращий світовий досвід, відбитий в міжнародних стандартах фінансової звітності, головний принцип якої — «переважання сутності на формою», який підходить цілям управлінського обліку.

Наприклад, при виборі способів оцінки в управлінському обліку може бути використана оцінка за справедливою вартістю, коли до обліку приймається реальна ринкова вартість ресурсу (основного засобу, нематеріальних активів, запасів, зобов'язань), а не його балансова вартість. Або співвіднесення витрат з їх носієм, а не з періодом їх виникнення. Так, в бухгалтерському обліку витрати відносяться до періоду їх виникнення, а в управлінському обліку ми можемо прямо віднести витрати до джерела їх виникнення — або до центру фінансової відповідальності, або до конкретної угоди.

При цьому затверджуються: варіанти обліку та оцінки об'єктів обліку; робочий план рахунків управлінського обліку; форма первинних документів і облікових реєстрів, використовуваних в управлінському обліку; форми звітів центрів витрат і центрів відповідальності; перелік центрів витрат і центрів відповідальності; методи калькулювання собівартості продукції для відповідних центрів витрат і центрів відповідальності; трансфертні ціни; правила документообігу і технологія обробки облікової інформації; порядок контролю господарських операцій; інші рішення, необхідні для організації управлінського обліку.

Прийнята облікова політика підлягає оформленню відповідної організаційно-розпорядчою документацією (наказами, розпорядженнями і т.п.) підприємства.

Способи управлінського обліку, обрані організацією при формуванні облікової політики, застосовуються з 1 січня року, наступного за роком затвердження відповідного організаційно-розпорядчого документа.

Грамотно прописана бухгалтерська та управлінська облікова політики допоможуть оптимально організувати облік і заощадити матеріальні та трудові ресурси підприємства.

ЛІТЕРАТУРА:

1. Маренич Т.Г. Бухгалтерський облік в агроформуваннях: підручник/ Т.Г. Маренич. — К.: Професіонал, 2005. — 891 с.

2. Методичні рекомендації щодо облікової політики підприємства затверджені Наказом Міністерства фінансів України від 27 червня 2013 р. № 63 [Електронний ресурс] — Режим доступу: http://www.minfin.gov.ua/control/uk/publish/article?art_id=382876&cat_id=293536/

3. Бутинець Ф.Ф. Організація бухгалтерського обліку: Підруч. для студ. спец. «Облік і аудит» вищ. навч. закл. / За ред. Ф. Ф. Бутиця. — 3-є вид., доп. і перероб. — Житомир: ПП «Рута», 2002. — 592 с.

Науковий керівник: Осадча Г.Г.

2

СЕКЦІЯ

**ПРОБЛЕМИ
СУЧАСНОГО
МАРКЕТИНГУ ТА
ТОРГОВЕЛЬНОГО
ПІДПРИЄМНИЦТВА**

Голова секції — д-р.екон.наук, проф. О.П. Сологуб
Секретар секції — асистент О.О. Лелека

БЕНЧМАРКІНГ ЯК ІНСТРУМЕНТ КОНКУРЕНТНОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

Авраменко І.

Національний університет харчових технологій

Останнім часом все більшої популярності набувають нові напрямки сучасного маркетингу (маркетинг взаємодії, стратегічна орієнтація маркетингу тощо). Одним з найбільш ефективних вважається бенчмаркінг.

Бенчмаркінг (англ. benchmarking) — це процес пошуку стандартного чи еталонного економічно ефективнішого підприємства-конкурента з метою порівняння з власним та переймання його найкращих методів роботи.

Сам термін бенчмаркінг, який характеризує самостійний вид діяльності, з'явився у 70-і роки двадцятого століття. Родоначальниками бенчмаркінгу вважають японців, що навчилися ідеально «копіювати» чужі технічні та управлінські рішення. В Японії benchmarking близький за змістом до японського слову dantotsu, що означає «зусилля, занепокоєння, турбота кращого (лідера) стати ще кращим (лідером)».

У центрі уваги бенчмаркінгу — питання: чому інші працюють успішніше, ніж ми? Основний зміст бенчмаркінгу полягає в ідентифікації відмінностей з порівнюваним аналогом (еталоном), визначення причин цих відмінностей та виявлення можливостей щодо вдосконалення об'єктів бенчмаркінгу.

Об'єктами бенчмаркінгу можуть бути: методи, процеси, технології, якісні параметри продукції, показники фінансово-господарської діяльності підприємств (структурних підрозділів).

Розрізняють такі види бенчмаркінгу: внутрішній, стратегічний, глобальний, бенчмаркінг зорієнтований на конкурентів, функціональний бенчмаркінг та бенчмаркінг процесу.

Аналіз літературних джерел показує, що успішна реалізація бенчмаркетингу повинна включати в себе такі етапи:

Виділення функціональних ділянок для аналізу;

Визначення факторів і показників, які аналізуються;
Відбір лідерів ринку в галузі і поза нею;
Збирання та оцінка показників лідерів за вибраними чинниками;
Порівняння показників;
Розробка програм дій для ліквідації розривів;
Впровадження і моніторинг.

Прикладом успішного використання бенчмаркінгу є Innova Europe, яка розробила власну консалтингову практику бенчмаркінгу на основі 4-етапної моделі. В основі цієї моделі лежить цикл IVEM (ідентифікація, перевірка, техніка, моніторинг — ідентифікація, валідація, інженерний аналіз і моніторинг); в свою чергу, модель будується на 4-х кроках:

- визначення сфер/бізнес-процесів, які підлягають бенчмаркінгу;
- виявлення бенчмарка, з яким буде порівняння;
- розбиття на складові частини сфер/бізнес-процесів, які підлягають бенчмаркінгу;
- застосування циклу IVEM.

Перший крок консалтингової практики бенчмаркінгу — визначення сфер/бізнес-процесів, які підлягають бенчмаркінгу. Визначивши область для дослідження, потрібно знайти бенчмарк — зразок для порівняння.

Третій крок у даній методології — розбиття на складові частини сфер/бізнес-процесів, які підлягають бенчмаркінгу. Корисним інструментом для цього є створення блок-схеми процесу, що представляє всі його стадії.

Останнє за рахунком, але не за важливістю — застосування бенчмаркінгового циклу IVEM, що складається з ідентифікації, валідації, інженерного аналізу та моніторингу відібраних зразків або потенційних бенчмарків. Ці відібрані зразки або потенційні бенчмарки стануть істинними, або справжніми бенчмарками після того, як вони пройдуть валідацію та інженерний аналіз (процеси, що лежать в основі цих зразків, будуть розбиті на логічні послідовні кроки). Акцент робиться на те, яким чином був досягнутий даний зразковий результат. Отримати користь з уроків бенчмаркінгу організація може тільки шляхом аналізу, структуризації та інжинірингу процесів, які лежать в основі обраного бенчмарка.

Кожне підприємство, щоб зберегти конкурентоспроможність, повинне постійно вдосконалювати свої характеристики та параметри. У сьогоdnішніх умовах глобальної конкуренції, що дедалі посилюється, навіть ринковий лідер не може собі дозволити «спочивати на лаврах».

Одним з найефективніших інструментів, що дає можливість підприємству постійно нарощувати продуктивність, покращувати якість своєї роботи, бути попереду конкурентів, є бенчмаркінг. Бенчмаркінг може використовуватись як важіль, здатний зламати заковану структуру організації, стиль ведення бізнесу, орієнтуючись, зокрема, на кращі результати інших підприємств.

ЛІТЕРАТУРА:

1. Довгань Л.Є. Стратегічне управління / Л.Є. Довгань, Ю.В. Каракай, Л.П. Артеменко — К.: Центр учбової літератури, 2009. — 440 с.
2. Терещенко О.О. Фінансова діяльність суб'єктів господарювання / О.О. Терещенко — К.: КНЕУ, 2003. — 554 с.

3. Тепла М. Бенчмаркінг як інструмент вдосконалення бізнесу: суть, види та особливості проведення / М. Тепла, І. Дячок // Вісник Львів. — 2010. — № 44. С. 595–605.

Науковий керівник: Семененко К.Ю.

СУТЬ СТРАТЕГІЇ «БЛАКИТНОГО ОКЕАНУ»

Білодідова Н.

Національний університет харчових технологій

Весь ринковий простір розділяється на 2 «океани» — «червоний» та «блакитний». В «червоних океанах» кордону галузі визначені й узгоджені, а правила конкурентної гри всім відомі. Гравці на цьому ринку намагаються перевершити своїх суперників, щоб перетягти на себе більшу частину існуючого попиту. По мірі того як конкуренція росте і ринок звужується, можливостей зростання і отримання прибутку стає все менше. Продукція перетворюється в океан, а підприємства образно «ріжуть» конкурентів, заливаючи «червоний океан» «кров'ю».

«Блакитні океани», навпаки, позначають незаймані ділянки ринку, вимагають творчого підходу, дають можливість росту й отримання прибутку. Хоча деякі блакитні океани створюються за межами запропонованих меж галузі, більшість з них все ж виникають всередині «червоних океанів», розширюючи вже існуючі межі галузі.

В «блакитних океанах» конкуренція нікому не загрожує. В «червоних океанах» завжди найважливіше — це вміння пливти, обганяючи своїх конкурентів.

В «блакитних океанах» попит створюється, а не відвойовується. Тут найбільші можливості для швидкого і прибуткового зростання. Наприклад, канадський цирк Cirque du Soleil за останні десять років підвищив свої доходи в двадцять два рази при дуже несприятливому зовнішньому середовищі. [4]

«Блакитні океани» — це не технологічні інновації. Передові технології іноді задіяні в створенні «блакитних океанів», але не є їх відмінною рисою. Це стосується і технологічних індустрій. «Блакитні океани» часто створюють старі гравці, при цьому в межах свого основного бізнесу. Наприклад, Chrysler і GM були визнаними компаніями, коли створили «блакитні океани». Дослідження показали, що більшість «блакитних океанів» створені всередині, а не за межами червоних океанів вже існуючих галузей. «Блакитні океани» знаходяться поруч з вами в кожній індустрії. [1, с.4]

Стратегія «блакитних океанів» настільки сильна, що може створити бренд, який буде жити десятиліття. Можна згадати Ford (Модель Т), Chrysler (мінівен), IBM (електронний комп'ютер). Керівники цих компаній можуть підтвердити, що ключем до створення нового ринкового простору є не великі бюджети на наукові розробки, а правильні стратегічні дії. Тобто створення «блакитного океану» — це продукт стратегії і багато в чому продукт управлінських дій [2].

В літературі зустрічаються наступні способи створення «блакитних океанів»:

1. В якості конкурентів сприймати не тільки компанії, що працюють в тій самій галузі, а й підприємства з альтернативних галузей;
2. Аналіз ланцюгів покупців;
3. Прогнозування можливого розвитку ринку і передбачення можливості для створення «блакитного океану».

4. Змінити існуючі особливості бізнесу настільки, щоб споживач вирізняв його як щось унікальне.[3].

Ефективна стратегія «блакитного океану» володіє трьома важливими якостями: фокус — не потрібно бути кращим в світі, потрібно бути неперевершеним хоч би в чому (чомусь одному), відмінність — крива цінності, яку створює компанія, повинна значно відрізнятися від типової для галузі цінності, а також привабливий девіз, коротко і емко відображає суть стратегії. Без цих якостей стратегія компанії може стати заплутаною, нечіткою, її важко буде просувати при наявності високого рівня витрат

Коли кривій цінності компанії не вистачає фокусу, структура її витрат, швидше за все, буде незбалансованою, а бізнес-модель в галузі впровадження та реалізації — складної. [1, с. 42]

Стратегію «блакитного океану» потрібно вибудовувати в такій послідовності: корисність для покупця — ціна — витрати — впровадження. П'ятдесят відсотків успіху залежить від хорошої ідеї, інше — від людей.

Одна з основних проблем, з якими компанії стикаються при впровадженні, — опір ідеї. Тому перш ніж починати інвестувати в нову ідею, слід подолати подібні страхи, інакше це може дорого обійтися компанії. Підприємство повинне зняти загрози, що виникли, щоб ніхто не залишився в програші, незважаючи на зміну ролей, обов'язків і винагород. [4]

«Блакитні» і «червоні океани» завжди співіснували і завжди будуть. Нині поняття конкуренції в межах «червоного океану» оволоділо стратегіями, як у теорії, так і на практиці, що також збільшує необхідність створення «блакитного океану». Настав час віддати належне обом стратегіям. Тому що, хоча стратегії «блакитних океанів» були завжди, вони в більшості створювались несвідомо. Але як тільки корпорації усвідомлять, що в основі стратегій «блакитних» і «червоних океанів» лежить інша логіка, вони будуть здатні створити набагато більше в майбутньому.

ЛІТЕРАТУРА:

1. Чан Кім. Стратегія голубого океана. / Чан Кім, Рене Моборн. — М: Ніппо. — 2005. — 272 с.
2. Стратегія блакитного океану.[Електронний ресурс]/Чан Кім у співпраці з Рене Моборн. — Режим доступу: <http://innovations.com.ua/ua/articles/13474/temp>
3. Стратегія «Блакитного океану» як інструмент досягнення лідерства компанії.[Електронний ресурс]/ Сорока І.Б. — Режим доступу: <http://intkonf.org/soroka-ib-strategiya-blakitnogo-oceanu-yak-instrument-dosyagnennya-liderstva-kompaniyi>.
4. Чан Кім: від багряного океану до блакитного.[Електронний ресурс] — Режим доступу: <http://innovations.com.ua/ua/interview/13303/temp>

Науковий керівник: Семененко К.Ю.

ПЕРЕВАГИ ТА НЕДОЛІКИ ВСТУПУ УКРАЇНИ ДО ЄВРОСОЮЗУ

Богданович Л.

Національний університет харчових технологій

Вступ України до Європейського Союзу (ЄС) є стратегічною метою зовнішньої політики України. Економічна привабливість Євросоюзу для України поля-

гає насамперед у можливості долучитися до високої культури ефективного ринкового господарювання і підняти до такого ж рівня власну економіку.

Середньорічні темпи приросту ВВП у країнах ЦСЄ за період їх членства в ЄС (2005–2012 рр.) виявилися значно нижчими, ніж за такий самий період до вступу в ЄС (1997–2004 рр.). Особливо великі втрати динаміки відчували країни Балтії, Словенія та Угорщина. За вісім років до вступу в ЄС ці країни мали середньорічні темпи приросту ВВП від 4 до 7%, а після вступу — від 0,4 до 4%. Греція за 20 років до вступу в ЄС мала середньорічний приріст ВВП (6,8%) навіть кращий, ніж країни євроспільноти у форматі того періоду. Однак після набуття членства в ЄС економіка Греції перші 10 років ледве зводила кінці з кінцями: приріст ВВП за період із 1981-го по 1990 р. становив усього 0,7%. Сьогодні Греція переживає ще більший економічний спад, ніж після свого вступу в ЄС. Отже, негативні наслідки вступу в ЄС можуть мати як короткочасний, так і тривалий характер [2].

За оцінками експертів проєвропейської орієнтації, від впровадження Угоди про ЗВТ між ЄС та Україною остання може отримати чималі переваги:

- макроекономічна стабільність: завершення бюджетної реформи, забезпечення незалежності Національного банку України, створення системи ефективного нагляду за фінансовим сектором дозволять Україні наблизитись до виконання зазначеної умови, використовуючи досвід, фінансову та технічну допомогу ЄС;

- збільшення продуктивності економіки: вільний рух товарів, послуг і капіталів між Україною та ЄС. Участь України у спільному європейському ринку буде наслідком підвищення конкурентоспроможності української продукції та збільшення продуктивності виробництва. Джерелом збільшення продуктивності має стати вільний доступ до капіталу і новітніх технологій;

- збільшення обсягів торгівлі між Україною та ЄС: збільшення населення ЄС до 500 млн споживачів призведе до створення найбільшого споживчого ринку в Європі;

- вільне пересування робочої сили в межах ЄС: внаслідок цього зростатиме продуктивність праці в Україні, збільшуватиметься реальна заробітна плата;

- скасування субсидування експорту сільськогосподарської продукції з ЄС до України.

Негативні наслідки виконання Україною критеріїв членства:

- із відкриттям для європейських товаровиробників вільного доступу на українські ринки, українські товаровиробники можуть втратити частину національного ринку, натомість не отримавши змоги, через свою низьку конкурентноздатність, закріпитися на європейських ринках;

- від запровадження європейських норм регулювання економіки можуть постраждати окремі галузі української економіки, передусім сільське господарство, харчова та легка промисловість тощо. Дотації навряд чи будуть передбачені в аналогічному розмірі для українських аграріїв, чия продукція може бути взагалі не допущена на ринки ЄС, а обсяги її виробництва в Україні буде примусово знижено без відповідної компенсації; обмеження доступу українських товарів на європейські ринки під приводом їх невідповідності європейським стандартам і сертифікатам [1].

Обговорення вигод від створення Зони вільної торгівлі з ЄС не може бути відокремленим від оцінки витрат, які пов'язані з реалізацією відповідних домовле-

ностей. По-перше, мова йде про потенційні витрати, пов'язані із забезпеченням виконання зобов'язань України, серед інших, про можливі витрати, зумовлені регуляторною адаптацією. Очевидно, що Україні доведеться істотно змінювати свою політику та інститути для забезпечення узгодженого рівня наближення національного законодавства до законодавства ЄС. Фінансовий тягар варіюється від країни до країни, але не можна знехтувати і загальними витратами, пов'язаними з прийняттям законодавства. Цей аспект вимагає особливої уваги, оскільки адміністративний потенціал та потенціал примусу виконання законів в Україні є досить низьким.

Разом із подальшим скороченням тарифних бар'єрів для всіх товарів за межами зобов'язань України перед СОТ, Угода про вільну торгівлю повинна передбачати значне коригування нормативно-правової бази, особливо у сфері технічних бар'єрів, а також у процедурах митного оформлення.

Що стосується безпеки харчових продуктів, ветеринарних і фітосанітарних стандартів, а також охорони здоров'я та захисту прав споживачів, то ці питання є дуже важливими для України, оскільки експортери продукції тваринництва страждають від обмеженого доступу до ринку ЄС якраз через негармонізовані стандарти. Однак повна гармонізація стандартів може бути занадто дорогою для України [2].

В цілому ж, хоча регуляторні зміни зумовлюють високі витрати, оскільки вимагають нормативних, організаційних та адміністративних змін, вигоди покривають ці витрати в довгостроковій перспективі в усіх секторах.

ЛІТЕРАТУРА:

1. Критерії членства в СОТ, ЄС та НАТО. Інтеграційні перспективи України: Аналітичне дослідження / І.І.Жовква, Г.М.Немиря, В.Р.Сіденко, Г.М. Перепелиця. — К.: Інститут Євро-Атлантичного співробітництва., 2007. — 84 с.

2. Оцінка витрат та вигод від укладання угоди про зону вільної торгівлі між Україною та ЄС / І. Бураковський, К. Куценко, А. Кобилянська та ін. — К.: К.І.С., — 2010. — 96 с.

Науковий керівник: Соломянюк Н.М.

СУЧАСНИЙ СТАН ТА ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ РОЗДРІБНОЇ ТОРГІВЛІ В УКРАЇНІ

Бордюженко О.

Національний університет харчових технологій

Роздрібна торгівля товарами — одна з пріоритетних галузей економіки України, що потребує особливої уваги з боку держави та розвивається під впливом низки чинників соціального, правового та економічного характеру. Мінливість цих чинників впливає на тенденції розвитку ринкового середовища та функціонування торговельних підприємств, вимагаючи дієвих підходів для забезпечення ефективного використання їх ресурсного потенціалу. Тому аналіз сучасного стану та тенденцій розвитку роздрібною торгівлі є вкрай важливим для досягнення стабільних позитивних результатів діяльності роздрібних торговельних підприємств в Україні.

Роздрібна торгівля сьогодні загалом стає однією з галузей та сфер економіки, яка найбільш динамічно розвивається. Останніми роками до фінансово-економічної кризи у сфері торгівлі України відбулись відчутні позитивні зміни. Практично завершився процес приватизації у сфері товарного обігу. Визначилася стійка тенденція до реального зростання обсягу товарного товарообороту, що є свідченням розширення та активізації внутрішнього споживчого ринку. Темпи зростання роздрібного товарообороту істотно перевищують темпи зростання валового внутрішнього продукту. Існують позитивні зміни в структурі товарообігу.

Одночасно розвитку роздрібної торгівлі притаманна низка недоліків: темпи зростання роздрібного товарообігу значно відстають від темпів зростання реальних доходів домогосподарств внаслідок погіршення споживчих настроїв; фізична маса товарів не зростає; розвиток роздрібної торгівлі йде нерівномірно як на регіональному, так і за окремими сегментами споживчого ринку.

Лідером за темпами розвитку торговельних мереж в Україні виступає м. Київ, що обумовлено вищим, порівняно з населенням України, рівнем доходів мешканців столиці. За сучасних соціально-економічних умов господарювання, розвиток роздрібної торгівлі України значною мірою залежить від кількості об'єктів роздрібної торгової мережі, форм їх організації та спеціалізації, рівня забезпеченості населення.

Динамічний розвиток торгівлі підтверджується статистичними даними Державного комітету статистики України, з яких видно, що оборот роздрібної торгівлі має тенденцію до зростання. Оборот роздрібної торгівлі України в січні-вересні 2013 року зріс в порівнянних цінах на 16% в порівнянні з січнем-вереснем 2012 року. В номінальному вираженні роздрібний товарооборот за дев'ять місяців 2013 року склав 578,2 млрд. грн. [1].

На підставі загального аналізу стану ринку роздрібної торгівлі в Україні можна виділити наступні тенденції його розвитку.

1. Регіональна експансія та глобалізація. Сучасна торгівля характеризується великою фінансовою потужністю, що обумовлює переважно екстенсивний шлях її розвитку, оскільки збільшення обсягів продажів суттєво обмежене колом покупців, враховуючи транспортний та часовий фактор. Саме тому характерною ознакою сучасного етапу розвитку роздрібної торгівлі є постійне збільшення кількості об'єктів, формування торгових мереж спочатку — у межах міста, потім — регіону та країни в цілому.

2. Зміна форматних пріоритетів споживачів. Останніми роками активізувався розвиток невеликих торговельних об'єктів, які розташовані в центральній частині міст і на житлових масивах (формат «магазин біля будинку»). Це пояснюється переважно тим, що великі формати неефективні для щоденних покупок.

3. Посилення уваги до цінової гнучкості. Ціна товару, як відомо, є однією з детермінант успіху роздрібного торговельного підприємства. Сучасний споживач у своїй поведінці всі більше орієнтується на зниження своїх витрат.

4. Розширення додаткових послуг. Підвищення привабливості магазинів можливе не лише за рахунок цінової політики, а й шляхом збільшення контурів обслуговування, надання покупцям найбільш широкого переліку супутніх послуг. Це обумовлює суттєве зростання значущості сервісної політики в процесі управління діяльністю торговельного підприємства.

5. Підвищення якості товарного асортименту. При формуванні асортименту провідні світові компанії спираються на результати вивчення запитів покупців і враховують новітні тенденції, що притаманні поведінці сучасного покупця.

Отже, можна зробити висновок, що галузь роздрібної торгівлі в Україні є надзвичайно динамічною та розвивається під впливом низки чинників, зокрема купівельної спроможності населення, стану товарозабезпечення, розвитку матеріально-технічної бази, інституціональних перетворень, концентрації та конкуренції. В останні роки структура роздрібної торговельної мережі значно покращується, зменшується частка неорганізованої торгівлі, розвивається мережа дискаунтерів та гіпермаркетів, з'являються представники іноземних роздрібних торговельних мереж.

ЛІТЕРАТУРА:

Добуш З.О. Стан і тенденції розвитку роздрібної торгівлі — детермінанта ефективності її регулювання / З.О. Добуш // Науковий вісник НЛТУ України. — 2013. — №23.1. — 250 с.

Шостак Р.С. Оцінка сучасного стану та розвитку торговельних мереж в Україні / Р.С. Шостак // Економічний простір. — 2011. — №56/2. — 125 с.

Науковий керівник: Ткачук С.В.

РОЛЬ ТА ЗНАЧЕННЯ PR-КАМПАНІЇ ДЛЯ УСПІШНОЇ РЕАЛІЗАЦІЇ ПАБЛІК РИЛЕЙШНЗ

Бялошицька Є.

Національний університет харчових технологій

Під піар-кампанією розуміють сукупність цілеспрямованих взаємопов'язаних заходів, які проводяться базовим піар-суб'єктом з метою підтримання гармонійних відносин з громадськістю та підвищення іміджу фірми. Різниця піар-кампанії та рекламної кампанії полягає в наступному: основною метою реклами є формування попиту на ринку, основна ціль піар-кампанії — створення та підтримка позитивної громадської думки. Задля успішної реалізації паблік рилейшнз піар-кампанія повинна відповідати наступним характеристикам: мати чітко розроблений план дій, включаючи терміни початку і закінчення та конкретну тривалість; мати визначену, чітко сформульовану кінцеву мету, зрозумілу для усіх суб'єктів піар; бути проблемно-орієнтованою, тобто спрямованою на вирішення конкретної проблеми; являти собою узгоджену систему піар-операцій та заходів, які забезпечують їх реалізацію; мати визначену сукупність дій технологічних суб'єктів щодо проблеми організації у рамках PR-кампанії, конкретний структурований ланцюжок процедур і операцій (технологічний процес піар-кампанії); бути розробленою із врахуванням принципу оптимальності та мати зворотний зв'язок.

Для того, щоб піар-кампанія була ефективною, під час її розроблення та реалізації необхідно дотримуватись так званої формули RACE (від перших літер англійських слів: research, action, communication, evaluation). Тобто, піар-кампанія по суті повинна складатися із взаємопов'язаних послідовних етапів:

- дослідження (research) — збір інформації про існуючі настрої громадськості по конкретних питаннях, її аналіз та підведення підсумків;
- дія (action) — безпосереднє розроблення програми піар-кампанії та бюджету її реалізації;
- комунікація (communication) — реалізація піар-кампанії;
- оцінювання (evaluation) — поточний та підсумковий контроль, внесення коректив та оцінювання результатів піар-кампанії.

Серед основних завдань піар-кампанії можна виділити наступні: позиціонування, зміцнення іміджу, виділення з-поміж конкурентів, контр реклама. Коли говорять про позиціонування, як про завдання піар-кампанії, то мають на увазі інформування про фірму та створення і підтримка позитивного образу фірми, який є зрозумілим для цільових аудиторій та громадськості, формування системи стереотипів, які надають громадськості обізнаність про відмінні якості фірми. Це завдання переплітається із завданням зміцнення іміджу, тобто створення та укріплення позитивного враження і асоціацій про фірму. Ще одним завданням піар-кампанії, яке покликане зробити зв'язки із громадськістю ефективними, є виділення фірми з-поміж конкурентів. Це означає, що вищезазначені дії щодо позиціонування та зміцнення іміджу повинні розроблятися та впроваджуватися з урахуванням наявних переваг фірми по відношенню до конкурентів, виділення відмінних позитивних рис. При цьому слід користуватися лише етичними недискримінаційними методами: не принижувати конкурента, акцентувати увагу не на його «мінусах», а на своїх «плюсах» (думка конкурента теж є думкою громадськості, і агресивні, неетичні дії щодо нього можуть погіршити імідж фірми загалом, а також стимулювати його до здійснення відповідних агресивних дій). Тобто фірма повинна виділити себе, свої відмінні позитивні якості на тлі конкурентів, але не вказувати на негативних рисах конкурентів, тим більше у грубій неетичній формі. Останнім завданням є контр реклама. Воно має місце у випадку наявних протиріч, зниження іміджу фірми в наслідок надзвичайних ситуацій, наприклад негативної публікації про фірму у ЗМІ. Тоді завданням піар-кампанії є не уникнення і, ні в якому разі, не придушення конфлікту, а роз'яснення неприємної ситуації, що за умови правильних дій повинне відновити, реабілітувати, а можливо навіть і підвищити імідж фірми. У психології більшості людей придушення конфлікту викликає ще більшу недовіру в даному випадку до фірми та, як наслідок, більшу упевненість у негативних проявах фірми. Тому конфлікт потрібно не придушувати, а обговорити, роз'яснити його причини для себе та громадськості, у випадку необхідності скорегувати відповідні прояви політики фірми у прийнятну для громадськості форму і таким чином заявити про себе як про частину громадськості, як про підприємство, метою якого є перш за все не прибуток, досягнутий будь-якими методами, а споживач, людина, соціум та його вигоди. Таке розв'язання конфліктних ситуацій допоможе по-перше, уникнути падіння іміджу та можливо навіть зміцнити імідж, по-друге — вияснити для себе, що стало причиною виникнення конфлікту, виправити наявні недоліки та уникнути виникнення подібної ситуації в майбутньому.

Таким чином, успішна реалізація піар-кампанії покликана забезпечити ефективність відносин фірми із громадськістю та як результат досягти бажаних ефектів: інформованість людей про фірму, її відмінні позитивні риси та якості, їх обізнаність про функції фірми та закріплення асоціацій із задоволенням своїх вимог щодо конкретних товарів та послуг; усвідомлення переваг фірми перед конкурентами та неможливості задоволення своїх потреб без комунікацій із фірмою. Як наслідок — фірма зміцнює свій імідж на економічній, соціальній та політичній арені, отримує можливість підписання вигідних угод, забезпечує прибутковість своєї діяльності та прихильність споживачів і контактних аудиторій.

ЛІТЕРАТУРА:

1. Малькевич А., Барезев В. Организация и проведение PR-кампаний // А. Малькевич, В. Барезев. — СПб: ПИТЕР, 2009.
2. Шарков Ф.И. Паблик рилейшнз. 4-е изд. // Ф.И. Шарков. — М.: Дашков и К., 2010.

Науковий керівник: Ткачук С.В.

РОЛЬ ТА ПЕРСПЕКТИВИ ІНТЕРАКТИВНОГО МАРКЕТИНГУ У СУЧАСНОМУ РИНКОВОМУ СЕРЕДОВИЩІ

Варченко А.

Національний університет харчових технологій

Розвиток та широке використання комп'ютерних технологій дало підставу для виникнення такої категорії, як інтерактивний маркетинг.

Останнім часом в Україні кількість інтернет-користувачів збільшується стрімкими темпами. Всесвітня мережа, таким чином, незабаром зможе охопити широку аудиторію. Зміни в організації та забезпеченні відносин між користувачами Інтернету сприяли використанню його в бізнес-процесах і згодом — появі нового напрямку в інформаційних технологіях — електронного бізнесу, в якому попит і пропозиція перетинаються у віртуальному просторі. Інтерактивний маркетинг стає одним з основних видів діяльності всіх учасників віртуального ринку, що об'єднує компанії зі споживчою аудиторією. Доступ до ресурсів електронної комерції отримали усі компанії, незалежно від розміру, терміну існування та форми власності.

Використання Інтернету на сьогодні простягається від сайту організації (інформації про продукцію та запрошення до співпраці) до реалізації схем електронної торгівлі через інтернет-магазини, тобто діє як Інтернет (об'єднання мережею своїх співробітників), так і екстранет (підключення зовнішніх партнерів). Щодо основних переваг використання Інтернету у сфері маркетингу доцільно відзначати такі: можливість розміщення великої кількості інформації; використання візуальних і мультимедійних ресурсів для створення образу компанії; відсутність територіальних меж; швидке реагування на запит потенційних споживачів; можливість зворотного зв'язку з ними тощо.

Інтерактивний маркетинг (інтернет-маркетинг, онлайн-маркетинг) передбачає електронний зв'язок між покупцем і продавцем, під час якого споживач може контролювати обсяг і якість інформації, отриманої від продавця. Дошки вибору — це інтерактивна інтернет-система, яка шляхом запитань і вибору запропонованих варіантів характеристик товару, способу його доставки й ціни дає змогу кожному покупцеві персоналізувати процес вибору послуги. Оскільки такі системи не лише збирають, а й обробляють та зберігають інформацію про вибір споживачів, компанії мають можливість краще зрозуміти їхню поведінку, передбачити їх потреби та бажання. Більшість дошок вибору — це, по суті, засоби спілкування. Однак деякі компанії, розширили ефективність цього інструмента, поєднавши його з технологією групування. Групування дає змогу людям з однаковими споживчими потребами та схожою купівельною поведінкою об'єднуватися у групи й планувати свої майбутні покупки. Наприклад, дві людини, що ніколи не зустрічалися, беруть однакові компакт-диски. Групування призначене для того, щоб з'ясувати, чи мають обидва покупці подібні музичні смаки. Адже якщо одному подобається певний компакт-диск, то й іншому він може припасти до вподоби. Чому це корисно? Групування дозволяє продавцям надавати споживачам зустрічну пропозицію придбати товар. Таким чином, дошки вибору і групування — це ініціатива продавців, спрямована на визначення і задоволення потреб окремого покупця.

Система персоналізації — це, зазвичай, ініціатива покупців. Персоналізацією називають процес створення та використання даних профілю покупця, що зареє-

струвався на веб-сайт продавця, при двосторонньому потоці комунікацій між продавцем і покупцем. Один із видів персоналізації полягає в отриманні згоди на відправлення клієнтам повідомлень, які для них потенційно можуть бути цікавими. Це називається маркетинг «із дозволу», заснований на свідомій згоді споживача отримувати рекламні повідомлення електронною поштою, до того ж тематика повідомлень визначається самим споживачем. Персоналізація та маркетинг «із дозволу» удосконалили інтерактивний маркетинг і зробили його більш ефективним та доступним для споживачів.

Компанії, що вдало застосовують маркетинг «із дозволу», дотримуються трьох правил. По-перше, вони стежать за тим, щоб до отримувачів електронної розсилки, яка здійснюється за запитом, надійшла лише та інформація, яку вони погодилися отримати. Більше того, компанії намагаються зробити цю інформацію важливою, корисною і цікавою для отримувачів. По-друге, споживачам надається можливість змінювати час, обсяг і тематику інформації, що їм надходить. По-третє, покупців запевняють, що їхнє ім'я і відомості щодо купівельної спроможності не розголошуватимуться. Дотримання останньої обіцянки особливо важливе, оскільки переважна більшість інтернет-користувачів побоюються, що їхня приватна інформація може бути поширена без їхнього відома.

Перспективи інтерактивного маркетингу — це так званий «споживчий досвід», тобто загальна кількість взаємодій споживача із веб-сайтом компанії: від перегляду першої сторінки до прийняття рішень про купівлю. Компанії створюють споживчий досвід, використовуючи сім властивостей веб-сайту, а саме: контекст, зміст, інтерактивні налаштування, комунікацію, зв'язок, торгівлю і веб-спільноти.

Отже, сьогодні споживачі та продавці існують у двох ринкових середовищах: традиційному та віртуальному ринках. Існування цих двох середовищ вигідне для споживачів і більшість з них обирають і купують товари та отримують послуги на обох ринках. Із часом тенденція віртуального ринку буде посилюватися, а інтерактивний маркетинг вийде на новий рівень.

ЛІТЕРАТУРА:

1. Павленко А.Ф. Маркетинг // А.Ф. Павленко, І.Л. Решетнікова, А.В. Войчак та ін. — К.: КНЕУ, 2010.
2. Плескач В.Л. Електронна комерція: Підручник // В.Л. Плескач, Т.Г. Затонацька. — К.: Знання, 2008.
3. Савельєв Є.В. Новітній маркетинг // Є.В. Савельєв, С.І. Чоботар, Д.А. Штефанич та ін. — К.: Знання, 2008.

Науковий керівник: Ткачук С.В.

МЕТОДИКА ОЦІНКИ РІВНЯ КОРПОРАТИВНОЇ БЕЗПЕКИ ПІДПРИЄМСТВА

Венглюк І.

Національний університет харчових технологій

У період розвитку ринкових механізмів та бурхливого розквіту підприємництва, в умовах діючої економіки в Україні досить актуальною задачею для теорії і практики господарювання є розробка і використання механізмів забезпечення безпеки розвитку українських підприємств. Протягом останніх років більшість

вітчизняних підприємств та фінансово-кредитних установ створили у власній структурі спеціальні підрозділи для забезпечення безпеки відповідних суб'єктів господарювання. Проте такі підрозділи ще не мають створеної, ефективної та функціональної системи забезпечення соціально-економічної безпеки та оцінювання її рівня на підприємствах. Це значно знижує ефективність функціонування суб'єктів господарювання, тому існує нагальна потреба в наукових дослідженнях як механізмів забезпечення, так і методики оцінювання якості корпоративної безпеки економічних та фінансових установ.

Відсутність стандартної методики оцінювання рівня безпеки суб'єктів підприємницької діяльності також можна пояснити складнощами при математичній формалізації більшості аспектів цієї проблеми. Наявні методи оцінювання рівня соціально-економічної безпеки підприємств в більшості випадків не можуть забезпечити зіставність як оцінок рівня безпеки одного підприємства за різні періоди, так і зіставлення підприємств різних галузей. Також сучасні методи характеризують відсутністю фіксованих меж для інтегрального показника соціально-економічної безпеки, так як вони часто є надмірно складними у використанні в практичній щоденній діяльності суб'єктів господарювання. [1, 2]

Багатоплановість і складність усіх процедур аналізу створює необхідність скласти поетапну технологію для оцінки рівня соціально-економічної безпеки. Тому доцільно здійснити процедуру оцінки через три етапи.

На першому етапі визначається предмет та об'єкт оцінки, зазначається мета діагностики рівня соціально-економічної безпеки. Описуються завдання аналізу: виявлення чинників й передумов, які стоять на заваді реалізації інтересів підприємства; визначення внутрішніх і зовнішніх, реальних й потенційних загроз діяльності; аналіз ефективності використання корпоративних ресурсів підприємства; розробка пропозиції на основі результатів аналізу. В результаті поставленої мети та завдань, визначають методологію оцінки та інформаційну бази для аналізу корпоративної безпеки підприємства.

На другому етапі проводиться вибір критеріїв та показників оцінки рівня корпоративної безпеки підприємства. Після визначення критеріїв, доцільно приступити до оцінки рівня безпеки функціональних складових соціально-економічної безпеки суб'єкта господарювання. На нашу думку, функціональні складові даної безпеки мають складатись з наступних елементів: рівень фінансово-економічної безпеки підприємства; рівень техніко-технологічної безпеки підприємства; рівень інтелектуально-кадрової безпеки підприємства; рівень інформаційної безпеки підприємства; рівень інституційно-правової безпеки підприємства; рівень силової безпеки підприємства. В результаті оцінювання рівня безпеки функціональних складових, визначається загальний рівень корпоративної безпеки підприємства.

На третьому етапі приводяться висновки за результатами оцінки та пропозиції щодо підвищення рівня соціально-економічної безпеки підприємства.

Оцінка безпеки функціонування підприємства повинна ґрунтуватися на комплексному, багатофакторному підході, оскільки оперуючи одним-двома навіть найвагомішими показниками об'єктивно оцінити безпеки функціонування суб'єкта господарювання, на наш погляд, неможливо

ЛІТЕРАТУРА:

1. Нусінова О. В. Економічна безпека корпорацій: особливості оцінки // Розвиток менеджменту виробничої сфери в умовах глобалізації. — Миколаїв, 2011. — С. 54–58.

2. Маслак О. І. Оцінка економічної безпеки підприємства при зовнішньоекономічній діяльності // Вісник. — Кременчук, 2012. — Вип. 3 (74). — С.163–169.

ЕМОЦІЙНИЙ ДИЗАЙН ЯК ЕФЕКТИВНИЙ ІНСТРУМЕНТ СУЧАСНОГО МАРКЕТИНГУ

Восколович Л.

Національний університет харчових технологій

Професійний дизайнер в своїй роботі використовує чимало знань з різних галузей знань, таких як: правила поєднання й використання кольорів, композицію, основи типографії та поліграфії, знання про властивості матеріалів, маркетинг психологію, соціологію тощо. Дизайн здатен передавати відчуття світу найбільш повно й цілісно. На сьогоднішній день актуальним напрямком в дизайні є так званий «емоційний дизайн», який здатен створювати продукти, які покликані робити споживача щасливим і водночас створювати унікальну конкурентну перевагу за часто за рахунок зниження витрат.

Термін «емоційний дизайн» вперше було вжито Аароном Уолтером у своїй книзі «Емоційний веб-дизайн», в якій даний термін описувався спираючись на відому ієрархію потреб Маслоу, виходячи з якої, людям для елементарного існування необхідні здоров'я та безпека, перш ніж думати про потреби більш високого рівня, наприклад, про самореалізацію.

Піраміда емоційного дизайну Аарона Уолтера має такий вигляд:

1. Зовнішній вигляд;
2. Зручність користування;
3. Зручність читання;
4. Функціональність.

Відповідно до цієї теорії, продукт повинен бути функціональним, надійним і корисним (саме в такому порядку) для того, щоб користувач залишився задоволений. Емоційний дизайн є саме тим рівнем задоволення, який можете піднести над функціональністю, надійністю і корисністю продукту.

Стратегія ефективного емоційного дизайну має два аспекти:

1. Створюється щось унікальне, те, що пов'язане тільки з певним продуктом і викликає позитивні відгуки користувачів.
2. Послідовно використовується даний стиль, поки він не стане основою роботи, своєрідним фактором особистості, індивідуальністю.

У рамках наукового експерименту, проведеного Volvo Car Group у співпраці з фахівцями електроенцефалографії компанії Myndplay, дослідники спробували дізнатися, як мозок людини реагує на дизайн автомобілів і як естетика дизайну впливає на почуття.

До успішних приколів інноваційного застосування емоційного дизайну можна віднести концепт-кар Volvo це перше візуальне втілення нового стратегічно важливого вектора розвитку компанії з метою посилення емоційного сприйняття. Розвиток емоційного аспекту має на меті дати поштовх шведському бренду до розвитку у напрямках, які у споживача традиційно асоціюються з Volvo: акцент на безпеці (створення засобів підтримки водія і посилення комфорту); турбота про довкілля (зниження шкідливих викидів, скорочення витрати палива); функ-

ціональність (розробка рішень і функцій, які полегшують життя в сучасному світі, насиченому інформацією та портативними пристроями). [2]

Отже, «емоційний дизайн» або «емоційне проектування» це проектування продуктів, які не тільки дозволяють користувачам ефективно досягати кінцевих цілей, але і викликають позитивні емоції при взаємодії з ними. [3]

Головна мета емоційного дизайну полягає в тому, щоб викликати позитивний відгук у користувачів, змусити людей любити щось більше. Настільки, щоб їм захотілося розповісти про це друзям і знайомим. [1, с. 256]. Позитивні емоції переростають в позитивну думку, а далі в бажання використовувати продукт в майбутньому. [4]

Емоційний дизайн річ в певній мірі ризикована. Неможливо подобається всім, та й зазвичай в цьому нема потреби, якщо мова йде не про сегмент FMCG потрібно. Головними постулатами є необхідність доводити готовності чути, вчитись, що демонструє лояльність до споживача та за необхідності вибачитись, за можливі недоопрацювання чи помилки, — це показує людяність, прояв емоційного дизайну. Хороший емоційний дизайн це те, що змушує серця людей битися частіше, надихає їх на вчинення покупок, стимулює взаємодіяти з будь-яким пропозицією бренду.

ЛІТЕРАТУРА:

1. Мочерний С. В. Економічна теорія: підручник / С. В. Мочерний, М. В. Довженко. — К.: Видавничий центр «Академія», 2004. — 856с.

2. Автомобильный дизайн, способный вызвать самые глубокие чувства: первый в мире эксперимент Volvo Cars раскрывает эмоциональный потенциал автомобильного дизайна [Електронний ресурс]/ Режим доступу: <http://www.volvocars.com/ru-ua/top/about/news-events/pages/default.aspx?itemid= 77>

3. Эмоциональный веб-дизайн: советы и примеры [Електронний ресурс]/ Режим доступу: <http://www.dejurka.ru/articleless/ emotional-web-design/>

4. Эмоциональный дизайн или тайна четвертой волны [Електронний ресурс]/ Режим доступу: http://www.uexpert.ru/Articles/ Emo_design.htm

Науковий керівник: Семененко К.Ю.

МАРКЕТИНГ СПІЛЬНОЇ ТВОРЧОСТІ, СУТНІСТЬ ТА ПРИКЛАДИ ЕФЕКТИВНОГО ВИКОРИСТАННЯ

Войтович Н.

Національний університет харчових технологій

Маркетинг спільної творчості — це одна з нових тенденцій маркетингу та інноваційного менеджменту. Його можна визначити як взаємодія фірми і клієнтів, в процесі якої консоліднуються ресурси учасників для спільного створення додаткової цінності.

Приклади маркетингу спільної творчості зустрічаються майже скрізь: це можливість, наприклад, замовити піцу з власною оригінальною начинкою, придбати футболку з авторським написом. Сайт виробника авто містить конфігуратор авто: потенційний клієнт має можливість самостійно вибрати потрібні йому опції (тип кузова, кількість дверей, двигун), ознайомитися з ціновими пропозиціями, детальними фото вибраної модифікації авто, задати питання спеціалістам. [1, с.70]

Технології маркетингу спільної творчості значним чином відрізняються від традиційного маркетингу, побудованого за типом «активна компанія — пасивний споживач». Спільна творчість полягає в тому, що клієнт стає активною стороною. Автори концепції маркетингу спільної творчості — Прахалад К. і Рамасвами В. — стверджували, що споживач володіє особливими знаннями і досвідом, які компанії не лише не можуть дослідити, але й деколи навіть зрозуміти. Тому менеджерам потрібно спочатку залучити та утримати клієнтів, а тоді створити творче та відкрите середовище, сферу спілкування. [3, с.15]

Спеціалісти консалтингової компанії Fronteer Strategy вважають, що для успіху проєкта потрібно слідувати певним п'ятьом принципам.

1. Залучати та стимулювати учасників. Необхідно спонукати людей приєднатися до проєкту, відкрити і пояснити його зміст. Вдалим прикладом залучення клієнтів до спільної творчості може бути проєкт компанії Procter & Gamble Connect & Devel (www.pgconnectdevelop.com). Він передбачає два напрямки залучення учасників: «всередину» і «назовні». Напрямок «всередину» пропонує вирішити найважливіші внутрішні задачі компанії. Напрямок «назовні» пропонує споживачу стати бізнес-партнером компанії і використовувати її активи на основі ліцензійної згоди. На сьогоднішній день компанія заключила більше 1000 таких угод.

2. Відбір учасників та кращих ідей. Компанії серед великої кількості ідей, пропозицій та учасників потрібно вибрати кращих. Прикладом може бути платформа Innocentive (www.innocentive.com) — це професійна група, котра об'єднує провідних вчених та дослідників-професіоналів для вирішення проблем, які ставлять компанії.

3. Створювати творчу атмосферу. Синхронність, робота «на одній хвилині» — те, що потрібне для реалізації проєкту, вважають консультанти компанії Fronteer Strategy. Задача ініціатора полягає в тому, щоб «розблокувати» потенціал учасників. Прикладом може бути компанія LEGO, що змогла об'єднати потенціал користувачів для покращення лінії іграшок-роботів Mindstorms. [2]

4. Ділитися результатами. Дуже важливо розповісти про результати проєкту його учасникам, але ще важливіше зробити це правильно. Результати проєкту для учасників різноманітні, та в будь-якому випадку ініціативи учасників не варто забувати, їх потрібно визнати публічно.

Розглянемо ще один приклад: Apple iPhone App Store — платформа, на якій створюються програми для комп'ютерів та мобільних телефонів Apple. 70% прибутку від їхньої реалізації компанія Apple виплачує розробникам, а 30% залишає собі. [5, с.32]

5. Продовжувати розробки. В більшості випадків результатом маркетингу спільної творчості є нові розробки, які необхідно залучити у виробництво і довести до етапу комерційної реалізації.

Генеральний директор компанії Splat Євген Демін щонеділі отримує 100-200 клієнтських відгуків. Він збирає ці відгуки в окрему папку і відправляє всім працівникам компанії. Зубна паста «Електра» для електричних зубних щіток створена на основі побажань споживачів.

Маркетинг спільної творчості, як і будь-яка інша галузь науки, має певні результати своєї діяльності. Монетарна результативність — походить від традиційного бажання підприємця знайти нові способи отримання прибутку. Відносна результативність — це результат взаємодії сторін: лояльність, підвищення якостей продукції тощо. [4, с.12] Соціальна результативність полягає в тому, що багато

проектів маркетингу спільної творчості мають вірусний ефект — все нові й нові споживачі стають учасниками проектів спільної творчості.

Отже, цей вид маркетингу спирається на бажання покупців, споживачів, співпрацює з ними. Виробники разом зі споживачами удосконалюють продукти, послуги, підкреслюючи індивідуальні смаки та вподобання.

ЛІТЕРАТУРА:

1. Kennedy K. N. Implementing a customer orientation: extension of theory and application / K. N. Kennedy, J. R. Goolsby, E. J. Arnould // *Journal of Marketing*. — 2003. — Vol. 67 (October). — P. 67–81.

2. LEGO Factory. Офіційний сайт. [Електронний ресурс]. — Режим доступу: www.LEGOfactory.com.

3. Preheled C. Co-opting customer competence / C. Preheled, V. Ramaswamy // *Harvard Business Review*. — 2000. — Vol. 1 (January). — P. 14–16.

4. Prahalad C. The Future of Competition / C. Prahalad, V. Ramaswamy // *Harvard Business School Press*. — 2004. — Vol. 6 (March). — P. 10–13.

5. Zwick D. Putting consumers to work: «co-creation» and new marketing governmentality / D. Zwick, S. Bonsu, A. Darmody // *Journal of Consumer Culture*. — 2008. — Vol. 8 (2). — P. 30–34.

Науковий керівник: Семененко К.Ю.

МЕРЕЖЕВИЙ МАРКЕТИНГ ЯК СПОСІБ РОЗПОВСЮДЖЕННЯ ПРОДУКЦІЇ В УКРАЇНІ

Грибович Л.

Національний університет харчових технологій

В Україні торговельна ланка формується і розвивається у складних умовах економічної нестабільності та невизначеності, кризових процесів в економіці, відсутності ефективних регуляторів державного впливу, суттєвих змін рельєфу торговельної галузі, браку знань і досвіду ведення торговельного бізнесу в ринковому середовищі. Існує головна проблема — реалізація готової продукції. Це завдання найчастіше вирішується шляхом масової реклами. Але відомо, що якість товару, що описується в рекламі, не завжди відповідає дійсності [2].

До того ж, споживачеві ХХІ століття потрібно досить багато інформації і додатковий сервіс, щоб зупинити свій вибір на певній продукції. І саме ці завдання найбільш ефективним чином вирішує найпрогресивніша на сьогоднішній день система просування продукції до споживача — мережевий маркетинг.

Мережевий маркетинг займає особливе місце серед застосовуваних сьогодні способів розповсюдження продукції. Ця система пройшла переконливе випробування часом. Мільйони людей різних професій і віку, що живуть в різних країнах світу віддають цьому бізнесу кілька вільних годин на тиждень, отримуючи натомість стабільний додатковий заробіток. Головні принципи, покладені в основу мережевого маркетингу — це спілкування між людьми і особистий зростання.

В Україні мережевий маркетинг з'явився на початку 90-х років минулого століття. З цим періодом пов'язано час хаотичного і не завжди етичного використання мережевого механізму окремими людьми і компаніями, адже ситуація загального економічного спаду в країні, безробіття і жорстокої інфляції мала великий вплив на процес торгівлі.

Мережевий маркетинг сьогодні — це індустрія, яка тільки в Україні, за оцінками експертів Українського парламенту, об'єднує до двох мільйонів людей. За ці роки в Україні створено: Асоціацію компаній прямих продажів; Асоціацію дистриб'юторів мережевого маркетингу; Профспілку дистриб'юторів компаній прямих продажів, мережевого і багаторівневого маркетингу; видаються ряд професійних видань — журнали «Успішний MLM-бізнес», «Network News» [1].

Замість того, щоб фінансувати рекламу свого бізнесу, засновники компанії пускають грошовий потік в мережу, тобто ці гроші розподіляються між людьми в частці відповідного маркетингового плану, який є в кожній компанії. Тим самим гроші не йдуть в іншу компанію, а залишаються у своїй у вигляді виплат мережевикам, як їх прийнято називати [2].

Існують такі типи компаній, які використовують мережевий маркетинг в Україні, — фінансові піраміди і flat-лайнери.

Перший тип — це фінансові піраміди. Такі компанії існують на ринку, як правило, всього 2-3 роки. Вони пропонують як інвестування, житлові програми, пенсійні програми, дисконтні знижки, безкоштовні подорожі, так і програми навчання. У таких компаніях люди просто платять за повітря, і в результаті не мають ні продукту, ні грошей, а лише зіпсоване ім'я.

Другий тип компаній — це flat-лайнери або компанії, що слабо розвиваються. Це компанії, товарообіг яких на десятий рік розвитку не перевищує \$ 100-150 млн. Як правило, люди, які приєдналися в такі компанії, перетворюються на продавців, тобто коли вам потрібно постійно продавати і продавати [3].

Отже, мережевий маркетинг — це форма просування продукції, при якій інформація про продукцію поширюється не шляхом реклами, а за допомогою людей, які скористалися цією продукцією і залишилися задоволеними результатами її використання. Оскільки сьогодні довіра споживачів до масової реклами постійно падає, мережевий маркетинг активно розвивається. Усього через кілька років, при використанні цієї системи, прибуток може дозволити залишити свою роботу, присвятивши більше часу своїм захопленням, стати фінансово вільною людиною і розпоряджатися своїм часом на свій розсуд.

ЛІТЕРАТУРА:

1. Барбер Д. Мережний маркетинг / Д. Барбер — М.: Фаир-пресс, 2009. — 192 с.
2. Мережевий маркетинг сьогодні / А.М. Степанцев // Мережева газета (періодична газета). — 2013. — листопад-грудень. — С. 6-8.
3. Ярнелл М., Р. Ярнелл Р. Ваш перший рік в мережевому маркетингу: підруч. / — К.: Вид-во «Центр учбової літератури», 2012. — 224 с.

Науковий керівник: Соломянюк Н.М.

МАРКЕТИНГ ВРАЖЕНЬ ЯК СПОСІБ ДОСЯГНЕННЯ МЕТИ ПРИ ПРОСУВАННІ ПРОДУКТІВ ХАРЧУВАННЯ НА БОРТАХ ПОВІТРЯНИХ СУДЕН

Коношенко Л.

Національний університет харчових технологій

Однією з найголовніших глобальних проблем людства є забезпеченість населення планети харчуванням. Правильний та збалансований прийом їжі забезпечує людину енергією та надає сил, тобто, робить її соціально активною. В окре-

мих сферах бізнесу (зокрема, у авіаційній галузі) харчування вже давно стало елементом конкурентної боротьби за прихильність пасажирів. Всі авіакомпанії світу (а їх налічується більше двохсот), намагаються розробити унікальне, притаманне тільки даній авіакомпанії меню задля того, аби створити та підтримати образ неповторного та унікального бренду. Харчування в авіації також забезпечує багатьох людей робочими місцями. Так, аби забезпечити повітряні судна, які прибувають у певний аеропорт світу, достатньою кількістю необхідної пасажирам їжі, у кулінарному цеху аеропорту працюють сотні людей. Частково вирішується і проблема зайнятості населення.

Аналізуючи пропозиції харчування на бортах літаків «Авіалінії Харкова» (АХ) та «Міжнародні авіалінії України» (МАУ) було з'ясовано, що компанії розробляють практично ідентичне меню для пасажирів економічного класу та бізнес-класу на регулярних рейсах, яке доповнюється спецхарчуванням (дитячим, дієтичним та релігійним). Тобто за критерієм «харчування» компанії є майже рівними між собою. З огляду на зазначене, МАУ з 1 березня 2014 року запровадили кардинально нову систему харчування для ринку України — «Buy on Board» («Купуй на борту»). Сутність пропонованої новинки полягає у тому, що пасажирі різних класів можуть самостійно обирати страви, які пропонуються у меню класу перельоту. Це досить вдалий прийом, що забезпечує пасажиру право вибору, адже стандартний обід не завжди приходиться пасажиру до смаку чи відповідає його очікуванням чи уподобанням. Також «Міжнародні авіалінії України» розробили спеціальну програму для туристів. Авіакомпанія дає можливість туристичним агентствам-партнерам обрати меню для подорожуючих.

Аналіз показав, що українські авіаперевізники протягом останніх років значно вдосконалили харчування своїх пасажирів. Разом з тим дослідження систем харчування авіакомпаній зі світовим ім'ям довело, що вони кардинально відрізняються від українських. Зокрема, авіакомпанія „Emirates», яка базується в Об'єднаних Арабських Еміратах і виконує міжнародні рейси, пасажирам першого класу та бізнес-класу пропонує вишукані страви з різноманітного і ретельно складеного меню, а також рівень обслуговування, гідний найкращих ресторанів світу. На деяких рейсах страви подаються в будь-який час. Компанія продумала кожен деталь столу: тонкий фарфор «Royal Doulton», дизайнерські столові прибори «Robert Welch», вишукані вина. Також пасажирі можуть насолодитися гарячими і холодними закусками в зоні відпочинку на борту літака.

Пасажирі економ-класу можуть обрати собі страви місцевої кухні, приготовлені з місцевих продуктів, наприклад, баранячі брошетки з арабськими прянощами або смажені на грилі курячі грудки з карамелізованими сливами. Широкий вибір безкоштовних напоїв на борту, включаючи вина і коктейлі, прикрашає відпочинок і робить переліт непомітним та приємним. За невелику плату пасажирі можуть доповнити меню шампанським.

Таким чином, останнім часом маркетинг вражень починає широко використовуватися не лише на традиційному ринку харчових продуктів, а й доводить свою ефективність на суміжних ринках. На основі проведеного аналізу систем харчування як вітчизняних, так і зарубіжних авіаперевізників рекомендується українським авіакомпаніям підвищити рівень сервісу (в економічному та бізнес-класі). Необхідно створити таку унікальну пропозицію, завдяки якій пасажирі матимуть незабутні позитивні враження від співпраці з авіаперевізником: розробити відмінне від інших меню, яке пасажир запам'ятає, і завдяки якому разом з іншими

елементами сервісу створить образ ідеальної авіакомпанії; грамотно поєднати харчування на борту літака та сервіс.

ЛІТЕРАТУРА:

1. Сайт авіакомпанії «Міжнародні Авіалінії України». Розділ «Харчування на борту» [Електронний ресурс] — Режим доступу: <http://www.flyuia.com/rus/Information-and-services/at-the-airport/2937.html>

2. Сайт авіакомпанії «Авіалінії Харкова». Розділ «Харчування на борту» [Електронний ресурс] — Режим доступу: <http://flykharkiv.com/services-information/catering.html>.

3. Сайт авіакомпанії «Emirates». Розділ «Харчування на борту» [Електронний ресурс] — Режим доступу: <http://www.emirates.com/ua/russian/flying/dining/dining.aspx>.

Науковий керівник: Скригун Н.П.

ОСОБЛИВОСТІ РОЗВИТКУ ДИСКАУНТЕРІВ В УКРАЇНІ ТА ЄВРОПІ

Несміянова М.

Національний університет харчових технологій

Бажання багатьох українців вступити до Європейського Союзу відоме вже давно. З 2014 року наша країна взяла стрімкий курс на асоціацію з ЄС і робить все можливе для прискорення цього процесу. Але з чим може зіткнутися ринок роздрібних мереж України після асоціації?

На даний час в Європі дуже популярні магазини-дискаунтери, які розміщуються в спальних районах міст та пропонують продукцію за найнижчими цінами, але можуть поступатися якістю продукції, обслуговуванням та асортиментом. Дискаунтер (англ. discount — скидка, знижка) — прямо перекладається з англійської, як магазин, що торгує за зниженими цінами. Досягається це в різних умовах в різних країнах неоднаковими шляхами. Сьогодні на подібні магазини припадає понад 40 % загального товарообігу, при цьому рентабельність торгової площі в таких торгових точках в десятки разів вища, ніж у традиційних магазинів, супермаркетів та універмагів [3].

Найпоширенішими дискаунтерами Європи є Aldi та Lidl, США — Walmart.

Приклад Aldi є показовим і вписаний у підручники ритейлу. Саме ідея братів Альбрехтів призвела до зародження нового типу магазинів. Торгова зала, вона ж дрібно-гуртовий склад з обмеженою кількістю продумано відібраних товарів повсякденного або просто високого попиту, в основному продовольчих, з самообслуговуванням дозволили утримувати видатки, а отже і ціни на низькому рівні. Це забезпечило високу популярність та прибутковість.

На середину 2010 року Aldi нараховувала 8200 магазинів в 18 країнах.

Aldi, будучи мережею магазинів жорстких дискаунтерів (торгова націнка — близько 12%) економить на торгових площах, устаткуванні, персоналі, підтримуючи єдиний рівень обслуговування, якість товарів та їх асортимент. Також в магазинах мережі немає вітрин, менший вибір товарів в порівнянні з Lidl. Середня площа магазинів складає 1000-1500 м², асортимент близько 700-800 позицій, більше 80% — власна торгова марка [1].

В Україні досвід Альбрехтів успішно перейняли, і вже в 2000-х почали з'являтися перші вітчизняні мережі дискаунт-магазинів. На заході країни це, напри-

клад, Барвінок, зала якого максимально нагадує Aldi. Найбільшою продуктовою мережею в Україні, що працює в форматі «дискаунтер», є «АТБ-Маркет». Мережа налічує понад 380 магазинів у 117 містах України. «АТБ» реалізує велику кількість продукції власних ТМ, біля магазинів відсутні великі парковки, мінімум коштів витрачається на рекламу [2].

Щоб утримувати низький рівень цін, «АТБ» йде на такі кроки:

- малий асортимент, особливо овочів-фруктів і супутньої господарсько-побутової продукції;
- повна відсутність ряду найважливіших продтоварів (немає замороженого свіжого м'яса, шинко-баликової продукції, морожених овочів-ягід і багато чого іншого);
- середня і низька якість майже всього присутнього асортименту;
- вкрай стиснені проходи в магазинах, внаслідок чого в деяких з них відсутні купівельні корзини на колесах; пройти з дитячою коляскою теж мало реально в яких магазинах;
- мала кількість кас (найчастіше дві-три), що викликає черги: в 17-20 годин вечора в будні і протягом цілого дня вікендів і свят;
- нерідко зустрічаються обмеження, викликані спрощенням співробітниками магазину обліку: начебто «алкоголь тільки в першій касі», «за картками тільки в другій касі» — про такі обмеження немає яскравих помітних попереджень заздалегідь [3].

Європейці почали більшу увагу приділяти якості, а не ціні товару, тому з часом сегмент магазинів-дискаунтерів може зникнути з ринку ЄС. Існуючим дискаунтерам потрібно підвищувати якість для того щоб втримати постійних клієнтів. В той же час український споживач завжди шукає вигідніші ціни. Також в частини українців існує думка, що європейська продукція якісніша. Отримавши відкритий шлях на ринок України, європейські магазини-дискаунтери значно збільшать конкуренцію на ринку роздрібних мереж і не кожна вітчизняна роздрібна торгова мережа витримає цю конкуренцію. Українським мережам для зниження цін доведеться йти на великі уступки і шукати шляхи для утримання покупців, що може призвести до збитковості підприємства.

ЛІТЕРАТУРА:

1. Aldi [Електронний ресурс]: за даними офіційного веб-сайту мережі дискаунтерів Aldi, 2014. — Режим доступу: <https://www.aldi.co.uk/>.
2. ТОП-50 ритейлерів по динаміці експансії [Електронний ресурс]: за даними інтернет-видання Ліга. Бізнес, 2014. — Режим доступу: <http://biz.liga.net/all/all/novosti/2031050-top-50-ritylerov-po-dinamike-kspansii.htm>.
3. Продуктові дискаунтери: ціни і особливості [Електронний ресурс]: за даними інтернет-видання Фінансовий гід, 2013. — Режим доступу: <http://www.prostobank.ua/finansovygygid/byudzheta/stati/produktovye-diskauntery-tseny-i-osobennosti>.

Науковий керівник: Ткачук С.В.

БРЕНД ЯК ІНТЕГРУЮЧИЙ ЕЛЕМЕНТ СУЧАСНИХ МАРКЕТИНГОВИХ КОНЦЕПЦІЙ

Овчарова Д.

Національний університет харчових технологій

Зміни в концепції розвитку економіки та її глобалізація приводить до суттєвих змін ринкових умов та джерел забезпечення конкурентоспроможності. Дані про-

цеси трансформації відобразилася й на розвитку теоретико-методологічних маркетингових підходах

Крім традиційних еволюційних концепцій маркетингу виникають нові, такі як: маркетинг партнерських стосунків, маркетинг мережевої взаємодії, екологічний маркетинг та ін. Також відбувся розвиток теорії комплексу маркетингу: від традиційної моделі «4Р» до майже необмеженої кількості складових в холистичному маркетингу та трансформацією в нові літерні концепції «4С», «4А», «4D». [1, с. 22-24]

Кожен новий елементів комплексу маркетингу з'являвся з метою привернення додаткової уваги до актуального елементу, що забезпечує зростання конкурентоспроможності, про що свідчать такі тенденції:

1. Розширення сфери взаємодії підприємства, — в полі уваги не тільки споживачі та ділові партнери, а й суспільство, місцеві органи самоврядування, інші урядові, політичні, галузеві інституції;

2. Поглиблення взаємодії зі споживачами, формування довгострокових дружніх стосунків, сегментування споживачів за їх привабливістю для підприємства, акцент на комунікації зі споживачами;

3. Збільшення уваги до персоналу компаній, формування корпоративної культури, правил діяльності тощо.

Дослідження концепції бренд-орієнтованого управління підприємством

Концепція маркетингу	Прояв концепцій в бренд-орієнтованому управлінні підприємством
Емоційний маркетинг	Сутністю бренду є врахування та задоволення не тільки раціональних потреб, а також емоційних, соціальних, психологічних.
Внутрішній маркетинг	Персонал є основним носієм бренду та однією із головних цінностей компаній.
Креативний маркетинг	Пошук нових рішень в сфері товарної політики, просування тощо з метою підкріплення сутності бренду.
Маркетинг стосунків	Частина інструментарію формування довготривалих стосунків бренду зі споживачами.
Глобальний маркетинг	Формування товарів для глобальних ринків та їх адаптація до локальних особливостей з метою створення максимального комфорту в сприйнятті споживачами, пропонування максимальної споживчої цінності бренду.
Латеральний маркетинг	Пошук нових товарних рішень для задоволення через продукт не лише прямих функціональних потреб, а й додаткових емоційних.
Екологічний маркетинг	Урахування екологічної складової, як частини соціальних потреб суспільства при формуванні цінностей бренду.
Соціально-відповідальний маркетинг	Задоволення суспільних потреб і врахування суспільних цінностей є необхідним у рамках задоволення не лише раціональних, а й емоційних, соціальних і психологічних потреб споживачів.
Управління стосунками з клієнтами	Частина інструментарію формування довготривалих стосунків бренду зі споживачами.

Однією з останніх концепцій маркетингу є концепція холистичного маркетингу або цілісного маркетингу, запропонована Ф. Котлером, відповідно до якої, для підвищення ефективності маркетингової діяльності в сучасних умовах слід за-

стосовувати цілісний маркетинг, який поєднує внутрішній маркетинг, інтегрований, соціально-відповідальний і маркетинг стосунків. [2, с. 25]

Необхідний ключовий елемент, який би визначав ціль, ієрархію завдань, формував сутність, координував та узгоджував взаємодію всіх напрямків діяльності підприємства. Слід припустити, що таким елементом в діяльності підприємства є бренд. А підхід до управління підприємством, який дозволяє узгоджувати всі дії, є бренд-орієнтоване управління. Дослідимо факти, які є підтвердженням того, що концепція бренд-орієнтованого управління підприємством інтегрує в собі всі напрямки сучасних концепцій маркетингу.

Отже, основою цілісності різних сучасних маркетингових концепцій є змістово-формуюча концепція бренду. Саме бренд-орієнтоване управління, як підхід до управління підприємством, стає інтегруючою технологією яка об'єднує в собі всі маркетингові тенденції та сучасні вимоги до забезпечення конкурентоспроможності підприємств, обумовлені розвитком ринків. [4, с.50-53]

ЛІТЕРАТУРА:

1. Гапоненко А. Л. Стратегия социально-экономического развития: учеб. Пособие. М.:РАГС, 2001. — 224с.
2. Шафігуллін Р. Н. Ефективність управління маркетингом підприємства та шляхи її підвищення // Вісник ТИСБИ, №4, 2002 — С. 25– 32
3. Електронний архів Сумського державного університету [Електронний ресурс] / Режим доступу: <http://essuir.sumdu.edu.ua/?locale=uk>
4. Макашев М. О. Бренд: Учеб. пособие для вузов. — М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2004. — 207 с.

Науковий керівник: Семененко К.Ю.

ДОСЛІДЖЕННЯ PRIVATE LABEL В УКРАЇНІ

Півторак І.

Національний університет харчових технологій

Ринок власних торговельних марок (private label) в Україні — відносно нове явище. На початку — середині 2000 — х років провідні українські роздрібні мережі почали ґрунтовно готуватися до запуску перших продуктів під власною торговельною маркою. У 2006 — 2007 роках ці продукти вперше з'явилися на полицях супермаркетів. Відтоді ринок private label (PL) розвивається досить динамічно.

Ідея продажу продукції в роздрібних мережах під власною торговельною маркою з'явилася в західних країнах досить давно. На сьогоднішній день частка власної торговельної марки у світовому роздрібному товарообігу становить 17 %. Однак у ряді Західних країн частка PL суттєво вище — як правило, 30 — 40 % (а в деяких мережах, майже, вся продукція представлена під власною торговельною маркою) [1].

Лідером ринку PL в Україні, як по асортименту продукції, так і по торговельному обороту, є «Fozzy Group» (мережі «Сільпо», «Фора» і «Фоззи»). У цей час компанія має чотири зареєстровані торговельні марки, які представлені в трьох цінових сегментах — середньому (ТМ «Премія»), економ-сегменті (ТМ «Повна Чаша», ТМ «Повна Чарка» — алкогольна продукція високому (ТМ «Премія Select»). Піонером ринку PL в Україні можна назвати ТМ «Премія» — перша продукція під цією торговельною маркою з'явилася на полицях супермаркетів

наприкінці 2006 року. На даний момент частка ВТМ у товарообігу компанії становить близько 10 % [2].

Інший великий оператор ринку — компанія «АТБ-Маркет» — на сьогоднішній день має 23 зареєстровані власні торговельні марки. Кожна ВТМ цієї мережі представляє окрему групу: «Весела Ферма» — молоко й молочні продукти, «Рибний день» — риба й морепродукти, «Про запас» — борошно й крупи і т.д. З боку як мережі, так і покупця така диференціація ВТМ видається цілком обґрунтованою та й продовольчий кошик може бути наповнена продуктами ВТМ під різними брендами.

Аналогічної стратегії брендування ВТМ дотримується й мережа «ЕКО — Маркет». В 2010 році цей ритейлер активно розширює лінію ВТМ під різними брендами: «Холодна лінія» — заморожені напівфабрикати, «Повницька» — ковбасні вироби, «Помогайка» — непродовольчі товари і т. д. ВТМ «Фуршет» — напої, єдина торговельна марка однойменної мережі супермаркетів «Фуршет» передбачає лояльність покупців до даного бренду, враховуючи, що покупки вони роблять в однойменній мережі. На сьогоднішній день ВТМ «Фуршет» представлена продукцією в різних цінових сегментах у досить різноманітному асортименті.

Мережа центрів оптової торгівлі Metro Cash & Carry реалізує продукцію ВТМ під декількома брендами — ARO, Horeca Select, Fine Food, Rioba, H-line. Настільки незвичайні для національного ринку назви пояснюються просто — Metro Cash & Carry одна зі складових великої міжнародної торговельної компанії Metro Group. Відповідно, дані бренди присутні й в інших країнах [1].

Ще одна велика національна мережа — «Велика Кишеня» — теж досить успішно розбудовує напрямки ВТМ. Першою ВТМ даного оператора в 2007 стала ТМ «Хіт Продукт» (крупи, цукор, напої, непродовольчі товари). В 2008 році з'явилася нова ВТМ «№ 1 — чесна ціна» (бакалея, молокопродукти, побутова хімія).

В 2009 році на полицях супермаркетів з'явився новий бренд ВТМ «Щедра застілля» (ковбасні вироби). На даний момент частка ВТМ у товарообігу перевищила 6 % [2].

Відзначимо, що й інші, менш потужні компанії (такі, як мережа «Наш Край», «Таврія В», «Вопак») також активно розбудовують напрямки ВТМ

Потрібно відзначити, що поява продукції ВТМ вигідно як мережевим операторам, так і споживачам. Досвід закордонних компаній показує, що значна частка ВТМ у товарообігу дозволяє збільшити рентабельність на 3-5%. Також можна завдяки продукції під власною торговельною маркою розширити асортименти, що у свою чергу, сприяє збільшенню обсягів продажів. Споживачі одержують більш широкий вибір продукції, і, як правило, — більш доступну ціну. Адже істотне скорочення витрат на просування продукції дозволяє компанії встановити більш низькі ціни, при цьому одержавши більший дохід. Найвища частка проникнення ВТМ спостерігається по наступним категоріям: молочні продукти, риба й морепродукти, крупи, бакалея, безалкогольні напої, непродовольчі товари.

Очевидно, що потенціал даного ринку дуже великий. На сьогодні, рівень проникнення РЛ на український ринок становить менш 5%. Досягти оцінки 25 — 30 % ВТМ у частці продажів мереж в Україні вдасться не швидко. Але найближчим часом ринок РЛ буде активно розвиватися. Практично всі великі оператори вже випускають продукцію ВТМ, і з кожним роком асортимент буде розширюватися. Швидше за все, до 2020 року варто очікувати досягнення оцінки в 12 — 13% від загального товарообігу. Темпи зростання ринку в найближчі десять років трохи знизяться, вийшовши на стабільний рівень [2].

ЛІТЕРАТУРА:

1. Стратегія просування private label / О. І. Зайченко // Журнал Новини маркетингу. — 2013. — №7. — С. 41 — 47.
2. Private label — стратегія на перспективу / Г.М.Яремчук // Журнал Market. — 2014. — №1. — С. 17 — 22.

Науковий керівник: Соломянюк Н.М.

РОЛЬ ТА ЗНАЧЕННЯ ІННОВАЦІЙНИХ ПЕРЕТВОРЕНЬ В ОПТОВІЙ ТОРГІВЛІ ДЛЯ РОЗВИТКУ УКРАЇНСЬКОЇ ЕКОНОМІКИ

Підгірний І.

Національний університет харчових технологій

Економіка України в її нинішньому стані потребує ринкових перетворень і такого чинника, як «конкуренція на основі часу», та інноваційного прориву. Стан економіки країни в цілому і аграрного сектору зокрема такий, що покращити ситуацію може саме економічний прорив в рамках формування моделі інноваційного розвитку економіки. Вирішальний вплив на інноваційні перетворення може надати саме оптова торгівля. У тріаді головних суб'єктів ринкових відносин «влада — виробництво — торгівля» саме оптова торгівля як найактивніший їх учасник здатна відчутно стимулювати інноваційні перетворення.

До загальних проблем оптової торгівлі можна віднести наступні: зростання кількості підприємств; відсутність якісних перетворень; збільшення чисельності ланок в русі товару, що ускладнює всі види його контролю; підвищення кінцевої вартості товарів; неналежний вибір послуг.

Крім того, існує серйозна загроза для вітчизняного виробника сільськогосподарської продукції і продуктів харчування, особливо в умовах продовольчої кризи.

Для здійснення інноваційних перетворень в оптовій торгівлі необхідно надати особливого значення таким факторам як:

- а) визначення ролі і місця оптової торгівлі у розвитку економіки України;
- б) активізація вирішення проблем не тільки внутрішньої і зовнішньої торгівлі, але і таких секторів економіки, як сільське господарство і переробна промисловість;
- в) визначення пріоритетів, що сприятиме оздоровленню ситуації у виробництві вітчизняних товарів споживчого призначення, а також мінімізуватиме ризики від інтеграції в єдиний економічний простір;
- г) розроблення загальнодержавної стратегії регулювання внутрішнього ринку, системи стимулів для великих підприємств оптової торгівлі;
- д) розроблення інноваційних проектів оптових підприємств для формування товаропровідної мережі, зміцнення міжрегіонального співробітництва з обміну товарами.

Щодо комплексу завдань оптової торгівлі в ринковій економіці, важливо звернути увагу на те, що він повинен включати міжрегіональну і міжгалузеву інтеграцію, оптимальний розподіл товарних ресурсів країни, адже саме оптові підприємства здатні акумулювати комерційну інформацію з усіх основних питань споживчого ринку та надавати її всім зацікавленим економічним агентам. Реалізація такої програми розвитку оптової торгівлі дозволить виділити пріоритетні напрями, а саме:

- створення єдиного інформаційного простору;
- стимулювання інноваційної активності підприємств оптової торгівлі;

- досягнення високого рівня автоматизації і механізації складських операцій та процесів;
- розширення і модернізація складських комплексів;
- ліквідація зайвих посередницьких ланок у процесі руху товару;
- забезпечення сприятливих умов для появи підприємств оптової торгівлі нових типів;
- залучення національного капіталу до участі в інвестиційних проєктах по створенню сучасних типів підприємств оптової торгівлі;
- дієвий контроль за якістю товарів, виключення доступу на ринок фальсифікованої та неякісної продукції;
- створення інтегрованих структур (промислово-торговельних об'єднань, фінансово-торговельно-промислових груп);
- введення атестаційних паспортів для об'єктів торговельної діяльності;
- систематичний моніторинг ефективності діяльності та якості послуг, що надаються підприємствами оптової торгівлі.

Рациональна організація діяльності оптового посередництва з переорієнтацію його інтересів у напрямку національного виробника здатні забезпечити високу ефективність всієї системи товарообігу в країні і вирішити ключові завдання виробництва та реалізації продукції. При цьому потрібно створити мережу регіональних оптових комплексів, до складу яких необхідно включити:

- організаційно-технічний блок;
- інформаційно-аналітичний блок;
- інноваційно-логістичний блок;
- фінансово-кредитний блок.

Отже, у розвитку економіки України пріоритетне місце займає оптова торгівля. Щоб регулювати внутрішній ринок держави потрібно розробити загальнодержавну стратегію розвитку підприємств оптової торгівлі. Також варто розробити інноваційні проєкти оптових підприємств для формування товаропровідної мережі, зміцнення міжрегіонального співробітництва в обміні товарами.

ЛІТЕРАТУРА:

1. Біловодська О.А. Маркетингова політика розподілу: Навч. посіб. // О.А. Біловодська. — К. : Знання, 2011. — 495 с.
2. Виноградська А.М. Технологія комерційного підприємства // А.М. Виноградська. — К. : ЦНЛ, 2006. — 360 с.

Науковий керівник: Ткачук С.В.

СУЧАСНІ КАНАЛИ PR– КОМУНІКАЦІЇ

Савкова К.

Національний університет харчових технологій

Масова комунікація є основним середовищем, в якому функціонують інститути PR (public relations — зв'язки з громадськістю), адже вони покликані впливати на громадськість шляхом використання системи спеціальних каналів комунікації. Особливістю PR-комунікації,— а до них належать комунікації щодо створення іміджу організацій, осіб, брендів, формування або підтримання громадської думки про організації чи особи,— є принциповим зосередження фахівців зі зв'язків з громадськістю на комунікативній інтенції та каналах.

Теоретико-практичні основи застосування ефективних засобів та каналів PR-комунікацій в соціально-економічному середовищі відображені в працях таких науковців як: С.Блек, Д.Доти, В.Моїсєєв, Є.Пашенцев, В.Іванов, Г.Почепцов та ін.

Сучасна концепція розвитку інформаційно-комунікаційних систем і технологій свідчить про те, що в умовах посилення глобалізаційних процесів в економіці значно підвищується роль використання електронних каналів PR-комунікацій.

Проведені аналітичні дослідження свідчать про те, що швидко зростаюча аудиторія мережі Інтернет — сфера підвищеного інтересу для більшості PR-фахівців, оскільки охоплює прогресивну та демократичну частину цільової аудиторії. Крім того, використання електронних каналів цієї мережі для комунікації має певні переваги в порівнянні з традиційними засобами ЗМІ.[1]

Мережа Інтернет, як інформаційно-комунікативне середовище, сприяє проведенню PR-заходів завдяки тому, що ця система має розвинену інфраструктуру для масової комунікації, є відкритою, оперативною системою з точки зору надання оновленої та сенсаційної інформації, а також має широкі можливості індивідуалізації процесу доставки інформації.

Кожен користувач мережі може бути одночасно одержувачем та відправником, що веде до збільшення осіб, що беруть участь у комунікації. Важливим моментом до початку комунікації є вивчення особливостей каналу комунікації, який буде використовуватися, проведення аналізу специфіки передаваного контенту, а також визначення його відповідності інформаційним потребам цільової аудиторії. Бажано враховувати і основні комунікаційні параметри інформаційно-комунікаційного впливу за схемою: цільова аудиторія — контент повідомлення — канал комунікації; увага — інтерес — бажання — дія; дослідження — дія — спілкування — оцінка.

Більшість каналів PR-комунікації в мережі Інтернет адаптуються до формату відкритої системи, що обумовлює можливість їхньої інтеграції в модель взаємодії виробників та споживачів контенту. Серед основних характеристик сучасних комунікаційних каналів Інтернет можна відмітити: глобальність, інтерактивність, мультимедійність, можливість диференціації аудиторії за інтересами; наявність сервісів щодо визначення реакції аудиторії на розміщений матеріал.

Використовуючи електронні канали мережі Інтернет можна фокусувати вплив на конкретну вузькопрофільну цільову аудиторію в якій зацікавлена організація; виділяти підгрупи в цій аудиторії для складання більш персоналізованих PR-звернень; з часом враховувати індивідуальні особливості та характеристики кожного відвідувача (наприклад, використання мережевої розсилки). Виділення цільової аудиторії важливо, тому що дозволяє побудувати PR-комунікацію максимально ефективно, швидше досягти її мети. Якщо розглядати комунікативний аспект, то PR-комунікація завжди вдається краще, якщо є чітке уявлення про реципієнта, у тому числі про його переконання, освіту, цінності, можливу реакцію на надіслані йому повідомлення.[2]

Інтерактивність електронної PR-комунікації в мережі Інтернет дозволяє підтримувати зворотний зв'язок, адекватно аналізувати ситуацію, що склалася і своєчасно реагувати у разі потреби. Схильність користувачів мережі до отримання актуальної інформації сприяє більш позитивному її сприйняттю та високому засвоюванню PR-контенту.

Сьогодні мережа Інтернет — глобальний віртуальний електронний ринок, що майже не має територіальних обмежень. Тому локальні відмінності користувачів різних регіонів і країн бажано враховувати при складанні PR-звернень. У зв'язку

з цим саме канали мережі Інтернет дозволяють реалізовувати PR-стратегії з точково-вираженим географічним охопленням, урахуванням тимчасових зон та інших специфічних особливостей аудиторій.

На нашу думку, для оцінки ефективності PR-комунікацій в мережі Інтернет є важливим проведення аналізу наступних показників: кількість повідомлень та статей в онлайн-ових ЗМІ, рівень індексу цитування, кількість переглядів контенту та коментарів.

ЛІТЕРАТУРА:

1. Иванов В.Ф. Массовая коммуникация / В.Ф.Иванов. — К.: Академия Украинской Прессы, 2013. — 902 с.

2. Почепцов Г.Г. Коммуникационные технологии / Г.Г.Почепцов. — М.: Рефлбук, 2001. — 260 с.

Науковий керівник: Шаповал О.Ф.

РОЛЬ ВИДАТНИХ ОСОБИСТОСТЕЙ В МАРКЕТИНГУ

Сергєва А.

Національний університет харчових технологій

Маркетинг особистості — це діяльність, спрямована на виявлення сукупності правил, що вживаються людиною для створення, підтримки або зміни думки і/або поведінки конкретної особи, щоб забезпечити найбільш раціональне задоволення його потреб [1].

Дослідники Тамберг В. та Бад'їн А. вважали, що залучення популярної особистості для просування продукту, сама поява відомої особи в рекламі сприяє продажам [2, с.17]. Зараз реклама за участю знаменитостей є однією з популярних маркетингових стратегій, яку компанії широко використовують для залучення уваги своєї цільової аудиторії.

Головна специфіка маркетингу особистості визначається тим, що забезпечується «приватність» об'єкту та враховуються нюанси психології споживача. Крім того, особистість демонструється як незамінна в певній сфері. Але це треба робити таким чином, щоб на її тлі споживач не відчував, що ця особа вища за нього, щоб його гордість при цьому не постраждала.

Можна розглянути три можливих варіанта психологічного сприйняття реклами з участю знаменитостей.

Перший варіант передбачає випадкову опору на інстинкти людини. Враховуючи те, що інстинктів у людини багато, проявляються вони по-різному, тому правила поведінки у різних груп споживачів свої і залежать вони від символу успіху в цій групі.

Другий варіант — це врахування професійних успіхів відомої людини. Цей варіант передбачає залучення відомих провідних телешоу для реклами продуктів харчування, участь зірок шоу-бізнесу в розробці модних моделей одягу, висловлювання громадських діячів на користь будь-якої політичної партії тощо.

Третій варіант обумовлює успіх просування марки тим, що споживач пов'язує її із певною персоною, яка є безумовним зразком для наслідування. Кожна популярна людина, харизматична особистість в свідомості споживача чітко асоціюється з певною рольовою моделлю. Це і визначає амплу актора, стиль політика тощо.

Селебрітіс-маркетинг (англ. Celebrity — знаменитість) як сегмент рекламного ринку набуває все більшої популярності. Він є достатньо коштовним маркетинговим інструментом. Сьогодні знаменита людина — це додана цінність для споживача, красивий додаток до бренда.

Для компаній важливо створити конкурентні переваги, які б дали можливість займати стійкі ринкові позиції. Цьому може сприяти рекламна стратегія, яка передбачає участь знаменитих осіб з метою домогтися високого рівня запам'ятованості реклами в сьогодинішньому інформаційному середовищі.

В умовах динамічного та конкурентного ринку, компанії вимушені докладати постійних зусиль щодо задоволення все нових потреб споживачів. Щоб вплинути на вибір споживача при купівлі товару, вони вдаються до використання видатних особистостей в рекламі. Це дає змогу посилити вплив на споживача при прийнятті рішення про покупку.

Традиція використання зірок у рекламі існує давно. Ще в 1882 році Лілі Ленгтрі з'явилася на упаковці мила «PearsSoar» [3, с.28].

До початку 1930-х головними «особами» брендів були спортсмени, але ближче до середини 1940-х років популярність стали завойовувати зірки кінематографа. Піта Хейворт в 1941 році підписала контракт на рекламу косметики Maibelline, а два роки по тому її «перекупив» Мах Фактор: красуня рекламувала пресовану пудру під назвою «Голлівуд» [3, с.34]. Через 20 років справжній переворот в рекламі справила Одрі Хепберн. Фільм «Сніданок у Тіффані» (особливо перші його кадри, де вона стоїть біля вітрини ювелірного магазину «Тіффані») став найуспішнішим і яскравим прикладом «productplacement».

Таким чином, залучення до рекламних кампаній знаменитостей дозволяє підприємствам підвищити обсяги продажу своєї продукції, збільшити частку ринку, привернути увагу більшої кількості споживачів, підвищити свій імідж.

ЛІТЕРАТУРА:

1. Аналіз іміджу як складової маркетингу особистості на прикладі жінок-політиків [Електронний ресурс]: <http://ukrefs.com.ua/135990-Analiz-imidzha-kak-sostavlyayusheyi-marketinga-lichnosti-na-primere-zhenshin-politikov>.

2. Бадьин А. Бренд. Боевая машина бизнеса / А. Бадьин, В. Тамберг. — М.: Олимп-Бизнес, 2005. — 240с.

3. Прингл Х. Звезды в рекламе / Х. Прингл. — М.: Эксмо, 2006. — 432 с.

Науковий керівник: Бєлова Т.Г.

ПРИНЦИПИ МУЗИЧНОГО ОФОРМЛЕННЯ ТОРГОВЕЛЬНИХ ТОЧОК

Сологуб В.

Національний університет харчових технологій

Науковцями доведено, що музика достатньо сильно впливає на стан людини: допомагає сконцентруватися, покращує настрій, діє на емоційний стан [1, С. 181]. Ще в 50-их роках минулого століття в США проводилися дослідження про ступінь впливу музики на покупців. Вчені встановили, що спокійні мелодії, які звучать в торговельних залах, створюють затишну атмосферу, спонукаючи і стимулюючи відвідувачів магазинів не поспішати і якомога більше часу перебувати в торговельній точці. І зовсім інший ефект створює більш швидка і енергійна му-

зика, яка в основному використовується в години пік для того, щоб прискорити покупців робити свої покупки. Крім того, з'ясувалося, що на музику звертають увагу 70% відвідувачів магазинів. Причому половина з них відзначила, що вдало підібраний репертуар робить відвідування магазину приємним і спонукає здійснювати покупки [2].

На сьогодні одним із перспективних та прибуткових напрямків консалтингового бізнесу є підбір музики для магазинів. Фахівцями спеціалізованих підприємств вивчається товарний асортимент, поведінка споживачів у конкретному магазині, аналізуються особливості купівельного потоку в залежності від часу доби, з'ясовуються напрямки руху покупців, динаміка продажів різних товарів, і на базі отриманої інформації формується базова концепція музичного оформлення конкретного торговельного підприємства.

Фахівці виділяють ряд основних принципів розроблення музичних рішень для торговельної зали [2]:

1. Принцип гармонійності музичного оформлення. Музика підбирається в залежності від концепції магазину і представленого в ньому асортименту. Вона повинна бути ненав'язливою, створювати сприятливий фон для покупок, а не відволікати від них. Так, наприклад, магазинам для дітей підійдуть мелодії з улюблених мультфільмів; молодіжним торговельним точкам — динамічна модна музика і т.д.

2. Принцип ненав'язливості звукового ряду. При підборі мелодій потрібно уникати виникнення будь-яких непотрібних асоціацій, пов'язаних з тією чи іншою піснею, мелодією. У магазині покупець має відволікатися від усіх реальних проблем, його свідомість та думки повинні бути зайняті тільки товаром, який він бачить навколо себе. Ні в якому разі покупець не повинен вловлювати змістовий відтінок пісні, інакше його увага відволікається (незалежно від його бажання) на аналіз змісту пісенного тексту. У когось він може викликати негативні асоціації, неприємні спогади, а комусь він просто не сподобається, що абсолютно зайве.

3. Принцип відповідності демографічному характеру покупців. Фахівці компанії «Muzak», яка є найбільш відомим розробником музичних рішень для магазинів, встановили, що вплив музики залежить від її збігу з демографічним характером покупців. Якщо звуковий ряд збігається, то люди проводять у магазині приблизно на 20% більше часу. При складанні музичної програми необхідно також враховувати, які покупці бувають у різні години, щоб більш точно врахувати їх музичні пристрасті.

4. Принцип невикористання радіостанцій. «Західні» супермаркети вже давно відмовилися від прямої трансляції FM-станцій в торговельних залах. У нашій же країні менеджери торговельних точок, зазвичай, вибирають найлегший шлях — включають радіо на повну потужність. Новини, розмови в ефірі, різка зміна музичного стилю і емоційного забарвлення пісень, балаканина ді-джея або убогий пісенний текст нерідко призводять до негативного ефекту. Вони дратують відвідувачів і відволікають від вибору покупок. Крім того, чужа реклама, яка постійно йде в ефірі радіостанцій, та й сама добірка музики на радіо можуть не відповідати іміджу конкретного магазину. Якщо іншої можливості, крім приймача, немає, безпечніше вибрати щось саме нейтральне і ненав'язливе.

5. Принцип врахування інтелекту потенційних покупців. Музичне оформлення торговельної точки має враховувати контингент покупців та їх інтелектуальний рівень. Так, наприклад, серед постійних відвідувачів книгарень багато осві-

чених людей з розвиненими естетичними смаками. Вони чують музику не як фон, а як конкретний музичний твір. Тут великим плюсом виступить «богемна» музика, не надто відома широким колам. Якщо покупцеві вона сподобається, то він може затриматися на зайві п'ять хвилин, щоб дослухати мелодію. А оскільки людина ще на якийсь час залишиться і, може, саме зараз йому попадеться на очі те, що він несподівано для себе захоче купити. З іншого боку, серед цього контингенту покупців багато шанувальників саме такої музики, і це просто буде додатковим плюсом для магазину [2].

Таким чином, звукові композиції досить сильно (як позитивно, так і негативно) впливають на підсвідомість покупців. Тому розроблення музичних рішень з дотриманням основних принципів дозволить торговельному підприємству збільшити ефективність продажів, а покупцям зробити процес покупки приємним.

ЛІТЕРАТУРА:

1. Богатырева Ж.В. Влияние музыки на человека / Богатырева Ж.В., Шутилова М.Ф. // Современные наукоемкие технологии. — 2013. — № 7 (часть 2). — С.181-183.

2. Молчанов І. Звуки і музика в мерчандайзингу: [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <http://psyfactor.org/merchan3.htm>.

Науковий керівник: Капінус Л.В.

САЙТ ЯК МАРКЕТИНГОВИЙ ІНСТРУМЕНТ ПРОСУВАННЯ ТОВАРУ В МЕРЕЖІ ІНТЕРНЕТ

Соляр О.

Національний університет харчових технологій

В епоху інформаційних технологій інтернет-ресурс надає великі можливості для розвитку нових маркетингових інструментів реалізації товарів на ринку. Серед інтернет-технологій, які забезпечують комунікацію зі споживачами та впливають на розвиток торгівлі, є web-сайт.

З точки зору комерсанта web-сайт є сукупністю певних інформаційних блоків та інструментів, що призначені для взаємодії з одним чи кількома сегментами цільової аудиторії споживачів [2, С. 25].

На сьогоднішній день є різні види сайтів, за допомогою яких можна просувати товар на ринок [3]:

- сайт-візитка — це невеликий сайт (від 5 до 20 сторінок), містить основну інформацію про власника, види діяльності організації, історію створення, прайс-лист товарів або послуг, контактні дані, реквізити, схему проїзду;

- промо-сайт (від 5 до 50 сторінок) — web-сайт конкретної торгової марки (бренду). Створюється з метою реклами нового продукту або бренду в цілому. Для промо-ресурсів велике значення мають якість рекламних текстів, маркетингові елементи і Flash-анімація;

- корпоративний сайт (від 10 до 100 сторінок) — це повнофункціональний web-сайт, ефективний інструмент для залучення та обслуговування клієнтів;

- інтернет-каталог (від 10 до 500 сторінок) — це корпоративний web-сайт компанії, яка пропонує великий асортимент товарів або послуг. Сайт може містити

ти презентації, детальну інформацію про кожен товар, відгуки експертів, ціни на товари та послуги;

- інтернет-магазини (від 100 до 1000 сторінок) призначені для продажу товарів чи послуг через Інтернет. Розробка інтернет-магазину відрізняється від інтернет-каталогу тим, що такі сайти дають можливість замовити і оплатити товар прямо на сайті, а також працювати з кошиком покупок;

- соціальна мережа (від 500 сторінок) спрямована на створення спільнот в Інтернеті з людей зі спільними інтересами або родом діяльності;

- інформаційний портал — для ресурсів цього типу (від 100 сторінок) характерна велика кількість інформаційних матеріалів (новини, аналітичні статті, репортажі, інтерв'ю, коментарі, огляди) по тематиці сайту.

Із класифікації зрозуміло, що важливу роль в рекламуванні й просуванні товарів або брендів, відіграють промо-сайтами. Промо-сайт дає відвідувачам вичерпну інформацію про товар, його особливості і переваги, спонукає відвідувачів придбати цей товар. Особливий дизайн і спеціальні можливості промо-сайту допомагають товару стати популярним серед потенційних покупців [3].

Як правило, у промо-сайтах часто використовується флеш-анімація, високоякісні фото товару, тривимірна графіка й візуалізація. Додатково стимулюють купівельну активність різні інтерактивні «гаджети». Наприклад, відвідувачі можуть «покрутити товар у руках», управляючи кутом огляду тривимірного зображення за допомогою мишки, можуть збільшити масштаб зображення, «приміряти» товар і т.д.

Важливо відмітити, що ефективність просування товарів через сайт залежить від просування самого інтернет-сайта в он-лайн-просторі. Для цього часто використовують контекстну рекламу, розсилку електронною поштою, реєстрацію в каталогах чи рекламу на порталах. Одним із ефективних способів збільшення трафіку є SEO-оптимізація для пошукових систем. Також просування сайту й рекламованого товару можливе за допомогою розробки й подальшого поширення «вірусних» відеороликів, онлайн-ігор, зображень[4].

Останнім часом набула тенденція розкручування сайту в соціальних сервісах: соціальні мережі, блоги, співтовариства, форуми. Лідруючі позиції за популярністю саме зараз займають соціальні ресурси. Інтернет-користувачі люблять спілкуватися в соціальних мережах: читати цікаві блоги, обмінюватися думками й новинами на форумах. Створюючи на подібних ресурсах власні групи й блоги, можна залучити до нового товару максимум уваги [1, С. 277].

Ефективність просування сайту підвищується при рекламуванні його в оффлайн-середовищі. Реклама сайту в офф-лайні може дати більший ефект, ніж його просування в пошукових системах. Часто після проведення рівноцінної рекламної кампанії, кількість відвідувачів, які залучені на інтернет-ресурс через офф-лайнові методи, перевищує віддачу від реклами в Мережі на сотні відсотків.

Отже, в умовах широкого застосування комп'ютерних технологій в усіх сферах діяльності і постійного зростання кількості інтернет-користувачів просування товару у Всесвітній мережі буде ставати все більш доцільним. Крім цього, важливо не забувати про просування самого сайту, на яких розміщена інформація про товар, що пропонується покупцям.

ЛІТЕРАТУРА:

1. Бокарев Т.И. Энциклопедия интернет-рекламы / Под ред. Т.И. Бокарева. — М.: Промо-интерактив, 2000. — 686 с.

2. Шалева О.І. Електронна комерція / О.І. Шалева. — К.: Центр учбової літератури, 2011. — 216 с.

3. Can-all.com — студія, яка створює сайти: [Електронний ресурс]. — Режим доступу до журн.: <http://www.can-all.com/uk/site/types-of-sites.html>.

4. Web студія «Fiero»: [Електронний ресурс]. — Режим доступу до журн.: <http://fiero.com.ua/prosuvannya-saytiv/>.

Науковий керівник: Капінус Л.В.

СУЧАСНІ ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ ІНТЕРНЕТ-ТОРГІВЛІ

Чевпотенко Ю.

Національний університет харчових технологій

Україна має один із найнижчих показників інтернет-торгівлі серед країн Центральної та Східної Європи. Найбільш активні інтернет-покупці — Чехія (53,5%) та Словаччина (48%). З кожним днем в Україні населення починає частіше користуватися інтернет-магазинами і відсоток користувачів зростає щорічно. У Росії кожен п'ятий користувач купує товари в Інтернеті, в Україні — 8,5% користувачів (при тому, що 37 % населення є активними користувачами Інтернет-мережі) [2].

Однією з особливостей інтернет-комерції США є турбота про інвалідів, яка полегшує купівлю товарів через «Інтернет» слабо зрячими чи сліпими людьми. Найвагомішим фактором інтернет-торгівлі більшість американських покупців вважає зручність та цінову політику.

У Західній Європі перші сходинки з розвитку електронної комерції посідають Велика Британія, Франція та Німеччина. Європейським покупцям як і американським, інтернет-крамниці є зручнішими і вигіднішими. Найвищим попитом у Німеччині через «Інтернет» користуються книги, компакт-диски та комп'ютерні програми, також, 80% французьких жінок купують через «Інтернет» одяг, взуття та аксесуари категорії «люкс». У Франції зростають інтернет-продажі предметів розкоші.

Найактивнішими інтернет-покупцями у Південно-Східній Азії є мешканці Сінгапуру. Інші чільні місця в Азії посідають мешканці Японії, Південної Кореї і Таїланду [3].

На даний час, в Україні інтернет-торгівля стала конкурентноспроможною альтернативою традиційного бізнесу. З'явився сегмент споживачів, які купують у сфері інтернет-торгівлі, навіть, продукти харчування.

Українська інтернет-торгівля значною мірою залежить від змін в інтернет-торгівлі у світі. Збільшення українського сегменту «Інтернету» спостерігається в усіх напрямках. Стрімко зростає аудиторія «Інтернету». Інтернет-економіка України представлена галузями комп'ютерної техніки та комунікаціями, рекламою, медіа індустрією, інтернет-послугами, інтернет-торгівлею. В Україні добре продаються через Інтернет товари, що не вимагають контактів з покупцем. Також перспективними напрямками інтернет-торгівлі стали туристичні послуги, продаж та оренда житла, продаж автомобілів, коштовностей, рідкісних товарів, одягу та взуття [1].

За статеву ознакою, жінки є активнішими інтернет-покупцями, ніж чоловіки. Інтернет стає все більше адаптованим під жіночу аудиторію. Жіноча аудиторія більше тяжіє до простих послуг і, як правило, уникає складних мережевих та мультимедійних послуг. За віковою структурою, люди віком старше 60-ти років

та молодше 15-ти років є найменш чисельними категоріями користувачів інтернет-магазинів та інтернет-аукціонів.

Для успішного розвитку електронної торгівлі необхідні три умови:

- наявність покупців;
- наявність у населення електронних грошей (грошових коштів на банківських рахунках, доступ до яких забезпечується картками найпопулярніших світових систем);
- дешеві системи доставки покупцям.

Основними стимулюючими факторами розвитку інтернет-торгівлі в Україні є незначні безготівкові кошти населення. Недовіру споживачів до Інтернет-ресурсів викликають дорогі та ненадійні системи доставки, недосконалість законодавчої бази, яка б чітко регулювала сферу інтернет-послуг[1].

Таким чином, незважаючи на всі ці фактори, в Україні спостерігається інтенсивне зростання інтернет-торгівлі, яке зумовлене низкою факторів.

По-перше, активізація інтернет-торгівлі в регіонах України, обумовлена тим, що Інтернет активно проникає майже у всі міста та села і все більше населення має доступ до інтернет-магазинів.

По-друге, на ринку з'являються нові учасники (інтернет-магазини мереж роздрібних торговельних підприємств) і, як наслідок, підвищується рівень конкуренції, з'являються нові технології, знижується рівень цін, покращується якість обслуговування покупців.

ЛІТЕРАТУРА:

1. Апопій В.В. Внутрішня торгівля та АПК України: ефективність взаємодії: монографія / В.В. Апопій. — Львів: Вид-во ЛКА, 2009. — 368 с.
2. Державний комітет статистики України: статистична інформація [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <http://ukrstat.gov.ua>.
3. Климченя Л.С. Электронная коммерция / Климченя Л. С. — Минск: Высш. школа, 2011. — 191 с.

Науковий керівник: Соломянюк Н.М.

ОСОБЛИВОСТІ МАРКЕТИНГОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ТОВ «ФЕРРЕРО УКРАЇНА» НА РИНКУ КОНДИТЕРСЬКИХ ВИРОБІВ

Черкасова В.

Національний університет харчових технологій

Кондитерський ринок України представлений багато численними виробниками і характеризується динамічним і бурхливим розвитком. Рівень споживання кондитерських виробів в Україні щорічно збільшувався і у 2010 році склав 27,7 кг/рік [4]. Така ситуація обумовлює його привабливість не тільки для вітчизняних компаній, але й закордонних. Хоча конкуренція серед виробників, а також бар'єри входу на ринок, дуже великі, така компанія, як ТОВ «Ферреро Україна», має можливість не тільки успішно працювати на українському ринку, але й займати лідируючу позицію завдяки швидкому реагуванню на зміну споживацьких вподобань та оновленню асортименту.

Компанія «Ferrero» (укр. *Ферреро*) — це італійська сімейна транснаціональна корпорація, що спеціалізується на виробництві кондитерських виробів. Вона бу-

ла заснована у 1946 році П'єтро Ферреро у місті Альба, що знаходиться в Італії [1]. Компанія є однією з лідерів світового кондитерського ринку вже більше, ніж 60 років, і входить в ТОП 10 рейтингу найкрупніших компаній світу. В 1996 році в Україні група «Ферреро» відкрила своє офіційне представництво в Україні та представила українському ринку торгові марки «Raffaello», «Kinder Surprise», «Tic Tac», «Nutella» та «Kinder Chocolate».

Головними перевагами і цінностями підприємства, а також компанії загалом, є висока якість, ексклюзивність рецептури, унікальність технології виробництва, а також те, що основою всіх продуктів «Ферреро» є прості, натуральні інгредієнти — молоко, горіхи, какао та цукор [2].

Асортимент продукції підприємства, представлений на українському ринку, є досить різноманітним. Проте, так як власного виробництва на території країни немає, тому вся продукція, що знаходиться на полицях супермаркетів, є виробленою зарубіжними фабриками для України та імпортованою ТОВ «Ферреро Україна». Головними виробниками є такі країни як: Італія, Німеччина, Польща, Росія та Бельгія. Головними товарними групами підприємства в асортименті українського ринку є: праліне, шоколад, шоколадні яйця, горіхова паста, снеки, охолоджена продукція та цукерки-драже [3].

Маркетингова стратегія компанії спрямовано на те, щоб поступово збільшувати власну частку ринку за рахунок різноманітних маркетингових заходів, в тому числі ефективної асортиментної та комунікаційної політики, а також застосування сучасних маркетингових концепцій.

ТОВ «Ферреро Україна» використовує у своїй різноплановій маркетинговій діяльності досить різні методи залучення потенційних клієнтів. Щоб їх краще задовольнити, компанія використовує сучасні концепції маркетингового управління.

Концепція маркетингу вражень знайшла широке застосування в діяльності підприємства. Варто згадати головні свята, які гармонійно тематично обігруються маркетинговими заходами. На весні 2014 року на честь 8 березня в період з 7 по 9 березня для прекрасних дам відбулися заходи у престижній мережі магазинів «Мега Маркет». Їх зміст полягав у даруванні кожній відвідувачці магазину білої троянди або білої кульки у формі серця з праліне «Раффаелло». Також роздавалися вітальні листівки від ТМ «Раффаелло» юнаком, що був вишукано уягнутий у класичний костюм з лейбою «Раффаелло».

В дію також були введені реклама на телебаченні, біг-бордах, на великих супермаркетах. При тому кожний продукт мав асоціюватися з певними почуттями та емоціями. В результаті всім добре відомий «Kinder Chocolate» асоціюється у свідомості постійних покупців із маленьким посміхненим хлопчиком, про якого дбає турботлива мама, що дає найсмачнішу шоколадку. У свою чергу, побачивши праліне «Raffaello», у людини одразу виникає в підсвідомості асоціація з ніжністю, теплотою, коханням, а у чоловіків, в більшості випадків, — згадка про кохану людину.

Такий результат був досягнутий за допомогою традиційно спокійної мелодичної фортепіанної мелодії, що грала у кожній рекламі праліне «Raffaello», та ще додавання гри кольорів — білого та червоного.

Охолоджена продукція «Kinder Pingu» призначена дітям віком від 4 до 12 років, які при вигляді даного продукту одразу згадують маленьких пінгвінів з реклами по телебаченню, що співали улюблену пісеньку «Кіндер Пінгві я люблю!».

Таким чином, підприємство завдяки впровадженню маркетингових заходів та вдало розробленій стратегії, досягає зростання частки ринку, прибутку, довіри споживачів та іміджу.

ЛІТЕРАТУРА:

1. Вікіпедія. Вільна енциклопедія [Електронний ресурс]: <http://uk.wikipedia.org/wiki/Ferrero>
2. Офіційний сайт компанії «Ferrero» [Електронний ресурс]: <http://www.ferrerocsr.com/>
3. Офіційний сайт представництва компанії «Ferrero» в Росії [Електронний ресурс]: <http://www.ferrero.ru/>
4. Ринок кондитерських виробів в Україні [Електронний ресурс]: <http://ukrainian-market-research.blogspot.com/2013/04/blog-post.html>

Науковий керівник: Белова Т.Г.

СУЧАСНІ ТЕНДЕНЦІЇ БРЕНДИНГУ В УКРАЇНІ

Шапошник Т.

Національний університет харчових технологій

Інтенсивні процеси глобалізації на міжнародному ринку породжуються появу відомих брендів, що потрапляючи на ринок України одразу завойовують значну частку вітчизняного ринку. Тому, розвиток національних брендів є важливою складовою успіху українських підприємств на світовому ринку і вагомим фактором утримання конкурентних позицій на вітчизняному.

Не зважаючи на те, що розвиток брендингу в Україні почався відносно нещодавно, цей сегмент ринку є доволі динамічним. Необхідність використання бренду як управлінського рішення давно оцінили керівники не лише великого, але й малого та середнього бізнесу. Однак, брендинг для української економіки — це відносно новий напрямок, і тому ще не повною мірою досліджений.

Теоретико-методичні засади формування і функціонування брендів в Україні досліджували у своїх роботах вітчизняні автори: Ж. Гончаренко, Є. Радченко, І. Сабурова, В. Тарнавський, Г. Каніщенко.

Однак, в цілому, проблематика розробки і функціонування брендів в Україні залишається системно не дослідженою і потребує глибоко аналізу особливостей брендингу на вітчизняному ринку.

Розвиток брендингу на українському ринку почався з сегмента товарів масового попиту. Для того, щоб утримати позиції на ринку, виробники вимушені створювати конкурентоспроможні і впізнавані бренди.

Харчова промисловість представлена значною кількістю відомих брендів, оскільки зважаючи на високу конкуренцію й велику різноманітність товарної пропозиції, бренд, може відразу зробити продукт популярним і прибутковим. Завдяки бренду, як додаткового інструменту конкурентоспроможності, продукція підприємства є впізнаваною. Тим самим збільшується попит на брендовані товари і забезпечується великий прибуток власнику бренду.

Високого рівня розвитку брендинг досяг у фінансовому сегменті та сфері послуг. Ціла хвиля ребрендингу торкнулася нещодавно українських банків. Ребрендинг зачепив не тільки зовнішню оболонку, а й управління, соціальну відповідальність фінансових установ, дозволив мінімізувати внутрішні вади. Поки що на ринку нерухомості брендинг використовується не досить активно. Абсолютно новий напрямок діяльності являє собою брендинг торгових центрів, цей напря-

мок характерний тим, що використовуються не тільки маркетингові інструменти, а й архітектура, дизайн, бренди орендарів торгових площ та багато іншого. Нові бренди стали більше відповідати позиціонуемій сутності бізнесу, що відразу позначилося на довірі споживачів, формуванні споживчої лояльності.

На Українському ринку завоювали свої позиції найбільші міжнародні бренди. Рейтинг найдорожчих брендів світу 2013р. в Україні:

Перший рядок списку третій рік поспіль займає Apple з вартістю бренду \$ 104,3 млрд. За цим показником «яблучна» компанія в два рази випереджає будь-яку іншу торгову марку, а за рік бренд Apple подорожчав на 20%, незважаючи на те, що з моменту релізу першого iPad в 2010 р. компанія не представляла якихось революційних новинок.

На другому місці Microsoft (\$56,7 млрд.): за рік софтверному гігантові вдалося додати до вартості свого бренду 4%. Трійку лідерів замикає Coca-Cola (\$54,9 млрд.). З 2012-го її бренд подорожчав на 9%. У п'ятірку лідерів також увійшли IBM і корпорація Google: їх вартість оцінюється в \$50,7 млрд. і \$47,3 млрд. відповідно.

У першу десятку потрапили також: McDonald's посіла 6-е місце з \$ 39,4 млрд., 7-е — корпорація General Electric, оцінена в \$ 34,2 млрд. Компанії Intel і Samsung посіли 8-е і 9-е місця з \$ 30,9 і \$ 29,5 млрд. відповідно. Замикає десятку бренд Louis Vuitton, оцінений в \$ 28,4 млрд [2].

Найвідомішими вітчизняними брендами є: курятина «Наша Ряба»; пиво «Чернігівське»; солодощі «Roshen». Цим маркам найбільше довіряють [4].

Останнім часом рекламні компанії та низки виробників все частіше містять елементи патріотизму. Українське походження чи елемент патріотизму дедалі частіше намагаються перетворити на аргумент для покупки. Так, реклами чи вивіски кишать українськими елементами: від вишиванки та українських національних кольорів до козаків і сала з борщем. Але важливо не тільки, як виглядає товар, адже споживачі сприймають бренд не лише за зовнішніми ознаками [3].

На сьогоднішній день бренд і брендинг в Україні є невід'ємною частиною успішного бізнесу. Брендинг покликаний збільшити прибутковість компанії і характерний тим, що: формує стабільний попит на продукцію; забезпечує впізнаваність продукції серед схожих товарів інших компаній; створює привабливий образ компанії і викликає довіру у покупців; сприяє прийняттю споживачами рішення про покупку без коливань [1].

Ефективність брендингу доведена практичним досвідом багатьох успішних міжнародних компаній, адже бренд — це ефективна система управління свідомістю покупців. Отже, розвиток брендингу в Україні є доволі інтенсивним, його характерною рисою є орієнтація на збільшення пізнаваності, відчуття надійності, в деякій мірі — патріотичності та лояльності до споживачів.

ЛІТЕРАТУРА:

1. Шевченко О. Л. Бренд-менеджмент: навч. посібник. / О. Л. Шевченко— К.: КНЕУ, 2011. — 395 с.
2. Рейтинг найдорожчих брендів 2013 від Forbes: [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <http://www.management.com.ua/news/?id=1509>.
3. Радіо Свобода: [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <http://www.radiosvoboda.org/content/article/26565081.html>.
4. Фокус: [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <http://focus.ua/ratings/>.

Науковий керівник: Стеценко В. А.

3

СЕКЦІЯ

**АКТУАЛЬНІ
ПРОБЛЕМИ
УПРАВЛІННЯ
ПЕРСОНАЛОМ ТА
ЕКОНОМІКИ ПРАЦІ В
СУЧАСНИХ УМОВАХ**

Голова секції — д-р екон.наук, проф. О.І. Драган
Секретар секції — канд.екон.наук, доц. Я.І. Юрик

ВПЛИВ СИСТЕМ МОТИВАЦІЇ ПРАЦІ НА ПРОДУКТИВНІСТЬ ПРАЦІ: ЗАРУБІЖНИЙ ДОСВІД

Антонов О.

Національний університет харчових технологій

На етапі розвитку української економіки для більшості підприємств і організацій величезну роль відіграє формування нових механізмів управління трудовою діяльністю продуктивних сил, збереження параметрів виробничих процесів у швидко змінних умовах зовнішнього і внутрішнього середовищ. У зв'язку з цим зростає значення внеску кожного члена трудового колективу в кінцеві результати діяльності підприємства.

Мотивація — це сукупність внутрішніх і зовнішніх рушійних сил, які спонукають людину до діяльності, визначають її форми, надають цій діяльності спрямованості, орієнтованої на досягнення особистих цілей і цілей організації. Теорії мотивації праці поділяють на змістові та процесуальні. Змістові теорії мотивації аналізують фактори, що впливають на поведінку людини та її трудову активність. Основну увагу в цих теоріях сконцентровано на аналізі потреб, які перетворюються в свідомості людини на інтереси чи мотиви, які спонукають до трудової діяльності. Найвідоміші змістові теорії мотивації — теорія ієрархії потреб Маслоу, теорія Альдерфера, теорія двох факторів Герцберга та теорія набутих потреб Мак-Клелланда. Недоліком змістових теорій є недостатнє врахування індивідуальних психологічних особливостей людей та їх впливу на мотивацію праці. Відповідно до процесуальних теорій, поведінка людини є функцією її сприйняття та очікувань. Ці теорії аналізують розподіл людиною зусиль для досягнення певних цілей та процес вибору нею конкретного виду поведінки. Основними процесуальними теоріями мотивації є теорія очікувань, теорія справедливості, модель Портера-Лоулера. Кожна розглянута теорія має свої переваги та недоліки, а тому сформувати об'єктивне уявлення про механізм мотивації можна лише розглянувши їх у сукупності.

Анатолій Гольда зазначає, що в умовах, які склались в Україні, мотиваційний механізм праці базується на прагненні задовольнити первинні потреби працівни-

ків майже виключно за допомогою економічних методів. І доки вони не задоволені у достатній мірі, більш високі мотиватори працюють неефективно. Однак це не означає, що потрібно відмовитися від використання мотиваторів праці, які базуються на потребах вищих рівнів. Слід максимально використовувати весь комплекс мотиваторів, які зможуть забезпечити ефективну мотивацію праці.

В організаціях країн з розвинутою ринковою економікою мотивація праці розглядається як один з найбільш важливих елементів загальної системи роботи з трудовим потенціалом. Людський фактор розглядається як один з визначальних для підприємств в умовах конкурентної боротьби на ринку. Тут сформувалися власні моделі мотивації праці. Можна виділити як найбільш характерні: японську, американську, французьку, англійську та німецьку.

Система стимулювання праці за японською моделлю досить гнучка. Вона будується з урахуванням трьох факторів: стаж роботи працівника, його вік та кваліфікація. Виплата заробітної плати здійснюється за тарифною сіткою, за допомогою якої нараховується оклад як сума виплат по чотирьом розділам: за вік, за стаж, за кваліфікаційний розряд та результативність праці. Таким чином, заробітна плата може зростати лише за умов підвищення кваліфікації і продуктивності праці робітника. Така система посилює мотивацію до праці, яка прямо залежить від результатів роботи.

За американською моделлю для мотивації найбільше заохочується підприємницька активність. В основі цієї моделі лежить орієнтація на досягнення успіху кожної окремої людини. У деяких випадках, американськими компаніями не виплачуються премії, так як вони уже закладені у високих тарифних ставках. Проте більшість компаній все ж таки поєднують виплати заробітної плати з преміюванням. Оплата праці здійснюється з урахуванням кваліфікації робітників, які досить часто мають змогу її підвищувати, після чого працівникові нараховується певна сума балів. Від набраної суми балів залежить розмір підвищення заробітної плати, яка переглядається один або два рази на рік.

У практиці американських фірм «Форд», «Дженерал Моторс» та інших використовуються різні методи мотивації і гуманізації праці. Багато з них пов'язані з матеріальним заохоченням. Часто застосовують так звані «аналітичні системи заробітної плати», особливість яких — диференціальна оцінка в балах ступеня складності виконуваної роботи з урахуванням кваліфікації виконавців, фізичних зусиль, умов праці тощо. При цьому змінна частина заробітної плати, яка виступає в якості нагороди за підвищення якості продукції, зростання продуктивності праці, економія сировини досягає 1/3 зарплати.

Одним з дієвих методів мотивації є створення самоврядних груп. В якості прикладу можна послатися на досвід американської фірми «Digital Equipment», де такі групи сформовані в управлінні загального обліку та звітності, що входять в один з 5 центрів управління фінансовою діяльністю. Групи самостійно вирішують питання планування робіт, прийому на роботу нових співробітників, проведення нарад, координації з іншими відділами. Члени груп почергово беруть участь в нарадах менеджерів компанії.

Для англійської моделі характерними є дві форми оплати праці: грошова та акціонерна, тобто у вигляді акцій. Працівник може також вкласти свої власні кошти в акції, облігації чи інші цінні папери компанії і щомісячно окрім заробітної плати отримувати дивіденди чи відсотки. Ця система є досить ефективною, так як робітники краще працюють для отримання власних більших прибутків, а отже,

прибутки фірми також зростають. На деяких підприємствах відсутня фіксована ставка заробітної плати, вона повністю залежить від доходів підприємства, що також гарно мотивує працівників якнайкраще виконувати свою роботу.

Для французької моделі мотивації характерним є досить велике різноманіття економічних інструментів та методів. Заробітна плата нараховується за двома принципами: індивідуалізації (мають місце кваліфікація, якість виконання роботи, мобільність тощо) та індексації (враховується вартість життя). Застосовують три підходи до оплати праці:

Для кожного робочого місця встановлюється мінімальна заробітна плата з «вилкою» окладів. Тобто заробітна плата двох однакових працівників може бути різною, залежно від виконаної кожним з них роботи, але в разі їх пасивності буде мінімальною.

За високу якість роботи працівникам окрім основної заробітної плати виплачують премії.

Працівникам надають змогу брати участь в прибутках компанії, також можлива купівля акцій фірми.

Німецька модель характеризується соціальною справедливістю і солідарністю. Держава створює рівні умови для всіх громадян, захищає безробітних, інвалідів, пенсіонерів тощо. На підприємствах поєднуються стимулювання праці з соціальними гарантіями.

Розглянувши найвідоміші зарубіжні моделі мотивації, можна знайти як схожі, так і відмінні риси. Головне, що їх всіх об'єднує — це їх ефективність, про що можна судити по рівню економічного розвитку країн, де вони запроваджені. В умовах, що склалися в Україні, скопіювати повністю будь-яку модель неможливо. Їх впровадження залежить не лише від бажання керівництва, а й від економічної ситуації в країні, фінансових можливостей підприємства, менталітету тощо. Доцільніше запозичити деякі елементи цих моделей мотивації. Ми вважаємо, що найбільш підходящими для цього є американська, англійська та французька моделі. Це пояснюємо тим, що вони поєднують різноманітну кількість мотиваційних важелів і їх легше застосувати на вітчизняних підприємствах.

Проаналізувавши існуючі системи мотивації, розроблено рекомендації щодо застосування закордонних мотиваційних систем в Україні: застосування нетрадиційних методів матеріального стимулювання персоналу — участь найманих працівників у прибутках підприємства, в «успіхах фірми», безоплатна передача акцій, продаж акцій зі знижкою на певний відсоток від поточного ринкового курсу акцій, продаж привілейованих акцій без права голосу; поширення системи «оплата за кваліфікацію».

ЛІТЕРАТУРА:

1. Рудий В.І. Стратегія вдосконалення кадрової політики підприємства// Формування ринкових відносин в Україні. — 2004, № 9. — С. 234-239.
2. Бажан І.І. Трудовий потенціал України: формування та використання — Донецьк: ТОВ «Юго-Восток, Лтд», 2006. — 144 с.
3. Джаин И.О. Оценка трудового потенциала: Монография / И.О. Джаин. — Сумы: ИТД «Университетская книга», 2002. — 250 с.

Науковий керівник: Олійниченко О.М.

ПОЗИТИВНИЙ ІМІДЖ ПІДПРИЄМСТВА ЯК ФАКТОР ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ

Бабік Ю.

Національний університет харчових технологій

Глибока системна криза, в якій протягом тривалого часу перебуває економіка України, багато в чому зумовлена прогресуючими негативними тенденціями не конкурентоспроможності українських виробників на зовнішньому та внутрішньому ринках. Успіх будь-якої організації залежить від багатьох факторів, і одним з важливих аспектів загального сприйняття й оцінки компанії є враження, тому сучасні підприємства впритул зіштовхуються із необхідністю формування та розвитку свого позитивного іміджу, який є важливим фактором конкурентоспроможності організації.

Проблемам іміджу підприємства в різних його аспектах присвятили свої праці зарубіжні та українські вчені-економісти, зокрема І. Г. Химич, Ю. А. Смирнова, М. В. Томилова, А. В. Хаванов, А. К. Семенов, О. В. Данчева, Ю. М. Швалб, Л. Е. Орбан-Лембрик і Р. Уотермен та інші.

У сучасній системі ринкових відносин життя фірми визначається не тільки тим, що та як вона робить, але й тим, що про неї думають інші люди. Саме тому створення «обличчя» фірми завжди було однією з найважливіших турбот бізнесменів усього світу — прагнення до престижу в діловому світі, популярності у споживача, репутації серед партнерів та клієнтів, авторитетності в очах власних працівників. Адже те, що думають люди про фірму, багато в чому визначає її конкурентоспроможність [1].

Імідж — це враження, яке фірма справляє на людей, яке фіксується в їх свідомості у вигляді більш-менш розгорнутих емоційно забарвлених думок або суджень про неї.

Оскільки імідж підприємства формується у свідомості споживачів, які вибирають товар або послугу з найбільш конкурентоспроможними характеристиками, він може розглядатися як основа підвищення конкурентоспроможності.

Конкурентоспроможність підприємства — це комплексна порівняльна його характеристика, що відображає ступінь переваги сукупності показників оцінки діяльності підприємства, котрі визначають його успіх на певному ринку за певний проміжок часу щодо сукупності показників підприємств-конкурентів [2]. Важливою умовою є й те, що імідж компанії повинен розроблятися відповідно до існуючого етапу розвитку суспільства, в якому дана компанія існує. Це передбачає те, що стратегія розробки іміджу повинна бути орієнтована на існуючі цінності і домагання суспільства. Більш того, сам план формування іміджу повинен дотримуватися принципу гнучкості, тобто міг би передбачати трансформації і зміни умов ринку, а, найголовніше, він повинен мати здатність адаптуватися до них. З цією метою всередині компанії повинна вестися невинна робота у відповідності з поточними і потенційними змінами ринкових умов.

Імідж організації може бути як позитивним, так і негативним. Основою позитивного іміджу є довіра до організації. Негативний імідж проявляється у недовірі до організації та її репутації. Як правило, позитивний образ організації економить її ресурси, а негативний — значно збільшує витрати. Позитивний імідж ор-

ганізації залежить від таких чинників: якість, фінансова спроможність, конкурентоспроможність товарів (послуг); ефективність управління; організаційна культура та екологічна безпека; тиражування імені організації через засоби масової інформації. Основна інвестиція в загальний імідж організації — люди.

Привабливий імідж фірми може працювати довгі роки і підтримувати підприємство за складних обставин. Тому при формуванні іміджу слід спиратися, в основному, на ті поняття і матеріальні об'єкти, які асоціюються в уяві споживачів із довготривалими цінностями життя. Позитивний імідж в умовах сучасної висококонкурентної економіки стає часто вирішальним фактором у забезпеченні ефективної діяльності організацій.

Позитивними ефектами від цілеспрямованої роботи по створенню позитивного іміджу можуть стати:

- високий рівень лояльності клієнтів до організації;
- підвищення впізнаваності бренду компанії;
- можливість сфокусувати маркетинг на просуванні бренду, а не на окремих товарах або послугах;
- зниження витрат на етапі виведення нового продукту на ринок за рахунок сформованої довіри до бренду;
- підвищення привабливості компанії як роботодавця і можливість наймати більш кваліфіковані кадри [4].

Таким чином, імідж організації — це фактор довіри споживачів до організації і її товару, фактор зростання числа продажів, а значить, фактор процвітання або занепаду для організації, її власників і її працівників.

Вдало сформований імідж запам'ятовується і закріплюється у свідомості цільової аудиторії, він є своєрідним сигналом до позитивного сприйняття підприємства і завдяки цьому може подолати такі перешкоди, як недовіра і неувага, характерні для масової свідомості.

Успіх діяльності, престиж організації залежить не тільки від того, що та як вона виробляє, а й від її іміджу, тобто уявлення людей про неї. Тому психологія управління іміджем організації та ефективна реклама є невід'ємною частиною діяльності організації.

ЛІТЕРАТУРА:

1. Данчева О.В. Практична психологія в економіці та бізнесі / О.В. Данчева, Ю.М. Швалб — К.: Лібра, 1998. — 270с.
2. Химич І.Г. Імідж як важливий показник діяльності підприємства у сучасних умовах розвитку корпоративної культури / І. Г. Химич / Економіка та держава. — 2009. — №9. — 61с.
3. Орбан-Лембрик Л. Е. Психологія управління : навч. посібник / Л.Е. Орбан-Лембрик — К.: Академвидав, 2003. — 568 с.

Науковий керівник: Мазник Л. В.

РОЛЬ КОНФЛІКТІВ В ОРГАНІЗАЦІЇ ТА ШЛЯХИ ЇХ ПОДОЛАННЯ

Бадах Ю.

Національний університет харчових технологій

Конфлікти існують рівно стільки, скільки існує людина, тому що виникають вони тільки в процесі спілкування людей. Велику частину часу людина прово-

дить на роботі, взаємодіючи з керівництвом і підлеглими, спілкуючись з співробітниками, будуючи спільну діяльність з партнерами компанії. При такому щільному графіку спілкування виникає маса причин, через які люди не зовсім правильно розуміють один одного, що і призводить до суперечок та конфліктів. Конфлікт — зіткнення протилежних інтересів і поглядів, крайнього стресу і загострення протиріч, що призводить до дії, ускладнення бійки за участю складних конфліктів будь-якої організації, пов'язаної з постійним виникненням і розвитком конфліктів як всередині підприємства та за його межами. Конфлікти, які виникають на підприємствах зачіпають різні показники їх діяльності, тим самим змінюючи рівень конкурентоспроможності. Тим не менш, ефективна система управління конфліктами здатна підсилити конкурентні переваги підприємств і підвищити їх конкурентоспроможність.

Значна увага дослідженню цієї проблеми проявляється в роботах таких авторів — Герасімов Л.М., М. Панова, Т. Дуткевич, Ємельяненко Л.М., Прумиш М., Гришин Н.В. та інші. Автори розглядають різні аспекти конфліктних ситуацій, а саме конфлікти, що виникають в ході проведення переговорів, психологічні аспекти конфлікту в управлінні. Жодна організація не може захистити себе від серйозних проблем. Організації, на яких працюють тисячі людей щодня стикаються з різними проблемними ситуаціями, пов'язаними з «людським фактором». До них відносяться окремі неприємні інциденти і виявлених негативних тенденцій. В значній мірі, їх причини — диференціація працівників за віком, освітою, досвідом роботи, професійного та життєвого досвіду, відмінності їх ролей та обов'язків, цілей і завдань, а також різноманітні особистісні характеристики. В результаті цього збільшується ймовірність конфлікту. Наявність таких проблем є невід'ємною частиною будь-якої організації [1]. Конфлікти в організації можна виокремити за такими видами:

1. Конфлікти через інформаційні причини (відсутність, дефіцит інформації; помилкова інформація).
2. Конфлікти інтересів (розбіжність виробничих, особистих інтересів).
3. Конфлікти, породжені особливостями спілкування (виразні емоції; відсутність зворотного зв'язку; повторювана негативна поведінка тощо).
4. Організаційно-структурні конфлікти полягають у невідповідності структури організації вимогам діяльності, якою вона займається. Чим більше структура організації не відповідає вимогам діяльності, якою вона займається, тим менш ефективне функціонування організації, тим більше міжособистісних і міжгрупових конфліктів виникає в її колективах [4].

Успішне вирішення конфлікту вимагає врахування інтересів всіх сторін. Повинні враховувати не тільки інтереси безпосередніх учасників — тих, між якими існує взаємодія конфлікту, а й інші. Вирішуючи конфлікт, по-перше, необхідно встановити не тільки привід конфліктного зіткнення, а й його причину, яку часто викривлено розуміють учасники конфлікту; по-друге, треба визначити «ділову зону» конфлікту; по-третє, суб'єктивні мотиви вступу людей в конфлікт. Нерідко протиставлення цілей обумовлено не їх змістом, а недостатнім взаєморозумінням, емоційністю людей, зниженням раціонального моменту у конфлікті. Якщо цілі справді різні, то слід шукати радикальний засіб вирішення конфлікту. Вийти з конфлікту, розв'язати його можливо, коли учасники контролюють кожний свій крок (можливо з допомогою посередника). Конфлікт відволікає людей від роботи. Але коли ним розумно управляти, він є джерелом новаторства, творчості.

Спосіб «вирішення проблеми» в конфліктній ситуації сприяє тому, що сторони шукають новаторські рішення, при яких виграють всі. Для того щоб цей спосіб працював, потрібний відповідний рівень довіри і взаєморозуміння між співробітниками [3]. Деякі конфліктні ситуації можуть бути врегульовані, коли кожний учасник конфлікту погоджується забути про свої власні інтереси, щоб досягти більш значимої загальної цілі. Наприклад, коли перед організацією виникає загроза банкрутства, вища загальна мета «вижити» змушує всі сторони співпрацювати. Часто конфлікти між співробітниками можна вирішити змінивши структуру організації, замість того, щоб замінити працівників. Якщо два співробітники несумісні як особистості, то краще за все їх перевести в різні відділи. Завершитись конфлікт може внаслідок різних причин: припинення конфлікту внаслідок взаємного примирення сторін; припинення шляхом симетричного його розв'язання (обидві сторони виграють або програють); припинення конфлікту шляхом асиметричного його вирішення — виграє одна сторона; поступове згасання конфлікту; переростання конфлікту в інше протистояння тощо [2]. Отже, побудова ефективної системи управління конфліктами, призначена для сприяння розвитку підприємства, що робить ефективною систему управління підприємством в цілому, що в свою чергу, підвищує його конкурентні переваги. Крім того, створення ефективної системи управління конфліктами є здатністю впливати на конкурентоспроможність підприємств, що залежить від кількісних і якісних показників компанії, яка може бути змінена під впливом конфліктів.

ЛІТЕРАТУРА:

1. Долинська Л.В. Психологія конфлікту /Л.В. Долинська, Л.П. Матіас-Заяц.— К.: ЦУЛ, 2010 — 304 с.
2. Ложкін Г.В. Психологія конфліктів: теорія і сучасна практика: посібник / В. Ложкін, Н. І. — 2007. — 416 с.
3. Ходаківський Є.І. Психологія управління: навч. посіб. /Є.І. Ходаківський, Т.Р. Грабарь. — Житомир, 2011. — 664 с.
4. Мороз А. Теорія конфлікту: монографія [Текст] / А. Мороз, А. А. Сметанюк, В. Шар. — К.:НТБ, 2010. — 256 с.

Науковий керівник: Мазник Л.В.

ШЛЯХИ ПОКРАЩЕННЯ МОТИВАЦІЇ МЕНЕДЖЕРІВ СЕРЕДНЬОГО РІВНЯ

Богдан Т.

Національний університет харчових технологій

Привести у дію організовану систему для отримання необхідного результату можливо лише шляхом певного впливу на неї управляючого органу або особи. Необхідні певні інструменти впливу на елементи системи, щоб вона почала своє функціонування. Одним із таких інструментів є мотивація. Для того, щоб ефективно рухатися до мети, керівник має не тільки спланувати і організувати роботу, але й примусити людей виконувати її згідно до опрацьованого плану.

Проблемам мотивації праці приділяється значна увага вже тривалий час. Дослідження в галузі мотивації праці проводилися В.А. Ядовим, Г.М. Зараковським, В.К. Тарасовим, Є.А. Климовим, Б.А. Смирновим, Ю.М. Забродімім, Б.Ф. Ломовим, В.П. Зінченком, та іншими. Разом з тим, трансформація умов життєді-

яльності, потреб та менталітету спричиняє необхідність розробки все нових методів стимулювання.

Метою є підбір методів мотивації та визначення найбільш дієвого підходу до вибору мотивуючих чинників для менеджерів середнього рівня управління підприємством.

Мотивація — процес спонукання працівників до діяльності для досягнення цілей організації. Сукупність внутрішніх і зовнішніх рушійних сил, що спонукують людину до діяльності, задають межі і форми роботи і надають їй спрямованості, яка орієнтується на досягнення поставлених цілей.

Як правило, для менеджера середнього рівня малоефективними є звичні методи матеріальної та моральної мотивації. Однією із основних форм їх стимулювання є компенсаційний пакет, який складається з двох частин: постійної (фіксована заробітна плата) і змінної (виплати, прив'язані до результатів діяльності керівника або компанії, бонус, опціон, участь в прибутку). Мотивуючий ефект мають як фіксована, так і змінна частини. Фіксована частина стимулює розвиток якості особистих та професійно-кваліфікаційних характеристик топ менеджера. Змінна частина заробітної плати стимулює зацікавленість у результатах праці.

Також зараз набуває розвитку мотивація за допомогою опціонної програми. Опціони дають право купувати акції фірми за певною ціною протягом фіксованого періоду. Такі договори в прямій або непрямій формі сприяють тому, що співробітник гарантовано залишається в компанії на певний термін, протягом якого він повинен сприяти збільшенню вартості цих акцій. Таким чином, зацікавлений персонал буде ініціювати та реалізовувати ідеї, які будуть приводити до поліпшення фінансових показників фірми. Від такої угоди виграють обидві сторони: як компанія, так і співробітник. Виділяють два види мотивуючих опціонних програм: фантомний і реальний. Фантомний має на увазі непряму участь співробітника у продажу акцій. Такий підхід заснований на виплаті курсової різниці акцій на момент реалізації в порівнянні з початковою вартістю опціону. Реальна опціонна програма дає можливість співробітникові самому продавати виділені йому акції, але не раніше обумовленого в договорі терміну.

Інноваційний підхід є важливим у створенні методів ефективної мотивації. Проте головне — обрати правильні мотиваційні заходи. Не існує єдиного підходу — потрібно шукати індивідуальний підхід до кожного. Впровадження ефективної індивідуальної системи допоможе компанії перейти на абсолютно новий якісний рівень і забезпечить гармонійний і продуктивний професійний розвиток кадрів, а в результаті — реалізацію всіх завдань бізнесу.

ЛІТЕРАТУРА:

1. Моргулець О. Б. Менеджмент у сфері послуг: навч. посіб./ О.Б. Моргулець. — К.: Центр учбової літератури. — 2012. — 384 с.
2. Назаренко В.В. Проблемы Науки / В.В. Назаренко, И.И. Касилов.// Инновационный поход к мотивации деятельности персонала ОАО «Концерн Стирол». — 2009. — №12. — С.23–26.

Науковий керівник: Драган О.І.

ЗАХОДИ ЩОДО ЗНИЖЕННЯ ТРУДОМІСТКОСТІ ПРОДУКЦІЇ ПІДПРИЄМСТВА

Бублій І.

Національний університет харчових технологій

Підвищена зацікавленість до систем економії витрат виробництва викликана перш за все їх актуальністю і важливістю управління за умов ринкових відносин. Особливо коли це стосується використання робочої сили, оскільки майже половину витрат виробництва у загальній собівартості продукції складають витрати, які пов'язані з її трудомісткістю. Тому дослідження факторів та резервів зниження трудомісткості продукції та дає можливість ще на ранніх стадіях розробки конкурентоспроможної продукції впливати на зниження собівартості продукції, а значить і збільшення обсягів прибутку підприємства.

Вагомий внесок у дослідження питань трудомісткості виробництва зробили такі вчені, як Б.М. Генкін, Т. Оно, М.В. Грачов, В.Е. Ліхтенштейн, Д.П. Богиня, Б.Н. Ігумнов, В.Д. Лагутін, О.М. Уманський, С.І. Бандур та інші.

Під трудомісткістю в економічній науці та господарській практиці прийнято розуміти величину нормованих витрат живої праці сукупного працівника на виготовлення одиниці або певного обсягу продукції у відповідних ринкових, технічних, організаційних і планових умовах розвитку виробництва. До складу трудомісткості виробництва продукції включаються всі нормовані витрати праці на її виробництво в конкретних умовах діючого підприємства. Звичайно, кожне підприємство використовує різні способи для зменшення трудових витрат, найчастіше за рахунок вдосконалення технологічних процесів виготовлення і поліпшення конструкції виробів. Проте не приділяється належної уваги запровадженню ефективних заходів щодо вдосконалення організації та оперативного управління виробництвом при зниженні трудомісткості продукції. Відсутня оптимальна система управління зниженням трудомісткості, що дозволяє здійснювати постійне, цілеспрямоване зменшення витрат праці на всіх стадіях розробки і виготовлення продукції. Недоліки в обліку трудових витрат і втрат робочого часу негативно впливають на організацію і нормування праці.

Зниження трудомісткості продукції, росту продуктивності праці можна досягти різноманітними способами. Найбільш важливі з них — механізація та автоматизація виробництва, розробка і застосування прогресивних високопродуктивних технологій, заміна та модернізація застарілого обладнання. Проте одні заходи щодо удосконалення застосовуваної техніки і технології не дадуть належної віддачі без поліпшення виробництва і праці. Можна виділити кілька факторів зниження трудомісткості виробництва продукції на підприємстві в певні групи, пов'язані з предметом праці, засобами праці або з організацією праці в процесі виробництва:

- вдосконалення конструкції і характеристик виробів;
- модернізація обладнання та впровадження прогресивних технологій;
- поліпшення в області організації праці та виробництва

Зниження трудомісткості продукції та поліпшення використання робочого часу на ділянках і в цехах підприємства може бути забезпечено наступними заходами:

- здійсненням організаційно-технічних заходів, не передбачених планом;

- шляхом підвищення ефективності використання обладнання, його модернізації, вдосконалення технологічних процесів;
- впровадження системи оперативного-виробничого планування, що забезпечує ритмічність виробництва і злагодженість роботи всіх ділянок;
- механізації ручних робіт, вдосконалення між операційного транспортування деталей, застосування багатооборотної та уніфікованої тари;
- суміщення професій і трудових функцій

Система управління трудомісткістю виробництва продукції на підприємстві повинна передбачати комплексний облік впливу виробничих факторів на всіх стадіях життєвого циклу продукції як на величину абсолютної трудомісткості, так і її відносне зниження в процесі освоєння виробництва продукції.

Трудомісткість виготовлення продукції являє собою своєрідну економічну віль, на яку накручується більша частина виробничих витрат, що утворюють собівартість виробництва продукції. Перевага показника трудомісткості полягає в тому, що він дозволяє судити про ефективність витрат живої праці на різних стадіях виготовлення конкретного виду продукції не тільки по підприємству, а й у цеху, на ділянці, робочому місці, тобто може проникнути в глибину виконання того чи іншого виду робіт, чого не можна робити за допомогою виробітку, обчисленого у вартісному вираженні.

ЛІТЕРАТУРА:

1. Єфімова О.В. Аналіз трудових ресурсів підприємства / О. В. Єфімова. — М.: Інтел-Синтез, 2007. — 342 с.
2. Олексенко Р.І. Управління продуктивністю праці на підприємствах / Р.І. Олексенко. — К.: Агросвіт.— 2010.— №11. — С. 46–48.
3. Веб-сайт [Електронний ресурс] / Продуктивність праці, виробіток і трудомісткість // Режим доступу: <http://msd.in.ua/produktivnist-praci-virobitok-i-trudomistkist> — Назва з екрану.

Науковий керівник: Безпалько О.В.

ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПЕРСОНАЛУ НА ОСНОВІ ЗБЕРЕЖЕННЯ Й РОЗВИТКУ ЛЮДСЬКОГО ПОТЕНЦІАЛУ ПІДПРИЄМСТВ

Гайшук Ю.

Національний університет харчових технологій

Різноманіття мотиваційних моделей на підприємствах об'єктивно потребує різних методичних підходів до оцінки конкурентоспроможності персоналу в ринкових умовах господарювання. Крім того, враховуючи специфіку функціонування різних галузей економіки, особливості національного менталітету, що наука має запропонувати цілий комплекс різноманітних моделей оцінки та стимулювання конкурентоспроможності персоналу, тобто надати широкі можливості для вибору тих методик, які безпосередньо відповідають інтересам організації, соціальних партнерів. Досвід країн, де спостерігається піднесення конкурентоспроможності персоналу, підприємств та корпорацій, підводить до думки, що економічний прорив та впровадження іннова-

ційної моделі розвитку можливі в Україні лише в тому разі, коли держава, підприємці, роботодавці зроблять ставку саме на людський капітал[1]. Лише за цієї умови можна забезпечити зрушення у конкурентоспроможності людини праці на ринку і створити передумови для зростання конкурентоспроможності підприємств. Теоретичні і практичні аспекти проблеми підвищення конкурентоспроможності персоналу досліджували такі українські вчені, як Амоша О.І., Бандур С.І., Близнюк В. В., Богиня Д.П., Грішнова О.А., Дмитренко Г.А., Долішній М.І., Колот А.М., Кравченко І.С., Лібанова Е.М., Лісогор Л.С., Макарова О.В., Новіков В.М., Новікова О.Ф., Онікієнко В.В., Петрова І.Л., Пирожков С.І., Семикіна М.В., Шаульська Л.В та інші. Проте аналіз опублікованих праць засвідчує, що методи підвищення конкурентоспроможності персоналу підприємств все ще залишаються недостатньо вивченими. Існує потреба у теоретико-методологічному і методичному обґрунтуванні підходів щодо оцінювання впливу різноманітних чинників на забезпечення конкурентоспроможності персоналу підприємств.. Для забезпечення підвищення конкурентоспроможності персоналу підприємств є потреба у розробці й реалізації концепції, яка має спрямовуватися на забезпечення сприятливих соціально-економічних умов для збереження й розвитку людського капіталу підприємств [2]. Тому вважаємо, що підвищення конкурентоспроможності персоналу має будуватися на: принципах розвитку людського потенціалу і комплексного підходу до розв'язання проблеми підвищення конкурентоспроможності робочої сили; урахування пріоритетів людського розвитку в Україні (довге і здорове життя, освіченість, матеріальний добробут), зокрема у сфері зайнятості і доходів, освіти, соціального захисту, демографічного відтворення населення; передбаченні посилення соціальної складової економічної політики підприємства, регіону, держави в інтересах забезпечення якості трудового життя, продуктивної зайнятості, наближення до світових стандартів життя, адаптації працівників підприємств до трудової діяльності в конкурентному середовищі. Принципи розвитку людського потенціалу впливають із сучасних наукових уявлень про закономірності формування й розвитку людського капіталу та, зокрема, трудового потенціалу суспільства. Це є сукупність положень, підходів, правил, що формують вихідну позицію органів державного та регіонального управління, керівників підприємств у їх ставленні до збереження й розвитку людського потенціалу, формуванні ключових засад політики, що проводиться по відношенню до персоналу в умовах конкурентного середовища. Трудова діяльність персоналу відбувається в умовах зовнішнього і внутрішнього впливів різноманітних чинників, що змінює ставлення працівників до праці, характер набуття переваг у розвитку робочої сили. На рівні підприємства діє сукупність економічних, фінансових, соціальних, організаційних, нормативно-правових, культурних та інших важелів [1].

Тому базою подальшого економічного піднесення підприємства має бути, передусім, збереження та розвиток його людського потенціалу на макро-, мезо- та мікроекономічному рівнях. Саме завдячуючи цьому мають бути створені передумови щодо підвищення та регулювання конкурентоспроможності персоналу на рівні окремих підприємств за допомогою організаційно-правових, фінансово-економічних та соціальних важелів. Це дасть змогу більш ефективно використовувати людський капітал підприємств в Україні.

ЛІТЕРАТУРА:

1. Богиня Д.П. Методологічні засади формування мотиваційного механізму конкурентоспроможності робочої сили // Мотиваційний механізм формування

конкурентоспроможності робочої сили: Зб. наук. пр. — К.: Ін-т економіки НАН України.

2. Дудіна Н. В. Зарубіжний досвід урахування конкурентоспроможності робочої сили в системі оплати праці // Конкурентоспроможність у сфері праці: Зб. наук. пр. — К.: Ін-т економіки, 2001. — с.84–89.

Науковий керівник: Драган О.І.

ПРИЧИНИ ВИНИКНЕННЯ ТА СПОСОБИ ВИРІШЕННЯ КОНФЛІКТІВ НА ПІДПРИЄМСТВІ

Гончарука Д.

Національний університет харчових технологій

У процесі реалізації завдання організації праці на підприємстві найчастіше виникають ситуації, коли інтереси і цілі працівників або керівників не збігаються. Це може призвести до конфліктів, що є наслідком невідповідності структури організації та поділу праці, а також непорозуміння у тому ж колективі в процесі діяльності. Практично всім соціальним системам властиві конфлікти. Конфлікти завжди виникають на основі протилежно спрямованих мотивів чи суджень. Такі мотиви і судження є необхідною умовою виникнення конфлікту. Вони характеризуються розбіжністю інтересів і ліній поведінки як окремих особистостей, так і груп осіб.

Спільна діяльність людей супроводжується зіткненням різних поглядів, думок та суджень на події, що відбуваються як в організаціях, так і за її межами. Ці протиріччя можуть бути скороминучими і не мати негативного впливу на стосунки між людьми, а можуть поглиблюватися і ускладнювати співробітництво, створюючи конфліктні ситуації. Конфліктна ситуація — це накопичені протиріччя, які пов'язані з діяльністю суб'єктів соціальної взаємодії і формують ґрунт для реального протистояння між ними. При цьому важливо відзначити, що особливе місце серед факторів, що забезпечують дане співвідношення, займає інцидент чи привід.

Сфери прояву конфліктів у край різноманітні: політика, економіка, соціальні відносини, погляди й переконання людей. Виділяють політичні, соціальні, економічні, організаційні конфлікти.

Основними рушійними силами будь-якого конфлікту є люди, тобто учасники конфліктної взаємодії, інтереси яких порушено безпосередньо, визначаються як суб'єкти конфлікту. Ними можуть виступати окремі особи, групи, підрозділи, організації.

Основними причинами конфліктів, які можуть виникнути в організації є:

- розподіл ресурсів (вони завжди обмежені, а претендує на їх використання кілька сторін) — це станки, інвентар, кондиціонери, комп'ютери та інше;
- різниця у цілях (спеціалізація, конкретизація та дроблення на підрозділи передбачає їх різну стратегічну спрямованість);
- взаємозалежність у досягненні результату (працівники реалізуючи власні завдання, інколи нехтують загальними цілями);
- різниця в уяві та цінностях (інколи з боку керівника є відсутність об'єктивної оцінки ситуації); — незадовільні комунікації (не завжди керівники структурних підрозділів передають повну та достовірну інформацію);
- різниця у досвіді та манері поведінки;

Існуючі способи вирішення конфліктних ситуацій розподіляються на дві – категорії: структурні та міжособові. До арсеналу структурних методів належать:

- роз’яснення вимог до змісту роботи;
- принцип використання ієрархії;
- підпорядкування цілей підрозділів загальноорганізаційним цілям;
- стратегія мотивування праці.

Міжособові способи вирішення конфліктів зводяться до п’яти варіантів типу поведінки, що їх має обрати конкретна людина при появі перших симптомів конфліктної ситуації, а саме: ухилення, залагоджування, примус, компроміс, вирішення конфлікту.

Також до методів вирішення конфліктів відносять переговори, які являють собою набір тактичних прийомів, спрямованих на пошук взаємоприйнятих рішень для конфліктуючих сторін.

Розв’язання конфліктів в управлінні як складний процес, який вимагає від керівника відповідних знань і творчого підходу. Особливості вибору способів та методів подолання конфліктів, міжособистісний рівень керівника, попередження конфліктних ситуацій. Розв’язання конфлікту слід розпочати з стабілізації соціальної системи, тому що при цьому ліквідуються джерела незадоволення. Вірно, адже найкращий досвід — це досвід, який здобувається на вивченні помилок минулого. І тому учасники конфлікту, навчені «гірким досвідом», у майбутньому будуть більше налаштовані на співпрацю і лояльне відношення, ніж до виникнення конфліктної ситуації. Крім цього, розв’язання конфлікту може запобігти виникненню більш серйозних конфліктів, які могли б виникнути, якби не було цього. Слід пам’ятати, що будь-яка конфліктна ситуація вирішується і початок до вирішення — це проведення переговорів між сторонами.

Прийняття оптимальних управлінських рішень — найважливіша умова попередження конфліктів усіх рівнів: від внутрішньо особистісних до міжнародних.

ЛІТЕРАТУРА:

1. Долинська Л.В., Матіас-Заяц Л.П. Психологія конфлікту: 2010 — 304 с.
2. Ходаківський Є.І., Грабарь Т. Р. Психологія управління, 2011 — 664 с.
3. Мороз А. Теорія конфлікту: монографія / А. Мороз, А. А. Сметанюк, В. — Шар: НТБ, 2010 — 256 с.

Науковий керівник: Мазник Л.В.

УДОСКОНАЛЕННЯ ОРГАНІЗАЦІЙНОЇ СТРУКТУРИ УПРАВЛІННЯ

Дворак Ю.

Національний університет харчових технологій

В сучасних умовах розвитку економіки, після подолання періоду повної невизначеності і нестабільності, розвиток підприємництва як економічної бази процвітання держави є вкрай актуальним. Особливо це стосується формування організаційної структури підприємства. Вона повинна спрямовуватися на забезпечення ефективної діяльності підприємства, на здійснення та запровадження нових, а також зміну старих підходів до управління структурою підприємства. Адже у будь-якій організації відбувається велика кількість еволюційних змін. Це стосується технологій і онов-

лення виробничих процесів, персоналу, методів управління, які з розвитком і вдосконаленням науки стають нераціональними у використанні.

У числі внутрішніх чинників, що впливають на ефективність функціонування підприємства, як відмічає ряд вітчизняних (В. Р. Веснін, А. К. Гастев, І. Ф. Гнибіденко, О. А. Грішнова, В. М. Данюк, Г. А. Дмитренко, А. М. Колот, А. Я. Кибанов, М. І. Круглов, О. В. Крушельницька, Ю. Г. Одегов, І. Л. Петрова) і зарубіжних (А. Томпсон, А. Стрикленд, Дж. Обер-Кріє, П. Дженстер) економістів, сьогодні стають помітнішими персонал і організаційна структура управління, що знаходиться в тісному діалектичному взаємозв'язку. Організаційна структура слугує матеріальною основою системи управління підприємством і багато в чому визначає ефективність його діяльності. Вона впливає на ефективність функціонування як малих підприємств, так і великих корпорацій. Останнім часом погляди вчених направлені на створення такої структури підприємства, яка б динамічно відображала її участь у процесах економічного середовища з метою пристосування до мінливих зовнішніх умов.

Категорія «структура» відображає будову та внутрішню організацію системи. Зв'язок елементів у структурі підпорядкований діалектиці взаємовідношення частини і цілого. Наявність структури — невід'ємний атрибут всіх реально існуючих систем, бо саме структура надає їм цілісності. Категорія «структура» означає відносно стійкі зв'язки, які існують між елементами організації.

Організаційна структура управління визначається як склад, взаємозв'язки та підпорядкованість організаційних одиниць (підрозділів) апарату управління, які виконують різні функції управління організацією (підприємством).

Правильно побудована організаційна структура дозволяє підприємству ефективно функціонувати, ефективно керувати всіма підрозділами підприємства, і в кінцевому рахунку визначає фінансові результати, тому що правильно побудоване управління неминуче веде до зниження витрат, збільшення ефективності.

Оптимізацію організаційної структури підприємства слід проводити за наступними етапами:

- вибір зовнішніх консультантів або формування внутрішньої команди фахівців для розробки та реалізації стратегії організаційного розвитку підприємства;
- формування мети організаційних змін на підприємстві. Метою організаційних змін є досягнення відповідності організаційної структури підприємства внутрішнім та зовнішнім умовам функціонування, що постійно змінюються;
- розробка стратегії організаційного розвитку підприємства. Така стратегія повинна орієнтуватися на економічну стратегію підприємства та включати до себе заходи щодо змін організаційної структури підприємства, проекти нормативних документів, проект плану підготовки та перепідготовки управлінських кадрів, терміни реалізації;
- розрахунок витрат на реалізацію організаційних змін, обсяг яких залежить від масштабу змін, вибір та оптимізація джерел фінансового забезпечення реалізації стратегії;
- аналіз внутрішніх можливостей реалізації розробленої стратегії організаційного розвитку підприємства (компетенція персоналу, мотивація персоналу, відповідність розробленої стратегії цілям підприємства тощо);
- попередня оцінка ефективності стратегії організаційного розвитку, доцільності та своєчасності проведення запропонованих змін;
- реалізація стратегії організаційного розвитку підприємства та оцінка ефективності її реалізації.

Ефективність удосконалення організаційної структури повинно оцінюватися з позицій того, наскільки вона сприяє досягненню поставлених цілей. У той же час саме поняття ефективності може бути невизначеним: все залежить від прийнятого критерію. Вибір такого критерію залежить від конкретних умов діяльності, можливостей та стратегії підприємства

Отже, удосконалення організаційної структури підприємства, насамперед, передбачає процес внесення корегувань в організаційну структуру управління. Як вже перевірено на практиці багатьох підприємств введення незначних змін має більше шансів на успіх, ніж здійснення масштабних змін. Для вивчення результативності удосконалення організаційної структури управління на підприємстві необхідно застосовувати метод аналізу та критерії оцінки результативності. Така діяльність є перспективним напрямком дослідження у сфері удосконалення організаційної структури.

ЛІТЕРАТУРА:

1. Бова Т.В. Удосконалення організаційної структури підприємства / Т.В. Бова. // Економіка та держава — №5. — 2006. — с.68–70.

2. Мошек Г.Є. Менеджмент підприємства: підруч. / Г.Є. Мошек, Л.А. Гомба, Л.П. Піддубна. — К.: Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2002. — 371 с.

Науковий керівник: О.І. Драган

ОПТИМІЗАЦІЯ ВИТРАТ НА ПЕРСОНАЛ ПІДПРИЄМСТВА

Дехніч Я.

Національний університет харчових технологій

Управління персоналом одна із найважливіших напрямів в стратегії сучасного підприємства. Щоб процвітати в мінливому світі, досягти конкурентної переваги, кожна організація повинна домагатися ефективного і рентабельного застосування передових технологій, яке, в свою чергу, вимагає людських ресурсів, які мають необхідні знання й професіональний досвід. Відбувається трансформація управління персоналом у керування людськими ресурсами: персонал розглядається не як головний чинник витрат, а як ключовий ресурс. Сучасну політику управління людськими ресурсами слід націлювати на максимальну віддачу від інвестицій у персонал через побудову системи, яка мотивує кожного працівника для досягнення цілей, обумовлених бізнесовою стратегією компанії, здатна об'єктивно оцінити рівень досягнення результатів і безсторонньо винагороджує і заохочує працівників. Досягнення цілей і завдань, поставлених політикою у сфері управління людськими ресурсами, вимагає вкладення чималих коштів як і у самі людські ресурси, так і у розвиток служб управління персоналом, відповідальних за реалізацію прийнятої політики. Витрати на персонал, в такий спосіб, стають інструментом здійснення політики управління людськими ресурсами підприємства.

Витрати на персонал відіграють найважливішу роль в структурі витрат сучасних підприємств. З іншого боку, вони все частіше розглядаються як інвестиції, приносять віддачу протягом тривалого часу. Отже, управління ефективністю витрат на персонал може помітно впливати на результат господарської діяльності підприємства у цілому.

Теоретичні та методологічні основи, рекомендації щодо визначення витрат на персонал представлені в роботах: В.А. Дятлова, О.П. Єгоршина, П.В. Журавльо-

вої, А.Я., Кібанова, Є.В. Маслова, В.В. Травіна, А.П. Волгіна, Г. Десслера та ін. Але вивчення теоретичних і практичних досліджень вітчизняних і зарубіжних вчених дозволяє зробити висновок про недостатню розробленість питань щодо оптимізації витрат на персонал підприємства, а саме: недостатньо уваги приділяється формуванню системи управління витратами на персонал як цілісної сукупності взаємодіючих елементів, що забезпечує прийняття економічно обґрунтованих управлінських рішень.

Загалом частка витрат на персонал у загальному обсязі витрат має стійку тенденцію до зростання в усіх галузях економіки, вирішальне значення набуває управління витратами на персонал. У зв'язку з цим часто використовується поняття оптимізації витрат на персонал. Взагалі на сучасному етапі визначають поняття «оптимізація» як процес знаходження найкращого варіанта рішення задачі при заданих вимогах та обмеженнях, відповідно оптимізація управління процесом являє собою визначення шляху досягнення мети при забезпеченні найкращих значень показників, що характеризують цей процес. Витрати на персонал нерозривно пов'язані з системою управління персоналом підприємства, яку, у свою чергу, необхідно розглядати як найважливішу частину системи менеджменту. Оптимізація витрат на персонал сполучена з ефективністю діяльності підприємства. Забезпечення ефективності діяльності підприємства може досягатися як за допомогою екстенсивних методів (наприклад, збільшення числа співробітників, обсягу виконуваних робіт і, відповідно, обсягу витрат), так і за допомогою інтенсивних методів. Результатом застосування інтенсивних методів може з'явитися, наприклад, збільшення продуктивності праці. При цьому поліпшення результату досягається не просто за рахунок приросту продуктивності праці, але й за рахунок більшої якості та раціональності прийнятих управлінських рішень, більш чіткої організації системи управління персоналом та підприємством в цілому. Для прийняття обґрунтованих управлінських рішень важлива оптимізація не тільки витрат на персонал в цілому, а й витрат за окремими статтями: витрати на оплату праці, на навчання та розвиток, на наймання персоналу, на культурно-побутове обслуговування.

ЛІТЕРАТУРА:

1. Мальцев С. Расчет оптимальной численности персонала / С. Мальцев. // Управление производством. — 2009. — № 1. — С. 16–21.
2. Самотеева А. Аутстафтинг или аренда персонала/ А. Самотеева. // Реальный бизнес . — 2005 . — С. 128.
3. Евдокимов С. Л. Нестандартные решения / С.Л. Евдокимов. // Управление персоналом. —2005.— № 17.— С.57.

Науковий керівник Олійниченко О.М.

ФОРМУВАННЯ КАДРОВОЇ ПОЛІТИКИ ПІДПРИЄМСТВА

Зуб В.

Національний університет харчових технологій

Кадрова політика — це сукупність принципів, методів, форм організаційного механізму з формування, відтворення, розвитку та використання персоналу, створення оптимальних умов праці, її мотивації та стимулювання [1, с.34].

Призначення кадрової політики — своєчасно формулювати цілі відповідно до стратегії розвитку підприємства, порушувати проблеми і ставити завдання, знаходити способи досягнення цілей [2, с.66].

Кадрова політика є частиною політики організації і повинна повністю відповідати концепції її розвитку.

Метою кадрової політики є забезпечення оптимального балансу процесів відновлення та збереження кількісного і якісного складу кадрів відповідно до потреб самої організації, вимог чинного законодавства й становища на ринку праці, а також створення високопродуктивного і високопрофесійного відповідального колективу, здатного гнучко й адекватно реагувати на зміни внутрішнього і зовнішнього середовища [2, с.45].

Основним завданням кадрової політики є:

- своєчасне забезпечення організації персоналом певної якості і кількості відповідно до стратегії розвитку організації;
- створення умов реалізації, передбачених трудовим законодавством прав і обов'язків громадян;
- раціональне використання персоналу;
- формування і підтримка ефективної роботи підприємства

Основні різновиди кадрової політики: політика добору кадрів; політика професійного навчання; політика оплати праці; політика формування кадрових процедур, політика соціальних відносин [1, с.35].

Ефективна кадрова політика, яка створює умови для раціонального використання кадрів на підприємстві, є:

- складовою частиною стратегічної програми розвитку підприємства, тобто сприяти реалізації стратегії через кадрове забезпечення;
- гнучкою, тобто вона має бути, з одного боку, стабільною, оскільки із стабільністю пов'язані певні плани працівників, а з другого — динамічною, тобто коригуватись відповідно до змін тактики підприємства, економічної ринкової ситуації;
- економічно обґрунтованою, зважаючи на реальні фінансові можливості, що забезпечить індивідуальний підхід до працівників.

Кадрова політика формується з врахуванням впливу зовнішніх та внутрішніх факторів, характерних для сучасного і майбутнього.

До зовнішніх факторів відносяться: національне трудове законодавство; взаємовідношення з профспілкою; стан економічної кон'юнктури; стан і перспективи розвитку ринку праці.

Внутрішніми факторами є: структура, цілі і стратегія організації; територіальне розміщення; технології виробництва; організаційна культура; кількісний і якісний склад наявного персоналу і можливі його зміни в перспективі; існуючий рівень оплати [2, с.78].

Отже, головна мета формування сучасної кадрової політики підприємства полягає в постійному забезпеченні тепер і в майбутньому кожного робочого місця кожної посади персоналом відповідних професій та спеціальностей належної кваліфікації.

ЛІТЕРАТУРА:

1. Кибанова. А.Я Управление персоналом организации. Учебник / А. Я. Кибанова — 2-е изд., доп. и перераб. — М.: ИНФРА-М, 2002. — 638 с.

2. Петюх В. М. Управління персоналом: навч.-метод. посібник для самост. вивч. дисц. / В. М. Петюх — К.: КНЕУ, 2000. — 124 с.

Науковий керівник: Драган О. І.

БЕНЧМАРКІНГ ЯК МЕТОД ПІДВИЩЕННЯ ПРОДУКТИВНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

Костюк В.

Національний університет харчових технологій

За останніх кілька десятиліть ситуація на ринку дуже змінилася, зараз будь-якому новачку майже не реально потрапити на вершину Олімпу. Це пов'язано з тим, що існує дуже велика конкуренція, і зазвичай на ранніх стадіях розвитку великі «акули» бізнесу просто поїдають молоді підприємства, що швидко розвиваються. Для того, щоб вийти на високий рівень розвитку необхідно підвищувати продуктивність підприємства. Для цього існує цілий ряд способів, кожен з яких допоможе це зробити. Для кращого результату це має бути комплексний метод, що охоплює всі сфери підприємницької діяльності. Найбільш ефективними можуть ставати інноваційні методи.

Одним таким методом є бенчмаркінг. Бенчмаркінг — це процес пошуку стандартного чи еталонного економічно ефективнішого підприємства-конкурента з метою порівняння з власним та переймання його найкращих методів роботи [1].

Термін «бенчмаркінг» з'явився в 1972 році в Інституті стратегічного планування Кембріджа (США). Вагомий внесок в розвиток внесли наступні вчені: Роберт К. Кемп — керівник Global Benchmarking Network, Лоуренс Босиді — виконуючий директор компанії AlliedSignal та Б'єрн Андерсен професор Норвежського університету науки і технологій [3].

Бенчмаркінг має велику різновидність. Серед основних виділяють: стратегічний, конкурентний, процесний, функціональний (загальний), внутрішній, зовнішній. Для того, щоб обрати правильний вид потрібно врахувати наступні умови: характер задач, які потрібно вирішувати; доступні ресурси і час для проведення бенчмаркінгу; досвід проведення бенчмаркінгу; достатність ресурсів для реалізації всіх заходів по підвищенню ефективності.

Бенчмаркінг — безупинний систематичний пошук і впровадження найкращих практик, що приведуть організацію до досконалішої форми. Дієвий інструмент для визначення становища компанії порівняно з іншими, подібними за розмірами та/або сферою діяльності, організаціями [1].

Він безпосередньо пов'язаний з постановкою цілей і задач, а також являється ключовим елементом при плануванні. Головне питання, яке стоїть в основі бенчмаркінгу — «чому інші працюють успішніше ніж ми?». Принцип роботи полягає у ідентифікації відомостей з порівнюваним аналогом (еталоном), що дає змогу вдосконалити підприємницьку діяльність і наблизити її до еталонної моделі.

Тобто, бенчмаркінг дозволяє оцінити всі хороші сторони конкурентів та провести аналіз, які можна внести зміни, щоб бути на рівні з конкурентами.

З багатьох переваг слід виділити наступні: допомагає підприємству виявити в чому його сильні та слабкі сторони; допомагає краще задовольняти потреби споживачів по якості та ціні, методом установлення нових стандартів та цілей; стимулює працівників у досягненні нових стандартів, покращує мотивацію персона-

лу; дозволяє керівництву достовірно дізнатися, який рівень ефективності реально досягти і в який спосіб це зробити краще; допомагає підняти конкурентоспроможність шляхом стимулювання постійного удосконалення для підтримки міжнародного рівня ефективності та підняття конкуренції; допомагає підняти якість, продуктивність та якість, шляхом інноваційних введень; являється кращим засобом для створення пулу інноваційних ідей, що можуть бути внесені для покращення виробництва [2].

Слід зазначити ряд причин, які здатні завадити успішному проведенню бенчмаркінгу: часові обмеження та брак ресурсів; впертість керівництва та небажання персоналу удосконалюватися; недостатня кількість професійних працівників; конкурентний бар'єр, тобто недоступність або ж тяжко доступність інформації про конкурента [2].

Отже, бенчмаркінг являється універсальним засобом, різновиди якого взаємодоповнюють один одного, не припускаючи кризових станів, що робить його одним з найбільш дієвих методів управління ефективністю і розвитком підприємства. Слід зазначити, що даний метод результативно працює на теренах Європи та США.

ЛІТЕРАТУРА:

1. Бенчмаркінг. [Електронний ресурс]: Режим доступу: <http://uk.wikipedia.org/wiki/Бенчмаркінг>- Назва з екрану.

2. Какие бывают виды бенчмаркинга. [Електронний ресурс]: Режим доступу: <http://otvetinsk.ru/blog/kakie-by-vayut-vidy-benchmarkinga.html> — Назва з екрану.

3. Бенчмаркінг: сравнительный анализ российского и зарубежного опыта. [Електронний ресурс]: Режим доступу: http://www.pglu.ru/lib/publications/University_Reading/2011/XIV/uch_2011_XIV_00008.pdf — Назва з екрану.

Науковий керівник: Грищенко Д.Г.

УПРАВЛІННЯ В СТИЛІ КОУЧИНГ

Кошик А.

Національний університет харчових технологій

Підвищення ефективності роботи — одна з головних задач сучасних організацій. В даний час існує безліч стилів управління персоналом компанії. Кожен з яких по-своєму ефективний і безумовно, має право на існування. Найбільш ефективним стилем управління на сьогоднішній день є коучинг. В даний час цей стиль стає все більш популярним. Коучинг розвиває найкращі якості людей і команд (у той час як інші системи управління навіть не прагнуть до цього) і дозволяє використовувати ці якості в роботі на благо організації. Таким чином, використання коучингу в управлінні значно підвищує продуктивність працівників компанії.

Головними представниками цього процесу стали: Тімоті Голлвей, Томас Леонард та Джон Уйтмор. Заслуга Голлвея, Леонарда і Уйтмора в тому, що, усвідомивши необхідність особистісної підтримки професійної діяльності, ідеї коучингу знайшли більш досконалу форму.

Коучинг — метод підвищення потенціалу людини, який полягає в розширенні меж його свідомості в галузі розвитку професійних можливостей різними способами (наприклад, GROW).

На відміну від психотерапії, коучинг націлений на майбутнє. Він допомагає, працюючи над своїм сьогоденням, по-іншому поглянути на життя, усвідомити свої справжні, а не нав'язані громадською думкою, бажання, потреби та цінності, позбутися від внутрішніх бар'єрів, що перешкоджають досягненню цілей і навчитися знаходити власні рішення.

Термін «коучинг» був введений англійським бізнесменом і консультантом Джоном Уйтмором. Нова професія фахівця-коуча почала формуватися на початку 1980-х років і офіційно затверджена в 2000 році. В даний час на Заході в даній «індустрії» працює більше 100 тис. фахівців. В США кількість фахівців в області коучингу щорічно подвоюється.

Коучинг як метод управління персоналом — це не інструктаж і прямі вказівки, а взаємодія керівника і підлеглого, яке спрямоване на найбільш ефективне рішення поставленої задачі. Виглядає це таким чином: замість прямих вказівок керівник задає кілька відкритих питань. В результаті діалогу стає ясно, наскільки співробітник правильно зрозумів поставлену задачу, які складнощі можуть виникнути, які додаткові ресурси необхідні для виконання завдання, етапи виконання та інші моменти. Керівник цілком і повністю бачить картину виконання поставленого завдання і тепер контролювати процес роботи буде легше і займе менше часу. Відповідаючи на питання керівника, підлеглий усвідомлює всі аспекти завдання і розуміє, які дії необхідно вчинити для її виконання. Ясне розуміння забезпечує упевненість в успіху, і тоді співробітник охоче приймає відповідальність на себе. Коучинговий підхід в управлінні персоналом забезпечує керівникові істинний контроль, а не ілюзію і наділяє підлеглого реальною, а не ілюзорною відповідальністю.

Розвиток співробітників — це не лише навчання їх на курсах, семінарах та тренінгах. Мова більшою мірою йде про розкриття внутрішнього потенціалу співробітників компанії. Кожна людина має великий потенціал, який може бути розкритий за допомогою коучингу.

Сьогодні успішний керівник знає кілька стилів керівництва і застосовує будь-який з них у конкретній ситуації. Авторитарний стиль керівництва йде в минуле, а одним з найбільш ефективних методів управління в сучасному світі є коучинговий підхід.

Коли керівник застосовує в управлінні коучинговий підхід, він одночасно домагається більш високих результатів і професійного розвитку своїх підлеглих.

Про переваги коучингу можна говорити довго й багато, але є і негативні сторони цього підходу:

- недостатній професійний рівень (кваліфікація) коуч-фахівця. Індивідуально-особистісні здібності кожного начальника специфічні, і не завжди у людини вистачає здібностей бути хорошим коучем;
- складність прогнозування тривалості розвитку працівника;
- необхідність контролю тимчасових витрат коуча і співробітника;
- складність контролю напрямку розвитку працівника.

Система коучингу — практична робота націлена на результат. Щоб переконатися в цьому менеджеру достатньо тільки спробувати застосувати коучинг у своїй роботі. І результат неодмінно буде позитивним.

ЛІТЕРАТУРА:

1. Грант, Э. Коучинг принятия решений / Э. Грант, Дж. Грин. — СПб. и др.: Питер, 2005. — 137 с.

2. Харрис, Джина. Коучинг: личностный рост и успех / Джина Харрис; пер. с англ. А.Бреслав. — СПб. : Речь, 2003. — 106 с.

Науковий керівник: Чигиринець О.А.

УДОСКОНАЛЕННЯ ВИКОРИСТАННЯ РОБОЧОГО ЧАСУ НА ПІДПРИЄМСТВІ

Кузема А.

Національний університет харчових технологій

Трудові ресурси підприємства відіграють провідну роль у розв'язанні науково-технічних, організаційних і економічних завдань щодо поставлених результатів господарювання. Рівень забезпеченості підприємства робочою силою і її раціональне використання значною мірою визначає організаційно — технічний рівень виробництва, ступінь використання техніки та технології, предметів праці.

Від ефективності використання трудових ресурсів у процесі виробництва багато в чому залежать показники обсягу виробництва продукції, її собівартість, якість тощо. Тому аналіз використання трудових ресурсів є важливим розділом системи комплексного економічного аналізу діяльності підприємства.

Робочий час є загальною мірою кількості праці. Загальна тривалість робочого часу визначається, з одного боку, рівнем розвитку виробництва, з іншого — фізичними і психофізіологічними можливостями людини. Поліпшення використання робочого часу є одним з основних шляхів підвищення продуктивності праці. Воно залежить від співвідношення екстенсивного та інтенсивного факторів розвитку виробництва.

Робочий час — час, протягом якого працівник, відповідно до закону, колективного і трудового договору, правил внутрішнього трудового розпорядку організації, повинен виконувати доручену йому роботу у встановленому місці.

При аналізі використання робочого часу та стану трудової дисципліни на підприємстві необхідно враховувати умови розвитку підприємства, а також умови праці на підприємстві.

У процесі аналізу використання робочого часу виконуються наступні завдання:

- загальна оцінка повноти використання робочого часу;
- виявлення факторів і розміру їх впливу на використання робочого часу;
- з'ясування причин цілоденних і внутрішньозмінних втрат робочого часу;
- розрахунок впливу простоїв на продуктивність праці та зміну обсягу виробництва.

В ринкових умовах господарювання фінансові результати багато в чому залежить від ефективності використання робочого часу працівниками підприємства як однієї із складових виробничого потенціалу.

Ефективна робота підприємств багато в чому залежить від повноти та доцільності використання фонду робочого часу. Для цього проводиться аналіз робочого часу зайнятих на виробництві, який також дозволяє визначити ступінь використання персоналу підприємства. У процесі такого аналізу вивчаються внутрішньозмінні і цілоденні втрати робочого часу, виявляються величина втрат і непродуктивних витрат робочого часу, з'ясовуються причини їх виникнення.

Також особливої актуальності набуває питання ефективності використання фонду робочого часу. Резерви підвищення ефективності використання фонду формуються у результаті дії багатьох взаємопов'язаних чинників, що являють

собою систему матеріально — технічних, організаційних та інших умов, які визначають рівень використання робочої сили прямо чи опосередковано.

Серед резервів ефективності використання фонду робочого часу доцільно виділити екстенсивні (ліквідацію понадпланових втрат робочого часу, усунення браку та відхилення від нормальних умов праці) та інтенсивні (забезпечення виконання норм виробітку усіма робітниками-відрядниками та здійснення нереалізованих організаційно — технічних заходів).

Центральною ланкою оцінки ефективності використання фонду робочого часу є аналіз продуктивності праці, який включає вивчення її рівня, динаміка та загальну оцінку виконання планових завдань.

Отже, можна зробити висновок про те, що раціональне використання робочого часу дуже важливе для роботи підприємства. При зниженні витрат робочого часу збільшується продуктивність, знижуються зайві витрати. Втрати робочого часу тягнуть за собою несприятливі наслідки.

ЛІТЕРАТУРА:

1. Васильков В. Г. Організація виробництва : навч. посіб. / В. Г. Васильков. — К.: КНЕУ, 2003. — 524 с.
2. Завіновська Г. Т. Економіка праці : навч. посіб. / Г. Т. Завіновська. — К.: КНЕУ, 2003. — 432 с.

Науковий керівник: Драган О.І.

УДОСКОНАЛЕННЯ УПРАВЛІННЯ ТРУДОВИМ ПОТЕНЦІАЛОМ ПІДПРИЄМСТВА

Литвиненко М.

Національний університет харчових технологій

На даний час трудовий потенціал є вирішальним чинником в ефективності господарювання і конкурентної переваги на ринку для підприємства. Як чинник виробництва праця містить в собі величезні потенційні можливості по створенню суспільно необхідних благ, саме тому способи підвищення використання людських здібностей набувають особливої значущості. Розвиток трудового потенціалу, як вирішальна передумова соціально-економічної стабілізації, стає основою забезпечення продуктивності як підприємства так і національної економіки.

Велику увагу у розробленні різних аспектів підвищення ефективності управління трудовим потенціалом приділяли М. Армстронг, Д. Богиня, Е. Воронкова, В. Гриньова, І. Джаїн, М. Долішній, М. Дороніна, Р. Колосова, Ю. Одегов, В. Онікієнко, А. Панкратов, В. Пономаренко, О. Ястремська та ін.

Вивчення та аналіз основних теоретичних положень управління трудовим потенціалом підприємства. Дослідження та аналіз причин, які стримують розвиток трудового потенціалу підприємства та пропонування заходів вдосконалення управління трудовим потенціалом.

Трудовий потенціал являє собою сукупність характеристик людини, які формуються в результаті матеріальних і духовних вкладень (здоров'я, інтелект, творчі здібності, освіта, професіоналізм, моральність, активність, організованість тощо). Трудовий потенціал є здатним до розвитку, перетворює людину у найважливіший ресурс виробництва: продуктивність праці, мотивація та інноваційний потенціал лю-

дини визначають успіх стратегії, спрямованої на інтенсифікацію виробництва, конкурентоспроможність тощо. Трудовий потенціал підприємства — це сукупні можливості працівників підприємства, які активно чи пасивно беруть участь у виробничому процесі в рамках конкретної організаційної структури виходячи з матеріально-технічних, технологічних та інших параметрів. На стан трудового потенціалу підприємства впливають як внутрішні фактори так і зовнішні. До внутрішніх компонентів можна віднести: статеві групи, стаж і досвід роботи, освітньо-кваліфікаційний рівень працівників, стан здоров'я, професіоналізм, моральність і уміння працювати в колективі, мотивація праці, система оплати праці. До зовнішніх: попит і пропозиція на ринку праці, попит на конкретні спеціальності, політико — економічний стан держави, світові міграційні процеси, рівень мінімальної заробітної платні, демографічний потенціал держави, тощо. Однією з основних причин, які стримують розвиток трудового потенціалу в Україні, є демографічна криза. Відбувається зменшення демографічної бази відтворення трудового потенціалу через низький рівень народжуваності, високий рівень смертності, трудову еміграцію працездатного населення, скорочення тривалості життя, погіршення вікової структури, що приводить до щорічного зниження рівня трудового потенціалу та скорочення трудових ресурсів. Низький рівень заробітної плати для представників робочих професій, можливість отримувати великі доходи без належних трудових зусиль для окремих категорій населення, необґрунтована диференціація в рівні заробітної плати та недопустимий і нічим не мотивований багатократний розрив в доходах між окремими верствами населення, криміналізація суспільства, привели до знецінення якісної та добросовісної праці. На якість трудового потенціалу впливає багато факторів. Але, щоб її підвищити, потрібно визначити не тільки ці фактори, але й те, як на які параметри якості вони впливають, чітко окреслити структурні елементи трудового потенціалу, виявити резерви підвищення його якості. Підприємство має проводити певні заходи щодо ефективного використання трудового потенціалу, а саме: формування ефективної диференційованої системи матеріального і морального стимулювання працівників; гарантування визначеного рівня заробітної плати, соціальних пільг, стабільності робочого місця працівнику за умови виконання ним поставлених виробничих задач і відповідності рівня його кваліфікації і професіоналізму вимогам виробництва; забезпечення продуктивної зайнятості, раціоналізація процесів праці і виробництва для зниження витрат праці; оптимізація кількості і якості трудового потенціалу відповідно до потреб виробництва; соціальна підтримка персоналу через систему соціальної допомоги.

Трудовий потенціал є джерелом забезпечення підприємств кадрами і має кількісну і якісну характеристики. Кількісна сторона трудового потенціалу визначається чисельністю працездатного населення, статевіковою структурою, числом безробітних. Основними компонентами якісного складу трудового потенціалу є психофізіологічна, соціально-мотиваційна, освітньо-професійна, інтелектуальна, духовно-енергетична складова. Раціональне використання трудового потенціалу відіграє важливу роль у підвищенні ефективності суспільного виробництва та рівня життя населення. Тому від того, наскільки раціонально він сформований, багато в чому залежить економічний потенціал кожного виду економічної діяльності, темпи його розвитку, зростання соціального і культурного рівня життя найманих працівників та роботодавців, становлення повноцінних відносин соціального партнерства.

ЛІТЕРАТУРА:

1. Краснокутська Н.С. Потенціал підприємства: формування та оцінка: навч. посіб. / Н.С. Краснокутська. — К.: Центр навч. літератури, 2005. — 352 с.

2. Мороз О.Т. Методологічні основи формування системи управління трудовою діяльністю в умовах ринкової орієнтації економіки// Україна в ХХІ ст.: Концепції та моделі економічного розвитку. — Львів, 2000. — С. 49-52.

Науковий керівник: Чигиринець О.А.

ЗАСТОСУВАННЯ МЕТОДІВ НЕМАТЕРІАЛЬНОЇ МОТИВАЦІЇ ПЕРСОНАЛУ

Мельниченко С.

Національний університет харчових технологій

Персонал є основним джерелом продуктивності та ефективності праці підприємства. Саме люди визначають та реалізують стратегії компанії. Вони є найголовнішим ресурсом в корпоративному управлінні організації. Головною функцією менеджменту є мотивація персоналу, яка забезпечує ефективну діяльність організацій. Мотивований персонал — це застava успішної роботи й поступального руху організації в напрямку реалізації стратегії й зміцненні її положення на ринку. Тому мотивація персоналу є універсальною темою, яка з часом не втрачає своєї актуальності, а, навпаки, стає все більш важливою. Використання методів лише матеріальної мотивації на сьогодні вже є недостатнім. Кожна людина хоче, щоб її робота була не лише добре оплачувана, але й приносила цікавість та задоволення, прагне відчувати свою важливість у фірмі, повагу як зі сторони колег, так і зі сторони керівництва.

Основними методами мотивації працівників є матеріальні та нематеріальні. Матеріальна мотивація спрямована переважно на задоволення фізіологічних потреб. До неї відносять заробітну плату, премії, бонуси та надбавки. Проте гроші — це не єдиний і часто не найефективніший спосіб мотивації працівників. Вважається, що нематеріальна винагорода часом може вплинути помітно та ефективно. Нематеріальна мотивація спрямована на задоволення психологічних та соціальних потреб людини. Ефективно дана мотивація впливатиме лише на тих людей, які вже задовольнили свої базові потреби і впевнені в тому, що зможуть їх забезпечувати, та наступним етапом для них є самореалізація.

Проаналізувавши універсальні методи нематеріальної мотивації, автори дійшли висновку, що найбільш ефективними методами, які підійдуть як для великих підприємств, так і для середнього бізнесу, є: 1) покращення робочого місця; 2) позитивне ставлення керівництва до підлеглих; 3) підвищення по службі; 4) гнучкий графік роботи; 5) безкоштовне навчання; 6) зайнятість працюючих в робочий час; 7) зворотній зв'язок.

Розглянемо детальніше деякі з них. Отже, найбільш поширеним нематеріальним чинником мотивування, який застосовується в багатьох компаніях усього світу, є гнучкий або ковзний графік. Його варіантів є багато, серед них: інколи працівникам дозволяється самим вибирати час початку та закінчення робочого дня, надання можливості працювати неповний робочий день або неповний робочий тиждень. Керівникам потрібно оцінювати не кількість часу проведеного працівниками на підприємстві, а якість виконаної ними роботи.

Одним із методів мотивування персоналу організації є зайнятість працюючих в робочий час. На сьогоднішній день деяка частина керівників позитивно відноситься до того, що їх підлеглі під час роботи час займаються спортом, ведуть здоровий спосіб життя. Мотивування працівників до здорового способу життя робить їх активним, змінює в позитивний бік ставлення до керівництва та формує здоровий, спортивний колектив, що в свою чергу позитивно впливає на формування сприятливого соціально-психологічного клімату у колективі і є одним із методів тимбілдингу.

Ефективний зворотній зв'язок є одним із найбільш важливих елементів системи мотивації персоналу. Це, по суті, спосіб інформувати людину про свою реакцію на його дію, про своє бачення ситуації, яка склалась в результаті його дій. Якісний зворотній зв'язок закріплює у людини позитивні моделі поведінки і мотивує її до якісного виконання завдань в подальшій роботі. На практиці спостерігається, що зворотній зв'язок існує у двох видах: похвала і критика. Майже завжди і у всіх критика викликає негативні емоції, які практично завжди викликають зниження продуктивності. Здавалось би, що альтернативний варіант такий: потрібно хвалити працівників та заохочувати. Іноді похвала словом ціниться набагато більше, чим грошима. Щоб зворотній зв'язок був ефективним потрібно дотримуватися певного алгоритму:

1. Коротко сформулювати задачу, яка ставиться перед працівником.
2. Конкретно описати дії, які повинен зробити працівник для виконання поставленої задачі.
3. Дати об'єктивну оцінку якості виконаної роботи працівником.
4. При необхідності вказати, як краще було б виконати поставлене для підвищення ефективності і який би був при цьому результат.

Отже, система мотивації не буде достатньо ефективною, якщо вона базуватиметься лише на фінансових стимулах і не включатиме нематеріальні складові. Зрозуміло, що для кожного працівника існує індивідуальна схема, адже на різних людей діють різні стимули і для цього потрібно враховувати безліч аспектів, починаючи з особливостей характеру працівників і закінчуючи їх прагненням професійного самовираження, та використання нематеріальних методів мотивації працівникам дасть змогу не лише підвищити ефективність їх роботи, але й зведе до мінімуму матеріальну складову мотивування, що є особливо актуальним для нашої країни.

ЛІТЕРАТУРА:

1. Мороз О.В. Соціально-психологічні чинники мотивування працівників приладобудівних підприємств: монографія / Мороз О.В., Нікіфорова Л.О., Шиян А.А. — Вінниця: ВНТУ, 2011. — 275 с.
2. Нікіфорова Л.О. Первісні витoki мотивації людини / Л.О. Нікіфорова // Вісник львівської державної фінансової академії. — 2007. — № 12. — С. 244–250.

Науковий керівник: Драган О.І.

УДОСКОНАЛЕННЯ СИСТЕМИ МОТИВАЦІЇ НА ПІДПРИЄМСТВІ

Мороз Я.А.

Національний Університет харчових технологій

Поняття мотивації тісно зв'язано з проблемою управління персоналом. Нові економічні відносини, породжені переходом України до ринку, висувують і нові

вимоги до персоналу. Це не тільки підбір, навчання і влаштування кадрів, але і формування нової свідомості, менталітету, а отже, і методів мотивації.

Необхідною умовою існування й розвитку суспільства є праця, як доцільна діяльність людей, що спрямована на задоволення їхніх життєвих потреб. Однією з складових праці є її мотивування на рівні учасників трудових відносин. Система мотивації характеризує сукупність взаємопов'язаних заходів, які стимулюють окремого працівника або трудовий колектив у цілому щодо досягнення індивідуальних і спільних цілей діяльності підприємства.

В умовах, що склалися в Україні на нинішньому етапі її розвитку, проблема мотивації персоналу набула важливого значення, оскільки вирішення завдань, які стоять перед суспільством, можливе лише за умови створення належної мотиваційної основи, здатної спонукати працівників підприємств до ефективної діяльності. Мова йде про застосування таких форм і методів стимулювання особистості, які б сприяли високій результативності її роботи.

Широко вивчаються закономірності дії мотивацій і побудови методів та механізмів реалізації мотивації, щодо підвищення продуктивності трудової діяльності в працях економістів-класиків: А. Маслоу, Ф. Герцберга, Д.МакГрегора, А. Врума та інших.

Фактором мотивації насамперед виступає система стимулювання праці. Висока роль індивідуальних заходів матеріального і морального стимулювання до високопродуктивної праці: встановлення рівня грошової винагороди, тарифних ставок, доплат, премій, підвищення професійного розряду, доручення складних і відповідальних завдань, відрядження на навчання за рахунок підприємства. Слід пам'ятати, що будь-які зміни в діяльності підприємства, не залежно від ступеня ефективності прийняття рішень «на папері», не будуть впроваджені «в життя» без відповідної мотивації персоналу підприємства. Тому при розробці системи управління персоналом особливу увагу потрібно приділити системі мотивації. Провідна роль у процесі мотивації належить потребам людини, які в «укрупненому» вигляді можуть розглядатися як сукупність трьох основних груп: матеріальних, трудових і статусних. Тому мотивацію, доцільно поділяти на матеріальну і нематеріальну.

Матеріальна мотивація — це найбільш очевидний спосіб винагороди працівників. Вона являє собою систему матеріальних стимулів праці, ціллю якої є забезпечення співвідношення заробітної плати працівників з кількістю і якістю праці. Під матеріальною мотивацією слід розуміти прагнення достатку, певного рівня добробуту, матеріального стандарту життя. Прагнення людини до поліпшення свого добробуту зумовлює необхідність збільшення трудового внеску, а отже, і збільшення кількості, якості та результативності праці. Особливо актуальною є проблема матеріальної мотивації для країн з ринковою економікою, до яких належить і Україна. Це зумовлене принаймні двома причинами:

- 1) низьким рівнем доходів, деформаціями в їхній структурі та диференціації;
- 2) необхідністю становлення нових за змістом форм і методів матеріального стимулювання зайнятих в економіці.

Провідна роль у матеріальній мотивації трудової діяльності належить заробітній платі як основній формі доходу найманих працівників. По-перше, вищий рівень заробітної плати (проти середньоринкового її значення) сприяє зниженню плинності кадрів, а отже, забезпечує формування стабільного трудового колективу. У разі зниження плинності персоналу роботодавець має можливість скороти-

ти витрати на його найм і навчання, спрямувавши вивільнені кошти на розвиток виробництва, що, у свою чергу, забезпечить підвищення конкурентоспроможності продукції. По-друге, проведення політики високої заробітної плати дає змогу відібрати на ринку праці найбільш підготовлених, досвідчених, ініціативних, орієнтованих на успіх працівників, продуктивність праці яких потенційно вища за середній рівень. Керівники повинні використовувати різноманітні методи матеріальної мотивації, тобто крім зарплати мають бути грошові виплати (премії) за результатами роботи чи спеціальні індивідуальні винагороди як визнання цінності того чи іншого працівника. Слід зазначити, що сьогодні заслуговують на увагу сучасні системи мотивації персоналу, що застосовуються в західних фірмах, а саме матеріальні винагороди: ставка заробітної плати; додаткові виплати; участь в акціонерному капіталі; медичне обслуговування; страхування; відпочинок за містом тощо.

Не менш важливе значення відіграє нематеріальна мотивація. Вона направлена на підвищення лояльності співробітників до компанії одночасно із зниженням витрат на компенсацію співробітникам їх трудовитрат. Під нематеріальним ми розуміємо такі заохочення до високорезультативної роботи, які не видаються співробітнику у вигляді готівки чи безготівкових грошей, але можуть потребувати від компанії інвестицій в якість робочої сили, а саме: можливість розвитку і навчання, планування кар'єри, оздоровлення, пільгове харчування тощо. Основний ефект який досягається до допомогою нематеріальної мотивації — це підвищення рівня лояльності та зацікавленості співробітників в компанії. Цікавим способом удосконалення мотивації праці є мотивація вільним часом або модульна система компенсації вільним часом. Особливість мотивації вільним часом полягає в тому, що розходження в навантаженні працівників, які обумовлені роботою в різний час доби і дні тижня, компенсуються безпосередньо наданням вільного часу, а не грошовими надбавками, як це прийнято в традиційній системі. Ця форма немонетарної мотивації поки не одержала поширення у практиці українських підприємств, але досвід використання її зарубіжними фірмами свідчить про необхідність впровадження системи компенсації вільним часом на підприємствах цих країн. Використання гнучких форм зайнятості (скорочений робочий день, збільшення відпустки, гнучкий графік роботи, надання відгулів та ін.) надає можливість вибору працездатному населенню між робочим часом та відпочинком.

До моральних способів мотивації відноситься визнання заслуг (особисте та публічне). Суть особистого визнання полягає в тому, що працівники, які позитивно виділилися у справах підприємства, згадуються в доповідях вищому керівництву фірми чи особисто представляються йому, одержують право підпису відповідальних документів, у розробці яких вони брали участь, персонально вітаються дирекцією з нагоди свят чи сімейних дат. Варто запропонувати наступні методи нематеріальної мотивації персоналу:

- постановка перед працівниками чітко сформульованих і досяжних цілей;
- систематичний аналіз успішно досягнутих працівниками цілей;
- залучення працівників до різних програм навчання і підвищення кваліфікації;
- створення якомога прозорішої системи оцінки і оплати їх праці;
- делегування працівникам управлінських повноважень;
- підвищення персональної відповідальності кожного працівника з наданням права вибору методів вирішення поставлених задач;

- публічне визнання успіхів працівників в роботі, підтвердження їх цінності для підприємства різними доступними для керівництва способами;
- увага безпосереднього керівництва до думки працівників;
- створення атмосфери відкритого суперництва з регулярним підведенням підсумків змагання;
- наділення працівників владними повноваженнями при проведенні не виробничих заходів.

Впродовж останніх років спостерігається тенденція застосування закордонного досвіду щодо мотивації працівників. Оскільки дана система мотивації є дієвою та приносить довгоочікуваний результат. Закордонна мотивація передбачає дотримання принципів: свобода діяльності менеджерів; створення сприятливих перспектив; використання тарифної системи оплати праці; погодинна форма оплати праці.

Одним із сучасних нетрадиційних підходів до побудови системи матеріального стимулювання, який усе більше поширюється в зарубіжній практиці, є застосування моделей компенсаційної системи оплати праці, розрахованої на тривалу кар'єру працівника. Це пов'язане з намаганням роботодавця виконати одночасно такі завдання: урухомити економічні важелі посилення контролю за діяльністю працівників; знизити витрати на здійснення контрольних функцій; сприяти формуванню стабільного трудового колективу; зменшити витрати на навчання нових працівників через зниження плинності кадрів; підвищити мотиваційний потенціал оплати праці працівників, що становлять кадрове «ядро» організації.

ЛІТЕРАТУРА:

1. Варданін І. Нові тенденції у мотивації персоналу/ І. Варданін //Управление персоналом. — 2005. — № 9. — С. 93–95.
2. Сурков С. Социально-психологические модели в анализе трудовой мотивации работников / С. Сурков. // Вопросы экономики. — 2010. — № 8. — С. 90–101.

Науковий керівник: Чигринець О.А.

ТАЙМ-МЕНЕДЖМЕНТ ЯК СУЧАСНА ТЕХНОЛОГІЯ УПРАВЛІННЯ ЧАСОМ

Ніжніченко В.

Національного університету харчових технологій

Сьогодні управління персоналом стає своєрідним мистецтвом випереджати час, причому в будь-якій формі: від передбачення подій та вміння передбачати антикризову ситуацію до побудови та планування складних систем тайм-менеджменту.

Одним із родоначальників тайм-менеджменту є засновник школи наукового управління Фредерік Тейлор, який розробив хронометраж трудової діяльності робітника. Також управлінець Генрі Форд, який задіяв на своїх підприємствах конвеєри, тим самим скоротив час складання автомобілів та витрати часу робітників, зробивши їх діяльність більш спеціалізованою.

Для вирішення проблем, пов'язаних з раціональним використанням робочого часу, існує безліч методик, що мають загальну назву «тайм-менеджмент». Однак не можна вважати, що тайм-менеджмент це суворі сукупність правил, дотримуючись яких працівник (управлінець) зможе максимально раціоналізувати свій робочий день та робочий час своїх підлеглих. Але це не просто планування на

день, тиждень, місяць і рік. Це — вміння правильно ставити завдання, мистецтво керувати часом.

Корпоративний тайм-менеджмент — сукупність технологій побудови методів тайм-менеджменту в систему управління організацією [1].

Вперше тема корпоративного впровадження тайм-менеджменту була розглянута в монографії Г. А. Архангельського «Організація часу: від особистої ефективності до розвитку фірми» [1].

Один із ключових напрямків — оцінка економічної ефективності впровадження тайм-менеджменту в залежності від характеру діяльності підрозділу, в якому він впроваджується. Існує декілька напрямків такого роду досліджень:

1. Відділи продажів. При зменшенні витрат часу менеджерів по продажах на допоміжні операції та збільшенні на безпосереднє спілкування з потенційними клієнтами можна спрогнозувати практично прямо пропорційне збільшення обсягів продажів.

2. Сервісні підрозділи, що безпосередньо взаємодіють з клієнтом. В даному випадку при ефективній організації часу збільшується якість сервісу для клієнта, яке може бути пов'язане з фінансовими показниками через цінову політику, політику знижок.

3. Внутрішні підрозділи, що не взаємодіють з клієнтом.

Вважають, що природа дефіциту часу у співробітника є організаційною. Але проблема швидше психологічна, тобто коли людина немає чіткого уявлення про свої цілі, не в змозі визначити пріоритети в справах. У літературі дослідженні різні методи тайм-менеджменту, які дозволяють найбільш ефективно керувати часом:

1. Ранжування справ за допомогою принципу Ейзенхауера, принципу Паретто і ABC-аналізу (методи розстановки пріоритетів).

2. Система прапорців, яка передбачає, що наявність на столі червоного прапорця означає «зайнятий» — співробітника не слід відривати від роботи, за винятком невідкладних питань.

3. Створення власної мови всередині компанії. Наприклад, умовні поняття «сьогодні», «завтра», «ввечері» і «швидко», які означають конкретний час (сьогодні — до 18.00), і це допоможе уникнути багатьох проблем.

4. Використання хронометражу (метод вивчення витрат часу за допомогою фіксації і вимірів тривалості виконуваних дій) і фотографії робочого дня.

5. Діаграма Ганта — це один з найбільш зручних і популярних способів графічного представлення часу виконання завдань. На графіку відображаються інтервали часу, протягом яких задача виконувалася, була припинена, поверталася на доопрацювання і т.д.

6. Прослуховування телефонів, відеоспостереження, настройка списку заборонених ресурсів, створення деталізованих лог-звітів за відвіданими ресурсами, «інформаційний тиск», тощо.

7. Стеження за електронною інформацією. Так у 2005 році в США була розроблена так звана «Monitoring, Auditing & Security» — система, яка надає можливість стежити за натисканням кожної клавіші на комп'ютерах.

Отже, однією з найчастіших проблем, з якою доводиться сьогодні стикатися більшості офісних співробітників, є проблема дефіциту часу. Передбачається, що цю проблему, в більшості випадків, можна вирішити за допомогою раціонального управління часом — системи персонального тайм-менеджменту. Час — це

практично єдиний ресурс з тих, що знаходиться в нашому розпорядженні, його неефективне витрачання може обходитися занадто дорого. Грамотно побудована система тайм-менеджменту допомагає: по-перше, провести аналіз робочого дня, щоб зрозуміти, наскільки критична ситуація з організацією часу; по-друге, зробити свій день максимально ефективним і раціональним.

ЛІТЕРАТУРА:

1. Архангельський Г. А. Організація часу: від особистої ефективності до розвитку фірми / Г.А. Архангельський. — СПб: Петербург, 2003. — 416 с.

2. Управління часом [Електронний ресурс] — Режим доступу: <http://ru.wikipedia.org/wiki/Тайм-менеджмент>. — Назва з екрану.

Науковий керівник: Драган О.І.

НАПРЯМКИ ПЛАНУВАННЯ РОЗВИТКУ ПЕРСНАЛУ ПІДПРИЄМСТВА

Придубайло Є.

Національний університет харчових технологій

Розвиток персоналу є важливою умовою успішної діяльності будь-якої організації. Це особливо справедливо на сучасному етапі, коли прискорення науково-технічного прогресу веде до швидких змін і вимог до професійних знань, умінь і навиків.

Персонал у сучасних умовах повинен бути високоосвіченим, володіти високою загальною культурою, стратегічним мисленням та ерудицією. Організація професійного розвитку стала однією з основних функцій управління персоналом.

При здійсненні кадрового планування організація переслідує такі цілі:

- одержати та утримати людей потрібної якості й у потрібній кількості;
- найкращим чином використовувати потенціал свого персоналу;
- бути здатною передбачити проблеми, що виникають через можливий надлишок чи недостачу персоналу.

Домогтися високих результатів в організації можливо тільки тоді, коли люди, які там працюють, володіють знаннями, умінням, відповідним настроєм. Освіта і навчання персоналу повинні бути безперервними і забезпечувати необхідний професійний розвиток.

Розвиток персоналу — це системно організований процес безперервного професійного навчання працівників для підготовки їх до виконання нових виробничих функцій, професійно-кваліфікаційного просування, формування резерву керівників та вдосконалення соціальної структури персоналу. Розвиток персоналу забезпечується заходами, пов'язаними з оцінюванням кадрів з метою виробничої адаптації та атестації персоналу, плануванням трудової кар'єри робітників і фахівців, стимулюванням розвитку персоналу тощо.

Навчальна діяльність підприємства представлена досить різноманітними її видами. Насамперед звертає на себе увагу, що навчання може бути організоване безпосередньо на підприємстві власними силами. В позавиробничому навчанні роль підприємства зводиться до визначення вимог не тільки до кількості, але і до спрямованості навчання, закріплених у відповідних договорах (заявках) на підготовку. Саме навчання здійснюється в спеціальних навчальних центрах, а також у системі вищої і середньої фахової освіти. Крім того, підприємство за допомогою

різного виду стимулів впливає на самоосвіту (самопідготовку) своїх працівників, на розвиток ними професійної майстерності.

З позиції виробничо-технічного призначення в навчанні робітників виділяють:

- підготовку нових робітників;
- перепідготовку і навчання робітників іншим (суміжним) професіям;
- підвищення кваліфікації.

По відношенню фахівців і керівників навчальна функція підприємства виявляється, насамперед, в організації підвищення їхньої кваліфікації.

Ціль діяльності підприємства (фірми) в області навчання полягає в забезпеченні: належного рівня підготовки працівника, що відповідає вимогам робочого місця (посади); умов для мобільності працівника як передумови до кращого використання і забезпечення зайнятості; можливості для просування працівника як умови формування мотивації і задоволеності працею.

Підготовка, перепідготовка кадрів і підвищення кваліфікації — важлива ланка в збалансованості попиту та пропозиції робочої сили. Дійсно, змінюючи професійну спрямованість підготовки, рівень кваліфікації, а також, здійснюючи первинну підготовку для конкретних робочих місць, підприємство може забезпечити найбільш повну відповідність структури працівників структурі робочих місць з урахуванням усього спектра вимог, що висувуються останніми до якості робочої сили.

З переходом до ринкової економіки функції підприємства по організації навчання і забезпеченню його належної якості значно розширюються.

Перед системою управління персоналом на підприємстві стоять задачі в області підготовки, перепідготовки кадрів і підвищення їхньої кваліфікації.

Причини зміни умов трудової діяльності різноманітні: зміна місця роботи, перехід в інший підрозділ, на нову посаду, впровадження нових форм організації праці, її оплати і т. д. Тому в умовах введення нового механізму господарювання, переходу на госпрозрахунок, самофінансування і самооплатність, що супроводжується значним вивільненням і, отже, перерозподілом робочої сили, збільшенням числа працівників, змушених або освоювати нові професії, або змінювати своє робоче місце і колектив, важливість проблеми адаптації ще більше зростає.

Зміна робочого місця припускає не тільки зміну умов праці, зміну колективу, але і часто пов'язана із зміною професії, виду діяльності, що додає адаптації нового, більш складного характеру. У процесі пристосування людини до виробничого середовища виникає чимало питань: чи потрібно приймати працівнику середовище як належне і всіма силами пристосовуватися до нього, чи вимагати зміни і самого середовища, які шляхи і засоби впливу на людину і на середовище, де критерії можливості і необхідності врахування вимог працівника і т.д. Тому варто розрізняти активну адаптацію, коли індивід прагне впливати на середовище для того, щоб змінити його (у тому числі і ті норми, цінності, форми взаємодії і діяльності, що він повинен освоїти), і пасивну, коли він не прагне до такого впливу і змін.

Найбільш ефективною представляється адаптація як процес активного пристосування індивіда до середовища, що змінюється, за допомогою відповідного керуючого впливу і використання різних засобів (організаційних, технічних, соціально-психологічних і т.п.).

Найважливішим напрямком кадрового планування є планування кар'єри працівника, його просування по кваліфікаційних чи службових рівнях (ступенях) за

визначеною схемою (моделлю). Планування трудової кар'єри як складова частина кадрової політики являє собою цільову функцію управління персоналом на підприємстві, оскільки має на меті забезпечити найбільш раціональне використання трудового потенціалу працівника, створити умови для самореалізації його як особистості.

Отже, цілі кар'єри полягають у тому, щоб: професія (вид діяльності) чи займана посада відповідали самооцінці і тому морально задовольняли; робота знаходилася в місцевості, природні умови якої сприятливо діють на стан здоров'я і дозволяють організувати гідний відпочинок; умови роботи підсилювали можливості людини і розвивали їх; робота носила творчий характер і дозволяла досягти визначеного ступеня незалежності; праця добре оплачувалася чи була б можливість одержувати великі побічні доходи; робота дозволяла продовжувати активне навчання, займатися вихованням дітей і домашнім господарством й інше.

ЛІТЕРАТУРА:

1. Савченко В.А. Управління розвитком персоналу: Навч. посібник. — К.: КНЕУ, 2002. — 351 с. [Електронний ресурс] / Савченко В.А. / Режим доступу к книге: <http://library.if.ua/books/104.html> — Назва з екрану

2. Ситник О.Ю. Розвиток персоналу як фактор розвитку конкурентоспроможності підприємства. [Електронний ресурс] / Режим доступу к статье: <http://intkonf.org/sitnik-o-yu-rozvitok-personalu-yak-faktor-rozvitku-konkurentospromozhnosti-pidpriemstva/> — Назва з екрану.

Науковий керівник: Мазник Л.В.

РЕСУРСНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ ПІДПРИЄМСТВА

Пронюк Г.

Національний університет харчових технологій

Персонал — головна рушійна сила підприємства, яка виступає в якості людських ресурсів і є одночасно сполучною ланкою між технічними та економічними чинниками виробничого процесу. Сучасний бізнес передовсім базується на управлінні. Якщо люди — це основа виробництва, то управління ними відіграє головну роль в діяльності підприємства. Як організує керівник управління персоналом, так і буде працювати підприємство. Ефективне управління приведе до бажаних успіхів та до досягнення головної місії підприємства — це максимальне отримання прибутку. Саме тому, для ефективного функціонування підприємства формування і раціонального використання ресурсного забезпечення для кожної сфери його управлінської діяльності, зокрема, і для менеджменту персоналу, це особливо важливе.

Питанням ефективного управління персоналом присвячені роботи таких вчених, як Н. І. Барановська, Р. Є. Булат, В. Врум, А. Маслоу, М. Портер, І. Ш. Карібова, М.В. Симонова, Ю. В. Морозюк, В. С. Половинко, П. І. Разінков, Н. А. Савельєва, Д. П. Соловйов, А. І. Турчинов, Ю. К. Чернова, І.І. Феклістов та ін. Проте, дане питання не є повністю дослідженим та потребує подальшого розгляду, детального дослідження та адаптації до соціально-економічних умов, що склалися в нашій країні, нашого менталітету та особливостей національної економіки.

Ресурси (від франц. *ressource* — допоміжний засіб) — цінності, засоби, можливості, грошові засоби, джерела засобів доходів, є фактором внутрішніх резервів економічно-

го розвитку організації за умови їх ефективного використання, що дозволяє забезпечити не тільки потреби організації, але й потреби суспільства [1, с.71].

Ресурсне забезпечення підприємства — це комплекс заходів із забезпечення підприємства ресурсами відповідного виду і складу, що включає механізми пошуку, отримання, зберігання, накопичення, планування, обліку, використання і витрат [2, с.42-47].

Структура ресурсного забезпечення для кожної організації є індивідуальною, виходячи із специфіки галузі, у якій вона функціонує, рівня економічного розвитку, стану потенціалу розвитку, вибраної стратегії подальшого розвитку.

Вироблення стратегічних цілей підприємства повинне ґрунтуватися, зокрема, на аналізі складу ресурсів, стану їх використання за окремими видами, виявленні потенційних можливостей для залучення у разі потреби додаткових ресурсів.

Ресурсне забезпечення менеджменту персоналу представлене [3, с.2-7]: нормативно-правовим; інформаційним; науково-методичним; кадровим; матеріально-технічним; фінансовим забезпеченням.

Нормативно — правове забезпечення менеджменту персоналу складають різноманітні нормативні і правові документи, які розглядаються на двох рівнях: загальнонаціональному (Закони України та підзаконні нормативно-правові акти у сфері регулювання трудової діяльності) та внутрішньофірмовому (колективні договори і угоди).

Інформаційне забезпечення — це сукупність даних, які використовують суб'єкти менеджменту персоналу для вирішення різноманітних завдань з управління персоналу у різних підсистемах і на різних етапах управління.

Науково — методичне забезпечення складають документи організаційно-методичного характеру, які визначають норми, правила, характеристики, що використовуються для вирішення завдань кадрового менеджменту.

Кадрове забезпечення представлене суб'єктами менеджменту персоналу: лінійними й функціональними керівниками всіх рівнів управління, службою персоналу та працівниками інших виробничих і функціональних підрозділів, які забезпечують керівників необхідною для управління персоналом інформацією або виконують обслуговуючі функції.

Матеріально-технічним забезпеченням, тобто машини, обладнання та пристрої, які застосовуються в процесі управлінської праці з метою її автоматизації та механізації.

Фінансовим забезпеченням — це сукупність коштів, які спрямовуються на фінансування діяльності у галузі менеджменту персоналу.

Отже, ресурсне забезпечення системи управління персоналом є необхідною складовою для ефективного функціонування підприємства в умовах динамічних змін, що характерне для сучасних організацій. Від унікальних особливостей ресурсів, якими володіє підприємство і від вміння керуючого складу підприємства управляти ресурсним потенціалом залежить можливість отримання і підтримки конкурентних переваг підприємства, які в свою чергу виступають фактором забезпечення ефективності діяльності будь-якого підприємства.

ЛІТЕРАТУРА:

1. Балабанова Л. Управління персоналом: Навчальний посібник/ Л. Балабанова, О. Сарда,; Мін-во освіти і науки України, ДонДУЕТ ім. М. Туган-Барановського. — К.: Професіонал, 2006. — 511 с.

2. Колпаков В. Управление развитием персонала: учебный пособие/ Виктор Колпаков,; Межрегиональная академия управления персоналом. — К: МАУП, 2010. — 709 с.

3. Крушельницька О. Управління персоналом: навчальний посібник/ О.Крушельницька, Д. Мельничук. — К.: Кондор, 20010. — 304 с.

Науковий керівник: Безпалько О.В.

УДОСКОНАЛЕННЯ УПРАВЛІННЯ КОНФЛІКТАМИ НА ПІДПРИЄМСТВІ

Трачук М.

Національний університет харчових технологій

Кожному з нас доводилося стикатися з конфліктними ситуаціями. Конфлікти виявляються в діяльності всіх соціальних інститутів, соціальних груп, у взаєминах між людьми і грають ключову роль у житті окремої людини, сім'ї, колективу, держави, суспільства і людини в цілому. Працюючи в організації люди різні між собою. Власне, вони по-різному сприймають ситуацію, в якій вони виявляються в силу своїх індивідуальних особливостей. Різниця в сприйнятті часто призводить до того, що люди не погоджуються один з одним при вирішенні якогось питання.

Я вважаю, що кожному управлінцю необхідно знати про конфлікти, способи поведінки при їх виникненні, засоби й методи запобігання та вирішення. Для більшості людей характерне просто невміння знаходити гідний вихід з конфліктних ситуацій. Руйнівні наслідки виникають, і коли конфлікт або дуже малий, або дуже сильний. Коли конфлікт малий, то частіше за все він залишається непоміченим і не знаходить, тим самим, свого адекватного вирішення. Однак він залишається і не може не впливати на ефективність спільної роботи. Конфлікт, який сягнув сильного стану, супроводжується, як правило, розвитком у його учасників, стресу. Це веде до зниження моралі і згуртованості. Організація може «розпадатися на очач».

Конфлікт — це дуже складне і психологічне явище. Найбільш поширені два підходи до розуміння конфлікту. При одному з них конфлікт визначається як зіткнення, протиріччя, протидія сторін, думок, в силу суперечності, несумісності. Інший підхід полягає в розумінні конфлікту як системи відносин, процесу розвитку взаємодії, заданих відмінностями суб'єктів, що беруть участь в ньому (за інтересами, цінностей, діяльності). Тут передбачається, що суб'єктом взаємодії може бути або окрема людина, або люди та групи людей.

Цікавою є сучасна точка зору, яка полягає в тому, що в організаціях з ефективним управлінням деякі конфлікти не тільки можливі, але навіть можуть бути і бажані. В деяких випадках конфлікт допомагає виявити різноманітність точок зору, дає додаткову інформацію, допомагає виявити велику кількість альтернатив і проблем. Це робить процес прийняття рішень групою більш ефективним, а так само дає можливість людям висловити свої думки і міркування. Це так само може привести до більш ефективного виконання планів, стратегій і проєктів, оскільки обговорення різних точок зору проходить до їхнього фактичного виконання.

Ці міркування обґрунтовують необхідність виділення самостійної науки — конфліктології. Об'єктом її комплексного вивчення є конфлікти в цілому, а предметом — загальна закономірність їх виникнення, розвитку і завершення.

Конфлікти підрозділяються на конфлікти між рівними за рангом учасниками (горизонтальний конфлікт); між нижчестоящими і вищестоящими на соціальній драбині суб'єктами (вертикальний конфлікт) і змішані, в яких представлені й ті й інші. Найбільш розповсюджені конфлікти вертикальні та змішані.

Конфлікти розрізняють і за їх значенням для організації, а так само за способом їх вирішення. Бувають конфлікти, що проходять без криз, але, правда, дуже рідко і, як правило, характерні вони для організацій з дуже високим рівнем інтелектуальної та комунікативної культури. Для деяких конфліктів характерні розбіжності, які зачіпають принципові сторони, проблеми життєдіяльності організації та її членів. Їх вирішення виводить організацію на новий більш високий і ефективний рівень розвитку, веде до поліпшення умов праці, технологій, управлінських відносин. Позитивна роль конфлікту полягає у зростанні самосвідомості учасників конфлікту. Конструктивний конфлікт формує та затверджує визначені цінності, поєднує однодумців, відіграє роль запобіжного клапана для конструктивного виходу емоцій. Деструктивні конфлікти призводять до негативних, часто руйнівних дій, що різко знижує ефективність роботи групи або організації, створюють напружені відносини в колективі.

Проблема виявлення причин виникнення конфліктів посідає ключове місце в пошуку шляхів їх попередження та вирішення. Без знання рушійних сил розвитку конфліктів важко чинити на них ефективний регулюючий вплив. На основі тільки описових моделей конфлікту недоцільно рішуче втручатися в його природний розвиток. Таке втручання виправдане тоді, коли ми не тільки знаємо, що відбувається під час конфлікту, а й можемо відповісти на питання, чому події розвиваються саме так, а не інакше. Управління конфліктом являє собою свідому діяльність по відношенню нього, здійснювану на всіх етапах його виникнення, розвитку і завершення учасниками конфлікту або третьою стороною. Важливо не блокувати розвиток протиріччя, а прагнути вирішити його неконфліктними способами.

Управління конфліктами включає їх запобігання і конструктивне завершення. Некомпетентне управління конфліктами соціально небезпечно. Як вже було сказано, без знання причин виникнення і розвитку конфліктів важко розраховувати на їх ефективне регулювання. Для попередження конфліктів важливо знати не тільки, що необхідно робити, але і як домогтися розвитку проблемної ситуації в конструктивному напрямку.

Тому, своєчасна фіксація наявності конфлікту і правильна оцінка ступеня його розвитку дозволяє керівнику організації не просто адекватно відреагувати на ситуацію в організації, а й відповідно врегулювати розбіжності між суб'єктами конфліктної взаємодії. Правильний підбір методів поведінки з конфліктами в організації забезпечує як збереження нормальної соціально-психологічної атмосфери в колективі, так і підвищення продуктивності праці і результативності діяльності організації.

ЛІТЕРАТУРА:

1. Єршов А.А. Соціально-психологічні аспекти конфліктів / А.А. Єршов. // Соціальна психологія і соціальний планування. — Л., 2005. — С.19.
2. Довгань Н. Методи управління конфліктами / Н. Довгань // Вісник України. / Академія державного управління. — 2002. — №4. — С.11–14.
3. Егоршин А.П. Управление персоналом /А.П. Егоршина. Н.Новгород: НИМБ, 1999. — 437с.

Науковий керівник: Драган О.І.

КАДРОВА БЕЗПЕКА: ЗАГРОЗИ ВИНИКНЕННЯ І ШЛЯХИ ЗБЕРЕЖЕННЯ

Шпакович К.

Національний університет харчових технологій

Визначення категорії «кадрова безпека підприємства» та джерел її загроз є актуальним для сучасних підприємств.

Поняття «кадрова безпека» визначається, як процес запобігання негативним впливам на економічну безпеку підприємства через ризики і загрози, пов'язані з персоналом, його інтелектуальним потенціалом і трудовими відносинами загалом [2, с.24].

Кадрову безпеку можна розглядати як комбінацію таких складових частин: безпека здоров'я, фізична безпека, фінансова безпека, інтелектуальна безпека, кар'єрна безпека, адміністративно-незалежна безпека, технологічна безпека, пенсійно-страхова безпека, патріотична безпека, антиконфліктна безпека, психолого-комунікаційна безпека, естетична безпека. Зрозуміло, що усі ці складові діють не окремо одна від одної, вони пов'язані між собою різноманітними і часто завуальованими зв'язками та впливами [2, с. 35].

З метою ефективного використання кадрового потенціалу підприємства та здійснення кадрової безпеки необхідно мати сучасну та потужну службу роботи з персоналом. Вона повинна мати крім традиційних кадрових працівників, також фахівців з підбору та тестування кандидатів, психологів, соціологів, та інших сучасних спеціалістів. Кожна фірма також повинна мати власну службу внутрішньої безпеки. Її завдання багатогранні — від охорони території і пропускового режиму до інформаційно-комп'ютерної і кадрової безпеки. За деякі складові кадрової безпеки відповідає одна з цих служб, інші складові забезпечуються їх спільними зусиллями. Забезпечення кадрової безпеки є найважливішою ланкою роботи менеджера (директора) із персоналу. Причому варто аналізувати як внутрішню, так і зовнішню небезпеку.

Забезпечення кадрової безпеки є найважливішою ланкою роботи менеджера (директора) із персоналу. Причому варто аналізувати як внутрішню, так і зовнішню небезпеку.

Для цього розглянемо джерела внутрішніх небезпек:

- невідповідність кваліфікації співробітників посад (небезпека, що спричиняє збитки);
- недостатня кваліфікація працівників (проблема, вирішити яку зобов'язані кадровики);
- слабка організація системи управління персоналом (немає філософії підприємства);
- слабка організація системи навчання (відсутня система обліку перспектив розвитку персоналу, що створює соціальну непевність у стабільності свого кар'єрного зростання);
- неефективна система мотивації (немає аналізу потреб кожної особистості й персональної мотивації);
- помилки в плануванні ресурсів персоналу (найчастіше на просту роботу приймають висококваліфікований персонал);
- відсутність творчих елементів у роботі;

- нецільове використання кваліфікованих співробітників;
- працівники орієнтовані на вирішення внутрішніх тактичних завдань;
- співробітники не орієнтовані на дотримання інтересів підрозділу (немає цільового управління);
- відсутність або слабкість корпоративної політики;
- неякісні перевірки кандидатів під час прийому на роботу.

До джерел зовнішніх небезпек можна віднести: умови мотивації в конкурентів кращі, установка конкурентів на переманювання, зовнішній тиск на співробітників, втягування їх у різні види залежності, інфляційні процеси (їх слід урахувувати під час розрахунку заробітної плати) [3, с.56].

Управління кадровою безпекою (забезпечення) пов'язано з нейтралізацією ризиків, попередженням виникнення загроз та кризових явищ, а також у забезпеченні ефективності управління персоналом за рахунок формування у персоналу властивостей, характеристик, що створюють умови захищеності інтересів, власників та самого персоналу від внутрішніх і зовнішніх загроз [1].

Таким чином, можна зробити висновок, що категорія «кадрова безпека», її складові частини являють собою на сьогодні недостатньо вивчену галузь. Від кадрової безпеки залежить те, наскільки впевнений може бути керівник фірми в компетентності своїх працівників, в тім, що підприємство не піддається небезпеці з вини персоналу. Саме процес захисту існує безперервно протягом всього періоду функціонування підприємства, точно так, як безперервно функціонує на ньому його персонал.

Кадрова безпека є запорукою успішного бізнесу. Підприємство ризикує втратити лише висококваліфікованих працівників, оскільки вони забезпечують якісний кінцевий результат. Роботодавці прагнуть бачити на посадах осіб з хорошими знаннями, і вміннями застосовувати їх ефективно на практиці, незалежно від посади, яку ця людина займає. Адже кожен роботодавець прагне досягти високого результату, а відповідно ефективно застосовувати всі фактори виробництва, найважливішим з яких є праця.

ЛІТЕРАТУРА:

1. Закон України «Про основи національної безпеки України», 2003, № 39, ст.351 [Електронний ресурс]. — Режим доступу: www.rada.gov.ua.
2. Андрюшенко М.П. Економічна безпека підприємства в аспекті ресурсного підходу: підр. / М.П. Андрюшенко — К: Лібра, 2010. — 440 с.
3. Геєць В. М. Моделювання економічної безпеки: держава, регіон, підприємство: підр. / В. М. Геєць, М. О. Кизим, Т. С. Клебанова, О. І. Черняк. — К : Наукова думка, 2009. — 662 с.

Науковий керівник: Мазник Л. В.

ЗАРУБІЖНИЙ ТА УКРАЇНСЬКИЙ ДОСВІД РОБОТИ З КАДРОВИМ РЕЗЕРВОМ ДЕРЖАВНОЇ СЛУЖБИ

Яківчик В.

Національний Університет харчових технологій

Кадровий резерв державної служби є однією з основ постійного та якісного оновлення складу державної служби. Однак на даний час кадровий резерв не ви-

конує своєї місії, а існує лише у формальному вигляді, тому проблема зміни концептуальних підходів до формування кадрового резерву державної служби стає нагальною та актуальною [1].

Проблемам формування кадрового резерву приділяється належна увага українськими та зарубіжними вченими. Зокрема, проблеми формування та функціонування кадрового резерву державної служби розглядають В. Андрушко, Г. Атаманчук, В. Баранчук, М.Борсук, Д. Демичев, Г. Леліков, О. Літвінцева, О. Оболенський та інші.

Згідно із Законом України «Про державну службу» в державних органах створюється кадровий резерв для зайняття посад державних службовців, а також для просування по службі [2].

Однак сьогодні в органах державної влади кадровий резерв державних службовців формується за формальною ознакою. Крім того, керівник при формуванні кадрового резерву в підрозділі не звертає уваги на ініціативних молодих державних службовців, оскільки всі спеціалісти виконують свої посадові обов'язки традиційними вже напрацьованими методами і тому не виявляють своїх інноваційних підходів та нового бачення справи.

Виділяють такі основні етапи формування резерву керівних кадрів у сфері державної служби:

1. Аналіз потреби в резерві керівних кадрів на найближчий час (до 1-3 років) і більш далеку перспективу (до 5 років);
2. Визначення обов'язкових і бажаних критеріїв до кандидатів, вивчення і добір кандидатів до складу резерву;
3. Формування, складання списку резерву керівних кадрів та узгодження його з вищестоящим керівником;
4. Визначення та застосування кадрових технологій до фахівців, які зараховані до кадрового резерву;
5. Визначення готовності резерву до призначення на посади державної служби.

Головним фактором, який визначає процес формування кадрового резерву у зарубіжних країнах, є:

- а) рівний доступ та добровільність участі в конкурсі для включення до кадрового резерву;
- б) об'єктивність і системність оцінки професійних та особистих якостей претендентів, які залучені до кадрового резерву;
- в) планування професійної посадової кар'єри державного (цивільного службовця);
- г) гласність, доступність інформації про формування кадрового резерву на державній (цивільній) службі [3].

У країнах Європейського Союзу існує таке поняття, як підготовча служба. Підготовча служба характеризується такими концептуальними рисами: її метою є теоретична і практична підготовка до відповідного виконання службових обов'язків; підготовча служба у більшості випадків є обов'язковою для кандидатів, які вперше призначаються на публічну службу; строки підготовчої служби встановлюються законами і можуть бути чітко визначеними або стосуватись максимальної межі; після закінчення строку підготовчої служби особа в багатьох країнах здає кваліфікаційний іспит, за результатами якого приймається рішення або про припинення служби, або про постійне призначення на посаду [4].

Тобто підготовча служба є основою формування не тільки професійної державної служби, а й кадрового резерву державної служби за відсутності вакансій.

Цікавим є досвід Республіки Білорусь щодо формування кадрового резерву. Відповідно до Указу Президента Білорусі від 26 липня 2004 р. № 354 «Про роботу з керівними кадрами у системі державних органів та інших державних організацій» резерв керівних кадрів — це група перспективних працівників з відповідними діловими та особистими якостями, спеціально сформована державним органом або іншою державною організацією, посадовою особою на підставі їх індивідуального відбору та комплексної оцінки [5, с.24-25]. Відповідно до зазначеного указу резерв формується на підставі об'єктивної оцінки ділових та особистісних якостей кандидатів на керівні посади, колегіального розгляду питань зарахування до резерву, недопущення дискримінації за ознаками статі, національності та віросповідання [5, с.25]. Основними критеріями зарахування кандидата до резерву є результати його практичної діяльності, його здібності до майбутньої діяльності, потенційні можливості, результати тестування та останньої атестації кандидата. У Білорусії існує резерв голови держави, до якого зараховуються особи, призначення яких здійснює президент [5, с.26].

ЛІТЕРАТУРА:

1. Андрушко В. Формування кадрового резерву державної служби / В. Андрушко // Вісн. Хмельниц. ін-ту регіон. упр. та права. — 2002. — № 3. — С.103-110.
2. Закон України про державну службу. — Режим доступу : <http://zakon.rada.gov.ua/cgi-bin/laws/main.cgi?nreg=3723-12>
3. Гончарук Н. Т. Керівний персонал у сфері державної служби України: формування та розвиток : монографія / Н. Т. Гончарук. — Д. : ДРІДУ НАДУ, 2007. — 239 с.
4. Публічна служба. Зарубіжний досвід та пропозиції для України / А. В. Кірмач, В. К. Тимошук, М. В. Фігель та ін. ; за заг. ред. В. П. Тимошука, А. М. Школика ; Центр політико-правових реформ. — К. : Конус-Ю, 2007. — 735 с.
5. Демичев Д. М. Некоторые актуальные проблемы государственной кадровой политики в Республике Беларусь / Д. М. Демичев // Унів. наук. зап.: Часоп. Хмельниц. ун-ту упр. та права. — 2007. — № 2. — С. 20-34.

Науковий керівник: Драган О.І.

ДОСЛІДЖЕННЯ ПРОБЛЕМ ЗАЙНЯТОСТІ ТА БЕЗРОБІТТЯ В КРАЇНІ

Яковишена Н.

Національний університет харчових технологій

Однією з найскладніших соціально-економічних проблем в умовах ринкової трансформації економіки країни є формування національного ринку праці. Перехід від командно-адміністративної системи до ринкової супроводжується зростанням рівня та тривалості безробіття, розвитком вимушеної неповної та неформальної зайнятості, нелегальної трудової міграції тощо.

Зайнятість і безробіття — найважливіші показники використання людських ресурсів у виробничому процесі. Разом з інформацією про інші аспекти економіки вони є базою для оцінки та аналізу макроекономічної політики уряду будь-якої країни.

Безробіття вважається, з одного боку, важливим стимулятором активності працюючого населення, а з іншого — великим суспільним лихом. Всі країни сві-

ту прикладають багато зусиль для подолання безробіття, але ні одній ще не вдалося ліквідувати його повністю.

У перехідний період в країні формування ринку праці неможливе без активного втручання держави. Головною формою його виявлення в умовах сучасної економіки є державна політика зайнятості.

Недооцінка сфери зайнятості в останні роки щодо її впливу на розвиток економіки, рівень та якість життя населення призвела до того, що механізм зайнятості був не стільки каталізатором, скільки гальмом економічних реформ. В країні сформувався ринок праці з обмеженим попитом.

В зв'язку з цим проблеми зайнятості і безробіття набувають дедалі більшої актуальності.

Актуальними проблемами даного дослідження є зайнятість і безробіття в країні, зокрема, суть і форми зайнятості, причини, рівень і форми безробіття, особливості його прояву в територіальному аспекті.

Особливої уваги вимагають питання прогнозування ринку праці й особливостей його формування в країні, проблема створення ефективної системи зайнятості населення. Враховуючи досвід капіталістичних країн щодо регулювання ринку праці, розглядаються питання щодо ролі державних служб зайнятості, оскільки ймовірним є зростання чисельності безробітних, збільшення періоду пошуку відповідної роботи.

Сучасний етап розвитку зв'язаний з новим поглядом на робочу силу як на один із ключових ресурсів економіки. Цей новий погляд — свідчення реального росту ролі людського фактора в умовах технологічного етапу НТР, коли в наявності пряма залежність результатів виробництва від якості, мотивації і характеру використання робочої сили в цілому й окремого працівника зокрема.

У нових, більш ефективних організаційних умовах відбувається з'єднання робочої сили і робочих місць, включення в інноваційно-виробничий процес творчого потенціалу трудящих, підготовка і перепідготовка кадрів, рішення проблем соціального захисту трудящих і т.п.

Стан та розвиток ринку праці тієї чи іншої країни, а також ступінь та методи його регулювання з боку держави обумовлені різними за своїм характером і ступенем впливу чинниками: рівнем та історичними особливостями соціально-економічного розвитку, макроекономічною політикою, співвідношенням основних політичних сил, політичною культурою суспільства і, нарешті, глобальними тенденціями у сфері зайнятості.

Виходячи з того, що проблема безробіття є ключовим питанням у ринковій економіці, і не вирішивши його неможливо налагодити ефективну діяльність економіки і правового регулювання. Особливо гостро проблема безробіття стає зараз перед Україною, що не дивно, тому що економіка України зараз знаходиться в глибокій кризі. Величезний економічний спад, розваливши промисловість, не міг не торкнутися ринок праці. За останні 4 роки чисельність зайнятого населення скоротилася на 9%.

Не менш важкі і соціальні наслідки безробіття. Американські фахівці змушені визнати, що «безробіття — це щось більше, ніж економічне нещастя, це також і соціальна катастрофа. Депресія призводить до бездіяльності, а бездіяльність до втрати кваліфікації, втраті самоповаги, занепаду моральних підвалин, а також до суспільного і політичного безладу».

Категорії зайнятості і безробіття займають одне з найважливіших місць в аналізі ринку праці. Зайнятість населення визначає рівень і якість життя як окремих громадян, так і суспільства в цілому. Існує безліч видів безробіття, що поєднуються економістами в три основних типи: фрикційну, структурну, циклічну.

У розвинутих країнах безробіття є результатом високих темпів розвитку НТП і розбіжності попиту та пропозиції на ринку праці. Там державна політика зайнятості функціонує по двох напрямках: сприяння в працевлаштуванні і перенавчання, створення гнучкого ринку праці. Серед перспективних шляхів зниження безробіття найбільш цікавими є: скорочення робочого тижня, роботизація, розширення сфери послуг і надомного виробництва.

Що ж стосується рівня заробітної плати, те очевидно, варто було б зосередитися на наступних мірах, що представляються першочерговими: перегляд мінімального розміру оплати праці як у якісному аспекті (звільнення цього показника від фіскальних функцій), так і в кількісному; зміна тарифної системи, прийняття законів про державну службу і регулювання трудових відносин у приватному секторі тощо.

ЛІТЕРАТУРА:

1. Васильченко В. С. Ринок праці та зайнятість: навч. посібник./ В.С. Васильченко. — К., 2006. — 525 с.

2. Волгин Н. А. Доходы и занятость: мотивационный аспект./ Н.А. Волгин, В.И. Плаксин. — М.: Луч, 2008. — 262 с.

Науковий керівник: Безпалько О.В.

4

СЕКЦІЯ

**СУЧАСНІ ПРОБЛЕМИ
ФІНАНСОВОЇ
СИСТЕМИ ТА ШЛЯХИ
ЇЇ ВИРІШЕННЯ**

Голова секції — д-р екон.наук, проф. Т.А.Говорушко
Секретар секції — канд. екон. наук, доц. Г.І. Лановська

МОДЕЛІ ДЛЯ ОЦІНКИ ЕФЕКТИВНОСТІ ВИКОРИСТАННЯ ФІНАНСОВИХ РЕСУРСІВ ПІДПРИЄМСТВА

Баранюк В.

Національний університет харчових технологій

Однією з важливих проблем дослідження фінансових ресурсів підприємств є оцінка ефективності їх функціонування. В ринкових умовах необхідна цілісна модель оцінки ефективності діяльності підприємства, сформована в такий спосіб, щоб урахувати всі суттєві аспекти функціонування підприємства задля його ефективного розвитку в довгостроковій перспективі.

У зарубіжній практиці управління капіталом, найбільшого розповсюдження отримали такі розробки зарубіжних економістів:

1. Дюпонівська система інтегрального аналізу ефективності використання капіталу підприємства, розроблена фірмою «Дюпон» (США) і передбачає розбиття коефіцієнта рентабельності власного капіталу на ряд коефіцієнтів його формування, взаємопов'язаних в єдиній системі [1, с. 143].

2. Система SWOT-аналізу, сутність якого полягає в дослідженні характеру сильних і слабких сторін підприємства відносно можливостей використання його капіталу, а також позитивного і негативного впливу окремих зовнішніх і внутрішніх факторів на умови його використання [2, с. 152].

3. Модель SGR (Sustainable Growth Rate) — темп стійкого зростання, яку пропонує Дж. Ван Хорн для оцінки ефективності використання фінансових ресурсів у своїй роботі «Основи управління фінансами». З цієї моделі виходить, що темпи нарощування економічного потенціалу підприємства залежать від двох факторів: рентабельності власного капіталу та коефіцієнта реінвестування прибутку.

Модель SGR є чітко детермінованою факторною моделлю, що встановлює залежність між темпом приросту економічного потенціалу підприємства, який показує зростання обсягу виробництва і основними факторами, що його визначають. Ці фактори дають змогу зробити комплексну характеристику виробничої,

фінансової сторін, становища підприємства на ринку, взаємовідносин власників та керівників підприємства.

Вітчизняні вчені також зробили значний внесок у розробку підходів до оцінки ефективності використання фінансових ресурсів. Так, А. І. Панченко у своїй роботі «Узагальнення моделі статистичної оцінки основних показників діяльності підприємства» запропонував збалансовану систему індикаторів діяльності (ЗСІД). Суть цієї системи полягає в тому, що окрім фінансових показників, автор пропонує для повного і всебічного опису стану підприємства включити також інші критерії. Головна структурна ідея ЗСІД полягає в тому, щоб збалансувати систему показників у вигляді чотирьох груп.

Головна структурна ідея ЗСІД полягає в тому, щоб збалансувати систему показників у вигляді чотирьох груп.

Перша група включає традиційні фінансові показники. Друга — описує зовнішнє оточення підприємства, його взаємини з клієнтами. Третя група характеризує внутрішні процеси підприємства. Четверта — дає змогу описати здатність підприємства до навчання і зростання, яка фокусується у такі чинники: люди, з їхніми здібностями, навичками і мотивацією; інформаційні системи; організаційні процедури.

Сучасним підходом до ідентифікації інтегральної ефективності підприємства є концепція стратегічного оцінювання ефективності його функціонування. Однією з основних методик цієї концепції є модель економічного прибутку (економічної доданої вартості — EVA, Economic Value Added).

Так, згідно з В. П. Савчук зазначає, що ефективність використання фінансових ресурсів проявляється в накопиченні багатства власника, тобто визначенні економічної доданої вартості. Суть даного методу полягає в зіставленні вартості капіталу, що використовується в бізнесі, з віддачею (прибутковістю) від використання цього капіталу:

$$EVA = NOPAT - WACC \cdot C, \quad (1)$$

де NOPAT — чистий операційний прибуток після сплати податків; WACC — середньозважена вартість підприємства; C — загальний капітал.

Якщо EVA з року в рік збільшується, багатство примножується, а отже, ефективність від використання фінансових ресурсів зростає. Якщо темпи зростання EVA падають, то це свідчить про зменшення ефективності і про можливість отримання підприємством збитку [3, с. 113-114].

На нашу думку, серед представлених моделей оцінки ефективності використання фінансових ресурсів, найбільш прийнятною до застосування є модель економічної доданої вартості (EVA). Вона поєднує у собі відразу декілька переваг: простота розрахунку, не потребує використання спеціальних прикладних програм, дозволяє оцінити ефективність роботи підприємства як в цілому, так і за окремими підрозділами. До того ж, на основі оцінки EVA здійснюється пошук резервів зростання ефективності, з'ясовується доцільність перспектив розвитку існуючого бізнесу або необхідність переорієнтації підприємницьких зусиль.

ЛІТЕРАТУРА:

1. Авдей О.К. Теоретичні аспекти оцінки ефективності використання фінансових ресурсів підприємства/О.К. Авдей// Вісник Хмельницького національного університету. Серія: Економічні науки. — 2010. — Вип. №5, т.2. — С. 142-145.

2. Мартянов О.І., Макух Т.О. Оптимізація фінансових ресурсів підприємств в умовах глобальної фінансової кризи / О.І. Мартянов, Т.О. Макух Т.О.// Наук. журнал. Стратегія розвитку України (економіка, соціологія, право). — №1. — 2010. — С. 149-157.

3. Іваніна А.В. Вітчизняний та зарубіжний досвід оцінки ефективності використання фінансових ресурсів підприємства / А.В. Іваніна // Управління розвитком. — 2012. — №12. — С. 112 — 115.

Науковий керівник: Мартиненко В.П.

ПРОБЛЕМИ ФІНАНСОВОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ РОЗВИТКУ МАЛОГО БІЗНЕСУ В УКРАЇНІ ТА ШЛЯХИ ЇХ ВИРІШЕННЯ

Бодарєва Т.

Національний університет харчових технологій

Малий бізнес є основою для створення середнього, а з представників середнього бізнесу виходять великі підприємства та фірми, які у подальшому стають основою економіки. Тому доцільно розглядати саме проблему розвитку малого бізнесу і питання його фінансового забезпечення.

Негативний вплив світової фінансової кризи на економіку України закономірним чином позначився й на розвитку вітчизняного підприємництва. І в першу чергу мова йде про малий та середній бізнес, який не має достатніх резервних ресурсів та страхових інструментів для самостійного подолання кризового тиску, який з кожним днем лише посилюється. Однією з найвагоміших перепон на шляху діяльності малих підприємств в умовах кризи є відсутність достатньої кількості фінансових ресурсів.

Для фінансової підтримки малого підприємництва в Україні функціонують: 176 банків і 1369 їхніх філій; 1740 небанківських фінансово-кредитних установ, у тому числі 1441 кредитна спілка [1].

Доволі привабливим виглядає залучення фінансових ресурсів суб'єктами малого бізнесу на фінансово-кредитному ринку. Однак відмітимо, що інфраструктура фінансово-кредитного ринку в Україні все ж не зовсім розвинена. Єдиним реальним джерелом залучення коштів у таких умовах залишається банківська система. Потрібно відзначити, що ставки на банківські позики для малого бізнесу в Україні за останніх 3-5 років суттєво знизились, це особливо стосується ресурсів з програм фінансування розвитку малого бізнесу [3].

Банківські установи не зацікавлені у видачі довгострокових ризикованих позик, адже малий бізнес не володіє потрібним забезпеченням та початковим капіталом (банки не видаватимуть позик під інвестиції без участі кредитора у проєкті своїми коштами на рівні меншому за 40 — 50 %). Окрім того процес отримання позики вимагає доволі суттєвих додаткових витрат для позичальника при оформленні документів. Для банків у сучасних умовах вигідніше кредитувати споживчі та іпотечні потреби фізичних осіб. Ризик неповернення у цій сфері нижчий, а доходи — вищі.

Корпоративне кредитування малого бізнесу в багатьох банках заморожене. Деякі банки видають позики під заставу депозитів. Відсоткова ставка за такими

кредитами на 1-3 процентних пункти вище від депозитної ставки. Переваги цих позик очевидні — вони дешевші, ніж у середньому по ринку. Втім, небагатьом бізнесменам вигідно заморожувати гроші на депозитному рахунку лише для того, щоб отримати кредит — та ще й на меншу, ніж вклад, суму [3].

Потенційним джерелом отримання коштів для розвитку малого бізнесу є ресурси кредитних спілок. Привабливими тут є швидкість та низькі вимоги до забезпеченості позик (або їх відсутність). Проблемами у цій сфері є: дорожнеча цих позик, обмеженість ресурсної бази кредитних спілок та терміну користування коштами (до одного року). Як висновок, ці ресурси не можуть задовольнити потреби розвитку малого бізнесу.

Деякі бізнесмени розраховують залучити капітал за рахунок коштів іноземних фондів прямих інвестицій. Серед фондів, які активно інвестують в Україну, — East Capital, SigmaBleyzer, Horizon Capital, Icon Private Equity.

Оцінюючи державне фінансування розвитку малого бізнесу, можна стверджувати фактичну його відсутність. Україна пішла шляхом зниження рівня податкових вимог. Зважаючи на важливість розвитку малого бізнесу для економіки країни, важливу роль у процесі його фінансування має відігравати держава. Комплекс державних фінансових механізмів підтримки малого бізнесу повинен складатись з використання гарантійних фондів кредитування малих підприємств; пільгового кредитування та часткову компенсацію відсоткових ставок по кредитах; надання фінансової підтримки інноваційної діяльності;

Таким чином одним із стратегічних напрямів в організації успішного малого бізнесу в нашій країні має бути дієва підтримка з боку держави та великих компаній, пошук нових методів фінансування малих підприємств і створення орієнтованої на них фінансової інфраструктури.

ЛІТЕРАТУРА:

1. Богун К. В. Удосконалення фінансової інфраструктури малого підприємництва в межах державно-приватного партнерства / К. В. Богун // Вісник Криворізького економічного інституту КНЕУ — 2010. — № 3. — С. 104 — 108.
2. Другов О. О. Аналіз джерел фінансування розвитку малого та середнього бізнесу в Україні / О. О. Другов // Стратегічні пріоритети — 2008. — № 4. — С. 115 — 120.
3. Щипанська М. В., Круглянко А. В. Фінансування малих підприємств в Україні в умовах економічної кризи. [Електронний ресурс] — Режим доступу: // <http://intkonf.org/>.

Науковий керівник: Говорушко Т.А.

ОЦІНКА РІВНЯ ПОДАТКОВОГО НАВАНТАЖЕННЯ В УКРАЇНІ

Бойправ О.

Національний університет харчових технологій

Україна перебуває на етапі економічного розвитку, що супроводжується значними трансформаціями, особливе місце в яких займає трансформація податкової системи. Податкове законодавство України є динамічним, складним і залишається некодифікованим, що обумовлює неповноту інформації щодо сплати податків. Податкова система характеризується надзвичайним розростанням неформальних

зв'язків, корупцією, фіскальністю, що призводить до поляризації інтересів держави і платника податків та підвищення транзакційних витрат оподаткування. Як наслідок, податкове середовище вітчизняних підприємств характеризується невизначеністю, а податкове навантаження є надмірним, що призводить до збитковості або тінізації їх діяльності.

Податкова система України, маючи достатній досвід існування, не створила ефективного механізму функціонування, здатного стимулювати розвиток економіки. Відсутність стабільної законодавчої, ефективної економічної та виваженої податкової політики в напрямі оподаткування господарюючих суб'єктів не забезпечило досягнення достатнього рівня довіри з боку останніх, що призвело до тінізації економіки і низьких темпів економічного розвитку країни.

У сучасній економічній літературі існують різні точки зору щодо трактування сутності поняття «податкове навантаження» (тягар). Однак всі вони сходяться на тому, що це відносний показник вимірювання, за яким проводиться аналіз та оцінка рівня ефективності дії окремих податків чи податкової системи у цілому [1, С. 8].

Трактування зазначеного поняття є різними залежно від формації його розгляду, однак це не дає підстав стверджувати, що вони відрізняються за економічним змістом. Ми дотримуємося думки про те, що податкове навантаження є показником, який характеризує систему оподаткування і визначає рівень перерозподілу фінансових ресурсів у країні. В Україні аналітичними відділами Державної фіскальної служби оцінка сплати податків та зборів проводиться за допомогою таких показників, як: середньогалузеве податкове навантаження, рівень податкового навантаження в цілому по країні, в розрізі областей, районів, окремих суб'єктів господарювання.

Питання щодо встановлення оптимального рівня податкового навантаження як чітко визначеної норми співвідношення між бюджетами та валовим внутрішнім продуктом розглядаються вже не одне століття.

У міжнародній практиці для оцінки податкового навантаження на макроекономічному рівні використовують так званий податковий коефіцієнт, який розраховується як відношення суми сплачених податків, включаючи обов'язкові відрахування на соціальне страхування, до валового внутрішнього продукту в ринкових цінах.

Однією з найгостріших є проблема надмірного податкового навантаження та визначення оптимального рівня оподаткування, який би забезпечував стабільні та достатні надходження у Державний бюджет України, а, з іншого боку, не ліквідував би стимулів до активізації підприємницької діяльності та розвитку національної економіки в цілому. Ідея зниження податкового тиску є привабливою та має достатньо прихильників, передусім у країнах з перехідною економікою.

У наукових колах України й досі тривають дискусії про оптимальний та ефективний для економіки країни рівень оподаткування, який би стимулював розвиток виробничого сектору, при цьому забезпечуючи підвищення соціально-економічних норм і стандартів.

В Україні надзвичайно високий рівень податкового тягара, внаслідок чого знижуються можливості податкового стимулювання росту обсягів виробництва, структурної перебудови економіки, підвищення ступеня ділової активності суб'єктів господарювання [2, С. 31].

Оптимальність рівня податкового навантаження має визначатися економічними умовами розвитку та складовими системи державного управління, а також

тим, наскільки ефективно використовуються податкові надходження при перерозподілі державного бюджету для задоволення соціально-економічних потреб суспільства.

В Україні спостерігається нерівномірне податкове навантаження, що не забезпечує створення однакових умов для ведення бізнесу і порушує основні принципи функціонування податкової системи.

Зниження рівня тінізації фінансового сектору є значним резервом для зростання доходів і збалансування державного бюджету країни. Сьогодні ключовим завданням уряду має стати переформатування системи державних фінансів як у податковій, так і в бюджетній політиці.

Зниження податкового навантаження є необхідною умовою виходу України з економічної кризи, що приведе до формування цілої низки позитивних зрушень в економічній і податковій сферах. Поступове зниження податкового навантаження на фізичних осіб сприятиме збільшенню заощаджень домогосподарств, підвищенню платоспроможного попиту населення, а отже розвитку виробництва та збільшенню реальних доходів платників податків і, як наслідок, — зростання податкової бази.

ЛІТЕРАТУРА

1. Годованець О. Податкове навантаження: важливий чинник соціально-економічної стратегії держави / О. Годованець, Т. Маршалок // Економічний аналіз. — 2010. — № 3 (19). — С. 85–89.

2. Соколовська А. Теоретичні засади визначення податкового навантаження та рівня оподаткування економіки / А. Соколовська // Економіка України. — 2009. — № 7. — С. 4–12.

Науковий керівник: Сілакова Г.В.

ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ФІНАНСОВОГО МЕНЕДЖМЕНТУ БАНКІВСЬКОЇ УСТАНОВИ НА ОСНОВІ РЕІНЖІНІРИНГУ БІЗНЕС-ПРОЦЕСІВ

Величенко О.

Національний університет харчових технологій

У сучасних умовах функціонування економіки, що характеризується посиленням конкуренції на світовому фінансовому ринку як з боку банків, так і небанківських фінансових установ, імплементацією антикризових програм розвитку державами та окремими компаніями, посиленням макрорегулювання діяльності бізнес-структур, виникає необхідність оперативного врахування змін бізнес-середовища, що актуалізує питання удосконалення існуючих, розроблення та впровадження нових стратегій управління бізнес-процесами. Одним з сучасних підходів в умовах світових тенденцій реструктуризації бізнес-одиниць, що має на меті підвищити ефективність функціонування та конкурентоспроможність банківських установ на ринку, є реінжиніринг бізнес-процесів.

Реінжиніринг банківської діяльності спрямований на удосконалення тих напрямів, які гарантовано забезпечать банку стабільний прибуток і конкурентні переваги, що дозволить утримати лідерство за певними показниками у сегменті ринку банківських послуг [2, с.16].

Реінжиніринг дає змогу ефективно спрямовувати діяльність працівників на досягнення цілей, визначених стратегією розвитку. Це стосується також політики маркетингу, яка підвищує конкурентоспроможність банківської діяльності завдяки цінovій політиці чи нестандартним методам стимулювання продажів.

При здійсненні реінжинірингу бізнес-процесів у банку потрібно визначити головні критерії реінжинірингу, до яких деякі фахівці відносять: клієнтоорієнтованість, максимальне задоволення потреб клієнтів, забезпечення конкурентних переваг та технологічність бізнес-процесів [2, с.17].

Існують такі етапи реінжинірингу: початкова стадія (створення концепції), фази розробки, реалізації та завершення (рис.1).

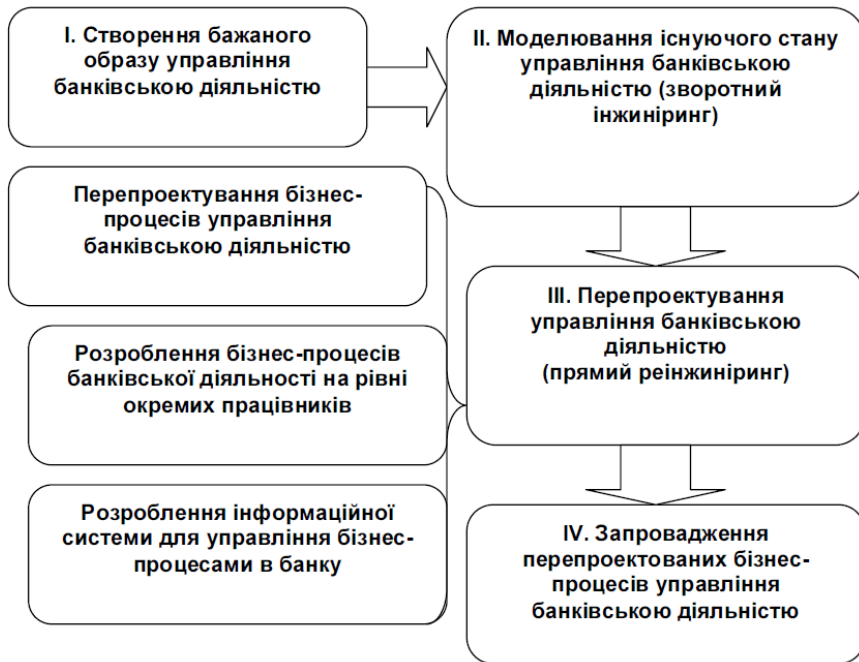


Рис. 1. Етапи управління банківською діяльністю на основі реінжинірингу бізнес-процесів [1, с.21]

На першому етапі реінжинірингу створюється проектна група, яка включає як менеджерів банку, так і незалежних консультантів. При створенні такої групи потрібно врахувати те, що під час здійснення реінжинірингу менеджери володіють відповідними професійними знаннями та навиками, проте завдання консультантів полягає у швидкій та менш затратній адаптації внутрішнього бізнес-клімату банку до змінних умов існуючого зовнішнього бізнес-середовища.

Етапи, які включаються до основних фаз реінжинірингу бізнес-процесів у банку, залежать від визначних цілей та принципів. Вичерпний перелік обраних процесів для реінжинірингу банківської діяльності передбачає попереднього з'ясування потреб клієнтів банку, що визначають стратегію розвитку банку. На наступній стадії відбувається моделювання майбутніх процесів з використанням можливостей інформаційних технологій. Наступна фаза реалізації включає в себе

такі етапи: лабораторну стадію, за допомогою якої тестують рівень достовірності гіпотез; пілотне впровадження, що передбачає реалізацію окремих проєктів; тиражне впровадження у масштабах усього банку. На кінцевій стадії реінжинірингу узагальнюють підсумки, оцінюють ефективність реалізованих заходів.

Отже, реінжиніринг вважається досить актуальним нині питанням удосконалення управління банківським бізнесом, що дає змогу банківським установам досягати конкурентних переваг, підвищувати доходи та одночасно скорочувати витрати, а також швидко реагувати на зміни кон'юнктури ринку.

ЛІТЕРАТУРА:

1. Бушуєва І. Реінжиніринг банківських бізнес-процесів як складова вдосконалення менеджменту комерційного банку / І. Бушуєва, В. Дем'яненко // Вісник НБУ. — 2001. — № 3. — С. 20–23.

2. Вовчак О. Реінжиніринг фінансових бізнес-процесів банку / О. Вовчак, Н. Меда // Вісник НБУ. — 2008. — № 10. — С. 16–19.

Науковий керівник: Сілакова А. В.

МЕТОДИ УПРАВЛІННЯ ФІНАНСОВИМИ РИЗИКАМИ ПІДПРИЄМСТВА

Веселов М.

Національний університет харчових технологій

В умовах ринкових відносин, при наявності конкуренції і виникненні непередбачуваних ситуацій, господарська, виробнича і комерційна діяльність неможлива без ризику. Ризики, що супроводжують цю діяльність, виділяють в окрему групу фінансових ризиків, що відіграють найбільш значиму роль в загальному «портфелі ризиків» підприємства. Зростання ступеня впливу фінансових ризиків на результати діяльності і фінансову стабільність підприємств пов'язане з швидкою мінливістю економічної ситуації в країні і кон'юнктури фінансового ринку, розширенням сфери фінансових відносин господарюючих суб'єктів, появою нових фінансових технологій і інструментів, а також цілим рядом інших чинників.

У роботі Бланка І. А. процес управління ризиками являє собою процес нейтралізації їх негативних фінансових наслідків, пов'язаний з їх ідентифікацією, оцінкою, профілактикою і страхуванням, і включає такі основні заходи: ідентифікація окремих видів ризиків, пов'язаних з фінансовою діяльністю підприємства; оцінка широти і достовірності інформації, необхідної для визначення рівня фінансових ризиків; вибір і використання відповідних методів оцінки ймовірності настання ризикової події по окремим видам фінансових ризиків; визначення розміру можливих фінансових втрат при настанні ризикової події за окремими видами ризиків; дослідження факторів, що впливають на рівень фінансових ризиків підприємства; встановлення гранично допустимого рівня фінансових ризиків за окремими фінансовими операціями та видами фінансової діяльності; вибір і використання внутрішніх механізмів нейтралізації негативних наслідків окремих видів фінансових ризиків; вибір форм і видів страхування («передачі») окремих фінансових ризиків підприємства; оцінка результативності нейтралізації і організація моніторингу фінансових ризиків [1, с. 167].

Скамай Л. вважає, що процес управління фінансовими ризиками можна представити у вигляді наступних дій: виявлення всіх потенційних ризиків, пов'язаних

з фінансовою діяльністю фірми і аналіз можливих втрат; виявлення факторів, що впливають на рівень фінансових ризиків; оцінка та ранжування потенційних ризиків; вибір методів та визначення шляхів нейтралізації фінансових ризиків; застосування обраних методів; оцінка результатів та застосування коригувальних впливів [3, с. 234].

Шохін Є. І. під управлінням фінансовими ризиками розуміє сукупність прийомів і методів, що зменшують вірогідність появи цих ризиків або локалізує їх наслідків. Автор вважає, що, з точки зору своєчасності прийняття рішення щодо попередження та мінімізації втрат, можна виділити три підходи до управління ризиками: активний підхід означає максимальне використання коштів для мінімізації ризиків; адаптивний підхід заснований на обліку в процесі управління сформованих умов господарювання, а саме управління ризиками здійснюється в ході проведення господарської операції; консервативний підхід припускає вплив на фінансові ризики після настання ризикового події [5].

Для розробки механізму управління ризиками Грачов В. І. та Коюда Т. П. рекомендують використовувати п'ять стратегій з управління ризиками та отриманню доходу: стратегія сегментування, яка базується на великій кількості даних про ризики та використанні комп'ютерного аналізу про поділ ризиків на привабливі і непривабливі; стратеги інсайдерів, які використовуються при наявності унікальних ризиків та розподіл їх; технологічна стратегія, яка складається зі збору попередньої бази інформації для прогнозування майбутніх цін; стратегія висновків, коли прийняття рішень враховує вплив зовнішнього середовища. стратегія масштабів, яка враховує очікування великих періодичних втрат і пропонує заходи щодо їх зниження [2, с. 57].

Інші науковці вважають, що система управління ризиками включає такі блоки: ідентифікація ризиків: виявлення всіх загрозливих підприємству ризиків; оцінка ризиків: визначення наслідків впливу ризиків та ймовірності їх настання в кількісному виразі; нейтралізація ризиків: використання відповідних заходів для зниження ймовірності настання ризиків і зменшення наслідків їх впливу [4, с. 367].

Таким чином, розглянуті методи управління фінансовими ризиками, дозволяють зробити наступні висновки: доцільно розглядати, механізм з розробки та реалізації політики управління фінансовими ризиками як частину фінансової стратегії підприємства, яка полягає у формуванні системи заходів щодо нейтралізації можливих негативних ризиків, пов'язаних із здійсненням фінансової діяльності. Отже, щоб вижити у конкурентному ринковому середовищі, підприємствам необхідно приймати нетрадиційні та сміливі рішення. Однак, це також підвищує рівень економічного та фінансового ризику. За таких умов підприємства мають своєчасно ідентифікувати і правильно оцінювати рівень ризику, ефективно управляти ним із метою обмеження його негативного впливу та мінімізації обсягів фінансових втрат.

ЛІТЕРАТУРА:

1. Бланк И.А. Управление финансовыми рисками. — К.: Ника-Центр, 2005. — 600 с.
2. Грачов В.І., Коюда Т.П. Класифікація ризиків та управління ними // Фінанси України (укр.). — 2002. — № 10. — С. 56-61.
3. Скамай Л.Г. Фінанси фірми: пос. / Л.Г. Скамай. — Москва: Юніті, 2005 — 489 с

4. Фінансовий менеджмент: Підручник / Кер. кол. авт. і наук. ред. проф. А.М.Поддєрьогін. — К.: КНЕУ, 2005. — 535с.

5. Шохін Є.І. Фінансовий менеджмент [текст]: Навчальний посібник/Є.І. Шохін. — [Http://saninteh.ru/](http://saninteh.ru/).

Науковий керівник: Сілакова Г.В.

ФОРМУВАННЯ ПОЛІТИКИ УПРАВЛІННЯ ДЕБІТОРСЬКОЮ ЗАБОРГОВАНІСТЮ ПІДПРИЄМСТВА

Волобуєва М.

Національний університет харчових технологій

Дебіторська заборгованість є найбільш варіабельним і динамічним елементом оборотного капіталу, який суттєво залежить від прийнятої на підприємстві політики стосовно покупців продукції. Одержання платежів від дебіторів є одним з основних джерел надходження коштів на підприємстві, а тому від того, наскільки якісним буде управління дебіторською заборгованістю в кінцевому підсумку залежатиме швидкість обігу усієї сукупності оборотних коштів, а також фінансовий результат.

Управління дебіторською заборгованістю в першу чергу спрямоване на розширення обсягів реалізації продукції і полягає в оптимізації її загальних розмірів та забезпечення своєчасної її інкасації.

З метою ефективного управління дебіторською заборгованістю на підприємстві має розроблятися і здійснюватися особлива фінансова політика управління нею (так звана кредитна політика).

Кредитна політика — це один з ефективних економічних методів управління дебіторською заборгованістю, за допомогою якого можна розширювати обсяги продажів і контролювати рівень дебіторської заборгованості [1, с. 76].

В практиці виділяють 3 типи кредитної політики: консервативний, помірний та агресивний [1, с. 77].

Консервативний (жорсткий) тип кредитної політики спрямований на мінімізацію кредитного ризику. Здійснюючи таку кредитну політику підприємство не намагається отримати додатковий високий прибуток за рахунок розширення обсягів реалізації продукції.

Помірний тип кредитної політики підприємства характеризує типові умови її здійснення відповідно до прийнятої комерційної та фінансової практики і орієнтується на середній рівень кредитного ризику при продажу продукції з відстрочкою платежу.

Агресивний (м'який) тип кредитної політики характеризується тим, що пріоритетною метою кредитної діяльності є максимізація додаткового прибутку за рахунок розширення обсягу реалізованої продукції в кредит, не рахуючись з високим рівнем кредитного ризику.

Важливою складовою політики управління дебіторською заборгованістю є використання на підприємстві сучасних форм рефінансування дебіторської заборгованості.

Рефінансування або операція по прискоренню переведення дебіторської заборгованості в грошові кошти або високоліквідні активи, може здійснюватися в наступних формах: спонтанне фінансування, факторинг, дисконт векселів, форфейтинг.

У процесі вибору типу кредитної політики повинні враховуватися наступні основні фактори [2, с.171]:

1. Зовнішні фактори: кон'юнктура ринку; сформовані в галузі й регіоні умови кредитування покупців; розмір банківських процентних ставок; рівень і динаміка інфляції; криза неплатежів; нормативне регулювання розрахункових, кредитних операцій, вексельного обігу, факторингових операцій; недосконалість процедур банкрутства.

2. Внутрішні фактори: стратегічні й тактичні цілі підприємства; можливості виробництва окремих видів продукції з урахуванням сезонності попиту й виробництва; фінансове становище підприємства і його фінансові можливості; передбачуваний ступінь можливого ризику й очікувані втрати від політики реалізації продукції; платоспроможність покупців, партнерські відносини між ними, рівень ризиків; споживчий попит, обсяг закупівель; налагодженість практики застосування санкцій за прострочення оплати.

На третьому етапі формуються відповідні параметри, згідно з обраним типом кредитної політики: рівень кредитного ліміту як гранична межа рівня дебіторської заборгованості; ліміт строку інкасації дебіторської заборгованості; шкала нормативної рентабельності для формування договірної ціни за товари та послуги; шкала знижок для розрахунків із замовниками на умовах попередньої оплати та у випадку скорочення строку інкасації дебіторської заборгованості. Ліміти обмежують обсяги та строки кредитування, тобто опосередковано характеризують рівень ризику втрати підприємством ліквідності, який відповідає обраному типу кредитної політики. Шкали визначають рівень прибутковості, що досягається в процесі реалізації політики.

Четвертий етап — формування стандартів оцінки покупців і диференціація умов надання кредиту. Цей процес базується на вивченні кредитоспроможності покупців. Формування системи стандартів оцінки покупців включає наступні елементи: визначення системи характеристик, що оцінюють кредитоздатність окремих груп покупців, формування експертизи інформаційної бази проведення оцінки кредитоздатності покупців, вибір методів оцінки окремих характеристик кредитоздатності покупців, групування покупців за рівнем кредитоздатності, диференціація кредитних умов відповідно до рівня кредитоздатності.

Здійснюється інформаційне забезпечення процесу оцінки покупця за кількісними та якісними показниками. Основні компоненти щодо розрахунку і оцінки кількісних показників потенційного покупця на основі аналізу дебіторської заборгованості: оборотність дебіторської заборгованості, період погашення дебіторської заборгованості, відношення дебіторської заборгованості до обсягу реалізації товарів, робіт, послуг (за умови попереднього співробітництва). Основними елементами аналізу якісних показників покупців підприємства є аналіз історії покупця; дотримання платіжної дисципліни; компетентність менеджменту покупця; наявність угоди.

Найбільш гнучким інструментом впливу на швидкість повернення коштів в оборот підприємства є надання знижок за швидку оплату продукції. Негайне погашення дебіторської заборгованості скоротить суму заборгованості дебіторів.

П'ятий етап — формування процедури інкасації дебіторської заборгованості, який передбачає розробку ряду заходів щодо погашення дебіторської заборгованості, терміни сплати якої прострочені. Ця процедура взаємодії з покупцями у

випадку порушення умов оплати, системи покарання контрагентів, які допустили прострочення платежів, та ін.

Шостий етап — забезпечення використання на підприємстві сучасних форм рефінансування дебіторської заборгованості, які прискорюють її переведення в грошову форму оборотних активів. При цьому можуть застосовуватися різні форми рефінансування: факторинг, облік векселів, виданих покупцями продукції; форфейтинг.

Сьомий етап — побудова ефективної системи контролю за рухом і своєчасною інкасацією дебіторської заборгованості — необхідний для того, щоб забезпечити надходження інформації не тільки про те, що відбулося, але й про відхилення, які можуть бути. Це потрібно для того, щоб регулювання могло здійснюватися в превентивному порядку. Найбільше значення набуває здійснення контролю, який дозволяє з'ясувати наскільки ефективно та своєчасно відбувається погашення дебіторської заборгованості, наскільки запропонована відстрочка платежу відповідає вимогам ринку та стану на ньому підприємства.

Отже, уміле керування й управління дебіторською заборгованістю і кредитною політикою підприємства дасть змогу раціонально використовувати наявні фінансові ресурси та зміцнити економічну безпеку підприємства.

ЛІТЕРАТУРА:

1. Новікова Н. М. Структурно-логічна модель управління дебіторською заборгованістю підприємства / Н. М. Новікова // Актуальні проблеми економіки. — 2010. — С. 75-82.

2. Белозерцев В.С. Аналіз впливу макроекономічних факторів на дебіторську заборгованість та взаєморозрахунки між підприємствами /В.С. Белозерцев//. Серія «Економіка» — 2011— Т.19 №10/1.— С.170-172.

Науковий керівник : Говорушко Т.А.

ЗАРУБІЖНИЙ ДОСВІД ФОРМ ДЕРЖАВНОЇ ПІДТРИМКИ СУБ'ЄКТІВ МАЛОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА

Вовк А.

Національний університет харчових технологій

Мале підприємництво — дуже тонкий та чутливий сектор економіки, який є найуразливішим для таких несприятливих чинників, як фінансові труднощі, циклічні коливання, інфляція, податковий тиск тощо.

Малий бізнес в Європі становить основу соціально-економічного розвитку ЄС. В Євросоюзі налічується понад 20 мільйонів підприємств малого та середнього бізнесу, які дають більше половини загального обороту і доданої вартості. Число зайнятого населення в малому бізнесі Європи становить близько 70%. Найбільша кількість малих підприємств створено в торгівлі, будівництві та харчової промисловості. У рамках Євросоюзу здійснюється політика підтримки малого підприємництва, головна мета якої — збалансування інтересів держави і бізнесу, забезпечення оптимальних умов для підприємницької діяльності, збільшення конкурентоспроможності малого бізнесу.

Мале підприємництво в Німеччині є одним з найважливіших секторів економіки. Уряд здійснює підтримку малого підприємництва як фінансову, так і технологічну. Існують спеціально розроблені програми для розвитку малого підприємництва, зайнятого в сфері науки.

До основних програм, спрямованих на розвиток малого та середнього підприємництва в Німеччині належать: «Концепція розвитку науково-технічної політики по відношенню до підприємств малого і середнього підприємництва»; «Стимулювання заощаджень для відкриття власного бізнесу».

Сьогодні всі торгово-промислові палати Німеччини беруть участь у формуванні бюджетів на всіх рівнях, удосконалення галузей будівництва і промисловості, розробці законодавчих актів щодо регулювання діяльності суб'єктів малого підприємництва. ТПП впливають на всі напрямки діяльності товариства шляхом участі в засіданнях місцевих органів влади та прийняття важливих соціально-економічних рішень для розвитку економіки країни в цілому. Основним завданням ТПП є надання підтримки малому підприємництву Німеччини.

У Польщі введений єдиний податок для суб'єктів малого підприємства. Тут перехід до спрощеної системи оподаткування було здійснено за принципом інтегрування множини податків в один платіж (паушальний). Сутність цього платежу полягає в тому, що для суб'єктів малого підприємництва застосовується податкова картка, яка заміщує всі податки й збори та сплачується у фіксованій сумі за рік, диференційований залежно: від виду підприємницької діяльності, кількості найманих працівників, чисельності жителів конкретної місцевості, де здійснюється підприємницька діяльність.

Для фізичних осіб у Польщі застосовується податок «ричальт», який передбачає заміну всіх податків, крім ПДВ та обов'язкових платежів. Ставки податку диференційовані залежно від виду підприємницької діяльності від 3 % до 8,5 % до отриманого доходу. Таким чином, помірні ставки податкової картки та акордного податку, досить прості методи нарахування, доступні форми ведення податкового обліку та складання відповідної звітності — головні складові одноподаткової системи Польщі.

Економічні показники розвитку малих підприємств в Україні свідчать про те, що вони не можуть ефективно розвиватися і виконувати фіскальну функцію. Проте, як доводить практика розвинених країн, макроекономічна політика щодо малого бізнесу повинна перш за все враховувати здатність малих підприємств створювати стійкий позитивний соціально-економічний ефект. На сьогодні основним завданням податкової політики в Україні залишається формування умов для розвитку малого бізнесу, що сприятиме подальшому розвитку підприємницької діяльності в Україні, збільшенню надходжень до бюджету, створенню конкурентного середовища та усуненню схем зловживання спрощеною системою.

ЛІТЕРАТУРА:

1. Малий бізнес: зарубіжний досвід [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <http://www.remzavod.biz/e9.html>.

2. Світовий досвід оподаткування: Угорщина/ Державна фіскальна служба України [Електронний ресурс]. — Режим досвіду: <http://sfs.gov.ua>.

3. Пояснювальна записка до проекту Закону України «Про державну підтримку і розвиток малих та середніх підприємств в Україні» [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <http://portal.rada.gov.ua>.

4. Вознюк А. Перспективи розвитку суб'єктів малого підприємництва // Форум молодих науковців. Збірник тез конференцій — 2011. — Ч.2 — 135 с.

Науковий керівник: Говорушко Т.А.

ОСОБЛИВОСТІ ФОРМУВАННЯ КОРПОРАТИВНОЇ ВЛАСНОСТІ В УКРАЇНІ

Гайдукова Ю.О.

Національний університет харчових технологій

Корпоративна власність — це систематизований вид власності, який поєднує в собі принципи приватного підприємництва та особливості суспільних відносин, що проявляються в певній суб'єктній структурі та прагненні отримання максимальної ринкової вигоди.

Особливістю формування корпоративної власності в Україні є процес перерозподілу економічної влади через боротьбу за об'єкти власності, розпорошення прав власності і політичну складову цієї боротьби. Цей процес почався у період становлення ринкової економіки у 90-х роках минулого століття, коли панувала думка, що ринок вирішить якщо не всі, то більшість економічних і соціальних проблем суспільства [1, с.114].

Українська специфіка розвитку корпоративної власності полягає в наступному:

- акціонери більшості акціонерних товариств, яких усього в Україні налічується приблизно 24 тис., є номінальними власниками акцій, вплив яких на діяльність акціонерних товариств є дуже сумнівним. Таке становище об'єктивно ускладнює процес управління, контролю та концентрації капіталу, консолідації пакетів акцій, достатніх для вирішення актуальних питань;

- існування найпотужніших олігархічних угруповань, які контролюють цілі сектори економіки, і є активними учасниками боротьби за ліквідні об'єкти приватизації, а в тих галузях, де приватизація вже здійснена — ініціаторами перерозподілу власності;

- існування тіньової економіки впливає на інвестиційний розвиток господарських товариств. Приховані, штучно мінімізовані прибутки під тиском податкового та адміністративного тягаря впливають на дивідендну політику підприємств, що в свою чергу не сприяє попиту на акції і фактично підриває фондовий ринок, а також є перешкодою залучення коштів громадян через обіг цінних паперів;

- синтетична інфраструктура корпоративних відносин (яка включає в себе інфраструктуру ринку цінних паперів) не є ефективною, відпрацьованою, завершеною як на законодавчому, так і організаційному, функціональному рівнях;

- низька корпоративна культура стримує розвиток корпоративних відносин.

Дотримання принципів корпоративного управління і впровадження Кодексу корпоративної поведінки, що є реальним регулюючим чинником у розвинених країнах, буде сприяти залученню інвестицій в економіку країни [2].

Крім особливостей формування корпоративної власності в Україні, слід звернути увагу на ті проблеми, що існують завдяки недосконалому впровадженню звичайних атрибутів її функціонування. Мова йде про такі з них, як корпоративне управління, корпоративний контроль, участь держави в діяльності корпоративного сектору економіки, формування інвестиційного фонду. І серед основних проблем корпоративного управління в Україні доцільно виділити наступні:

Відсутність достатніх правових засад для ефективного управління пакетами акцій, а саме державними корпоративними правами.

Недостатня захищеність акціонерів і практична відсутність реальних можливостей оперативного впливу з боку акціонерів на управління акціонерним товариством.

Можливість порушення окремими учасниками корпоративного управління прав акціонерів.

Недостатня регламентованість законодавством змісту й процедур зміни внутрішніх документів товариства.

Неможливість акціонерів, які zostалися в меншості, відстоювати свою позицію і наполягати на компромісному рішенні.

Можливість для керівництва товариства встановлювати пріоритетність придбання акцій допоміжної емісії на свій розсуд, незважаючи на вимоги законодавства.

Відсутність у законодавстві норм відносно відповідальності учасників корпоративного управління за порушення принципів корпоративного права.

Відсутність практичного механізму розкриття інформації про діяльність товариства, що приводить до порушення керівництвом товариства цієї норми.

Отже, на формування корпоративної власності в Україні впливають чинники, дія яких є неоднозначною і потребує ціленаправлених заходів щодо розвитку корпоративного сектору економіки.

ЛІТЕРАТУРА:

1. Тарасенко, О. С. Корпоративна власність в Україні : особливості формування / О. С. Тарасенко // Наукові праці Донецького національного університету. Випуск 31 — 2 (117). — Донецьк, ДонНТУ, 2007. — С. 111-117.

2. Небава, М. І. Теорія корпоративного управління : вузлові питання : навч. посіб. / М. І. Небава. — Київ : Центр навчальної літератури, 2004. — 295 с.

Науковий керівник: Климах Н.І.

ПІДХОДИ ЩОДО ВИЗНАЧЕННЯ СУТНОСТІ ПОНЯТТЯ «ФІНАНСОВА БЕЗПЕКА ПІДПРИЄМСТВА»

Геник С.Я.

Національний університет харчових технологій

На сучасному етапі економічного розвитку більшість вітчизняних підприємств знаходяться в достатньо нестабільному стані, що викликано багатьма проблемами політичного та економічного характеру. Світові фінансова та економічна кризи, невдалі економічні реформи, політична та економічна нестабільність країни, її демографічні проблеми та низка інших факторів вплинули на промислові галузі України, які опинилися на межі кризи. Водночас, незадовільний стан економічної безпеки вітчизняних підприємств неминуче позначається на стані національної фінансової та економічної безпеки країни. З усіх функціональних складових економічної безпеки найбільш важливою є саме фінансова, оскільки фінансове підґрунтя є основою господарської діяльності підприємств будь-якої економічної системи.

Таким чином, в сучасних умовах особливої уваги і актуальності набуває дослідження економічної сутності поняття «фінансова безпека» та визначення класифікаційних ознак фінансової безпеки підприємств [1, С. 230]. Саме поняття «фінансова безпека» є досить складною категорією, що спричиняє існування різних підходів до змісту системи фінансової безпеки.

Відсутність єдиного науково обґрунтованого та офіційно затвердженого підходу щодо визначення поняття «фінансова безпека» зумовлює необхідність вста-

новлення найбільш оптимального визначення цього поняття. Тому доцільно порівняти наукові думки вчених, що у подальшому дозволить уникнути непорозуміння щодо суті фінансової безпеки.

Так, автори Т.Б. Кузенко, В.В. Прохорова, Н.В. Сабліна визначають фінансову безпеку як стан найбільш ефективного використання інформаційних, фінансових показників, ліквідності та платоспроможності, рентабельності капіталу, що знаходиться в межах своїх граничних значень.

Бланк І.О. визначає фінансову безпеку, як кількісно та якісно детермінований рівень фінансового стану підприємства, що забезпечує стабільну захищеність його пріоритетних збалансованих фінансових інтересів від ідентифікованих реальних та потенційних загроз внутрішнього та зовнішнього характеру, параметри якого визначаються на основі його фінансової філософії й створюють необхідні передумови фінансової підтримки його стійкого зростання в поточному та перспективному періоді.

Гукова А.В. та Анікіна І.Д. розуміють під фінансовою безпекою здатність підприємства самостійно розробляти й проводити фінансову стратегію відповідно до цілей корпоративної стратегії, в умовах невизначеного й конкурентного середовища.

Горячева К.С. стверджує, що фінансова безпека — це такий фінансовий стан, що характеризується, по-перше, збалансованістю та якістю сукупності фінансових інструментів, технологій та послуг, які використовуються підприємством, по-друге, стійкістю до зовнішніх та внутрішніх загроз, по-третє, здатністю фінансової системи підприємства забезпечити реалізацію його фінансових інтересів, цілей та завдань достатнім обсягом фінансових ресурсів, по-четверте, забезпечувати розвиток усієї фінансової системи.

Папехін Р.С. визначає фінансову безпеку, як здатність підприємства самостійно розробляти та проводити фінансову стратегію відповідно до цілей загальної корпоративної стратегії в умовах невизначеного та конкурентного середовища.

На думку Н.Й. Реверчук, фінансова безпека — це захист від можливих фінансових втрат і запобігання банкрутству підприємства, досягнення найбільш ефективного використання корпоративних ресурсів.

Таким чином, фінансова безпека — це можливість підприємства попереджати і нейтралізовувати можливі загрози із погіршення його фінансового стану.

Отже, спираючись на визначення фінансової безпеки підприємства, що пропонуються науковцями, можна виділити її характерні риси: забезпечує рівноважний та стійкий фінансовий стан; сприяє ефективній діяльності суб'єкта підприємництва; дозволяє на ранніх стадіях визначити проблемні місця в діяльності організації; нейтралізує кризи та запобігає банкрутству [3, С. 76].

Основними завданнями фінансової безпеки підприємства є: забезпечення рівноважного та стійкого фінансового стану; ефективне використання наявних ресурсів; забезпечення високої ефективності господарської діяльності; ідентифікації загроз й ризиків та мінімізація їх впливу на ранніх стадіях; уникнення занепаду діяльності підприємства та його банкрутства.

Відповідно до визначеного переліку ключових завдань, головною метою фінансової безпеки підприємства є протистояння ризикам та загрозам, гарантування стабільності та максимально ефективного функціонування підприємства [2, С. 144].

Отже, процес забезпечення фінансової безпеки підприємства можна розглядати як процес запобігання всебічним збиткам, що можуть бути отримані

внаслідок негативних дій за різними аспектами фінансово-господарської діяльності підприємства.

Таким чином, фінансова безпека підприємства є багатоаспектною та складною економічною категорією, що може характеризуватися з різних сторін. Відсутність єдиної точки щодо визначення поняття «фінансова безпека підприємства», яке б об'єднало всі існуючі, робить актуальним подальше дослідження даного питання.

ЛІТЕРАТУРА:

1 Васькова, Ю. І. Фінансова безпека підприємства — провідна складова економічної безпеки та засіб попередження кризи підприємств / Ю. І. Васькова // Наука й економіка. — 2014. — № 1(33). — С. 230–234.

2. Стеців, Л. П. Фінансова безпека підприємства: методичні засади реалізації / Л. П. Стеців // Науковий вісник НЛТУ України. — 2013. — № 23 — С. 142–147.

3. Філіппов, О. О. Сутність категорії «фінансова безпека підприємства» / О. О. Філіппов // Управління розвитком. — 2013. — № 16(156). — С. 75–77.

Науковий керівник: Сілакова Г.В.

УПРАВЛІННЯ ФІНАНСОВОЮ СТІЙКІСТЮ ПІДПРИЄМСТВА У КОНТЕКСТІ РЕСУРСНО-ФАКТОРНОГО ПІДХОДУ

Голубенко Н.

Національний університет харчових технологій

Умовою і гарантією функціонування й розвитку будь-якого підприємства є його фінансова стійкість. Якщо підприємство фінансово стійке, то воно спроможне подолати зміни ринкової кон'юнктури і не опинитися на межі банкрутства. Більш того, чим вища його фінансова стійкість, тим більше переваг перед іншими підприємствами того ж сектора економіки воно має. Фінансово стійке підприємство вчасно розраховується за своїми зобов'язаннями з державою, позабюджетними фондами, персоналом та контрагентами.

Управління фінансовою стійкістю підприємства передбачає об'єктивне визначення її поточного й бажаного стану, скоординоване управління фінансовими ресурсами підприємства, вибір таких управлінських рішень, які сприяли б забезпеченню фінансового розвитку підприємства.

Теорії, в рамках яких були закладені базові положення щодо формування поняття «конкурентні переваги», забезпечили формування ресурсно-факторного підходу до управління фінансовою стійкістю підприємства.

Необхідність і мета даного підходу до управління фінансовою стійкістю підприємства зумовлена проблемою практичного забезпечення фінансової стійкості підприємств як на макро-, так і на мікроекономічному рівні та їх належного функціонування і стабільного розвитку [1, ст. 45].

Фінансова стійкість включає такі індикатори як фінансова структура капіталу (співвідношення позикових і власних коштів) і фінансування окремих складових активів (насамперед необоротних активів і запасів).

Управління фінансовою стійкістю підприємства є одним з найбільш значимих функціональних напрямів системи фінансового менеджменту, який досить тісно пов'язаний з іншими системами управління, органічно входить до системи

управління доходами та витратами, рухом активів, капіталу і грошових потоків, управління структурою капіталу.

Фінансова стійкість свідчить про забезпечення підприємства фінансовими ресурсами, рівень їх використання, напрями їх розміщення. Вона має тісний зв'язок з ефективністю виробництва. Проте, остання є результатом, а не фактором і показником фінансової стійкості. В залежності від якісної організації залучення та розміщення фінансових ресурсів досягається відповідний економічний результат підприємницької діяльності підприємства.

Таким чином, фінансова стійкість повинна характеризуватися таким станом фінансових ресурсів, який відповідає вимогам ринку та потребам розвитку підприємства. За умови фінансової стійкості суб'єктів господарювання можливе генерування позитивних кількісних і якісних змін у майбутньому періоді.

ЛІТЕРАТУРА:

1. Азарова, А. О. Математичні моделі та методи оцінювання фінансового стану підприємства : монографія / А. О. Азарова, О. В. Рузакова. — Вінниця : Вид-во Вінницького НТУ, 2010. — 172 с.
2. Барановський, О. І. Фінансова безпека в Україні (методологія оцінки та механізми забезпечення) : монографія / О. І. Барановський. — К. : КНТЕУ, 2004. — 759 с.
3. Барицька, О. П. Теоретичні аспекти фінансової стійкості підприємства / О. П. Барицька // Управління розвитком. — № 7 (104). — 2011. — С. 124.

УПРАВЛІННЯ ДЕРЖАВНИМ БОРГОМ УКРАЇНИ В КОНТЕКСТІ ПОДОЛАННЯ ЕКОНОМІЧНОЇ КРИЗИ

Іщенко Ю.

Національний університет харчових технологій

Щорічний значний рівень дефіциту державного бюджету України призводить до зростання боргових зобов'язань держави і, як слідство, — до зростання видатків на обслуговування боргу, при цьому створює боргові проблеми, які ведуть до розбалансування всієї фінансової системи. Тому скорочення бюджетних дефіцитів і державного боргу — одна з найактуальніших задач економічної політики не тільки України, але і інших країн світу.

Сьогодні у світі немає жодної економічно розвинутої країни, яка б не стикалася з проблемою державного боргу. Державний борг є невід'ємною частиною більшості фінансових систем світової спільноти та відіграє істотне і багатогранне значення в макроекономічній системі будь-якої держави. Це пояснюється тим, що відносини з приводу формування, обслуговування та погашення державного боргу мають вплив на стан державних фінансів, грошового обігу, інвестиційного клімату, впливають на структуру споживання та розвитку міжнародного співробітництва держав.

З економічної точки зору державний борг являє собою заборгованість державних органів як результат формування додаткових ресурсів держави, з матеріальної — представляє собою загальну суму заборгованості держави по непогашених боргових зобов'язаннях і невикладеними за ними процентами [1]. Бюджетний кодекс України визначає, що державний борг — це загальна сума заборгованості

держави, яка складається з усіх випущених і непогашених боргових зобов'язань держави, включаючи боргові зобов'язання держави, що вступають в дію в результаті виданих гарантій за кредитами, або зобов'язань, що виникають на підставі законодавства або договору[2].

Обсяги боргів переважної більшості країн світу постійно збільшуються, причиною цього явища є дефіцит бюджетів, витрати на підтримку національної валюти, фінансування соціальних та інфраструктурних програм. Запозичення держави сьогодні цікавлять чимало громадян, які переймаються фінансовими справами своєї країни. Процес отримання позик з одного боку дозволяє країні швидко вирішити гострі проблеми та фінансувати перспективні національні проекти, з іншого — неефективне використання запозичень суттєво збільшує навантаження на державний бюджет майбутніх років [3].

Основною причиною росту запозичень в нашій країні є неспроможність фінансування соціальних програм за рахунок бюджетних коштів та постійний дефіцит платіжного балансу країни, а також не виважена державою політика, яка не забезпечує збалансованість доходів і витрат держави.

Міжнародний досвід не дає однозначної відповіді на питання про оптимальні розміри дефіциту бюджету у період фінансової кризи. В процесі співробітництва з МВФ більшість країн утримували дефіцит бюджету в межах 3-4% ВВП, або ж під тиском МВФ змушені були скорочувати його до рівня 1,5-2,5%. Антикризова політика урядів багатьох країн світу не допускає дефіцит бюджету до 3% ВВП та посилює інвестиційну складову його видатків: збільшуються обсяги фінансування великих проектів в галузях інфраструктури, розвитку інновацій та енергозберігаючих технологій.

Сьогодні уряд України об'єктивно не має можливостей для проведення експансійної бюджетної політики і включення потужних фіскальних стимулів, спрямованих на піднесення економічної активності, тому, допускаючи значний дефіцит бюджету, уряд змушений залучати політично обумовлені позики офіційних кредиторів або ж вдаватися до емісійного фінансування дефіциту, руйнуючи останні опори фінансової стабільності [4].

На сьогодні не визначена чітка система управління державним боргом, яка б гарантувала підвищення координованості дій центральних органів виконавчої і законодавчої влади та визначала пріоритети розвитку економіки та напрямки використання коштів від додаткових запозичень. Тобто необхідно забезпечити інституційними механізмами та визначити напрямки удосконалення управління державним боргом.

ЛІТЕРАТУРА:

1. Державний борг України та світу 2011-2013 р. (складові, географія, динаміка): [Електронний ресурс]. — Режим доступу <http://infolight.org.ua/content/derzhavniy-borg-ukrayini-ta-krayin-svitu-2011-2013-roki-skladovi-geografiya-dinamika>)

2. Бюджетний кодекс України [Електронний ресурс]: закон України від 08.07.2010 № 2456-VI. — Режим доступу: <http://zakon2.rada.gov.ua>.

3. Офіційний сайт Міністерства фінансів України [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <http://www.minfin.gov.ua>

4. Про результати аналізу внутрішніх і зовнішніх запозичень на фінансування Державного бюджету України. — [Електронний ресурс] — Режим доступу: <http://www.ac-rada.gov.ua>

Науковий керівник: Еш С.М.

РОЗВИТОК ПРОЦЕСІВ КАПІТАЛІЗАЦІЇ БАНКІВСЬКОЇ УСТАНОВИ У СУЧАСНИХ УМОВАХ

Іваницька Н.

Національний університет харчових технологій

Нині, в умовах нестабільного розвитку економіки, однією з проблем вітчизняної банківської системи є підтримка її стабільності та надійності, завдяки чому банки можуть виконувати свої функції із забезпечення економіки достатньою кількістю фінансових ресурсів. Досвід країн з ринковою економікою свідчить, що створення ефективної економіки можливо лише за умови функціонування адекватного ринковим відносинам банківського сектору.

Одним із важливих чинників, що забезпечує можливість банківської системи здійснювати значний позитивний вплив на економіку, розширювати банківські послуги, не допускаючи при цьому значних ризиків і відповідно зберігаючи надійність системи, є капіталізація. В умовах загострення конкурентних відносин на вітчизняному банківському ринку важливого значення набувають нові підходи до розроблення ресурсної політики, зокрема заходи, спрямовані на формування достатнього за обсягами власного капіталу.

Проблема капіталізації — це проблема загальної фінансової стабільності та автономності банківської системи, а отже, проблема належного обслуговування банками прийнятих на себе грошових зобов'язань.

Для вирішення проблеми підвищення рівня капіталізації та надійності установ банківської системи України, що нині є вкрай нагальною, банкам було б доцільно в першу чергу поліпшити якість капіталу та забезпечити достатній рівень покриття ним ризиків, що приймаються банками.

Можливими шляхами підвищення рівня капіталізації банків є [1, с. 298]:

- збільшення капіталу за рахунок розміщення акцій власної емісії;
- збільшення показника адекватності капіталу через консолідацію банківської системи (злиття, приєднання банків, реорганізація банків, тощо);
- збільшення капіталу за рахунок субординованого боргу (шляхом випуску депозитних сертифікатів, банківських облігацій та єврооблігацій);
- збільшення капіталу за рахунок прибутку.

Отже, зростання рівня капіталізації — головна передумова широкомасштабної участі українських банків у соціально-економічному розвитку країни. Високий рівень капіталізації банків посилить їх конкурентоспроможність на світовому фінансовому ринку і забезпечить стабільність та надійність усієї економіки України на шляху інтеграції у світове господарство.

ЛІТЕРАТУРА:

1. Тарасевич, Н. В. Проблеми капіталізації банків в Україні / Н. В. Тарасевич // Вісник соціально-економічних досліджень: зб. наук. пр. / голов. ред. М. І. Звєряков; Одеський нац. екон. ун-т. — Одеса, 2013. — №1 (48). — С. 295-299.
2. Варода, Л. В. Аналіз механізму формування власного капіталу банківських установ / Л. В. Варода // Чортківський інститут підприємництва і бізнесу Тернопільського національного економічного університету. — 2010. — С.13-23.
3. Панасенко, Г. О. Формування і зростання власного капіталу банківських установ України / Г. О. Панасенко // Актуальні проблеми економіки. — 2011. — №1(115) — С. 185-198.

УМОВИ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ДЕЦЕНТРАЛІЗАЦІЇ ПОДАТКОВИХ НАДХОДЖЕНЬ ДО МІСЦЕВИХ БЮДЖЕТІВ

Казанський М.

Національний університет харчових технологій

Проблема децентралізації влади на сьогодні є одним з найважливіших питань сучасного суспільного життя України, оскільки надмірно централізована влада стає причиною гальмування розвитку суспільства загалом. Децентралізація виступає однією з форм розвитку демократії, що дозволяє розширити місцеве самоврядування, активізувати населення на вирішення власних потреб та інтересів. Вагомими кроками на цьому шляху стали Концепція реформи місцевого самоврядування, затверджена розпорядженням Кабінету Міністрів України 01 квітня 2014 року та пропозиції щодо внесення змін до Конституції України, які ґрунтуються на положеннях Європейської Хартії місцевого самоврядування [2, с.21].

Запропоновані зміни передбачають: закріплення принципу децентралізації у здійсненні державної влади, повсюдності та спроможності місцевого самоврядування, розподіл повноважень між органами місцевого самоврядування за принципом субсидиарності і наділення громад максимально широким колом повноважень; необхідне забезпечення фінансовими ресурсами повноважень органів місцевого самоврядування, включаючи їх участь у загальнодержавних податках [1, с.24].

Сьогодні центральний уряд, який більшою мірою займається загальнонаціональними завданнями і географічно розташований у столиці, фізично не може орієнтуватися в проблемах регіонів країни. Тому, ґрунтуючись на неповній інформації, бюджетні кошти витрачаються неефективно. На місця передаються обов'язки, тобто витрати, а дохідна база бюджету, як і раніше, нажалі залишається централізованою.

У зв'язку з цим, ключову увагу в проєктах децентралізації необхідно відвести саме децентралізації податкової системи. Можливим варіантом вирішення даного завдання може бути перехід на пов'язану модель податків. Її суть полягає в закріпленні за місцевими бюджетами частини надходжень від державних податків, які не будуть враховуватися при розрахунку міжбюджетних трансфертів [4, с.72].

Податки, на збір яких місцеві органи влади мають досить слабкий вплив (насамперед, ПДВ), повинні залишитися виключно «централізованими» податками. Найбільш ефективним заходом є закріплення за місцевими бюджетами частини податку на прибуток підприємств, які підвищать зацікавленість місцевих органів влади у зборі цього податку, з'явиться стимул розвивати підприємства і боротися з ухиленням від сплати податків. Така модель податкової системи формує пряму залежність між фіскальною активністю місцевих органів влади та їх фінансовими можливостями, що змусить місцеву владу займати активну позицію при реалізації податкового потенціалу регіону.

Кардинального реформування потребує податок на нерухомість, який у більшості розвинених країн є основою фінансової самостійності місцевих бюджетів. Однак в Україні його доходи не дозволяють покрити витрати на адміністрування. Одним із вагомих заходів щодо збільшення надходження даного податку є посилення фіскального навантаження на громадян, які володіють значними об'єктами житлової нерухомості, а також неодмінно повинна враховуватися її ринкова вартість.

Сьогоднішній стан місцевих бюджетів України характеризується низькою часткою дохідних джерел, які не враховуються при розрахунку обсягів трансфертів і якими місцеві органи влади можуть розпоряджатися самостійно, виходячи з пріоритетів розвитку адміністративно-територіальної одиниці. Кошти другого кошика є власністю відповідної громади, отже, вилученню не підлягають і використовуються на визначені даною громадою цілі. Зрозуміло, що розмір видатків з другого кошика обмежується сумою одержаних ним доходів. Чим більше коштів збере місцева влада до цього кошика, то більше різних програм зможе профінансувати в інтересах жителів відповідної території. На сьогодні, більш вагомими доходами, включено до першого кошика [3, с.8].

Основними напрямками реформування місцевих бюджетів є: розширення доходної бази місцевих бюджетів шляхом перерозподілу доходів між державним та місцевими бюджетами, перегляду складу доходів I та II кошиків місцевих бюджетів, розширення переліку місцевих податків і зборів; компенсації втрат надходжень місцевих бюджетів, пов'язаних з наданням державою пільг по сплаті податків; стимулювання соціально-економічного розвитку територій шляхом збільшення інвестиційної складової місцевих бюджетів, удосконалення порядку та умов розподілу надання субвенцій з Державного бюджету України місцевим бюджетам; проведення адміністративно-територіальної реформи з урахуванням рівня розвитку інфраструктури територій, природно-ресурсного потенціалу тощо.

Таким чином, навіть у нинішній складній фінансовій ситуації можна знайти ресурси, які дозволили б, щонайменше, розпочати процес децентралізації. А прийняття відповідних змін до Конституції забезпечить правову основу для схвалення низки законодавчих актів, необхідних для реалізації реформи місцевого самоврядування.

ЛІТЕРАТУРА:

1. Розпорядження Кабінету Міністрів України від 01.04.2014 №333-р «Про схвалення Концепції реформування місцевого самоврядування та територіальної організації влади в Україні» // Офіційний вісник України, 2014.-№30, с.24.
2. Буряченко А.Е. Функціональна децентралізація та вдосконалення системи бюджетних відносин // Фінанси України, 2014.- №2, с.21.
3. Шлапак О. Державні фінанси України в сучасних умовах: проблеми стабілізації і антикризового управління // Фінанси України, 2014.-№4, с.8.
4. Яценко Ю. Удосконалення підходів до визначення мібюджетних трансфертів // Фінанси України, 2012.-№11, с.72.

Науковий керівник: Лановська Г.І.

СУТНІСТЬ ТА ОСОБЛИВОСТІ ФІНАНСОВОГО МЕНЕДЖМЕНТУ СТРАХОВОЇ КОМПАНІЇ

Каліщук І.

Національний університет харчових технологій

Більшість ринкових регуляторів відноситься до елементів фінансового механізму, складовою якого є фінансовий менеджмент. Головні принципи теорії фінансового менеджменту тісно пов'язані із сутністю фінансів та їх функціями, а фінансовий менеджмент більшістю вчених розглядається як специфічна система управління грошовими потоками, рухом фінансових ресурсів і відповідною організацією фінансових відносин [1; 2].

Менеджмент страхової компанії донедавна розглядався виключно з погляду забезпечення виконання страховиком своїх зобов'язань перед страхувальниками, тобто лише з позицій достатності капіталу й тільки державою в особі регуляторних органів. Однак, останнім часом страхова діяльність вважається досить привабливою для інвестування, що зумовлює цікавість до питань управління капіталом страховика з метою визначення його вартості, структури, ціни залучення та порівняння з можливими альтернативними вкладеннями.

Питання фінансового менеджменту, зокрема і в страхових компаніях, розглядались в роботах вітчизняних та зарубіжних вчених, серед яких: О. П. Архипов, І. О. Бланк, В. Блекберн, А. Г. Борщ, Д. Ван Хорн, Дж. Ваховіч, Н. Г. Виговська, О. Є. Гудзь, С. В. Івахненко, Г. Г. Кірейцев, В. В. Ковальов, П. А. Лайко, О. М. Петрук, А. М. Поддєрьогін, П. Т. Саблук, В. П. Синчак, О. О. Терещенко. В системі управління різноманітними аспектами діяльності будь-якого підприємства в сучасних умовах найбільш важкою та відповідальною ланкою є управління фінансами. В країнах з ринковою економікою принципи та методи цього управління ще на рубежі XIX–XX століть сформувались в спеціалізовану сферу знань, яка отримала назву «фінансовий менеджмент».

Об'єктом нашого дослідження виступає фінансовий менеджмент страхової компанії. Страховий менеджмент, як загальний, так і фінансовий, має справу з ризиком браку зібраної страхової премії і сформованого страхового фонду на майбутні виплати за укладеними договорами страхування, тобто з ризиком неплатоспроможності. Цей ризик є специфічним для страхового бізнесу. З урахуванням цієї специфіки фінансовий менеджмент в страховому бізнесі можна визначити як управління залученими і власними фінансами для досягнення стратегічної мети бізнесу при дотриманні нормативних вимог до фінансової стійкості страхової компанії.

Основні завдання фінансового менеджменту страхової компанії можна сформулювати таким чином:

- фінансове планування на основі прийнятої стратегії розвитку;
- формування і використання статутного капіталу відповідно до вимог чинного страхового законодавства і в розмірі, достатньому для виконання прийнятих страхових зобов'язань;
- встановлення вартості страхових послуг, адекватної ризикам і плановим власним витратам компанії, що приймаються на страхування;
- формування і розміщення страхових резервів відповідно до чинного страхового законодавства і додаткових вимог до поворотності і ліквідності;
- контроль за поточним станом платоспроможності компанії і його відповідністю вимогам законодавства;
- контроль за досягненням ключових фінансових показників в цілому, а також по функціональних і лінійних підрозділах;
- своєчасна і повна сплата податків і зборів;
- формування обов'язкової і додаткової управлінської звітності і доведення її до зацікавлених осіб.

Фінансовий менеджмент реалізується у властивих йому функціях і має виражену специфіку — управління грошовими потоками, тому його функції зумовлені завданнями фінансів страхової компанії [3].

Отже, особливу роль у фінансовому менеджменті страхового бізнесу відіграють експертні висновки за оцінкою ризиків, що приймаються на страхування, і

оцінці збитку від страхових випадків, що складаються технічними, медичними, фінансовими і юридичними експертами. Найважливішою особливістю фінансового страхового менеджменту є системність його вживання, оскільки тільки поєднання різних методів і інструментів дасть змогу одержати об'єктивну інформацію для ухвалення фінансового рішення.

ЛІТЕРАТУРА:

1. Фінансовий менеджмент страхової організації: навч. пос. / Н. Н. Нікуліна, С. В. Березина. — М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2008 — 431 с.
2. Фінансовий менеджмент: підручник / за ред. А.М. Поддєрьогіна. —К.: КНЕУ, 2009. — С.9-13.
3. Фінансовий менеджмент: навчальний посібник / За редакцією професора Г. Г. Кірейцева. Видання третє, перероблене і доповнене. — Київ : „Центрнавчальної літератури», 2010. — 531 с.

Науковий керівник: Шірінян Л. В.

ЕКОНОМІЧНА СУТНІСТЬ ФІНАНСОВОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЗАКЛАДІВ ОХОРОНИ ЗДОРОВ'Я

Канюк Л.

Національний університет харчових технологій

Основним нормативним документом, який регулює діяльність бюджетних установ являється Бюджетний Кодекс України. Він визначає засади бюджетної системи України, її структуру, принципи, правові засади функціонування, основи бюджетного процесу і міжбюджетних відносин та відповідальність за порушення бюджетного законодавства.

Відповідно до п. 6 ст. 2 Бюджетного Кодексу бюджетна установа — це орган, установа чи організація, визначена Конституцією України, а також установа чи організація, створена у встановленому порядку органами державної влади чи органами місцевого самоврядування, яка повністю утримується за рахунок відповідного державного бюджету чи місцевих бюджетів. Бюджетні установи є неприбутковими [1].

Н. Карпишин наголошує: у діяльності суб'єктів ринку дуже рідко використовують лише одну форму фінансового забезпечення, а в більшості випадків оптимально поєднують різні форми. Кожен економічний суб'єкт формує власну модель фінансового забезпечення, якою визначає склад і структуру джерел фінансування й відповідні форми руху коштів. У згаданому визначенні фінансове забезпечення розглядають лише як складову макроекономічного механізму, водночас випускаючи з уваги той факт, що воно присутнє в господарській діяльності всіх суб'єктів економічних відносин [3].

Фінансове забезпечення — це процес вибору напрямів, форм і методів використання фінансових ресурсів з метою збільшення економічного розвитку і ринкової вартості підприємства

А фінансове забезпечення охорони здоров'я — це метод фінансового механізму, що визначає принципи, джерела й форми фінансування суб'єктів господарювання, чия діяльність спрямована на охорону, збереження, зміцнення та відновлення здоров'я громадян.

Дослідженню питань фінансового забезпечення та використання ресурсів у галузі охорони здоров'я присвячені праці українських вчених М.Г. Вовк, О.В. Галагана, О.М. Голяченка, В.І. Євсєєва, М.П. Жданової, В.І. Журавля, В.М. Лехан, А.С. Немченко, Т.В. Педченка, А.В. Підаєва, В.М. Пономаренка, Я.Ф. Радиша, В.М. Рудого, В.Г. Черненко та ін. Більшість із них розглядає процеси фінансування галузі переважно на регіональному рівні, з урахуванням як внутрішніх, так і зовнішніх впливів й суперечностей. Однак у науковій літературі ще бракує сталих уявлень, що поєднують поняття державного управління фінансовим забезпеченням галузі охорони здоров'я та управління системою охорони здоров'я в контексті стратегічного управління та формування державної політики в ній.

Основними формами фінансового забезпечення охорони здоров'я в Україні є: бюджетне фінансування, добровільне медичне страхування, самофінансування, благодійництво та спонсорство. Такі форми, як кредитування й інвестування, характерні для юридичних і фізичних осіб, котрі займаються приватною медичною практикою.

Традиційно найвагомішим джерелом фінансового забезпечення охорони здоров'я є кошти державного та місцевих бюджетів, тоді як кошти, отримані з інших джерел, — лише додатковий фінансовий ресурс.

Фінансування установ охорони здоров'я та спеціалізованих програм забезпечується за допомогою різних джерел, включаючи Міністерство охорони здоров'я, обласні, районні та муніципальні адміністрації.

Бюджетні заклади охорони здоров'я отримують кошти із бюджету на основі планового документу — кошторису [2]. Кошторис — це основний плановий фінансовий документ бюджетної установи, яким на бюджетний період встановлюються повноваження щодо отримання надходжень і розподіл бюджетних асигнувань на взяття бюджетних зобов'язань та здійснення платежів для виконання бюджетною установою своїх функцій та досягнення результатів, визначених відповідно до бюджетних призначень.

ЛІТЕРАТУРА:

1. Бюджетний кодекс України від 21.06.2001 № 2542-III / електронний ресурс <http://www.rada.gov.ua>
2. Бюджетний менеджмент: навч. посіб. / Л.В. Пенкевич, М.А. Зварич, П.Я. Могиляк, Б.І. Хомічак. — К. : Знання, 2006. — 276 с.
3. Карпишин Н. І. Фінансове забезпечення охорони здоров'я в реалізації державних функцій на ринку медичних послуг: Дис. канд. екон. наук: 08.04.01. / ТНЕУ, Тернопіль. — 2006. — 168 с.

Науковий керівник: Кулинич Ю.М.

ПРОГРЕСИВНИЙ ДОСВІД РОЗВИНЕНИХ КРАЇН ЩОДО ОПОДАТКУВАННЯ МАЛИХ ПІДПРИЄМСТВ

Качур В.

Національний університет харчових технологій

Підтримка та розвиток малого бізнесу належать до пріоритетних напрямів економічної політики більшості країн світу. Зараз у світі сформувалися дві основні форми державної підтримки малого бізнесу. Одна полягає у широкому державному ре-

гулюванні діяльності суб'єктів малого бізнесу в поєднанні з державним протекціонізмом. Вона властива початковому етапу розвитку малого бізнесу. Інша форма включає помірне державне регулювання малого бізнесу та створення ринкових умов для конкуренції і характерна для більш зрілих ринкових стосунків [2].

Так, державна політика розвитку малого і середнього бізнесу Угорщини, зорієнтована переважно на досягнення стратегічних цілей соціально-економічного розвитку країни і задоволення попиту населення. Цьому сприяло ухвалення закону про розвиток та підтримку малого і середнього бізнесу, який чітко визначив категорію мікро-, малих та середніх підприємств. Для покращення співпраці між суб'єктами малого підприємництва та держави було створено низку організаційних структур із чіткою ієрархією. До опосередкованих економічних стимулів можна віднести зниження податкового навантаження, спрощення звітності, пільгове кредитування, принцип «одного вікна» у разі відкриття підприємств [1].

Сучасні позитивні тенденції в економіці Польщі пояснюються реалізацією державної низки реформ підтримки малого бізнесу. Малий бізнес в даній країні опинився у сприятливих умовах щодо розширення ринку збуту виробленої продукції, а також для розвитку міжнародних бізнесових інтересів.

В Італії розвинута система державної фінансової підтримки малого бізнесу через субсидування та пільгове кредитування діяльності окремих напрямків малого бізнесу та діяльності консорціумів і кооперативів, що об'єднують малі підприємства. Органи місцевої влади проводять також відеоконференції з метою повідомлення та роз'яснення поточних змін в оподаткуванні. Щодо інших країн, чий досвід заслуговує уваги, варто згадати Грузію, яка прийняла восени 2010 р. новий Податковий кодекс, за яким малий бізнес з обігом до 17 тис. дол. взагалі не оподатковується [2]. У Франції застосовують спеціальні (спрощені) податкові режими для малих та середніх підприємств залежно від величини їхнього обігу. Такі підприємства не подають декларації про податок на додану вартість, проте виплачують прибуткові податки, рівень яких залежить від сфери діяльності (торгівельні операції, послуги тощо) [3].

У Німеччині малий бізнес вже більше 30 років відчуває потужну підтримку держави, економічна політика уряду постійно враховує його інтереси. Держава надає фінансові ресурси комерційним кредитним організаціям, що кредитують малі підприємства, з метою стимулювання мікрофінансування малого бізнесу. Для цього створена фінансова група KfW Group, яка на 80% належить Уряду Німеччини [1]. Окрім фінансової допомоги, німецька держава також надає малому підприємництву і активну інформаційну підтримку шляхом організації всебічних консультацій для підприємців всіх стадій розвитку бізнесу. Саме завдяки малим родинним підприємствам сталося стрімке зростання економіки країни.

У США підтримка малого бізнесу відбувається головним чином через дотації, прямі гарантовані позики. Крім того на рівні штату реалізуються програми підтримки малого бізнесу через залучення недержавних коштів. Гарантії держави зменшують ризик операцій кредитно-фінансових установ, сприяють зацікавленості кредиторів малого бізнесу. За останні роки Конгрес США ухвалив не менше десяти законів по питаннях малого бізнесу, причому вони не відміняли попередніх законів (що характерно для нашої практики), а лише доповнювали і конкретизували їх. Програми підтримки малого бізнесу США дозволяють забезпечити всім суб'єктам малого бізнесу рівні можливості в розвитку і конкуренції. Остан-

німи роками ці програми лежать в основі моделі розвитку приватного сектора в багатьох країнах з трансформаційною економікою.

Політика розвинених країн спрямована на створення сприятливого середовища для науково-технологічного розвитку, важлива роль у такому процесі надається державі. Роль держави полягає у генеруванні системи правил функціонування суб'єктів науково-технологічного ринку та контролі дотримання їх виконання через формування сприятливого інституційного середовища та інноваційної інфраструктури. Для різних країн ЄС існують значні відмінності в цілях та принципах підтримки малого і середнього підприємництва. Однак, основні цілі регулювання та підтримки малого і середнього бізнесу в Європі полягають у зміцненні єдиного внутрішнього ринку ЄС, усуненні адміністративних бар'єрів для ведення малого і середнього бізнесу, уніфікація законодавчої бази, а також посилення взаємодії країн ЄС для глибшого економічного співробітництва з іншими країнами. Останнім часом в Європі широкого поширення набули інтерактивні інструменти підтримки малого бізнесу, такі як інформаційні портали, вебінари, відеоконференції і т. п.

Таким чином, підприємства малого бізнесу стабільно та ефективно функціонують у розвинених країнах світу завдяки грамотній державній підтримці. В свою чергу, ефективний розвиток малого бізнесу веде до розвитку економіки країни та укріплення її позицій на світовому ринку [3].

ЛІТЕРАТУРА:

1. Кучеров І. І. Податкове право зарубіжних країн / Кучеров І. І. — М.: ЮрИ-нфоР, 2003. — С. 119–120.

2. Чубарева Л. І. Малий бізнес : теорія, механізми підтримки становлення та розвитку // Автореферат на здобуття наукового ступеня кандидата економічних наук — Донецьк. — 2008. — 20 с.

3. Основні положення законодавства Європейського Союзу щодо визначення та оподаткування малих та середніх підприємств <http://www.tax.vsem.com.ua/embed/opo-datkyvanna.doc>

ДИВІДЕНДНА ПОЛІТИКА ПУБЛІЧНОГО АКЦІОНЕРНОГО ТОВАРИСТВА

Кисляк Ю.

Національний університет харчових технологій

Процес розподілу прибутку підприємства має багаторівневий характер і залежить від багатьох чинників. Прибуток, що залишається в розпорядженні підприємства має бути розподілений на дві основні частини:

- фонд виплати винагороди власникам підприємства у формі дивідендів на акції або у формі процентів на пайові внески;
- фонди розвитку підприємства в наступному періоді.

Серед найбільш складних і принципових питань, пов'язаних із розподілом прибутку, які визначає дивідендна політика, — формування пропорцій цього розподілу між виплатами винагороди власникам і формування фондів розвитку підприємства у наступному періоді. Частка прибутку, що залишається після виплати дивідендів, є внутрішнім джерелом фінансування діяльності корпорації, яке (за нестачі обсягів реінвестованого прибутку) має доповнюватися запозичен-

ням зовнішнього капіталу. Джерелами зовнішніх фінансових ресурсів можуть бути додатковий випуск акцій або залучення банківського кредиту. Результатом додаткової емісії може стати також перерозподіл корпоративного контролю в акціонерному товаристві через зміни у розподілі акцій. Такі зміни найчастіше неприйнятні з точки зору найвищого керівництва корпорації, яке прагне зберегти наявний розподіл влади.

Вчені розглядають дивідендну політику як у вузькому, так і в широкому розумінні. Спрощено — це складова загальної політики управління прибутком, тобто елемент прийняття окремих тактичних рішень [1, с. 124]. У більш широкому трактуванні під дивідендною політикою розуміють принципи та методи визначення частки прибутку, сплачуваної власнику капіталу, відповідно до його внеску у загальному обсязі власного капіталу товариства [2, с. 183].

Можна виділити декілька типів дивідендної політики.

Остаточна політика дивідендних виплат формує механізм розподілу прибутку товариства, за яким, у першу чергу, відповідно до потреби, мають бути сформовані необхідні фонди його розвитку в наступному періоді, а тільки після цього за рахунок суми, що залишилася, формується фонд дивідендних виплат. За цим типом дивідендної політики власники отримують, як правило, більш низький рівень доходу на вкладений капітал, ніж склався на фінансовому ринку, а в деяких випадках і зовсім не отримують дивідендів.

Політика стабільного розміру дивідендних виплат характеризує стабільну суму дивідендів на акції протягом певного періоду часу. Продавати таку дивідендну політику можна за умови стабільної економіки і кон'юнктури на ринку.

Політика мінімального стабільного розміру дивідендів з надбавкою в окремі періоди поєднує в собі риси обох раніше розглянутих її типів. Такий тип політики розподілу прибутку дає змогу товариству найбільшою мірою врахувати економічні умови своєї діяльності і створює в акціонерів відповідні очікування, отриманні «екстра-дивіденду».

Політика постійного розміру дивідендів заснована на прирості їх у кожному періоді. В Україні цей тип дивідендної політики декларували деякі новостворені акціонерні товариства. Але зростання дивідендних виплат забезпечувалось ними не приростом виробничої діяльності, а приростом акціонерного капіталу [3, с. 124].

В Україні чимало акціонерних товариств якщо й виплачують дивіденди, то їх ставки значно менші від банківського відсотка. На сплату дивідендів акціонерні товариства переважно відраховують 1-5 % чистого прибутку, а часто взагалі не нараховують дивідендів. Такий підхід до дивідендної політики підсилюється браком повноцінного фондового ринку, який, з одного боку, є джерелом залучення додаткового капіталу для корпорації, а з іншого — через зміни ринкової ціни акції змушує менеджерів корпорацій поважно ставитися до акціонерів, наділяти їх «справедливою» частку прибутку акціонерного товариства [4, с. 84].

Отже, дивідендний розподіл корпоративного прибутку — справа самих акціонерів, вирішення якої поставлено в залежність від економічного й фінансового стану корпорації, її конкурентоспроможності, особливостей оподаткування доходів громадян тощо. Відтак ідеального типу дивідендної політики не існує.

У філософії бізнесу й господарській практиці переважної більшості вітчизняних акціонерних товариств, на відміну від зарубіжних компаній, дивідендна по-

літика ще не стала дієвим інструментом корпоративного управління. Причинами цього є не лише низький рівень корпоративної й загальної правової культури, а й слабкість конкурентного середовища на внутрішньому ринку, численні прогалини в системі державного регулювання національної економіки, зрощення великого бізнесу з політикою та державним управлінням.

ЛІТЕРАТУРА

1. Бланк, И. А. Основы финансового менеджмента [Текст] / И. А. Бланк. — В 2-х т., 3-е изд. Т. 1. — К. : Ника — Центр, 2012. — 624 с.
2. Финансовый менеджмент [Текст]: навч. посіб.; за заг. ред. проф. Г. Г. Кірейцева. — К. : ЦНЛ, 2011. — 351 с.
3. Білик, М.. Д. Управління фінансами державних підприємств: навч. посібник / М. Д. Білик. — К: Знання. 2010. — 236с.
4. Грідчіна, М. В. Управління фінансами акціонерних товариств: навч. посіб. / М. В. Грідчіна. — К. : А. С. К., 2012. — 384 с.

Науковий керівник: Еш. С.М.

ФОРМУВАННЯ ФІНАНСОВОГО ПОТЕНЦІАЛУ ПІДПРИЄМСТВА

Коцербуба Г.

Національний університет харчових технологій

Економічний розвиток не тільки світовий, а й зокрема український свідчить про діяльність та необхідність використання нових теоретичних підходів, прикладного інструментарію, які сприяють ефективному подоланню соціально-економічними системами господарювання різних рівнів, в тому числі і підприємств важких економічних реалій. Істотні зміни соціально-економічних відносин в Україні за останні роки потребують ефективнішої діяльності економічних суб'єктів. Для ефективного, успішного функціонування та забезпечення конкурентоспроможності підприємств необхідно якісно розвивати не тільки матеріально-технічні, структурно-функціональні, соціально-трудові, а й фінансові елементи потенціалу суб'єкта господарювання. Це обумовлює особливу увагу керівників підприємницьких структур до ефективного та доцільного використання фінансових ресурсів. У зв'язку з цим, однією з базових характеристик економіки промислових підприємств незалежно від поставлених цілей — забезпечення конкурентоспроможності, безпеки, стабільності й сталого розвитку — є їх фінансовий потенціал.

Фінансовий потенціал доцільно розглядати як найважливіший стратегічний інструмент сталого розвитку промислових підприємств, оскільки існуюча структура фінансових ресурсів, яка сформована на основі діючої законодавчої бази, по суті, не впливає на ефективність їх виробництва в середньо — і довгостроковій перспективі й, тим самим, не дозволяє оцінити можливості використання їх фінансового потенціалу [1, с. 287].

Управління фінансовим потенціалом здійснюється на підприємствах з приводу досягнення максимально можливого фінансового результату за таких умов: наявність власного капіталу, достатнього для виконання умов ліквідності та фінансової стійкості; можливості залучення капіталу в обсязі, необхідному для реалізації ефективних інвестиційних проектів; рентабельності вкладеного капіталу;

наявності ефективної системи управління фінансами, яка забезпечує прозорість поточного й майбутнього фінансового стану.

Основною метою формування фінансового потенціалу підприємства є абсолютне задоволення його фінансових потреб, які забезпечують передбачені темпи його стійкого розвитку в наступному періоді [2, с. 298].

Оцінюючи підходи до визначення фінансового потенціалу підприємства, як базової складової його потенціалу, можна зробити висновок, що в це поняття вкладається різний зміст. Деякі вчені зазначають, що фінансовий потенціал підприємства характеризується системою показників, які відображають наявність і розміщення коштів, реальні й потенційні фінансові можливості (система показників може характеризувати діяльність підприємства та бути використана при оцінці потенціалу, проте управління його діяльністю вимагає уніфікованого підходу до прийняття рішень щодо його розвитку). Інші наголошують, що такий потенціал визначається відносинами, котрі виникають на підприємстві у зв'язку з отриманням максимально можливого фінансового результату за умови наявності достатнього власного капіталу для забезпечення ліквідності й фінансової стійкості; можливості залучення капіталу, потрібного для реалізації ефективних інвестиційних проектів; рентабельності вкладеного капіталу; наявності ефективної системи управління фінансами, що забезпечує прозорість теперішнього й майбутнього фінансового стану.

Складовими фінансового потенціалу є внутрішній фінансовий потенціал (валові накопичення, дохідність підприємств, джерела грошових надходжень, показники балансу, капітал підприємства, активи) та зовнішній фінансовий потенціал (інвестори підприємства, фінансові інститути, страхові компанії та ін.). При цьому головним завданням управління фінансовим потенціалом підприємств залишається оптимізація фінансових потоків з метою максимального збільшення позитивного фінансового результату.

Отже, фінансовий потенціал промислового підприємства це відносини, що виникають на підприємстві з приводу досягнення максимально можливого фінансового результату за умови:

- наявності власного капіталу, достатнього для виконання умов ліквідності і фінансової стійкості;
- можливості залучення капіталу, в обсязі необхідному для реалізації ефективних інвестиційних проектів;
- рентабельності вкладеного капіталу;
- наявності ефективної системи керування фінансами;
- забезпечення прозорості поточного і майбутнього фінансового стану.

ЛІТЕРАТУРА:

1. Бикова В.Г., Ряснянський Ю.М. Методичні аспекти оцінювання фінансово-економічного потенціалу підприємств загальнодержавного значення // Прометей: регіональний збірник наукових праць з економіки / Донецький економіко-гуманітарний інститут МОН України; Інститут економіко-правових досліджень НАН України. — Вип. 1(16). — Донецьк: ТОВ «Юго-Восток, Лтд», 2009. — С. 286–289.
2. Кирилова Л. І., Тодорова Д. Д. Фінансовий потенціал підприємства та його складові / Л. І. Кирилова, Д. Д. Тодорова // Сталий розвиток економіки. Всеукраїнський науково-виробничий журнал. — С. 298–301.

Науковий керівник : Гнатенко О.А.

МЕТОДИКИ ОЦІНЮВАННЯ ФІНАНСОВОЇ СТІЙКОСТІ БАНКІВ У РОЗВИНУТИХ КРАЇНАХ СВІТУ

Копійка Т.

Національний університет харчових технологій

Наразі у світі існує декілька загальноприйнятих методик оцінювання діяльності банків, серед яких найвідомішою є рекомендована у 1988 р. Базельським комітетом із банківського нагляду, що базується на показниках адекватності капіталу банку (Базель I). З липня 2004 року почала впроваджуватися вдосконалена методика — Базель II: «Міжнародна конвергенція виміру капіталу та стандартів капіталу: нові підходи». Перегляд Базельських стандартів (Базель III: Міжнародні підходи до вимірювання ризику ліквідності, стандарти і моніторинг») щодо вдосконалення банківського нагляду з уніфікації вимог до фінансового регулювання стійкості та стабільності в різних країнах розпочався ще в 2005 р., але поштовхом для посилення регулювання стала криза. Таким чином, кожний стандарт удосконалює підходи до управління фінансовою стійкістю банківської системи. У запропонованих вимогах Базеля III пропонується підвищити норматив відношення статутного капіталу до активів, зважених за рівнем ризиків з 2 до 4,5%, а також збільшити аналогічний норматив за капіталом I рівня з 4 до 8%. З метою покриття збитків, пов'язаних з негативними змінами у фінансовому й економічному середовищі, передбачено формування додаткових резервів у розмірі 2,5% статутного капіталу банків після дивідендних відрахувань Систематизуючи методи оцінювання фінансової стійкості банків зарубіжних країн світу, можна виділити такі чотири категорії класифікації (табл. 1) [1, с.58].

Найпопулярнішою та найпрозорішою методикою оцінки фінансової стійкості банків є методика CAMELS, яка включає в себе компоненти адекватності капіталу (C), якості активів (A), якості менеджменту (M), рівню доходності операцій (E), рівню ліквідності (L), чутливості до ризиків (S), що використовуються американськими органами банківського регулювання та нагляду з 1978 року.

Методика дає змогу комплексно оцінювати фінансову стійкість банку. До систем, побудованих на основі коефіцієнтного аналізу, відноситься BaKred System (BAKIS), застосовувана з 1997 року Центральним банком Німеччини, основна мета якої — швидка оцінка фінансового стану кредитної організації, виявлення змін в динаміці кредитного, ринкового та ризику ліквідності, а також виявлення загальних тенденцій у фінансовому секторі економіки. Система RATE, застосовується Банком Англії для оцінки фінансової стійкості банків з 1997 року та включає 3 взаємопов'язані блоки: оцінку ризику (Risk Assessment), інструменти нагляду (Tools) і оцінку ефективності застосування інструментів нагляду (Evaluation)[2, с. 23].

Метою системи PATROL, застосовуваної Банком Італії з 1993 року, є проведення дистанційного аналізу фінансового стану кредитних організацій і виявлення тих з них, в яких необхідно провести виїзну перевірку. При аналізі розраховують п'ять компонентів: достатність капіталу, прибутковість, якість кредитів, організація, ліквідність. Принципово відрізняється французька державна рейтингова система ORAP (Organization and Reinforcement of Preventive Action). Мета даної багатофакторної системи — визначення істотних проблем у банку на основі оцінки всіх компонентів ризиків, пов'язаних з його діяльністю з використанням кількісної та якісної інформації [3, с.63].

Таблиця 1. Методи оцінювання фінансової стійкості банківської системи

Метод оцінювання	Назва системи	Країна	Наглядовий орган
Наглядові банківські рейтингові системи	CAMELS	США	ФРС США та ін
	PATROL	Італія	Банк Італії
	O.P.A.P.	Франція	Банківська комісія
	CAMELS	Україна	НБУ
Системи фінансових коефіцієнтів та групової однорідності	Individual Bank Monitoring Screens	США	ФРС США
	BAKIS	Німеччина	Федеральне відомство з нагляду за діяльністю кредитних установ
Системи комплексної оцінки банківського ризику	RATE	Великобританія	Управління фінансових послуг
	RAST	Нідерланди	Банк Нідерландів
Статистичні моделі	SAABA	Франція	Банківська комісія
	GMS	США	Федеральна корпорація страхування депозитів

В Україні сучасна система аналізу та оцінки ризиків банківської діяльності передбачає використання Національним банком України системи економічних нормативів діяльності банків, рейтингової системи CAMELS та «Системи оцінки ризиків».

Таким чином, кожна з аналізованих методик має певні переваги і недоліки, що дає підставу говорити про необхідність і можливість створення уніфікованої моделі рейтингової оцінки банків в Україні.

ЛІТЕРАТУРА:

1. Довгань Ж. // Фінансова стійкість банківських установ у період економічної кризи // Вісник НБУ, 2009. — №10.
2. Савельєва О. В. // Методика оцінювання сучасної банківської системи /О. В. Савельєва // Управління розвитком.—2012.
3. Стефанишина А. // Характеристика та аналіз методик оцінювання стійкості банків України та зарубіжжя // Вісник НБУ. — 2010. — № 11.

Науковий керівник: Говорушко Т.А.

УПРАВЛІННЯ ФІНАНСОВИМИ РЕЗУЛЬТАТАМИ ПІДПРИЄМСТВ УКРАЇНИ

Кральковська В.

Національний університет харчових технологій

З розвитком ринкових відносин в Україні з'являється необхідність більш ретельного ставлення до управління сучасним підприємством. Для прийняття важливих управлінських рішень необхідна достовірна інформація про результати діяльності, що сформовані з урахуванням специфіки господарювання підприємств та їх організаційної структури. Це пов'язано з тим, що головна мета кожного підприємства — отримання стійких фінансових результатів, які є підсумком відображення всіх сторін діяльності будь-якого суб'єкта господарювання.

Фінансовий результат господарювання підприємства, що може бути у формі прибутку або збитку, відображає ефективність його операційної, фінансової, інвестиційної діяльності та є основним критерієм розкриття стратегії суб'єкта господарювання.

На основі вивчення нормативно-правової бази України можна зазначити, що в законодавстві не розглядається сутність поняття «фінансові результати», тому важливо правильно розуміти його.

Походження поняття «фінансові результати» трактують як різницю між доходами та витратами підприємства за певний час [1, с. 1209], «прибуток» — як зростання, збільшення, приріст, зиск [1, с. 726], «збиток» — як матеріальні втрати, протилежність прибутку [1, с. 441].

Прибуток є спонукальним мотивом і джерелом діяльності підприємства. Підприємство приводить у рух усі виробничі фактори: капітал, працю, природні ресурси. Вони необхідні для створення продукту, його наступної реалізації та утворення прибутку.

Дослідження управління фінансовим результатом, як складової загального управління підприємством, допомагає сформулювати наступні його основні функції: облік складових фінансового результату, формування, розподіл, контроль за його використанням, аналіз фінансового результату та координацію дій щодо управління окремими його складовими.

Найбільш доступними прийомами управління підприємницькою діяльністю та фінансовими результатами є операційний аналіз та аналіз чутливості прибутку. Операційний аналіз здійснюється за схемою: витрати — обсяг реалізації — прибуток. За допомогою такого аналізу з'являється можливість виявляти залежність фінансового результату виробничої діяльності від зміни витрат, ціни, обсягу виробництва і збуту продукції [2, с. 137]. Операційний аналіз базується на розрахунку таких показників, як: валова маржа, точки беззбитковості, запас фінансової міцності та ефект операційного важеля. Операційний аналіз досить часто називають аналізом беззбитковості. Для використання вказаного підходу необхідно всі витрати підприємства класифікувати на постійні і змінні залежно від впливу на них обсягів виробництва [3, с. 258]. Провівши такий вид аналізу, можна побачити, який фінансовий стан спостерігається на підприємстві.

Аналіз чутливості прибутку підприємства — це аналіз, за допомогою якого можливо виявити реакцію фінансового результату на зміну зовнішніх та внутрішніх чинників виробництва і збуту продукції. В результаті вказаного аналізу можна виявити, до якого з факторів прибуток найбільш і найменш чутливий, і на основі цього визначити чинники, які можуть в перспективі збільшити (зменшити) фінансовий результат, та котрий із запропонованих варіантів найбільш досконалий для подальшого функціонування підприємства.

Кінцевий фінансовий результат характеризує положення підприємства на ринку, та досягається великою кількістю методів і підходів, які застосовуються для аналізу. Такий кількості притаманна цілісність застосування методів та підходів, проявом чого є використання загальних і специфічних систем аналізу щодо визначення дієвості управління фінансовим результатом підприємства. У підсумку аналіз дозволяє здійснювати комплексне дослідження зазначеної проблематики питання з урахуванням поточного стану, динаміки, структури задіяних складових аналізу фінансового результату у різні періоди часу.

Отже, формування фінансових результатів визначається широким колом факторів, які віддзеркалюють усі аспекти фінансово-господарської діяльності підприємств. При цьому недоцільно і неможливо поділяти ці фактори на основні та другорядні. Кожен з них може як забезпечити високий рівень прибутку, так і спричинити істотні збитки. Дослідження питань щодо формування та обліку фінансових результатів діяльності є досить актуальними і багато в чому їх вирішення вплине на зміцнення економічного стану підприємства.

ЛІТЕРАТУРА:

1. Великий тлумачний словник сучасної української мови / [уклад. і голов. ред. В. Т. Бусел]. — К.: Ірпінь, ВТФ «Перун», 2003. — 1440 с.
2. Крамаренко Г. А. Финансовый анализ и планирование : учебное пособие / Г. А. Крамаренко ; Днепропетровская академия управления, бизнеса и права. — Днепр : ДАУБП, 2001. — 232 с.
3. Школьник І. О. Фінансовий менеджмент : навчальний посібник / І. О. Школьник, І. М. Боярко, Б. І. Сюркало. — Суми : Університетська книга, 2009. — 301 с.

Науковий керівник: Шіринян Л.В.

ФІНАНСОВА СТРАТЕГІЯ РОЗВИТКУ БАНКУ В УМОВАХ ПОСИЛЕННЯ КОНКУРЕНЦІЇ

Кропивницька М.

Національний університет харчових технологій

Сучасний розвиток економіки України, а також сучасний стан банківської системи України характеризується суттєвою зміною результатів функціонування банків. За таких умов банкам край необхідно ефективно вирішувати задачі, що направлені на забезпечення їх майбутнього функціонування.

Оперативне та адекватне реагування як на внутрішні, так і на зовнішні чинники, що впливають на фінансову діяльність банку та на розвиток банку в цілому — є комплексною задачею, яка може бути вирішена завдяки гнучких підходів до формування ефективної фінансової стратегії розвитку. Вона є невід'ємною частиною загальної стратегії банку, іншими словами, це підсистема корпоративної стратегії розвитку у вигляді довгострокової програми конкретних дій з формування та використання фінансових ресурсів банку для досягнення стратегічних конкурентних переваг. Формування стратегії розвитку банку передбачає визначення стратегічних цілей, механізму та напрямів їх реалізації. На конкурентному ринку до стратегічних цілей відносять: посилення ринкових позицій, утримання ринкових позицій, кероване послаблення ринкових позицій, вихід з ринку (продаж банку).

В якості складових фінансової стратегії розвитку банку виступають [1, с.155]:

- мета фінансової діяльності — підвищення рівня життя власників та акціонерів банку і максимізація його ринкової вартості;
- фінансова політика як форма реалізації фінансової ідеології і фінансової стратегії розвитку банку в розрізі найбільш важливих аспектів фінансової діяльності на окремих етапах її здійснення з метою досягнення головної стратегічної цілі цієї діяльності;
- фінансові стратегічні цілі — конкретний стан фінансових характеристик банку, досягнення яких є для нього бажаним і на досягнення яких спрямована його діяльність.

Фінансова стратегія розвитку банку містить такі складові: стратегія управління активами та пасивами; стратегія управління власними коштами; стратегія управління ризиками [2, с. 310].

У процесі управління активами вирішується завдання забезпечення прибутковості роботи банку та дотримання ліквідності його балансу. Воно реалізується на основі систематичного аналізу ситуації шляхом цілеспрямованого впливу на зміну структури активів. Різні активи приносять банку різний прибуток, мають різний ступінь ризику. Банки проводять класифікацію своїх активів залежно від термінів вкладення коштів, їх прибутковості та рівня ризику.

Методи управління активами визначаються особливостями завдань, що вирішуються банком у конкретному періоді. При управлінні пасивами вирішуються такі завдання: усунення наявних у банку коштів, що не приносять доходів (за винятком тієї їх частини, що пов'язана з формуванням обов'язкових резервів); мобілізація кредитних ресурсів, що потрібні банку для виконання зобов'язань перед клієнтами, а також розвитку активних операцій; забезпечення гарантії одержання банком наміченого прибутку.

Управління власним капіталом пов'язане з обґрунтуванням критеріїв його достатності, а також вибором показників, що дозволяють її оцінити.

Управління ризиком ґрунтується на вивченні випадків виникнення збитків, що мали місце в минулому, оцінці ймовірності їх появи для конкретного клієнта й обґрунтуванні різних способів запобігання або відшкодування можливих збитків.

Успішне досягнення перспективних фінансових цілей банку забезпечується за умов чіткої координації фінансової стратегії розвитку в системі стратегічного управління усіма його структурними підрозділами та ефективного використання його фінансових можливостей. Але виникають питання: як коректно та адекватно визначити ці фінансові цілі, до якого рівня повинна бути удосконалена діяльність банку, чи потрібно орієнтуватися тільки на власний розвиток та намагатися покращити свій стан, в тому числі і фінансовий, чи потрібно порівнювати результати своєї фінансової діяльності із результатами фінансової діяльності інших учасників банківського бізнесу — банків-конкурентів.

Інструментом реалізації фінансової стратегії банку служать бюджети, тобто плани проведення банківських операцій (за обсягами, тривалістю, структурою) з урахуванням майбутніх доходів і витрат банку в цілому та його окремих структурних підрозділів. Періодичний контроль за виконанням бюджетів дає можливість виявити відхилення від запланованого сценарію та коригувати план чи стратегію [2, с. 312].

Таким чином, одним із найважливіших завдань фінансової стратегії розвитку банку є оптимальне розміщення фінансових ресурсів під час здійснення активних операцій, належне виконання якого дозволить забезпечити йому успішний розвиток. Отже, обґрунтована і правильно розроблена фінансова стратегія розвитку банку є однією з умов успішної реалізації загальної стратегії його розвитку.

ЛІТЕРАТУРА:

1. Петрук І.Р. Фінансова стратегія як передумова успішного функціонування та розвитку банку / І.Р. Петрук, Т.В. Дивульська // Вісник Національного університету водного господарства та природокористування Зб. наук. праць: Серія «Економічні науки». — 2010. — Вип.1(49). — С.154–161.

2. Козьменко С.М. Стратегічний менеджмент банку: навчал. посіб. / С.М. Козьменко, Ф.І. Шпиг, І.В. Волошко. — Суми: ВТД «Університетська книга», 2003. — 734 с.

Науковий керівник: Гнатенко О.А.

ПРИБУТОК ТА ЙОГО РОЛЬ В УПРАВЛІННІ ФІНАНСАМИ БАНКІВСЬКОЇ УСТАНОВИ

Кришень Д.

Національний університет харчових технологій

Банківська система належить до найрозвинутіших елементів господарського комплексу України. Її реформування розпочалося раніше від інших секторів економіки, що підтверджує визначальну роль банків у процесах переходу до ринкових відносин. Подальший розвиток банківської системи як головного елемента фінансового сектору спрямовується на прискорення трансформації суспільства і поглиблення дії ринкових механізмів.

Мета діяльності банку, як і кожного суб'єкта господарювання, полягає в отриманні прибутку. Банківський прибуток як економічна категорія характеризується традиційними підходами, хоча наявні окремі особливості з огляду на специфіку діяльності.

За визначенням О. А. Криклій і Н. Г. Маслак, прибуток — це виражений у грошовій формі дохід власника на вкладений капітал, плата за працю, за ризик ведення підприємницької діяльності, який є різницею між сукупним доходом і сукупними витратами в процесі здійснення цієї діяльності [3, с. 52].

Прибуток у класичному розумінні являє собою різницю між ціною товару й затратами на виробництво товару — його собівартістю. У стандарті бухгалтерського обліку зазначено: «Прибуток — сума, на яку доходи перевищують пов'язані з ними витрати» [2, с. 47]. Аналогічно прибуток трактується і в Інструкції про порядок складання та оприлюднення фінансової звітності банків України.

Для побудови ефективної системи управління прибутком банку необхідно провести його класифікацію. Якщо звернутися до праць сучасних українських і зарубіжних економістів, присвячених дослідженню проблем управління прибутком банку, можна констатувати, що в даний час немає єдиної думки про те, як можна і потрібно класифікувати прибуток банку, і тому практично кожен автор пропонує свою класифікацію.

Діяльність банку з управління активами і пасивами — це діяльність з проведення фінансових операцій з метою підтримання ліквідності, оптимізації ризиків комерційної діяльності банку, хеджування таких ризиків, коригування валютних позицій банку, здійснення операцій, що належать до інвестиційної та фінансової діяльності банку [1, с. 49].

На формування прибутку як фінансового показника роботи банку, що відображається в обліку та в офіційній фінансовій звітності, впливає встановлений порядок визначення результатів діяльності банку; обчислення собівартості банківських продуктів; загальнобанківських витрат; визначення прибутків (збитків) від фінансових операцій, іншої діяльності [1, с. 43].

Отже формування прибутку банку визначається специфікою його як комерційного підприємства, спектром операцій, а також діючою системою обліку та оподаткування.

Значна роль прибутку в розвитку банку, забезпеченні інтересів його засновників та персоналу визначає необхідність ефективного та безперервного управління ним.

Управління прибутком являє собою процес розробки та прийняття управлінських рішень за всіма основними аспектами його формування, розподілу та використання у банку.

Головною метою управління прибутком є забезпечення максимізації добробуту засновників та учасників банку в поточному періоді та на перспективу.

Підводячи підсумок, слід зазначити, що формування прибутку банку є процесом, що залежить від значної кількості факторів. Прибуток, що отримує банк в результаті здійснення ним певних операцій, розподіляється на прибуток, який споживається та прибуток, який капіталізується. Процес використання прибутку полягає в прийнятті певних управлінських рішень, спрямованих на забезпечення подальшого розвитку банку та формування фондів, необхідних для його діяльності.

ЛІТЕРАТУРА:

1. Деркач М. А. Банківський менеджмент: конспект лекцій / В. М. Олійник, С. М. Фролов, М. А. Деркач. — Суми: Вид-во СумДУ, 2009. — Ч. 2. — 144с.
2. Кобченко Н. Шляхи підвищення прибутковості комерційного банку: Теорія та практика розвитку банківської справи: збірник наукових праць студентів / Н. Кобченко // Львівський інститут банківської справи Університету банківської справи НБУ. — Львів, 2009. — № 3. — С. 255-260.
3. Криклій О. А. Управління прибутком банку: монографія / О. А. Криклій, Н. Г. Маслак; Україн. акад. банк. справи, Нац. банк України. — Суми, 2008. — 135 с.
4. Криклій О. А. Фінансовий менеджмент банку: навч. посіб. / О. А. Криклій, І. В. Сало. — Суми: ВТД «Університетська книга», 2007. — 314 с. — ISBN 978-966-680-312-5

Науковий керівник: Лановська Г.І.

ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ АНТИКРИЗОВОГО ФІНАНСОВОГО УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВОМ

Кульбач Ю.

Національний університет харчових технологій

Сучасна економіка України, якій притаманні мінливість бізнес-середовища, висока залежність від впливу політичних чинників, посилення рівня конкурентної боротьби, ставить вітчизняні підприємства перед необхідністю впровадження антикризових заходів та конкретних скоординованих дій. Необхідність оволодіння основами антикризового фінансового управління зумовлена тим, що в умовах ринкової економіки підприємства здійснюють свою фінансово-господарську діяльність знаходячись під постійним впливом несприятливих внутрішніх та зовнішніх чинників, які можуть призвести до фінансової кризи та банкрутства [1].

Проаналізувавши різні підходи до визначення поняття антикризове фінансове управління підприємством можна дійти висновку, що на сьогодні це поняття є досить багатозначним і не існує однозначної думки щодо його трактування.

Антикризове фінансове управління підприємством слід розглядати в двох аспектах:

— по-перше, це комплекс профілактичних заходів, спрямованих на попередження фінансової кризи: системний аналіз сильних та слабких сторін підприємства, оцінювання ймовірності банкрутства, управління ризиками, упровадження системи попереджувальних заходів;

– по-друге, це система управління фінансами, спрямована на виведення підприємства з кризи, у тому числі проведення санації чи реструктуризації суб'єкта господарювання.

Отже, антикризове фінансове управління на підприємстві — це система принципів та методів управління фінансами підприємства, спрямована на проведення діагностики загрози банкрутства, в разі настання виведення підприємства з кризи та її подолання з метою забезпечення безперервної діяльності підприємства на всіх стадіях його розвитку [2].

Основною метою антикризового фінансового управління є розробка і реалізація заходів, спрямованих на швидке відновлення платоспроможності та достатнього рівня фінансової стійкості підприємства, що забезпечить його вихід з кризового фінансового стану.

Існує безліч інструментів антикризового управління на підприємстві. Пропонуємо розглянути деякі з них.

Інвестиції сьогодні є для більшості підприємств єдиною можливістю для оновлення техніки та технології виробництва, здійснення капітальних ремонтів і подальшого розвитку. Оскільки в умовах кризи амортизаційні витрати підприємств на практиці використовується для покриття нестачі оборотних коштів і забезпечення діяльності матеріальними ресурсами, а при збитковості неможливе фінансування за рахунок власного прибутку та «дорогих» кредитних коштів, зростає потреба в інвестиціях як основному джерелі вирішення фінансових проблем [3].

Антикризовим інструментом може стати диверсифікація виробничої діяльності — «перехід на виробництво більш економічних, але не менш запитуваних товарів, впровадження нових видів діяльності, здійснення яких має певні пільгові умови, вихід на нові ринки, що характеризуються більшим рівнем доходу на душу населення — усе це є потенційним джерелом забезпечення стабільного та ефективного функціонування» [4]. Але необхідно враховувати, на якому етапі кризи знаходиться підприємство і чи зможе залучити необхідні інвестиції.

Стратегія диверсифікації є актуальною в післякризовий період, а під час кризи слід звернути увагу на маркетингові комунікації, цінові стратегії та креативні засоби [5]. Ефективність стратегії диверсифікації в докризовий період демонструє історія існування корейської компанії *Doosan*. Від роздрібною торгівлі готовим одягом компанія перейшла до випуску міцних алкогольних напоїв, пива, безалкогольних напоїв та іншої харчової продукції. Потім *Doosan* відкривала в Кореї ресторани швидкого обслуговування *KFC* і *Burger King*, видавала корейські версії журналів «*Reader's Digest*» і «*Vogue*», друкувала словники і шкільні підручники. Зростання конкуренції на цих ринках, інтенсивна зміна потреб покупців та їхніх вимог до продукції обумовили переорієнтацію компанії на виробництво атомних реакторів, теплових енергоблоків, опріснювальних установок, турбін і генераторів, литва і штампування. Сьогодні компанія *Doosan* — всесвітньовідомий постачальник будівельного устаткування та компактною будівельної техніки.

Кризові ситуації виникають на всіх стадіях життєвого циклу підприємства: у певні моменти воно може не давати прибуток або зазнавати збитки. Це короткострокові ситуації, але вони можуть набувати затяжного характеру і закінчуватися банкрутством підприємства. Щоб цього не сталося, необхідно вчасно зрозуміти причини, внаслідок яких підприємство опинилося в кризі, і здійснити відповідні заходи для їх усунення.

ЛІТЕРАТУРА:

1. Поддєрьогін А.М. Фінансовий менеджмент: Підручник / А.М. Поддєрьогін, М.Д. Білик, Л.Д. Буряк та ін. — К.: КНЕУ, 2005. — 536.
2. Лігоненко Л.О. Антикризове управління підприємством: Підручник / Л.О. Лігоненко. — К.: КНТЕУ, 2005. — 824 с.
3. Салига О. М. Антикризове фінансове управління підприємством: Підручник / О.М. Салига — К.: КНЕУ, 2005. — 386 с.
4. Важинський Ф.А. Антикризове фінансове управління як економічна система / Ф.А. Важинський, А.В. Колодійчук, // Науковий вісник НЛТУ України. — 2010. — Вип. 20.3. — С. 127-132.
5. Мельник Ю.М. Маркетингові інструменти антикризового управління підприємством / Ю.М. Мельник// монографія. — Суми : ТОВ «Друкарський дім «Папірус», 2010. — С. 505-516.

Науковий керівник: Дем'яненко І.В.

ФАКТОРИНГ ЯК КОМПЛЕКС ФІНАНСОВИХ ПОСЛУГ

Майданюк К.

Національний університет харчових технологій

Теоретично факторинг являє собою різновид торгово-комісійної операції, складовою частиною якої є кредитування оборотного капіталу клієнта. Факторинг (від англ. factor — маклер, посередник, агент) — це фінансова операція, суть якої полягає в придбанні банком (фактором) у постачальника (продавця) права вимоги у грошовій формі на дебіторську заборгованість покупців за відвантажені їм товари (виконані роботи, надані послуги), з прийняттям ризику виконання такої вимоги, а також приймання платежів [1].

Головними завданнями здійснення факторингових операцій виступають: забезпечення постачальника своєчасною оплатою відвантажених товарів, управління платіжною дисципліною позичальника, підвищення ефективності розрахунків між клієнтами, ліквідація виникнення дебіторської заборгованості у позичальника.

Операція факторингу полягає в тому, що факторинговий відділ банку(факторингова компанія) купує боргові вимоги (рахунки-фактури) клієнта на умовах негайної оплати 70-90 % вартості документально оформлених поставок і сплати іншої частини за відрахуванням процента за кредит та комісійних платежів, у строго обумовлені терміни незалежно від надходження виторгу від дебіторів. 10-30 %, що лишились, банк утримує як компенсацію ризику до погашення боргу. Після погашення боргу банк повертає утриману суму клієнтові. Утримані банком 10-30 % від суми боргу є також заходом стимулювання клієнта до належного виконання обов'язків щодо поставки.

Строк ліміту за контрактом звичайно становить від 1 до 3 місяців. На вітчизняному ринку комісія встановилася на рівні 0,5–3% від вартості рахунків-фактур, проте банки визначають розмір плати за домовленістю з конкретним клієнтом за кожним договором, тому ставка плати за обслуговування може виявитися і вищою (5% і більше). Розмір плати за обслуговування може визначатися не тільки у відсотках від суми платіжних вимог, а й через встановлення фіксованої суми [2].

У техніці здійснення факторингу можна виділити кілька основних найпростіших операцій, кожна з яких давно відома банкам: ведення дебіторських рахунків, інкасо, фінансування вимог клієнтів, кредитні гарантії та ін. [3].

Оскільки факторинг — це комплекс фінансових послуг, то його метою є надання факторинговою компанією трьох наступних основних послуг.

Перша — це фінансування поставок товарів з відстроченням платежу. Одержання цієї послуги означає, що після поставки товару постачальник негайно або за зручним для нього графіком одержує від банку чи компанії, які здійснюють факторинг, значну частину суми поставки, не чекаючи платежу від свого покупця. Крім того, фінансування при факторингу має низку переваг, і серед них насамперед варто назвати такі:

- постачальник не повинен повертати виплачених йому коштів, оскільки витрати фактора будуть повернуті з платежів покупців;

- фінансування триватиме доти, доки постачальник продаватиме свою продукцію;

- фінансування автоматично збільшується в міру зростання обсягів продажу.

Фінансування в межах факторингу звільняє постачальника від проблеми дефіциту обігових коштів, і це відбувається без зростання його кредиторської заборгованості.

Друга послуга — страхування ризиків, пов'язаних з постачанням товарів і відстроченням платежу.

Третя послуга, що має назву «адміністративне управління дебіторською заборгованістю», передбачає контроль за своєчасною оплатою поставок покупцями, детальні й зручні звіти про стан дебіторської заборгованості постачальника, усі його поставки та платежі покупців і багато чого іншого, що звільнить постачальника від безлічі поточних проблем і забезпечить об'єктивною інформацією.

Факторингові послуги можна визначити як гнучкий інструмент в розрахунково-платіжних відносинах покупців та постачальників, який максимально враховує інтереси сторін. Для подальшого розвитку факторингу на вітчизняному ринку необхідно створити умови для формування спеціалізованих факторингових компаній, котрі зможуть професійно здійснювати факторинг як комплексну послугу (фінансування, інформаційно-аналітичне обслуговування, робота з дебіторами клієнта) та вжити заходів законодавчо-нормативного характеру стосовно регламентування здійснення факторингових операцій [4].

ЛІТЕРАТУРА:

1. Дмитрієва Ю.В. Факторингові операції в Україні: проблеми та перспективи / Ю.В. Дмитрієва // Управління розвитком. — 2011. — №3 (100). С. 20 — 22

2. Смачило В. Сутність та роль факторингу в сучасних умовах / Смачило В., Дубровська Є. // Персонал. — 2007. — № 4. — С. 75-78.

3. Холод З.М. Факторинг — фінансовий інструмент ефективного управління дебіторською заборгованістю / З.М. Холод, О.Б. Волович; Укр. акад. друкарства // Наукові записки — 2008. — №1. — С.163 — 168.

4. О.В. Добровольська Ринок факторингових послуг: проблеми розвитку та перспективи/ О.В. Добровольська// Вісник Дніпропетровського державного аграрного університету. — 2013. — №1. — С.166-169.

Науковий керівник: Еш. С.М.

ПРИНЦИПИ ТА КРИТЕРІЇ ФОРМУВАННЯ СТРАХОВОГО ПОРТФЕЛЮ СТРАХОВОЮ КОМПАНІЄЮ

Мельникова Ю.

Національний університет харчових технологій

Серед основних факторів фінансової стійкості та надійності страховиків є достатня величина страхових резервів, розмір власних коштів, правильно розраховані тарифні ставки, збалансований інвестиційний портфель і збалансований страховий портфель [1].

У вітчизняній та зарубіжній літературі вивченню змісту категорії «страховий портфель» приділено недостатньо уваги, враховуючи його вагомий внесок у забезпечення фінансової надійності страхової організації.

Науковці розглядають категорію «страховий портфель» з різних позицій, зокрема, як фактичну кількість застрахованих об'єктів або число договорів страхування, як обсяг страхових премій, отриманих страховиком за укладеними договорами страхування, як сукупність страхових ризиків, які приймаються на страхування, як розмір сукупної страхової суми, як сукупну відповідальність страховика за всіма діючими полісами [2].

Найбільш влучним визначенням економічної категорії «страховий портфель», на наш погляд, є наступне: страховий портфель — це сукупність прийнятих на страхування ризиків і вартісних зобов'язань страхової організації за всіма укладеними страховими договорами [3].

Таким чином, найбільш важливою складовою страхового портфеля є страховий ризик, тобто ймовірність або небезпека, в результаті прояву якої страхова компанія зобов'язана виплатити постраждалій стороні суму страхового відшкодування.

Останнім часом все більша увага зі сторони страхових компаній приділяється процесу формування страхових портфелів, які є показниками якості страхових зобов'язань. Найважливіша задача страховика — це формування збалансованого страхового портфеля, оскільки саме на цьому етапі закладається фундамент усієї подальшої страхової діяльності.

При формуванні власниками страхової компанії та андерайтерами збалансованого страхового портфеля, при визначенні його розмірів та структури, використовуються такі основні принципи: динамічність, однорідність, диверсифікованість.

Основними критеріями при формуванні страхового портфеля є рівень доходності та рівень ризику, значення яких страхові компанії визначають для себе в залежності від поставлених перед ними стратегічних та тактичних цілей [2].

Отже, страховим компаніям необхідно формувати оптимальний страховий портфель. Оптимізація страхового портфеля полягає в тому, щоб величина прибутковості та ризику оптимально відповідала цілям страховика. Тобто, страховий портфель повинен бути сформований згідно основних принципів та з таких страхових продуктів (за розмірами та співвідношенням), щоб його ризик не перевищував заданого фіксованого рівня і при цьому досягалась максимальна за величиною очікувана прибутковість.

ЛІТЕРАТУРА:

1. Базилевич В. Д. Страхова справа / В. Д. Базилевич, К. С. Базилевич. — К.: Знання, 2005 р.

2. Баранов А. Збалансованість страхового портфеля та його вплив на фінансову надійність страховика / А. Баранов // Ринок цінних паперів. Вісник Державної комісії з цінних паперів та фондового ринку. — 2006 р.

3. Супрун А. А. Управління страховим портфелем як засіб забезпечення фінансової надійності страхової компанії / А. А. Супрун // Актуальні проблеми розвитку економіки регіону. Випуск 5 / Збірник наукових праць. — 2009 р.

Науковий керівник: Шірінян Л.В.

МЕТОДИ УПРАВЛІННЯ ЗАЛУЧЕНИМИ КОШТАМИ КОМЕРЦІЙНОГО БАНКУ

Нечитайло О.

Національний університет харчових технологій

Розвиток ринкових відносин неможливий без ефективно функціонуючого банківського сектору, завдяки якому реалізуються зв'язки між всіма учасниками і складовими частинами господарського механізму економіки держави. Головною передумовою стабільного функціонування банківської системи та забезпечення реалізації нею функції фінансового посередництва є ефективне формування ресурсної бази банків. Так, як комерційні банки є осередком фінансової системи, що акумулюють фінансові ресурси вкладників та створюють можливість надання кредитних ресурсів необмеженому колу позичальників, тим самим сприяючи розвитку реального сектора економіки.

Залучені кошти банку є основним джерелом формування фінансових ресурсів комерційного банку, необхідних для надання кредитів, фінансування інвестиційних проектів, підтримки національного товаровиробника. Таким чином, процес ефективного формування та оптимального використання залучених коштів необхідно розглядати як базовий об'єкт регулювання банківської діяльності.

Для забезпечення оптимальної структури, обсягів та рівня витрат у банківській практиці застосовуються два основні методи управління залученими коштами — цінові та нецінові методи [2, с.121].

Сутність цінових методів полягає у використанні відсоткової ставки за депозитами як головного важеля в конкурентній боротьбі за вільні грошові кошти фізичних і юридичних осіб. Так підвищення пропонованої банком ставки дозволяє залучити додаткові ресурси. І, навпаки, банк, перенасичений ресурсами, але обмежений небагатьма прибутковими напрямками їх розміщення, зберігає чи знижує депозитні ставки. Обсяги залучення заощаджень в банківську систему безпосередньо пов'язані із процентною політикою банків, основним інструментом якої є депозитна ставка. Банки встановлюють диференційовані ставки залежно від виду депозитного рахунка, строку розміщення коштів на депозиті та суми вкладів. Ціноутворення за депозитними зобов'язаннями банку базується на аналізі співвідношення між депозитною ставкою, яка відображає ринкову вартість залучення коштів, і витратами банку з обслуговування кожного виду депозитних рахунків [2, с.124].

Нецінові методи управління залученими коштами банку базуються на використанні різноманітних прийомів заохочення клієнтів, які прямо не пов'язані зі зміною рівня депозитних ставок. До таких прийомів належать: реклама; поліпшений

рівень обслуговування; розширення спектра пропонованих банком рахунків та послуг; комплексне обслуговування; додаткові види безкоштовних послуг; розташування філій у місцях, максимально наближених до клієнтів; пристосування графіка роботи до потреб клієнтів; проведення лотереї серед клієнтів; встановлення банкоматів у громадських місцях; проведення безготівкових розрахунків за допомогою пластикових карток тощо. Застосування нецінових методів супроводжується деякими (іноді значними) витратами. Тому, обираючи метод управління залученими коштами необхідно порівняти витрати, пов'язані із підвищенням депозитної ставки, та витрати, що супроводжуватимуть впровадження нецінових прийомів [3, с.20].

Одним із сучасних методів залучення ресурсів в банківській діяльності, що користується популярністю серед вкладників є метод встановлення залежності між кредитуванням клієнта і накопиченням коштів на його депозитному рахунку [4, с.120].

У цьому випадку між банком і клієнтом підписується договір, відповідно до якого банк бере на себе зобов'язання надати клієнту кредит за умовою накопичення і зберігання останнім протягом встановленого терміну визначеної суми коштів. Вигода вкладника при такому депозиті полягає в тому, що він має можливість безперешкодно одержати в банку кредит, причому чим меншим буде розрив між сумою депозиту і сумою кредиту, тим меншим буде встановлений процент за позичкою. Банківська установа при такому кредитуванні зменшує ризик неповернення позички, оскільки має право спрямовувати на погашення кредиту кошти, що зберігаються на депозитному рахунку позичальника [4, с.122].

Управління залученням ресурсів комерційного банку здійснюється на трьох ключових рівнях: стратегічному, тактичному та оперативному. В свою чергу кожному з даних рівнів притаманна деталізація за інструментами управління. Відсутність узгодженості між рівнями управління залученими ресурсами банківської установи призводить до неефективності менеджменту даної системи.

Таким чином, оптимізація процесу формування ресурсної бази комерційних банків є важливою складовою зміцнення стійкості кредитної системи країни, підвищення довіри до неї з боку інвесторів, вкладників і кредиторів, а також зростання її ролі у стимулюванні збалансованого розвитку різних галузей економіки.

ЛІТЕРАТУРА:

1. Землячов С.В. Ресурсна база комерційних банків та особливості її формування в Україні: Автореф. дис. канд. екон. наук: спец. 08.00.08. — «Гроші, фінанси і кредит». — К., 2008.
2. Маслак Н. Г. Ціноутворення на банківські продукти: монографія / Н. Г. Маслак, О. А. Криклій. — Суми: ДВНЗ «УАБС НБУ», 2010. —121 с.
3. Мельникова І. М. Маркетингові аспекти формування депозитної бази комерційного банку / І. М. Мельникова // Банківська справа. — 2010. — №3.
4. Пшик Б.І. Банківська діяльність в Україні: проблеми, перспективи розвитку, напрями вдосконалення: наук. доп. / Національний банк України; Університет банківської справи / Борис Іванович Пшик (ред.). — К. : УБС НБУ, 2009. — 120с.

Науковий керівник: Лановська Г.І.

РОЛЬ ФАКТОРИНГУ НА ФІНАНСОВОМУ РИНКУ УКРАЇНИ

Петрик С.

Національний університет харчових технологій

Ринок фінансових послуг в Україні досі перебуває в процесі становлення і разом із тим, розширення діапазону фінансових послуг, що пропонуються. Факторинг є однією з таких послуг. На вітчизняному ринку факторингові послуги пропонують близько 34 банків та спеціалізованих факторингових/інвестиційних компаній. Обсяг наданих факторингових послуг динамічно зростає. Проте, далеко не всі вітчизняні підприємства використовують факторинг. Це пов'язано, насамперед, із тим, що в Україні дуже поширена передоплата за товар і слабо розвинений комерційний кредит, як високо ризиковий. До того ж, факторинг у сучасному варіанті тільки починає з'являтися на вітчизняному ринку і можливості цього фінансового інструменту поки недостатньо оцінені учасниками.

В Україні відсутній єдиний підхід щодо визначення поняття «факторингу». Безліч вітчизняних авторів пропонують своє розуміння сутності факторингу. Так, І.О. Бланк під факторингом має на увазі фінансову операцію, що полягає у поступці підприємством-продавцем права отримання грошових коштів по платіжних документах за поставлену продукцію на користь банку або спеціалізованої компанії — «фактор компанії», які беруть на себе всі кредитні ризики щодо інкасації боргу [1].

Форман М., Гілберт Дж. та Селінджер Ф. вважають, що факторинг — це відкрита угода про повне обслуговування, яке включає фінансування, страхування кредитних ризиків, стягнення боргів та інші послуги без права регресу [2].

На нашу думку, факторинг доцільно розглядати як одну із форм розрахунково-кредитних відносин під відступлення права грошової вимоги до покупця, що представляє собою комплексну систему управління оборотним капіталом підприємства та включає не тільки кредитування постачальника під відступлення права грошової вимоги до покупця, а й послуги зі страхування ризиків, інформаційного, бухгалтерського, консалтингового і юридичного обслуговування клієнта, що здійснюється на договірній основі за фіксовану плату.

Сучасний світовий ринок факторингу умовно розвивається двома шляхами:

1. Європейська модель припускає створення великих, але вузькоспеціалізованих компаній-факторів, які зазвичай мають банківське походження. Ці компанії були створені наприкінці 1950-х років дочірніми структурами банків, а згодом вони відокремилися від материнських структур і набули повної незалежності.

2. В американській моделі все навпаки: факторингові компанії створювали у 1960-ті роки приватні підприємці без участі банків. Банки незабаром зацікавилися новим бізнесом і придбали деякі факторингові компанії в управління або власність, розширивши, отже, свій банківський портфель. Проте на американському ринку як і раніше зберігається безліч порівняно невеликих факторингових компаній.

Україна розвивається за європейською моделлю, оскільки першими, хто запропонував факторинг, були банки, а вже згодом появились факторингові компанії.

Вітчизняний факторинг, як і міжнародний, має свої переваги та недоліки. Але так як в Україні ця фінансова послуга виникла набагато пізніше і розвивалася

повільніше, існує багато суперечностей навколо неї, а на підґрунті цього й часті зміни у сутності. Навіть постійні учасники фінансового ринку визнають, що зараз український факторинг змінює формат.

Отже, основними напрямками розвитку факторингового ринку та є: диверсифікація діяльності факторингових компаній; підвищення рівня науково-технічного потенціалу факторингових компаній та інших учасників факторингових відносин; забезпечення фактор-компаній високо спеціалізованими фахівцями, які могли б підвищити рівень управління ризиками і тим самим сприяти сталому розвитку підприємств реального сектора економіки; розширення мережі факторингових організацій в регіонах для роботи, в першу чергу, з середніми і малими підприємствами; розвиток міжнародного факторингу, особливо для підприємств-експортерів продукції переробних галузей; активізація маркетингової діяльності факторингових компаній, особливо в сфері малого та середнього підприємництва; створення національного органу реагування і саморегулювання факторингової діяльності, який володів би правом законодавчої ініціативи в сфері своєї діяльності, регулювання факторингової маржі тощо; державне стимулювання розвитку ринку факторингових послуг, удосконалення нормативно-правового забезпечення факторингової діяльності.

Отже, факторинг — це особливо вигідна для підприємств малого й середнього бізнесу форма фінансування, що дає змогу керівництву і працівникам сконцентруватися на виробничих проблемах і максимізації прибутку. Він прискорює одержання більшої частини платежів, гарантує повне погашення заборгованості і знижує витрати із ведення рахунків. Факторинг дає гарантію платежу і рятує постачальників від необхідності брати додаткові й надто дорогі кредити в банку. Все це сприятливо впливає на фінансове становище підприємств.

ЛІТЕРАТУРА

1. Бланк, І. О. Управління використанням капіталу: підруч. / І. О. Бланк. — К.: Ніка-Центр, Ельга, 2001. — 460 с.
2. Андрійчук, О. І. Факторингові послуги в Україні та досвід ЄС [Електронний ресурс] / О. І. Андрійчук. — Режим доступу: <http://dspace.uabs.edu.ua>.

Науковий керівник: Сілакова Г.В.

УПРАВЛІННЯ ФІНАНСАМИ ПІДПРИЄМСТВА НА ОСНОВІ ВАРТІСНОГО ПІДХОДУ (КОНЦЕПЦІЯ VALUE-BASED MANAGEMENT)

Піщанська В.

Національний університет харчових технологій

В сучасному швидкоплинному світі, коли ринкова конкуренція стає все жорстокішою в Україні загострюються процеси банкрутства та поглинання найбільш слабких підприємств. Така ситуація вимагає вирішення нових специфічних завдань, серед яких важливе місце займає управління процесом зростання вартості підприємства. Управління, засноване на вартості підприємства (Value-Based Management) — це загальний термін, який поєднує групу інструментів управління, що використовуються для підвищення загальної ефективності функціонування в основі якої лежить підвищення вартості підприємства [2, с.187].

Концепція передбачає переведення систем планування, оцінки результативності діяльності та матеріального стимулювання на вартісно-орієнтовані індикатори, а також моніторинг якісних та кількісних змін у вартості компанії як цілісного виробничо-майнового комплексу та об'єкту інвестицій [1, с.207].

Застосування фінансових показників для оцінки вартості компаній бере свій початок з 20-х років XX ст. У 70-80-х роках XX ст. широкого розповсюдження набули наступні фінансові показники: EPS (Earnings Per Share) — чистий прибуток на одну акцію, ROE (Return on Equity) — рентабельність власного капіталу, ROA (Return on assets) -рентабельність активів, M/B (Market to Book Ratio) — коефіцієнт співвідношення ринкової та балансової вартості акцій, RONA (Return on Net Assets) -рентабельність чистих активів та CF (Cash Flow) — грошовий потік. І тільки на початку 90-х років XX ст. застосовується VBM — підхід, який включає в себе наступні основні показники оцінки вартості компаній:

EVA (Economic Value Added) — економічну додану вартість. Розраховується як різниця між прибутком від звичайної діяльності підприємства за мінусом податків і величиною платні за інвестований в підприємство капітал;

MVA (Market Value Added) — ринкову додану вартість. Визначається як різниця між ринковою вартістю фірми і вартістю інвестованого в неї капіталу;

SVA (Shareholder Value Added) — акціонерну додану вартість. Являє собою різницю між розрахунковою і балансовою вартістю акціонерного капіталу;

CVA (Cash Value Added) — додану вартість грошового потоку. CVA базується на співвідношенні операційного грошового потоку компанії з інвестованими платежами;

MCVA (Modified Cash Value Added) — модифіковану додану вартість грошового потоку. Модифікація полягає в зміні алгоритму розрахунку майбутнього грошового потоку шляхом модифікації врахування очікувань в даному показникові;

CFROI (Cash Flow Return on Investments) — доходність інвестицій на основі грошового потоку. Визначається шляхом скоригованого на інфляцію грошового потоку від операційної діяльності до скоригованого на інфляцію розміру інвестицій.

Застосування вартісно-орієнтованого підходу має низку переваг перед альтернативними методиками управління підприємством:

- Підвищення вартості стає тією метою, заради досягнення якої стає можливим об'єднання зусиль всіх контрагентів і досягнення оптимальних компромісів.

- Вартісний підхід вимагає здійснення постійного і максимально повного моніторингу діяльності компанії, що значно підвищує якість і ефективність прийнятих рішень.

- Концепція вартісно-орієнтованого управління дозволяє оптимально поєднувати довгострокові і короткострокові цілі бізнесу шляхом поєднання показників вартості та економічного прибутку.

- Використання ключових показників вартості дозволяє визначити не тільки всі точки «зростання», але також урахувати всі витрати і ризики.

Серед недоліків концепції вартісно-орієнтованого управління виділяють: неточність розрахунків для компаній малого бізнесу через складність прогнозування вартості грошових потоків; великі затрати по її практичному впровадженню; велика ступінь складності проведення розрахунків; складність переведення показників бухгалтерського обліку в показники, що мають економічну суть; складність вимірювання ключових показників теорії вартісно-орієнтованого менеджменту [1, с.209].

Підтримка високої вартості бізнесу потребує ефективної комунікації та відповідних взаємовідносин з інвестиційною спільнотою. Однак, враховуючи політичну нестабільність в державі, недосконалість існуючого законодавства, нерозвиненість виробничої та соціальної інфраструктури, недостатнє інформаційне забезпечення, відносить Україну до групи країн з найбільшим інвестиційним ризиком. Тому, говорити про системне явище, як про переоцінку вітчизняного бізнесу на стратегічні цінності без структурних змін в інвестиційному середовищі, можливо з великою долею умовності.

ЛІТЕРАТУРА:

1. Волков Д.Л. Теория ценностно-ориентированного менеджмента: финансовый и бухгалтерский аспекты [Текст] / Д.Л. Волков. — Санкт-Петербург: Высшая школа менеджмента СПбГУ, 2008. — 320 с.
2. Мендрул О.Г. Управління вартістю підприємств. Монографія [Текст] / О.Г. Мендрул. — К.: КНЕУ, 2002. — 272 с.

Науковий керівник: Багацька К.В.

СУЧАСНІ ШЛЯХИ ПОКРАЩЕННЯ ФІНАНСОВОГО РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВ

Портянко Д.

Національний університет харчових технологій

Основною функцією фінансового розвитку є збільшення вартості підприємства, тому щоб сказати про ефективність фінансового розвитку потрібно мати достовірні показники вартості капіталу, а також мати інформацію про їх позитивну динаміку.

Розраховувати вартість підприємства можна за допомогою дохідних, витратних та ринкових методів. Також окремим варіантом розрахунку вартості бізнесу є метод, заснований на оцінці економічної доданої вартості. В даних умовах розвитку найчастіше цей показник є від'ємним, що є негативно для підприємства. Тому потрібно зосереджуватися на даному понятті, а також визначити, як можна збільшити (покращити) значення цього показника [4].

Метод економічної доданої вартості є порівняно новим інструментом, який використовується для вимірювання результатів діяльності та оцінювання вартості групи підприємств.

У дослідженнях, проведених і оприлюднених компанією «Stern Stewart», зазначається: «Економічна додана вартість — це єдиний показник, який використовується для того, щоб відстежити повністю весь процес створення вартості бізнесу. Економічна додана вартість — це не стратегія, а спосіб, за допомогою якого ми вимірюємо результати. Існує велика кількість факторів вартості, якими необхідно управляти. Але існує лише один показник, за допомогою якого можна продемонструвати досягнутий успіх [2].

Значення показника EVA полягає в такому: прибуток, який заробляє підприємство, повинен перевищувати плату за використання капіталу (як власного, так і позикового), за допомогою якого даний прибуток одержується. Для більшості підприємств основне джерело прибутку пов'язано з виробничою та управлінською діяльністю. Прибуток є одним із фінансових результатів діяльності підприємства.

емства, а також важливою економічною категорією. Головною перевагою показника EVA при управлінні підприємством є те, що при розрахунку він враховує вартість капіталу, у тому числі і власного капіталу підприємства. Та величина прибутку залежить від багатьох нестабільних чинників (від вибору виробничого профілю підприємства, від об'ємів та видатків виробництва і т.п.). Тому одним з головних завдань підприємства повинно бути створення стабільних джерел прибутків. Таке завдання можна вирішити при використанні інтелектуального капіталу та активізації інноваційної діяльності, стратегічного планування та раціонального управління персоналом [1].

На сьогоднішній день більшість фірм вважає ефективною ту діяльність, яка надає прибуток. Проте, якщо вкласти ті самі кошти в інший бізнес, може виявитись, що вони можуть працювати набагато ефективніше. Для зазначеної адаптивної бізнес-моделі було обрано показник економічної доданої вартості, який буде спеціальною системою управління, допомогою у прийнятті управлінських рішень. Показник економічної доданої вартості (EVA) оцінює додавання вартості до інвестицій акціонерів. Отже, застосування адаптивної бізнес-моделі, що має на меті створення додаткової цінності для акціонерів і застосування показника EVA, є досить актуальними в умовах високої конкуренції на ринку.

Більшість відомих економістів пропонують заходи для підвищення показника EVA. Визначені шляхи реалізуються в конкретних заходах, що здійснюються підприємством:

1. Збільшення прибутку при використанні попереднього обсягу капіталу можна досягти шляхом: 1) освоєння нових видів робіт, послуг; освоєння нових ринків (нових сегментів ринку); освоєння більш рентабельних, суміжних ланок технологічного ланцюга; 2) збільшення обороту, маржі, підвищення оборотності активів і зниження витрат.

2. Зменшення обсягу наявного капіталу за збереження прибутку на попередньому рівні досягається шляхом: 1) ліквідації (продажу) збиткових або недостатньо прибуткових сфер діяльності; 2) оптимізація необхідного капіталу, для чого треба співпрацювати з найнадійнішими контрагентами, управляти дебіторською заборгованістю і перерозподіляти капітал між лініями бізнесу. Необхідно стримувати зростання бізнесу, який потребує більших вкладень капіталу, і інвестувати в напрямки, які потребують менших коштів.

3. Зменшення витрат на залучення капіталу:

– зміна структури капіталу;

– управління вартістю капіталу компанії зводиться до роботи з кредиторами із залучення дешевих кредитів і регулювання структури капіталу. Для цього необхідно зберігати рівновагу між вартістю власних і залучених коштів [3].

Якщо підприємство або інвестиційний проект є прибутковим, на перший погляд здається, що власник правильно керує своїм капіталом. Насправді цілком можливо, що гроші інвестовані в інший бізнес, принесли би більшу віддачу. Показник EVA допомагає вирішувати цю проблему: він допомагає спрямувати зусилля менеджерів не просто на отримання прибутку, а на збільшення власності акціонерів.

ЛІТЕРАТУРА:

1. Лось В. О. Метод оцінки структури інтелектуального капіталу / В. М. Порожня, В. О. Лось // Моделювання та інформаційні системи в економіці: зб. наук. праць. — Київ, 2012. — Вип. 76. — С. 308-319.

2. Семенов Г.А. Контролінг, як база обґрунтування й прийняття управлінських рішень / Г.А. Семенов, Н.В. Таран // Вісник економічної науки України. — 2009. — №1. — С. 154–159.

3. Ткаченко Н.В. Фінансова стійкість страхових компаній (методологія оцінки та механізми забезпечення): автореф. дис. на здобуття наук. ступ. д-ра екон. наук за спец: 08.00.08 «Гроші, фінанси і кредит» / Н.В. Ткаченко. — Суми, 2011. — 33 с.

Науковий керівник: Говорушко Т.А.

СУЧАСНІ ПРОБЛЕМИ БАНКІВСЬКОГО СЕКТОРУ УКРАЇНИ ТА ШЛЯХИ ЇХ РОЗВ'ЯЗАННЯ

Пономаренко Ю.

Національний університет харчових технологій

Процес переходу України до якісно нової форми економічних відносин, що базуються на ринкових принципах ведення господарства, зумовив необхідність внесення кардинальних змін до фінансово-кредитної сфери економіки, яка відіграє ключову роль у забезпеченні руху грошових потоків, тим самим створюючи базові передумови суспільного відтворення. Основною ланкою цієї сфери є банківська система, якій належить провідне місце у загальному механізмі організації й регулювання господарського життя суспільства і від ефективності функціонування якої вирішальною мірою залежить успіх соціально-економічних перетворень у країні загалом.

Розвинута банківська система є необхідною умовою нормального функціонування економіки, тобто функціонування суб'єктів господарської діяльності та державного бюджету. Лише через досконалу банківську систему можна здійснити реструктуризацію економіки в цілому. Крім того, надійний і розвинений банківський сектор відіграє надзвичайно важливу роль у стабілізації економіки країни.

Головними причинами неплатоспроможності банків у країнах з перехідною економікою є погана якість активів, успадкованих від командної економіки, і безперервна видача нових позик, які не сплачують вчасно [3, с. 236].

Аналіз стану банківського сектору української економіки дає можливість виявити декілька проблем, вирішення яких сприятиме підвищенню конкурентоспроможності українських банків і створення в країні банківської системи світового рівня (табл. 1.).

Таблиця 1. Класифікація сучасних проблем комерційних банків

зовнішні	внутрішні
висока концентрація капіталу у групі найбільших банків; нерациональна територіальна структура, територіальна нерівномірність банківської системи та локальний характер банківських ринків	низький рівень капіталізації; проблема надійності та забезпеченості виданих кредитів; проблема банківської таємниці

Для вирішення гострої проблеми недовіри населення до банків та гарантування його вкладів важливим є підвищення ефективності роботи Фонду гарантування вкладів населення, яка залежить насамперед від того, наскільки швидко він зможе виплатити кошти після настання факту недоступності внесків. На сьогоднішній день

Фонд гарантування вкладів фізичних осіб функціонує на засадах, встановлених Законом України від 23 лютого 2012 року № 4452-VI «Про систему гарантування вкладів фізичних осіб», який набув чинності 22 вересня 2012 року [2]. Даним Законом розширено повноваження Фонду гарантування вкладів фізичних осіб, зокрема в частині щодо виведення неплатоспроможних банків з ринку шляхом здійснення тимчасової адміністрації та ліквідації неплатоспроможних банків. Якщо ця можливість буде забезпечуватись лише цінними паперами уряду, терміни отримання готівки для здійснення виплат явно перевищать один місяць і можуть розтягнутись на півроку й більше. А найважливіше у діяльності Фонду є саме забезпечення населення відповідними гарантіями, а не голими деклараціями.

Щодо проблеми низького рівня капіталізації комерційних банків, то вирішити її адміністративним тиском на банки (збільшення мінімального розміру статутного капіталу, посилення вимог щодо капіталізації прибутків тощо) неможливо. Вирішити її можливо лише на шляху прискорення ринкової трансформації економіки, зростання її ефективності, оздоровлення державних фінансів і підвищення прибутковості банків.

Безсумнівною є необхідність впровадження нових банківських послуг та поліпшення якості і збільшення кількості уже існуючих. Зокрема, слід розвивати найперспективніші послуги: трастові, послуги зі збереження цінностей, консультаційні та інформаційні послуги зі створенням певної міжбанківської бази даних, гарантійні та посередницькі послуги, факторингові та лізингові операції тощо. При цьому надзвичайно важливо розвивати їх у напрямі Інтернет-банкінгу, необхідність якого викликана науково-технічним прогресом та реаліями сучасного розвитку суспільства.

Таким чином, для підвищення ефективності діяльності сучасної банківської системи необхідно здійснювати активні реформи, зокрема: вдосконалити корпоративне управління в банках, встановити механізм оперативного списання безнадійної заборгованості, проводити більш гнучку процентну політику, вдосконалити процедури реорганізації та ліквідації банків.

ЛІТЕРАТУРА:

1. Закон України «Про банки і банківську діяльність» від 7 грудня 2000 р. N 2121-III (із змінами та доповненнями: редакція від 04.07.2014 N 1588-VII (1588-18). — Режим доступу: <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/4452-17>.

2. Закон України «Про систему гарантування вкладів фізичних осіб» від 23 лютого 2012. № 4452-VI (із змінами і доповненнями: редакція від 11.07.2014, підстава №1586-18). — Режим доступу: <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/4452-17>.

3. Економіка грошей, банківської справи і фінансових ринків / Ф. С. Мишкін // К., — 2008. — 763 с.

Науковий керівник: Лановська Г.І.

ФОРМУВАННЯ КАПІТАЛУ ПІДПРИЄМСТВ ХАРЧОВОЇ ПРОМИСЛОВОСТІ

Розіна Я.

Національний університет харчової технології

Одним із важливих чинників фінансової стабілізації економіки будь-якої держави є об'єктивний процес нарощування потенціалу вітчизняного бізнесу, нас-

лідком якого, як правило, є формування капіталу, тобто капіталізація господарюючих суб'єктів. Ріст капіталізації виступає не лише показником покращення фінансового стану підприємств і організацій, але й умовою зміцнення їх фінансової стійкості. Управління капіталізацією, використання її інструментів на внутрішньогосподарському, регіональному та макроекономічному рівнях — одна з актуальних фінансово-економічних проблем, що гостро стоїть в українському суспільстві в останні роки і сьогодні, нажаль, ускладнюється процесами розгортання кризи в державі. Однак недооцінка теорії і практики капіталізації, нерозуміння і невикористання її інструментарію може призвести до ще більш негативних наслідків у стані вітчизняної економіки [1].

Значний вплив на рівень капіталізації має інвестиційна діяльність. Завдяки інвестуванню коштів у підприємства збільшується не тільки його капіталізація, а й зростають надходження до бюджету, відбувається розвиток інфраструктури, модернізація технологій, встановлення іміджевих дивідендів, розвиток фондового ринку, вдосконалення управлінської системи. Тому основними завданнями мають стати: сучасні регіональні програми та підприємницькі стратегії, орієнтовані на залучення не лише прямих, але і портфельних інвестицій, що сприяють раціональному розвитку багатьох галузей; налагодження співпраці підприємств з органами державної і місцевої влади; надання пільг інвесторам; розвиток більш довгострокових програм[2].

Харчова промисловість є однією з найбільш інвестиційно привабливих галузей української промисловості, що пояснюється швидкою окупністю інвестицій, наявністю широкої бази аграрної сировини для виробництва харчової продукції, а також існуванням містких ринків збуту.

Для дослідження капіталізації підприємств харчової промисловості проаналізуємо динаміку протягом 2010-2012 років (табл.1).

Таблиця 1. Динаміка капіталізації підприємств харчової промисловості

Назва статті	Роки			Темп приросту, %		
	2010	2011	2012	2011 до 2010	2012 до 2011	2012 до 2010
Власний капітал	48469	62713,1	73198,1	29,39	16,72	51,02
Довгострокові зобов'язання та забезпечення	35447,6	43029,1	50320,5	21,39	16,95	41,96
Поточні зобов'язання і доходи майбутніх періодів	124171,4	138536	138715,9	11,57	0,13	11,71
Баланс	208088	244278,2	262234,5	17,39	7,35	26,02

Отже, за даними в таблиці ми спостерігаємо позитивну динаміку по всім статтям, що свідчить про нарощення капіталу передусім довгострокового. Найбільший приріст за період 2012-2010 років характерний для власного капіталу (на 51,03%), що свідчить про активну динаміку інвестиційної діяльності і позитивні фінансові результати у галузі харчової промисловості.

Розглянемо більш детально динаміку нарощення капіталу підприємств харчової промисловості, як сукупність вкладено та накопиченого(табл. 2).

Таблиця 2. Динаміка нарощення капіталу підприємств харчової промисловості

Назва	Роки			Темп приросту, %		
	2010	2011	2012	2010/2011	2012/2011	2012/2010
Вкладений	40849,6	52180,4	55779,9	27,74	6,90	36,55
Накопичений	7619,4	10532,7	17418,2	38,24	65,37	128,60
Всього	48469	62713,1	73198,1	29,39	16,72	51,02

Таблиця 2 демонструє значне збільшення саме накопиченого капіталу на 128,60 % за період 2012-2010 років, що свідчить про те, що підприємства головним чином капіталізують свою вартість за рахунок реінвестування прибутку. Залучення ж коштів на ринку капіталу має низьку динаміку, отже, є недостатньо активним. Початок економічного спаду, який спостерігається в економіці України з 2012 року, характеризується дуже низькою динамікою вкладеного капіталу, тобто це свідчить про уповільнення сторонніх інвестицій у підприємства харчової промисловості.

Як висновок, ми можемо зазначити, що протягом останніх років у галузі харчової промисловості підприємства активно нарощується накопичений капітал. Вкладений капітал має повільнішу динаміку, що свідчить про необхідність активізації діяльності підприємств галузі на ринках капіталу.

ЛІТЕРАТУРА:

1. Альошина Л.Є. Капіталізація підприємств як чинник їх фінансової стійкості / Л.Є. Альошина // Управління у сферах фінансів, оподаткування, страхування та кредиту: Тези доп. II Всеукраїнської наук.-практ. конф., м. Львів, 18-21 листопада. 2009 р. — Львів: Вид-во Нац. ун-ту «Львівська політехніка», 2009. — 284 с. (С. 152-153).

2. Діяльність суб'єктів господарювання: Статистичний збірник. 2010 рік, 2001 рік, 2012 рік // Державна Служба Статистики України [Електронний ресурс]. — Режим доступу: www.ukrstat.gov.ua

3. Шевченко Н. В. Напрями підвищення капіталізації підприємств / Н. В. Шевченко // Економіка і організація управління : [зб. наук. праць]. — 2009. — №5. — С. 138 — 143

Науковий курівник: Багацька К.В.

МЕТОДИ УПРАВЛІННЯ КРЕДИТНИМ РИЗИКОМ БАНКІВСЬКОЇ УСТАНОВИ

Рог К.

Національний університет харчових технологій

Роль комерційних банків як основних носіїв кредитних відносин суспільства визначається їхніми можливостями залучати тимчасово вільні грошові кошти та спроможністю ефективно використовувати акумульовані ресурси на задоволення тимчасових потреб реального сектора економіки з метою забезпечення неперервності індивідуальних кругооборотів капіталів підприємств та споживчих витрат домашніх господарств як одного із чинників стимулювання економічного зростання. Розвиток банківської системи протягом останніх років характеризується стрімким зростанням обсягів кредитного портфелю. Така тенденція, а та-

кож вплив складних кризових ситуацій, що склалися як на національному так і на світових фінансових ринках, стало причиною зростання рівня ризику банківського кредитування.

Механізм управління кредитним ризиком портфеля банківських позичок має на меті передусім зменшення впливу зазначених чинників на кредитну діяльність банку, більшість яких можна нівелювати шляхом розробки і реалізації адекватної кредитної політики та раціоналізації відносин комерційного банку із позичальниками на всіх етапах організації кредитного процесу шляхом посилення контролю у процесі здійснення позичкових операцій. Головним завданням для менеджменту банку є оптимізація банківського процесу таким чином, щоб отримати максимально можливий прибуток при прийнятному рівні ризику.

Управління кредитним ризиком на рівні кредитного портфеля дещо відрізняється від управління на рівні окремого позичальника і потребує специфічних методів, які б охоплювали усю сукупність здійснюваних банком кредитних операцій. Як такі методи у вітчизняній банківській практиці найчастіше використовують лімітування, резервування, диверсифікацію, сек'юритизацію [1, с. 23].

У науці й практичній діяльності вважається найдоступнішим і найефективнішим метод диверсифікації кредитного портфеля. Однак у літературі його сутність і способи застосування зазвичай описуються теоретично. Щодо практичного застосування цього методу, то він ґрунтується в основному на досвіді та інтуїції банківських працівників. Диверсифікація відкриває можливість здійснювати управлінський вплив на різні види ризиків, характерні для кредитного процесу. Попри те, що метод диверсифікації є простим, а також найменш затратним (оскільки не вимагає проведення детального аналізу ринку), він приховує небезпеку виникнення надмірної диверсифікованості, що може обумовити не зниження, а збільшення кредитного ризику й можливих збитків банку [3, с. 41].

На сьогодні домінуючу роль у вітчизняній банківській практиці управління ризиком кредитного портфеля відіграє лімітування [2, с. 160]. Цей метод полягає у встановленні максимально допустимих розмірів позик за їх видами, категоріями позичальників, за кредитами в окремі галузі, географічні території, за найбільш ризиковими напрямками кредитування. Завдяки встановленню лімітів кредитування банкам вдається уникнути критичних втрат унаслідок необдуманого концентрування будь-якого виду ризику, а також диверсифікувати кредитний портфель і забезпечити стабільні прибутки. Підвищення ефективності системи лімітування як засобу управління кредитним портфелем банку має передбачати наявність у кожній банківській установі достатньо розвинутої системи лімітів, адекватної як функціональній структурі банку, так і сучасним реаліям ринку банківських послуг в Україні.

Метод резервування полягає в акумулюванні частини коштів на спеціальному рахунку для компенсації можливих втрат за кредитними операціями.

Перспективним методом управління кредитним ризиком є сек'юритизація, тобто продаж активів банку через перетворення їх у цінні папери, які в подальшому розміщуються на ринку [1, с. 23]. При застосуванні сек'юритизації банк отримує значні переваги: одержання ліквідних коштів, які можна використати для подальшого розвитку, зменшення ймовірності виникнення у банку процентного, кредитного ризиків, поліпшення виконання чинних нормативів.

Таким чином, планування кредитного ризику пов'язане з розробкою кредитної політики банку, яка повинна забезпечувати ефективне управління портфелем кредитів, зокрема, мінімізацію втрат від настання кредитних ризиків. Контроль портфельного кредитного ризику передбачає систематичний нагляд, спостереження для виявлення відхилень від установлених норм, правил, вимог чи завдань у процесі їх виконання. Основна його мета полягає в тому, щоб не допустити підвищення портфельного кредитного ризику понад установлений рівень.

ЛІТЕРАТУРА:

1. Бобиль В. Сек'юритизація банківських активів у контексті управління портфельним кредитним ризиком / Бобиль В., Соловей М. // Вісник НБУ. — 2010. — № 1. — С. 22–25.
2. Бугель Ю. Напрями удосконалення сучасних методів управління банківським кредитним портфелем / Бугель Ю. // Галицький економічний вісник. — 2010. — №2(27). — С.157–163.
3. Корнєєв В. В. Управління кредитними ризиками комерційних банків в умовах фінансової кризи / Корнєєв В.В., Пасько С.В. // Наука й економіка. — 2011. — № 1(21). — С. 38–43.

Науковий керівник: Лановська Г.І.

НОВІТНІ ІНФОРМАЦІЙНІ РОЗРОБКИ В ФІНАНСОВІЙ ГАЛУЗІ — ПРОГРАМА «METASTOCK»

Рябуха О.

Національний університет харчових технологій

У сучасному світі застосування інформаційних технологій є необхідною умовою розвитку та прогресу в будь-якій сфері діяльності. Міжнародні фінансові ринки — не виключення, бо невід'ємним елементом механізму його функціонування й дослідження є спеціалізоване прикладне програмне забезпечення [3].

Актуальність теми безпосередньо пов'язана з важливістю аналітичного й інформаційного забезпечення учасників фінансового ринку для прийняття оптимальних інвестиційних рішень.

У цілому технічний аналіз є прогнозуванням змін цін у майбутньому на основі аналізу змін цін у минулому.

Прикладні програми для технічного аналізу фінансових ринків дають можливість безпосередньо здійснювати операції та процедури, які потребують багато часу і зусиль під час збирання й обробки великої кількості аналітичної інформації та подавати її наглядно в режимі реального часу.

На сьогодні програма MetaStock, розроблена компанією Equis, є найбільш затребуваним інструментом для технічного аналізу, Інтернет-трейдингу. Трейдерам зараз запропоновано дванадцять версій програми MetaStock. MetaStock — це програма для проведення поглибленого технічного аналізу, що використовується як приватними інвесторами, так і професійними трейдерами й аналітиками інвестиційних компаній і банків [3].

MetaStock дозволяє вирішити три основні завдання (сканувати ринок, аналізувати дані, тестувати системи), які вирішуються завдяки можливості написання призначених для користувача індикаторів (Indicator Builder), оптимізації торго-

вих систем (Trade System), обробці даних у режимі онлайн (підключати дані), створення експерта (Expert Advisor) і торгового робота, налаштування розвідника (The Explorer) [3].

У програми MetaStock є особливість, яку впровадили розробники, передбачивши більше 200 вбудованих індикаторів і лінійних аналізаторів. До найбільше цікавих із них варто віднести: індекс випадкових блукань, індикатор поляризованої фрактальної розмірності, можливість проведення спектрального аналізу тощо. Так само можливе написання власних, необхідних додатково, індикаторів і надалі їх упровадження в середовище MetaStock.

Вхідні дані MetaStock може одержувати з текстових таблиць, файлів у форматах пакетів Word і EXCEL, а також безпосередньо у форматах фірм — розповсюджувачів фінансової інформації.

Одним з основних елементів програми є модуль System Tester, потрібний для перевірки стратегій торгівлі. Перевірка здійснюється за реальними даними про стан ринку й тенденції, за певний проміжок часу в минулому. Для цього користувачеві потрібно ввести в систему необхідні дані, на основі яких і буде зроблений розрахунок. Указаний модуль дає можливість користувачеві зрозуміти, буде розроблена ним стратегія прибутковою або ні і чи є сенс випробовувати її практично [2].

З елементом MetaStock Expert Advisor процес трейдингу може бути автоматизований, що надалі дозволяє створити декілька механічних торгових систем. Елемент Expert Advisor оповіщає користувача щодо сприятливих умов для купівлі або продажу цінних паперів. Є можливість для користувача створювати свою систему сповіщення, за умов якої зміни, що цікавлять його на ринку, будуть своєчасно представлені, як у сканера ринку.

Наступним необхідним інструментом аналізу для трейдера є модуль Explorer, здатний ранжувати та сортувати цінні папери за параметрами, які задав користувач, на основі методів корелятивного й циклічного аналізу, та своєчасно оповіщати про сприятливі умови для купівлі або продажу цінних паперів [2].

Модуль Downloader являє собою механізм для збирання даних. Цей модуль подає дані про оновлення курсів цінних паперів із декількох джерел у режимі реального часу. Ця функція збирає дані, перевіряє їх достовірність і, якщо є необхідність, робить коригування [1].

Проте в пакета MetaStock наявні недоліки. Основним із них є неможливість створити складні формули, які можуть бути потрібні для розрахунків.

У цілому, для технічного аналізу програма MetaStock є на сьогодні кращою та найпопулярнішою програмою з-поміж доступних для трейдера.

ЛІТЕРАТУРА:

1. Програма MetaStock [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <http://traders.com/other/forex-soft/3876-programma-metastock.html>
2. Системы Интернет — трейдинга METASTOCK [Електронний ресурс]. — Режим доступу: http://kbrobot.ru/about_metastock.html/
3. Шеремет Т. Г. Характеристика прикладного програмного забезпечення технічного аналізу міжнародних фінансових ринків / Т. Г. Шеремет, І. О. Астапова // Підприємництво, маркетинг та менеджмент, 2012 р. — Донецьк: ДонНУЕТ, 2012. — с. 520-525

Науковий курівник: Ситник І.П.

СУТНІСТЬ ТА СТРУКТУРА НЕПРОДУКТИВНИХ ВИТРАТ ПІДПРИЄМСТВА

Сизоненко О., Арич М.І.

Національний університет харчових технологій

Будь-яка діяльність господарюючого суб'єкта пов'язана з витратами матеріально-речових, трудових та інших ресурсів, цінність яких визначається на ринку. В системі управління підприємством головним об'єктом є процес обліку, аналізу та контролю витрат господарської діяльності в цілому та в розрізі їх видів, цілей, періодів виконання. Існують різні теорії трактування витрат діяльності підприємства за своєю економічною сутністю, галузевою ознакою та іншими напрямками.

Сучасні умови господарювання дещо змінили уявлення про суть непродуктивних витрат і втрат. Непродуктивні витрати характерні для загальновиробничих та адміністративних витрат, витрат на збут та інших операційних витрат.

До загальновиробничих витрат непродуктивного характеру можна віднести:

1) витрати на транспортне обслуговування начальників цехів, майстрів, зокрема, на утримання та експлуатацію службових легкових автомобілів, що перебувають на балансі підприємства чи організації (орендуються) та обслуговують начальників цехів, виконробів, майстрів, включаючи: вартість паливно-мастильних та інших експлуатаційних матеріалів; витрати на стоянку легкових автомобілів, їх паркування;

2) інші загальновиробничі витрати, які не відносяться до валових витрат у податковому обліку (службові понаднормові відрядження, передбачені діючим законодавством, витрати на підготовку кадрів понад установлений ліміт та ін.) [2].

Щодо непродуктивних адміністративних витрат, то до них належать ті ж самі, що й до загальновиробничих, але відрізняються вони тим, що стосуються працівників апарату управління (адміністрації), а не загальновиробничого персоналу.

Непродуктивними витратами, які входять до складу іншої операційної діяльності, можна вважати: сумнівні та безнадійні борги (списання безнадійної дебіторської заборгованості); витрати на утримання соціальної сфери; благодійні платежі за винятком тих, які можна включати у валові витрати; створення резерву на покриття сумнівних боргів; інші непродуктивні витрати операційної діяльності [1].

Поряд з непродуктивними витратами значне місце у загальній структурі витрат займають втрати. Найбільш поширеними видами втрат є втрати від браку та від простоїв на виробництві, які виникають під час основної виробничої діяльності. Що стосується втрат від браку, то слід зазначити, що на окремих підприємствах ця стаття витрат є плановою, тобто передбачається у плановій калькуляції. Справа у тому, що є певні підприємства, в яких згідно з технологічними особливостями допускається незначний відсоток браку (підприємства фарфоро-фаянсової промисловості, цегельні заводи тощо). Крім того, до втрат можна віднести ще й ті, які передбачені у складі інших операційних витрат, а саме: втрати від операційних курсових різниць; втрати від знецінення запасів (у разі їх уцінки); нестачі та втрати від псування цінностей (у разі відсутності конкретних винуватців); штрафи, пені, неустойки [3].

Наявність непродуктивних витрат і втрат на підприємстві вимагає підвищення ефективності управління ними. Безперечно, процес управління непродуктивними

витратами і втратами досить складний, а в окремих випадках навіть непередбачуваний. Кращих результатів в управлінні витратами можна досягти у тому випадку, коли на підприємстві добре налагоджена система оперативного обліку, контролю й аналізу, яка стає перешкодою для утворення непродуктивних витрат або втрат. Про це слід пам'ятати менеджерам, адже набагато легше попередити появу непродуктивних витрат і втрат, ніж їх ліквідувати.

ЛІТЕРАТУРА:

1. Гончаренко І.А., Пластун В.Л. Сутність та класифікація витрат підприємства [Електронний ресурс] — Режим доступу: <http://bulletin.uabs.edu.ua/store/eco/2013/13E51E9D8F756254870B61765C195052.pdf>.
2. Крот Ю.В. Непродуктивні витрати: визначення та зміст [Електронний ресурс] — Режим доступу: [http://www.nvisnik.geci.cn.ua/pdf/2011/nv_4\(12\)/211-216.pdf](http://www.nvisnik.geci.cn.ua/pdf/2011/nv_4(12)/211-216.pdf).
3. Филюк Г., Грінченко А. Непродуктивні витрати і втрати на промислових підприємствах України [Електронний ресурс] — Режим доступу: http://www.library.univ.kiev.ua/ukr/elcat/new/detail.php3?doc_id=1456806.

АНТИКРИЗОВА МОДЕЛЬ ЕКОНОМІЧНОГО РОЗВИТКУ УКРАЇНИ

Сопіженко О.

Національний університет харчових технологій

Сьогодні економіка України перебуває в новій фазі економічної кризи, яка викликана глобальними процесами та супроводжується скороченням соціально-економічних показників розвитку, зростанням зовнішнього боргу, загостренням негативних економічних, політичних ситуацій, кризою довіри до влади, масовими протестами, що, в свою чергу, наближує країну до дефолту.

Так, за оцінкою рейтингового агентства Standard and Poor's ймовірність краху України в найближчі 5 років складає 44,25% і відповідно до прогнозів кредитних рейтингів змінила своє положення зі «стабільного» до «негативного», що також підтверджується і розміром золотовалютного резерву України, який в недовзі не зможе покрити обсяг тримісячного імпорту [2, 3].

Першопричиною виникнення системної кризи, яка протягом 20 років посилює негативні тенденції економічного розвитку України, стала поспішна лібералізація економіки, яка вимагала після адміністративно-планової економіки із жорсткою системою державного управління, виробництва за держзамовленням, звільнити економіку країни від надмірного управління з боку державної влади на ринкові механізми.

З 2012 року економіка України увійшла до нової фази системної кризи, яка супроводжується стрімким скороченням темпів росту ВВП, скороченням обсягів виробництва, поглибленням структурних диспропорцій в економіці.

Слід зазначити, що економіка України потребує докорінних змін, формування ефективної системи державного управління, економічної політики, які повинні базуватися на принципах законності, моралі і права.

З метою активізації економічного, ресурсно-виробничого потенціалу України необхідно дотримуватися комплексу заходів антикризової моделі економічного розвитку України.

На період реалізації антикризових заходів необхідно перейти на таку систему державного управління, яка буде чітко та жорстко регулювати процеси активіза-

ції потенціалу країни. Лише після переходу економіки України на фазу стабільного економічного зростання, слід із системи жорсткого контролю, поступово, керуючись східно-православно-слов'янськими цінностями господарювання, з роз'ясненням курсу розвитку держави, її ідеології, переходити до системи державного регулювання, в якій держава буде займати позицію регулятора взаємовідносин суб'єктів господарювання та суспільства, забезпечуючи соціальну стабільність в країні.

До стратегічних пріоритетів розвитку промислового комплексу України слід віднести розвиток виробництв високотехнологічної продукції, а саме: авіаційної, ракетно-космічної промисловості, машинобудування, хімічно-металургійний та агропромисловий комплекси. Крім того, Україні доцільно обрати курс на формування регіонального ринку нано– та пікоіндустрії, що допоможе відтворити та в подальшому розвивати наукоємні галузі економіки, реалізувати науково-технічний, інтелектуальний потенціали країни у виробництві високотехнологічної продукції.

Доцільним є впровадження податку на капітал, який вивозиться за межі країни. Так, встановлення податку в розмірі 4-15%, дозволить повернути в Україну кошти в розмірі 1,32-4,25 млрд. грн, від 33 млрд. грн. виведених з початку 2013 р. [1]. Податок повинен бути диференційований, відповідно до розміру капіталу. Чим більша сума, тим вищий відсоток податків слід запровадити. Отримані кошти дозволять державі приймати участь у інвестуванні інноваційно-інвестиційної програми модернізації економіки країни.

Наступним стратегічним пріоритетом в антикризовій моделі розвитку економіки України, після активізації промислового комплексу, слід виділити розвиток аграрного сектору економіки України. Першочерговим завданням держави, в аспекті розвитку аграрного сектору економіки України є створення сприятливих умов для модернізації та нарощення економічного потенціалу і обсягів виробництва сільськогосподарської продукції.

Антикризова модель економічного розвитку України дозволить активізувати економічний потенціал України, ліквідувати структурні диспропорції економіки, забезпечити ефективний розвиток промислового та аграрного секторів економіки, підвищити соціально-економічний рівень життя населення, тим самим, запобігти загрозі дефолту країни. Однак, її реалізація потребує створення нормативно-правового підґрунтя впровадження запропонованих заходів.

ЛІТЕРАТУРА:

1. У Міндоходів порахували виведені в офшори кошти [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <http://www.unian.ua/news/600999-u-mindohodov-porahuvalivivedeni-v-ofshori-koshti.html>

2. Украина находится на грани дефолта, — СМІ [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <http://podrobnosti.ua/economy/2013/08/10/922881.html>

3. Королев, Д. Верной дорогой идете господа!...К дефолту? / Д. Королев // Еженедельник «2000». — 2013. — № 31-32. — [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <http://2000.net.ua/2000/forum/puls/92623>

Науковий керівник: Сілакова Г.В.

УМОВИ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ФІНАНСОВОЇ СТІЙКОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

Сліпченко А.

Національний університет харчових технологій

У сучасних умовах економіки суб'єкти господарювання самостійно планують та здійснюють фінансово-економічну діяльність. При цьому найбільше уваги приділяють забезпеченню стабільності та прогнозуванню можливостей економічного зростання, що є неможливим без визначення таких базових характеристик, як платоспроможність та фінансова стійкість.

Фінансова стійкість підприємства — це здатність суб'єкта господарювання функціонувати і розвиватися, зберігати рівновагу своїх активів і пасивів в мінливому внутрішньому й зовнішньому середовищі, що гарантує його постійну платоспроможність і інвестиційну привабливість у межах допустимого рівня ризику [1, с. 72].

Управління фінансовою стійкістю є одним з основних елементів фінансового менеджменту на підприємстві, необхідною передумовою стабільного розвитку підприємства.

З огляду на те, що фінансово-економічний стан підприємства безпосередньо визначається розміром власного капіталу, стає зрозумілим, що міцний і фінансово стійкий розвиток товариства з обмеженою відповідальністю зумовлює його економічне зростання і, тим самим, визначає тенденції та можливості. Для збереження фінансової стійкості товариства з обмеженою відповідальністю необхідно знайти «золоту середину», тобто вибрати таку модель зростання, яка б забезпечувала можливість розвитку й одночасно давала змогу уникнути банкрутства. Темпи зростання орієнтовані на «золоту середину», вважаються стійкими. При цьому економічне зростання можна розглядати як збалансовану в часі фінансову стійкість.

Однією з умов розвитку підприємства виступає збільшення власного капіталу. Саме зміна цього показника відбиває взаємозв'язок і вплив таких факторів зростання господарства, як динаміка прибутку, напрямки використання, прибутку, фінансова структура капіталу. Зростання власного капіталу за умов нестачі позикових коштів буде обмежуватися рентабельністю власних засобів.

Важливого значення для функціонування підприємств в умовах ринкової економіки набуває їх фінансова незалежність від зовнішніх позикових джерел. Запас джерел власних коштів означає запас фінансової стійкості підприємства за умови, що його власні кошти перевищують позикові.

Стійкість фінансового стану підприємства оцінюється щодо власних і позикових коштів, за темпами накопичення власних коштів у результаті поточної фінансової діяльності, достатнім забезпеченням матеріальних оборотних активів власними джерелами.

Забезпечення достатнього рівня фінансової стійкості дає змогу підприємству активізувати діяльність, спрямовану на завоювання ним конкурентних переваг, розвиток свого потенціалу і забезпечення економічного зростання, яке можна розглядати як збалансовану в часі фінансову стійкість.

ЛІТЕРАТУРА:

1. Савицька Г.В. Економічний аналіз діяльності підприємства.: Навчальний посібник. — К.: Знання, 2008. — 654 с.

2. Пилипенко А. Фінансова стійкість і стратегія підприємства в умовах ринку. // Банківська справа. — 2009. — №2.

3. Бугас Н.В. Фінансова стійкість підприємств як передумова їх ефективного функціонування і розвитку.// Економіка та держава. — 2009р. — №6.

САМОРЕГУЛІВНІ ОРГАНІЗАЦІЇ ТА ЇХ РОЛЬ У РЕГУЛЮВАННІ ФІНАНСОВОГО РИНКУ

Сухих О.

Національний університет харчових технологій

Зростання і вдосконалення фінансового ринку зумовлюють потребу в постійному оновленні механізмів регулювання й нагляду шляхом підвищення ролі саморегулівних організацій як ефективного механізму регулювання ринку фінансових послуг. Активно діюча система саморегулювання створює додаткові можливості для розвитку суб'єктів ринку шляхом введення єдиних правил і стандартів діяльності.

З метою створення ефективної системи регулювання та контролю на фінансовому ринку України за ініціативою Національної комісії з ринку цінних паперів та фондового ринку були утворені саморегулівні організації.

Саморегулівна організація (далі СРО) — неприбуткове об'єднання фінансових установ, створене з метою захисту інтересів своїх членів та інших учасників ринків фінансових послуг, на якому делегуються відповідними державними органами повноваження щодо розроблення і впровадження правил поведінки на ринках фінансових послуг та сертифікації фахівців ринку [3].

Для набуття статусу СРО об'єднання професійних учасників фондового ринку повинно відповідати таким вимогам:

- об'єднувати більше 75 відсотків професійних учасників фондового ринку за одним з видів професійної діяльності;

- мати затверджені внутрішні документи СРО (внутрішні правила СРО, Правила (стандарт) професійної діяльності на фондовому ринку, інші внутрішні документи СРО) для реалізації визначених Статутом об'єднання функцій;

- керівник та заступники керівника виконавчого органу СРО, керівники структурних підрозділів СРО не можуть перебувати у трудових відносинах із членами СРО та прямо або опосередковано бути пов'язаними відносинами контролю з членами СРО, мати судимість за корисливі чи посадові злочини, не зняту або не погашену в установленому законом порядку, та повинні мати стаж роботи на фондовому ринку не менше п'яти років.

Роль саморегулівних організацій на фінансовому ринку визначається:

- 1) встановленням правил, стандартів і вимог щодо здійснення діяльності з цінними паперами;

- 2) встановленням норм і правил поведінки, вимог до професійної кваліфікації фахівців-членів саморегулівних організацій та здійсненні контролю за їх дотриманням членами організацій;

- 3) сприянням здійсненню професійної діяльності членами саморегулівної організації;

- 4) розробкою та здійсненням заходів щодо захисту прав членів саморегулівної організації [1].

Саморегулівні організації будучи неприбутковими об'єднаннями професійних учасників на фінансовому ринку за видами діяльності, завдяки своїй роботі сприяють посиленню контролю за дотриманням регуляторних вимог, правил та стандартів діяльності, покращенню взаємодії з державними органами та забезпеченню стабільності фінансового ринку загалом [2].

Незважаючи на зменшення кількості СРО в Україні, ініціатором повноцінного саморегулювання повинна стати держава. Якщо вона не вважатиме за потрібне і не оцінить можливості, що при цьому виникають і в неї самої, то, швидше за все, СРО як інститути будуть існувати як лобістські організації, або доведеться в остаточному підсумку від цього інституту відмовитися.

ЛІТЕРАТУРА:

1. Міщенко, С. В. Проблеми вдосконалення системи саморегулювання на фінансовому ринку / С. В. Міщенко // *Фінанси України*. — 2011. — № 9. — С. 43–52
2. Рекуненко І.І. Особливості діяльності саморегулівних організацій на ринку фінансових послуг/ І.І. Рекуненко, Є.П.Бондаренко Є.П.// *Проблеми і перспективи розвитку банківської системи України: зб. наук. праць*. — Суми, 2010. — Т. 29. — С. 394–407.
3. Яворська О.С. Саморегулівні організації на ринку цінних паперів / О.С.Яворська // *Університетські наукові записи*. — 2013. № 4 (48) — с. 75 — 81.

Науковий керівник: Еш С.М.

СВІТОВИЙ ДОСВІД ФОРМУВАННЯ СИСТЕМИ ПРЯМОГО ОПДАТКУВАННЯ

Царенко Д.

Національний університет харчових технологій

Формування податкової системи України потребує вивчення досвіду розвинутих країн, податкові системи яких мають багатолітню історію. Вивчення світового досвіду супроводжується порівнянням податкової системи України з податковими системами розвинутих країн, яке стає підставою для визначення шляхів удосконалення податкової системи України. Еволюція структури податкових систем розвинутих країн та сучасна практика оподаткування свідчать про закономірну залежність співвідношення прямих і непрямих податків від таких чинників: життєвого рівня переважної частини населення; досконалості механізму стягнення податків, його здатності звести до мінімуму ухилення від оподаткування; рівня податкової культури; загальної орієнтації західних суспільств на соціальний компроміс, розв'язання найгостріших соціальних проблем, традицій оподаткування.

Наступним важливим аспектом структури податкових систем розвинутих країн є структура прямих податків, яка характеризується певними закономірностями, а саме — співвідношення між податком на прибуток корпорацій і податком з доходів фізичних осіб [2].

В країнах із розвинутою ринковою економікою у створеному національному доході переважають індивідуальні доходи. Тому частка податку з доходів фізичних осіб значно вища. Податок на прибуток корпорацій не має великого фіскального значення. Його питома вага у податкових надходженнях більшості розвинутих країн порівняно низька. Винятком можна вважати лише Японію, де податки

на прибуток, що утримуються на всіх бюджетних рівнях і під різною назвою, становлять 21,5 % і відрізняються від частки податків з доходів фізичних осіб всього на 5,3 процентного пункту.

Система оподаткування прибутку визначається при умові подвійного оподаткування, тобто одночасного оподаткування прибутку на рівні компаній і на рівні акціонерів, які отримують дивіденди. Прибуток компаній може складатись з двох частин: нерозподілений і розподілений. Зокрема визнанням західною теорією та практикою жорсткого взаємозв'язку між розміром податку на прибуток і його впливом на виробничі стимули. Вважається, що обкладання прибутку податком, що перевищує 50% його величини, негативно впливає на стимули до приватно-підприємницької виробничої діяльності. Оптимальним із так званого поєднання фіскальних і стимулюючих завдань вважається податок, що не перевищує третини прибутку. Таке розуміння податку на прибуток викликало поступове скорочення його граничних ставок у процесі податкових реформ, а також застосування широкого спектра податкових пільг, про які говорилося раніше. Це свідчило про використання податку на прибуток корпорацій не так у його фіскальній, як у регулюючій ролі.

Також до прямих податків у більшості розвинутих країн відноситься і земельний податок. Розглянемо як він діє на прикладі Німеччини. Об'єктом оподаткування являються: підприємства сільського і лісового господарства, земельні ділянки, які є у власності компаній і приватних осіб, а також будови, які знаходяться на цих ділянках. Ставка земельного податку складається з двох частин: основної ставки, яка встановлюється для окремих видів нерухомої власності і надбавки общини, які визначається у залежності від стану місцевих фінансів.

Розглянувши систему прямого оподаткування розвинутих країн світу, можна сказати, що в ній переважає податок з доходів фізичних осіб, а податок на прибуток на має такого важливого значення у формуванні дохідної частини бюджету, а у нас — навпаки. Але за низького рівня оплати праці переважної частини населення переважання податку на прибуток над податком з доходів фізичних осіб є закономірністю. Але якщо розглянути це з другої сторони, то це свідчить про надмірний податковий тягар, який покладений на підприємства України, що є неприродним.

Так, згідно із Податковим кодексом України прибуток, що підлягає оподаткуванню за ставкою 18 %, причому як розподілений, так і не розподілений. Але з розподіленого прибутку додатково стягується податок на дивіденди і тому сукупний рівень оподаткування розподіленого прибутку стає вищим ніж 18 %. А це негативно впливає на вибір шляхів фінансування інвестицій та використання прибутку і є однією з причин економічної неефективності податкових заходів [3].

З огляду на це доцільно скористатися досвідом корпоративного оподаткування Німеччини. Згідно із законом Німеччини «Про корпоративний податок» база ставка цього податку становить 45 %. У разі розподілу прибутку компанія отримує податкову пільгу у розмірі 15 % суми розподіленого прибутку, а отже ставка податку на розподілений прибуток, відповідно зменшується до 25 %, що повною мірою нейтралізує негативний вплив подвійного оподаткування.

Але перш за все ніж використовувати теоретичну базу і практичний досвід країн Заходу, все це має бути переусвідомлено й адаптовано до наших умов. Встановлення високого рівня оподаткування з метою вирішення передусім фіс-

кальних завдань і поповнення бюджету може бути основою податкової стратегії на якийсь час, тому, що це заважає створенню нових підприємницьких структур і призводить до масових банкрутств.

ЛІТЕРАТУРА:

1. Андрущенко В.Л., Данілов О.Д. Податкові системи зарубіжних країн: Навчальний посібник. — К.: Комп'ютер прес, 2010. — 300с.
2. Крисоватий А.І., Десятнюк О.М. Податкова система: Навчальний посібник. — Тернопіль: Карт-бланш, 2009. — 331 с.
3. Лещак В.В. Удосконалення системи прямого оподаткування //Фінанси України. — 2007. — №11. — С. 95-107.

Науковий керівник: Говорушко Т.А.

ФОРМУВАННЯ СИСТЕМИ УПРАВЛІННЯ ФІНАНСОВОЮ СТІЙКІСТЮ ПІДПРИЄМСТВА

Чуприніна Н.

Національний університет харчових технологій

Важливість для підприємства підтримувати стабільну діяльність в довгостроковій перспективі свідчить про необхідність розробки концептуальних основ формування ефективної системи управління фінансовою стійкістю, що включає в себе визначення об'єктів, суб'єктів, мети, функцій та принципів управління фінансовою стійкістю.

Процес формування ефективної системи управління фінансовою стійкістю, на мою думку, повинен складатися з наступних етапів [1]:

- планування фінансової стійкості (визначення менеджерів фінансових служб, відповідальних за ефективність процесу управління, формулювання стратегічних і оперативних цілей та ін.);
- аналіз абсолютних та відносних показників фінансової стійкості підприємства та визначення впливу на них факторів зовнішнього і внутрішнього середовища;
- розробка стратегії управління фінансовою стійкістю (визначення можливих шляхів та моделей зростання або підтримання фінансової стійкості) та втілення її на практиці;
- контроль за реалізацією стратегії та прогнозування майбутнього рівня фінансової стійкості (оцінка фінансової стійкості після впровадження заходів, визначення проблемних зон, коригування визначених на попередньому етапі напрямків) [1].

На сьогодні основною причиною актуальності управління фінансовою стійкістю підприємства, з одного боку, є необхідність удосконалення управлінських процесів на всіх рівнях управління, а з іншого — те, що вітчизняна економічна наука і наука країн далекого зарубіжжя до цих пір не має загальноприйнятої точки зору з приводу чіткого визначення її сутності та механізмів управління нею. На вітчизняних підприємствах необхідність управління фінансовою стійкістю не підкріплена відповідними теоретичними дослідженнями та практичним інструментарієм процесу управління нею. Підсумовуючи вищевикладене, можна констатувати, що фінансова стійкість підприємства — це головний компонент загальної стійкості підприємства, що являє собою об'єкт фінансового управління гос-

подарською діяльністю та характеризує такий стан фінансових ресурсів, їх формування та розподіл, який забезпечує розвиток підприємства при збереженні платоспроможності та кредитоспроможності в умовах припустимого рівня ризику. Іншими словами, фінансова стійкість є результатом ефективного управління структурою капіталу, активів та грошових потоків підприємства.

Формування системи управління фінансовою стійкістю підприємства являє собою систему принципів та методів розробки і реалізації управлінських рішень, пов'язаних із забезпеченням такого стану фінансових ресурсів і активів, їх формування та розподілу, яка б дозволила підприємству розвиватися на основі зростання прибутку та капіталу при збереженні платоспроможності і кредитоспроможності та забезпечення і підтримання його фінансової рівноваги. Основною метою такої системи управління є забезпечення фінансової безпеки та стабільності функціонування і розвитку підприємства у поточному та перспективному періодах, що дозволить в кінцевому підсумку максимізувати його ринкову вартість [2].

На оперативному рівні має йти мова про управління безперервністю виробничого процесу та процесу кругообігу капіталу підприємства. Як критерії ефективності управління на цьому рівні може використовуватися оцінювання динаміки показників фінансової стійкості та ліквідності. Саме на цьому рівні відбувається коригування методів аналізу й оцінювання чинників, що дестабілізують і дезактивують розвиток підприємства. На інноваційному рівні об'єктом управління є процес забезпечення пропорційності процесу життєдіяльності підприємства, а критеріями ефективності — оцінювання динаміки показників ділової активності та платоспроможності. Результатом управління на цьому рівні є уточнений механізм дії чинників, виявлених на оперативному рівні. Об'єктом управління на стратегічному рівні є конкурентоспроможність підприємства та його ринкова вартість, тому як критерії ефективності слід використовувати оцінювання динаміки показників рентабельності та ділової активності. У свою чергу, це припускає проведення моніторингу внутрішнього та зовнішнього середовища функціонування підприємства, а також середовища його найближчого оточення.

Для оцінювання ефективності управління фінансово стійким розвитком підприємства на оперативному, тактичному і стратегічному рівнях рекомендується використовувати методи порівняльного аналізу, середніх величин, витратний, прибутковий, а також методи рейтингового оцінювання фінансового стану підприємства.

Запропонований процес управління фінансово стійким розвитком підприємства містить такі етапи: визначення напрямів забезпечення сталого розвитку підприємства; елементи напрямів забезпечення сталого розвитку підприємства; оцінювання їх значущості та діагностика фактичного стану; діагностування стану підприємства; вибір типу управління розвитком підприємства; вибір методів, принципів, цілей і завдань управління стійким розвитком підприємства. Запропоновані етапи процесу управління фінансово стійким розвитком підприємства являють собою сукупність функцій управління, упорядкованих у логічній послідовності їх виконання. Реалізація функцій, передбачених даним управлінським циклом, дозволяє забезпечити стійкий характер розвитку підприємства.

ЛІТЕРАТУРА:

1. Шелудько Н.М. Управління фінансовою стійкістю комерційних банків/ Н.М. / Шелудько. — К.: Ін-т економіка НАНУ, 2002. — 228 с.;

2. Заюкова М.С., Мороз О.В., Мороз О.О. Теорія фінансової стійкості підприємства/ М.С. Заюкова, О.В. Мороз, О.О. Мороз. — Вінниця: УНІВЕРСУМ — Вінниця, 2004. — 155 с.

Науковий керівник: Стецюк В.М.

ОСОБЛИВОСТІ ФУНКЦІОНУВАННЯ РИНКУ КОРПОРАТИВНИХ ОБЛІГАЦІЙ В УКРАЇНІ

Чумак Ю.

Національний університет харчових технологій

Ринок корпоративних облігацій України є важливим сегментом економіки, де підприємства можуть залучати довгострокові фінансові ресурси. Потреба в таких ресурсах є вкрай необхідною, оскільки пов'язана із забезпеченням поступального розвитку вітчизняної економіки, реструктуризацією і оновленням виробництва, збільшенням випуску традиційних і нових видів продукції.

Досвід зарубіжних країн свідчить, що важливе місце в структурі джерел фінансування посідає емісія цінних паперів і, перш за все, акцій та облігацій. В Україні фондовий ринок як джерело фінансових ресурсів використовується не повною мірою, в той час як в країнах з розвиненою ринковою економікою він забезпечує залучення від 50 до 80 % загального обсягу інвестиційних вкладень, зокрема, облігаційна маса корпорацій становить, як правило, від 10-15 до 60-65 % загального обсягу емісії корпоративних цінних паперів, що свідчить про важливість облігаційної позики як альтернативного джерела фінансування діяльності підприємства.

Поняття «облігація» з теоретичного погляду розглядається в таких аспектах: як фінансовий інструмент, що визначає відносини зобов'язань та як об'єкт договору між емітентом та інвестором. Облігація, як цінний папір, що забезпечує виникнення зобов'язання емітента перед інвестором, передбачає формування відносин між суб'єктами з приводу отримання коштів у розмірі та на умовах, що відповідають вимогам позичальника, і необхідністю їх повернення разом із відсотками за кредитування. Облігація як договір позики передбачає передання однією стороною іншій у власність права на кошти у вигляді цінного паперу [2, С. 237].

Дослідження зарубіжного досвіду дозволяє виділити декілька важливих особливостей функціонування ринку корпоративних облігацій, зокрема, корпоративні облігації, як правило, забезпечують залучення капіталу на тривалий період. Як правило, довгострокові позики, що розміщуються на ринку цінних паперів, проте останнім часом намітилася тенденція до скорочення термінів їх обертання (з 25-30 років до 5-10 років), що пов'язано, з одного боку, з прискоренням впровадження найновітніших науково-технічних розробок, широким використанням механізму прискореної амортизації тощо, а з іншого — з намаганнями інвесторів вкладати свої кошти в цінні папери з більш короткими термінами погашення, зменшуючи тим самим інвестиційні ризики. За висновками експертів, на сьогодні оптимальний розмір емісії має становити 10-15 % річного обороту підприємства, а термін дії позики не повинен перевищувати 1-2 роки.

Ринок боргових цінних паперів вітчизняних підприємств у 2013 р. характеризувався слабким розвитком, а саме відсутністю попиту на облігації з боку інсти-

туційних інвесторів, низькою ліквідністю, наявністю неринкових випусків тощо. Так, у 2013 р. Національною комісією з цінних паперів та фондового ринку було зареєстровано випусків облігацій підприємств на суму 23,1 млрд. грн., що більше за 2012 р. на 2,3 млрд. грн. Водночас, слід зазначити, що реєстрація випуску ще не свідчить про його повне розміщення. Так, у 2013 р. лише шістнадцять емітентів розмістили свої випуски або деякі серії своїх облігацій. Дев'ятнадцять емітентів продовжують розміщення боргових цінних паперів. Наприклад, ТОВ «Буджитлостандарт» розмістило лише серію 1-А на суму 27,7 млн. грн., в той час як від лютого 2013 р. здійснюється розміщення дев'яти серій на суму 236,1 млн. грн. ТОВ «Глобинський м'ясокомбінат» із запланованих 100 млн. грн. розмістив облігації лише на суму 15,4 млн. грн.

У 2013 р. найбільший обсяг облігацій вдалося розмістити Державному агентству автомобільних доріг України на суму 5 млрд. грн., які були забезпечені державними гарантіями. Проте, з кінця 2012 р. Державне агентство автомобільних доріг України не може продати випуск семирічних облігацій на суму 6 млрд. грн. під 16,3%.

Іншим потужним емітентом у 2013 р. був ПАТ «Укртелеком», який публічно розмістив чотири серії чотирьохрічних облігацій на 600 млн. грн., з плаваючою купонною ставкою на перші чотири квартали 19,5% (надалі ставка зменшується до 18%). Також компанія здійснила приватне неринкове розміщення п'ятирічних облігацій на суму 1,75 млрд. грн. під 8% річних.

В цілому вітчизняний ринок корпоративних облігацій характеризується високою концентрацією. Так, на двох емітентів — ПАТ «Укртелеком» та Державне агентство автомобільних доріг України — припадає 81,5% всіх розміщених облігацій підприємств у 2013 р. [3].

В умовах, коли господарюючі суб'єкти змушені шукати нові варіанти залучення коштів інвесторів, корпоративні облігації можуть стати ефективним інструментом залучення та акумуляції коштів як для реалізації середньо- і довгострокових програм, так і для розв'язку поточних проблем реального сектору економіки. В стабільній економічній ситуації облігації можуть бути привабливими для приватних інвесторів (населення) як реальна альтернатива готівковій іноземній валюті, для комерційних банків і професійних учасників ринку цінних паперів — як зручний варіант розміщення гривневих ресурсів, для іноземних інвесторів — як засіб здійснення портфельних інвестицій в українські підприємства.

ЛІТЕРАТУРА:

1. Каламбет С.В. Формування ринку корпоративних облігацій в Україні з метою залучення інвестиційних ресурсів на підприємстві/ С.В. Каламбет// Вісник національного університету залізничного транспорту ім. академіка В. Лазаряна. — 2009. — №28. — с. 236-239.

2. Хмарська Я.В. Корпоративні облігації в умовах нестабільності економіки України/ Я.В. Хмарська// Вісник Черкаського національного університету ім. Б. Хмельницького. — 2009. — № 152. — с. 131-137

3. Інтернет– ресурс <http://real-economy.com.ua/publication/22/60573.html>

Науковий керівник: Сілакова Г.В.

ОСОБЛИВОСТІ ОРГАНІЗАЦІЇ ФІНАНСОВОЇ СТРАТЕГІЇ В СТРАХОВІЙ КОМПАНІЇ

Шевченко В.

Національний університет харчових технологій

На сучасному етапі розвитку страхового ринку України, одним із головних завдань, яке стоїть перед вітчизняними страховими компаніями є забезпечення їхнього розвитку та стабільного функціонування в умовах фінансової кризи. Циклічність економічних процесів зумовлює необхідність використання стратегічного підходу до управління страховою компанією. Враховуючи специфіку страхової діяльності, ключовим елементом стратегічного управління страховою компанією вважають її фінансову стратегію.

Питання сутності фінансової стратегії, процесу її формування та оцінки якості досліджувалися зарубіжними та вітчизняними вченими, зокрема, М. М. Александровою, І. А. Бланком, В. М. Голубом, В. М. Опаріним, В. Д. Базилевич, О. Ф. Філонюком, В. М. Фурманом та іншими. Проте, питання фінансової стратегії саме у страховій галузі залишається маловивченим.

Страхові компанії є особливим інститутами управління ризиками, що забезпечують стабілізацію соціально-економічного становища держави. Впровадження стратегічного підходу до управління страховими компаніями, на нашу думку, сприятиме підвищенню їх конкурентноспроможності перед іноземними страховиками та отриманню довгострокових переваг.

Під стратегічним управлінням в страховій галузі розуміють професійне управління діяльністю страхової компанії, яке здійснюється в умовах ринкових відносин і спрямовано на отримання прибутку при раціональному використанні всіх наявних ресурсів [4, с. 143].

Узагальнюючи погляди вітчизняних вчених, ми визначили фінансову стратегію як загальний план фінансової діяльності, охоплюючий значний період часу, з метою ефективного використання наявних ресурсів для досягнення основної мети.

Враховуючи специфіку страхового бізнесу можна виділити 2 типи фінансової стратегії [2]:

1) генеральна (охоплює потребу в фінансових ресурсах та джерел їх формування в довгостроковій перспективі);

2) оперативна (відноситься до поточного фінансового управління, деталізує генеральну стратегію на конкретний проміжок часу).

До основних етапів формування фінансової стратегії страхової компанії відносять: визначення загального періоду формування фінансової стратегії, дослідження факторів зовнішнього фінансового середовища та кон'юнктури фінансового ринку, конкретизація цільових показників фінансової стратегії за періодами її реалізації, розробка фінансової політики за окремими аспектами фінансової діяльності, розробка системи організаційно-економічних заходів по забезпеченню реалізації фінансової стратегії та оцінка ефективності розробленої фінансової стратегії [3, с. 11].

Фінансову стратегію страхової компанії можна умовно поділити на три основні складові [1]:

1) Стратегія управління страховими резервами. В процесі управління страховими резервами вирішується завдання забезпечення їх безпечності, прибутковос-

ті, ліквідності та диверсифікованості, що реалізується на основі аналізу ситуації шляхом цілеспрямованого впливу на структуру резервів.

2) Стратегія управління власним капіталом. Особливо важлива для забезпечення її платоспроможності. При розширенні діяльності компанії зростає обсяг її зобов'язань, що викликає необхідність збільшення власних коштів.

3) Стратегія управління ризиками. Будь-яка діяльність страхової компанії — це робота з ризиками, що притаманні всім суб'єктам господарювання та специфічні ризики, які постійно супроводжують діяльність страховика.

Отже, формування ефективної фінансової стратегії страхової компанії є реальним кроком до стабілізації її діяльності. Врахування ризиків зовнішнього і внутрішнього середовища страховика дає змогу визначити основні пріоритетні напрями діяльності. Цілком раціональним заходом може стати активізація інвестиційної політики, адже більшість цінних паперів емітованих вітчизняними компаніями є недооціненими. Нестабільність національної валюти, падіння основних макроекономічних показників, вплив іноземного капіталу — це основні фактори, які практично не враховуються при формуванні стратегій страхових компаній. Досить важливою в умовах відсутності єдиного підходу до аналізу страхового ринку є розробка показників для оцінки діяльності страховика.

ЛІТЕРАТУРА:

1. Іванов Ю. Б. Стратегія підприємства: підруч. для студ. вузів / Ю. Б. Іванов, О. М. Тищенко, Т. М. Чечетова-Терашвілі. — Х.: ІНЖЕК, 2009. — 560 с.

2. Ковтун О. І. Стратегія підприємства: підручник / О. І. Ковтун. — Л.: Новий Світ — 2000, 2009. — 680 с.

3. Поддєрьогін А. М. Фінансовий менеджмент: [підручник] / [Поддєрьогін А. М., Білик М. Д., Буряк Л. Д., Невмержицька Н. Ю., Невмержицький Я. І. / Київський національний економічний ун-т / А. М. Поддєрьогін (кер.кол.авт.і наук.ред.). — К.: КНЕУ, 2005. — 535 с.

4. Стратегічне управління страховою компанією: Кол. монографія / В. М. Фурман, О. Ф. Філонюк, М. П. Ніколенко, О. І. Барановський та ін.; Наук. ред. та кер. авт.-д-р екон. наук В. М. Фурман. — К.: КНЕУ, 2008. — 440 с.

Науковий керівник: Шіринян Л. В.

ФІНАНСОВІ МЕТОДИ ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

Шиманська А.

Національний університет харчових технологій

Глибокі економічні зміни, що відбуваються в Україні зумовлені кризовим станом економіки. Поява значної кількості підприємств, недосконала система оподаткування, кредитування і розрахунків, певний розвиток ринкової інфраструктури у сфері фінансово-кредитних відносин, вимагають від суб'єктів господарювання вміння грамотно оцінювати свою фінансову стійкість, бо інакше вони не зможуть приймати правильні управлінські рішення і їх шанси на успіх у конкурентній боротьбі залишатимуться мінімальними.

Реалізація на практиці досліджуваних багатьма вченими-економістами теоретичних проблем конкурентоспроможності підприємства є достатньою. Наразі

єдиного і однозначного обґрунтування щодо поняття «конкурентоспроможність підприємства» не існує. Конкурентоспроможність підприємства — це складна динамічна економічна категорія. За визначенням Іванова Ю.Б., це можливість ефективної господарської діяльності та її практичної прибуткової реалізації в умовах конкурентного ринку [1, с. 146]. Концептуальні підходи до її розгляду, на нашу думку, в основному зводяться до трьох основних підходів: виробничого, комерційного та фінансового.

Вважаємо, що фінансові аспекти функціонування підприємства, в першу чергу, дозволяють оптимально розпоряджатись фінансовими ресурсами, а саме: формувати їх структуру та джерела надходження, забезпечувати виробничі, технологічні, кадрові ресурси, управлінські та комерційні аспекти. Тому, відстежуючи фінансові аспекти функціонування підприємства доцільно говорити і про його конкурентні переваги в усіх сферах господарської діяльності. Таким чином, доцільно говорити про фінансову конкурентоспроможність підприємства, що здатна забезпечити йому позитивні фінансові результати, ділову активність та фінансову стійкість, враховуючи зростання вартості підприємницького суб'єкта та забезпечення інтересів зацікавлених осіб. Є зрозумілим, що реалізація фінансового управління для отримання таких результатів та підвищення конкурентоспроможності неможливе без застосування специфічних способів — методів фінансового управління.

Фінансові методи — способи впливу фінансових інструментів на господарські відносини. Фінансові методи діють у двох напрямках: по лінії управління рухом фінансових ресурсів і по лінії ринкових комерційних відносин, що пов'язані з співставленням витрат і результатів, з матеріальним стимулюванням та відповідальністю за ефективне використання грошових фондів. Ринковий зміст у фінансові методи вкладається не випадково. Це обумовлене тим, що функції фінансів у сфері виробництва тісно пов'язані з комерційним розрахунком [3].

Наразі вченими виділено такі фінансові методи, що можуть бути використані для регулювання фінансових процесів на підприємстві: фінансове прогнозування; фінансове планування; фінансове регулювання, фінансове стимулювання; фінансовий контроль. Це основні методи фінансового управління підприємством, що, в свою чергу, мають великий перелік інструментарію. В контексті підвищення конкурентоспроможності підприємства фінансові методи є достатньо різноманітними. Серед таких, у практиці вітчизняних підприємств доцільно виділити інвестування, кредитування, оподаткування, систему розрахунків, матеріальне стимулювання, страхування, фондоутворення, оренду, лізинг, факторинг тощо.

Разом з тим, всі фінансові методи реалізуються на підприємстві в рамках функцій моніторингу, планування, організації, мотивації, регулювання та координації. Тобто, застосування способів ведення ефективної господарської діяльності, порівняно із іншими суб'єктами на ринку, залежить від вмілого управлінського рішення стосовно фінансових методів підвищення конкурентоспроможності підприємства [2, с. 19].

Із огляду на вищевикладене, фінансові методи підвищення конкурентоспроможності, що будуть застосовані керівництвом підприємства, повинні забезпечити оптимальний склад та структуру капіталу підприємства, можливість його ефективного авансування в необоротні активи та оборотний капітал, обґрунтувати необхідні обсяги грошових надходжень та видатків, обсяги інвестиційних вкладень, забезпечити достатні та позитивні фінансові результати господарювання, рентабельність фінансово-господарської діяльності, стабільне та стійке фінансове становище, а також значну фінансову платоспроможність підприємства.

ЛІТЕРАТУРА:

1. Иванов Ю.Б. Конкурентоспособность предприятия в условиях формирования рыночных отношений [Текст] / Ю.Б.Иванов. — Харьков: ХГЭУ, 1997. — 246 с.
2. Педченко Н.С. Моніторинг фінансової конкурентоспроможності підприємств: Монографія / Н.С. Педченко. — Полтава: РВВ ПУСКУ, 2007. — 103 с.

Науковий керівник: Ситник І.П.

ТЕОРЕТИЧНИЙ АНАЛІЗ СУТНОСТІ РИЗИК-МЕНЕДЖМЕНТУ БАНКІВСЬКОЇ УСТАНОВИ

Юрченко О.

Національний університет харчових технологій

Банківський ризик-менеджмент можна розглядати з різних позицій: як галузь наукових знань, як економічне явище, як систему управління, як управлінський процес, як мистецтво управління та як орган управління.

З наукової точки зору, ризик-менеджмент — це наука, що вивчає проблеми управління банківськими ризиками. Важливість і значимість систематизованих наукових знань про управління ризиками визначається тим, що вони дають змогу вчасно і якісно управляти поточною діяльністю банківської установи, прогнозувати можливі варіанти розвитку подій і відповідно з цим, розробляти стратегію і тактику функціонування банківської установи, грамотно здійснювати постановку цілей і задач.

Мета ризик-менеджменту в рамках усього банку — забезпечення максимальної ефективності управління з урахуванням факторів невизначеності, які можуть як негативно, так і позитивно вплинути на досягнення банком своїх цілей. Пріоритетом при цьому є забезпечення фінансової стійкості і стабільності банківської установи; створення, захист і збільшення багатства акціонерів банку.

Основними завданнями ризик-менеджменту як науки є:

- пояснення природи управлінської праці в галузі ризикології;
- встановлення причинно-наслідкових зв'язків в управлінських процесах;
- виявлення умов, за яких спільна праця виявляється найбільш ефективною.

Одним із ризиків банківської діяльності є кредитний ризик, який може значною мірою вплинути на діяльність та стабільність банківської установи. Кредитний ризик полягає у наявному або потенційному ризику для надходжень та капіталу, що виникає через неспроможність сторони, що взяла на себе зобов'язання виконати умови будь-якої фінансової угоди із банком або в інший спосіб виконати взяті на себе зобов'язання.

Одним із важливих засобів підвищення ефективності управління кредитною діяльністю банку є кредитний моніторинг.

Головною метою кредитного моніторингу в банках є створення системи управління якістю кредитної діяльності, яка зменшує можливість виникнення кредитного ризику. Отже, система управління якістю кредитної діяльності банків, яка базується на кредитному моніторингу, має розглядатися на двох рівнях: рівень банку та рівень НБУ. При цьому, реалізація моніторингу має включати: моніторинг кредитного ризику, кредитного портфеля та кредитної політики банку.

Здійснення моніторингу кредитів вимагає постійного виявлення та оцінки кредитних ризиків. Островською Н. Л.[1;2] було визначено, що основним недоліком моніто-

рингу кредитного ризику, що застосовується українськими банками, є відсутність системного підходу в його організації. Вирішенню цієї проблеми, на її погляд, допоможе створення окремого сектору у складі підрозділу кредитного моніторингу.

В ході дослідження було зроблено висновок щодо необхідності процесу реорганізації системи кредитного моніторингу шляхом створення єдиної банківської інформаційної системи на загальнодержавному рівні; забезпечення доступності інформації окремих кредитних бюро й загальнодержавних баз даних для уповноважених співробітників банку; упровадження юридично вагомого електронного документообігу; використання новітніх інформаційних технологій для виявлення та мінімізації ризиків, автоматизації процесу кредитування та кредитного моніторингу зокрема. Автоматизація процедур кредитного моніторингу сприятиме зростанню його ефективності, скороченню витрат часу на виявлення та оцінку кредитних ризиків, зниженню його трудомісткості, а отже й вартості, зокрема за рахунок скорочення витрат на навчання персоналу.

ЛІТЕРАТУРА:

1. Островська Н.Л. Особливості кредитного моніторингу інвестиційних проектів у комерційному банку / Н.Л. Островська // Фінансово-кредитний механізм активізації інвестиційного процесу / Матеріали II Міжнародної наук.-пр. конф. (3 листопада 2011 р.) Київ, 2011. — С. 382-384 (0,1 д. а.).

2. Островська Н.Л. Оцінка якості кредитної діяльності банку з позиції ризикозахищеності / Н.Л. Островська // Сучасна наука: теорія і практика / Матеріали III Всеукраїнської наук.-пр. заоч. конф. (червень 2013 р.) Київ, 2013. — С. 62-65 (0,2 д. а.).

3. Конкурентоспроможність економіки України в умовах глобалізації / [Я. А. Жаліло, Я. Б. Базілюк, Я. В. Белінська та ін.] ; за ред. Я. А. Жаліла. — К. : НІСД, 2011.

Науковий керівник: Говорушко Т.А.

РИНОК ЗОЛОТА В УКРАЇНІ ТА ЙОГО ОСОБЛИВОСТІ

Яценко І.

Національний університет харчових технологій

Процес формування вільного внутрішнього ринку золота й дорогоцінних металів в Україні розпочався переходом країни до ринкових перетворень, коли були започатковані реформи зі скасуванням державної монополії на операції з дорогоцінними металами. Тому процес його формування ще й сьогодні не можна вважати завершеним, зокрема через низку прогалин у нормативно-правовій базі. На сьогодні для ринку золота в Україні характерні такі загальні риси, як молодість, нерозвинутість, непрозорість тощо.

Суб'єктів ринку золота в Україні можна поділити на два рівні: перший — це держава та Національний банк України, другий — це банківські установи. Держава безпосередньо регулює ринок золота через різноманітні нормативно-правові акти. Національний банк України володіє правом монопольного управління золотовалютними резервами, до складу яких входить і золото.

Банківські установи України можуть здійснювати операції з золотом при наявності відповідної ліцензії від НБУ.

В Україні існує досить високий інтерес банківських установ до здійснення операцій із золотом, спричинений можливістю здійснювати інвестиції в золото, диверсифікуючи таким чином свої ризики.

Існує кілька способів інвестування коштів в золото: придбання монет та злитків, депозити та ін. Придбання дорогоцінних монет є найпростішим способом інвестування в золото. Його перевагою є звільнення від сплати податку на додану вартість, однак з іншого боку у вартість монети включається вартість її виготовлення і карбування. В умовах високої мінливості валют та зростання цін інвестиції в національну та іноземну валюту є все менш ефективними та не приносять інвестору бажаного доходу. Інвестиції в нерухомість, вартість якої є занадто високою, також є досить ризиковими. Одним із найнадійніших способів захисту заощаджень є інвестування коштів у банківські метали, адже саме вони є універсальним еквівалентом добробуту [1].

Постійний ріст попиту на золото на світовому ринку, а також стабільність та надійність цього металу призводить до постійного зростання його ціни і в Україні (таблиця 1) [2].

Таблиця 1. Ціна на золото протягом 2008-2014 р.р.

Дата	Ціна, грн.	
	1 тройська унція	1 грам
01.01.2008	4183,925	134,516
01.01.2009	6699,000	215,377
01.01.2010	8723,613	280,470
01.01.2011	11237,940	361,308
01.01.2012	12284,318	394,950
01.01.2013	13258,389	426,267
01.01.2014	9665,535	310,754

Протягом 2008-2013 років в Україні спостерігалось поступове зростання ціни на золото. Однак у квітні 2013 року відбулася криза на ринку золота, котра призвела до падіння його ціни на 9 %. Український мінімум ціни на золото зафіксований 21 грудня 2013 року (9551,635 грн. за унцію). Це можна пояснити початком як політичної, так і економічної кризи в країні. Але уже протягом перших трьох місяців 2014 р. ціна на золото поступово зростає, що свідчить про збільшення попиту на золото.

Тенденції до постійного зростання попиту на золото свідчать про суттєві переваги інвестування в золотий метал, а саме: захист від інфляційних процесів, можливість отримання прибутку при зростанні ціни, відсутність оподаткування при купівлі, низькі транзакційні витрати, надійність вкладень [3].

Поряд з перевагами золотого інвестування існують й значні недоліки, які в основному спричинені недостатністю розвитку ринку дорогоцінних металів в Україні. До недоліків варто віднести: відсутність впевненості щодо отримання прибутку, наявність ризику втрати частини коштів, тенденція до поступового зменшення запасів золота тощо.

Варто зазначити, що країни-власники найбільшого золотого запасу володіють приблизно 75% золота всього світу. У межах Європейської зони знаходиться 10787,1 тонн золота. Україна ж за розміром золотого запасу посідає 48 місце. У її власності є 42,3 тонн золота, що значною мірою підтверджує нестабільний фінансовий стан країни [4].

Україні на шляху до економічного зростання необхідно переймати досвід іноземних країн щодо збільшення свого золотого резерву.

Підводячи підсумки, слід зазначити, що в Україні інвестування в золото займає третю позицію серед інших видів інвестування. Незважаючи на зниження курсу золота в 2013 році, його вартість на фінансовому ринку показує позитивну тенденцію зростання і надійності. Для стабілізації грошової системи Україна потребує подальшого розвитку ринку золота та проведення низки інноваційних заходів у цій сфері.

ЛІТЕРАТУРА

1. Дудчик О. Ю. Інвестування в золото: переваги та недоліки / О.Ю. Дудчик, А.В. Брівко, Н. Ю. Нежива // Видавництво «Молодий вчений». — 2013. — № 2(02). — С. 22–26.
2. Золото: динаміка зміни ціни: фінанси / [Електронний ресурс] / Сайт ALL BIZ.INFO: Україна. — Режим доступу: http://www.ua.all-biz.info/uk/finance/single_metal_rate.
3. Озаріна О.В. Сучасні інновації в структурі ринку золота / О.В. Озаріна, К.Г. Гришнякова // Збірник наукових праць «Торгівля і ринок в Україні». — 2012. — Вип. 34. — С.155–162.
4. Житний П.Є. Проблеми та перспективи інвестування в золото / П.Є.Житний, С.А.Дайнеко // Збірник праць університету банківської справи НБУ. — 2010. — №1. — С. 91–97.

Науковий керівник: Еш С.М.

5

СЕКЦІЯ

**АКТУАЛЬНІ
ПРОБЛЕМИ
ЕКОНОМІЧНОГО
ЗРОСТАННЯ
В УКРАЇНІ**

Голова секції — канд.екон.наук, доц. Салатюк Н.М.
Секретар секції — канд.екон.наук, доц. Соломка О.М.

ІННОВАЦІЙНИЙ РОЗВИТОК ЕКОНОМІКИ В КОНТЕКСТІ СУЧАСНОЇ ТЕОРІЇ МОДЕРНІЗАЦІЇ

Березовська М.

Національний університет харчових технологій

Сучасний етап розвитку України характеризується прагненням реалізувати амбітну мету — забезпечити стійке економічне зростання за рахунок системної технологічної модернізації та структурної перебудови економіки.

Модернізація, з одного боку, представляє собою комплекс економічних, соціальних, політичних, культурних перетворень, на базі яких суспільство піддається трансформації і переходить в якісно нову стадію розвитку. З іншого боку — це процес технологічних та інституційних перетворень, що сприяє підвищенню рівня економічного розвитку та конкурентоспроможності на світовій арені окремої території, галузі та підприємства, і в цілому економічної системи до рівня провідних країн.

Наукові дискусії з проблем інноваційного розвитку відображають пошук нових джерел економічного зростання, необхідність розробки надійної наукової бази для використання інтелектуального потенціалу країни.

Сучасний стан світової економіки, показує, що рівень розвитку і динамізм інноваційної сфери — науки, нових технологій, наукомістких галузей і компаній в першу чергу забезпечують основу стабільного економічного зростання.

Внаслідок технологічної відсталості та недосконалої структури економіки, що доповнюються недоліками організаційно-економічного та інституційного забезпечення економічних процесів, національне виробництво характеризується низькою продуктивністю праці. У 2011 р. Україна відставала за показником продуктивності праці (ВВП на одного зайнятого) від старих країн-членів ЄС у 3–6 разів, нових східноєвропейських країн-членів ЄС (крім Румунії та Болгарії) — у 2,0–3,7 рази, а також країн СНД: Азербайджану — у 1,2 рази, Казахстану — у 1,6 рази, Білорусі — удвічі, Росії — у 2,2 рази [2].

Однією з основних проблем відтворення в українській економіці є критичний стан основних засобів, ступінь зношеності яких невпинно зростає, досягнувши 74,9% у 2010 р. [1, с. 5].

Низький технологічний рівень вітчизняної економіки зумовлює дуже високий рівень її енергоємності. Споживання первинних паливно-енергетичних ресурсів на одиницю ВВП в Україні є значно вищим, ніж у розвинених країнах світу — у 3,7 рази вищим, ніж у країнах ЄС–27, у 2,9 рази — ніж у сусідній Польщі, в 1,4 рази — ніж у Росії [2].

Розвинені країни світу вже давно й успішно здійснюють модернізацію національних економік, що насамперед передбачає перехід до енерго-, матеріало- та працеаощаджувальних технологій, тобто до максимально ефективного використання всіх видів економічних ресурсів. Світова економіка рухається в напрямку розвитку національних інноваційних систем.

Дуже високим залишається енергетичний складник у собівартості низки видів промислової продукції. Водночас забезпеченість власними енергоресурсами становить менше 50%, тому проблема енергоефективності є основною проблемою економічної безпеки [1, с. 8].

Ще однією із проблем економічного зростання України з урахуванням інноваційної спрямованості світової господарської системи є формування та ефективне використання вітчизняного інноваційного потенціалу. Основним принципом виділення ресурсних елементів, інноваційного потенціалу є їх функціональна роль в інноваційному процесі. Ресурсний потенціал складається з окремих елементів. Це кадрова, техніко-технологічна, інформаційна, організаційна; фінансова складові. Величезну роль в умовах ринкової економіки відіграють фінансові ресурси, що забезпечують умови реалізації інших елементів і дозволяють отримати, їх кількісну оцінку.

Доведено, що конкурентоспроможність економіки на макрорівні пов'язана із тривалістю циклу відтворення основних виробничих фондів і, відповідно, продуктивних сил суспільства та визначається загальногосподарською ефективністю капіталовкладень. Таким чином, неухильне нарощування обсягів інвестування економіки, поліпшення його структури, забезпечення сприятливого інвестиційного клімату у країні є обов'язковою передумовою модернізаційних перетворень.

Перший етап цих перетворень полягає у відновленні матеріально-технічної бази економіки на основі оновлення основних фондів. Відновлення матеріально-технічної бази пропонується здійснювати з урахуванням вже відомих іноземних та вітчизняних технологій мікроелектроніки, роботобудування. Для цього необхідно застосовувати заходи щодо державної підтримки та стимулювання оновлення основних фондів, використання підприємствами передових технологій і устаткування. До числа економічних важелів впливу слід віднести субсидії, введення податкових і кредитних пільг при оновленні основних фондів. Ці заходи доповнюються державною протекціоністською політикою, спрямованою на уповільнення зростання експорту сировини та збільшення експорту продукції обробних галузей.

Реалізацію зазначеного етапу модернізації можна здійснити на основі механізму взаємодії інститутів держави, бізнесу та науки.

ЛІТЕРАТУРА:

1. Пріоритети інвестиційної політики в контексті модернізації економіки України / А. П. Павлюк, Д. С. Покришка, О. О. Молдован, Д. В. Ляпін [та ін.] ; [за ред. Я. А. Жаліла]. — К. : НІСД, 2013. — 80 с.

2. The Conference Board. Total Economy Database [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <http://www.conference-board.org/data/economydatabase/>

Науковий керівник: Соломка О.М.

РОЗВИТОК ВЕНЧУРНОГО БІЗНЕСУ В УКРАЇНІ: ПРОБЛЕМИ ТА ШЛЯХИ ЇХ ВИРІШЕННЯ

Бондаренко Ю.

Національний університет харчових технологій

Венчурний бізнес — сфера підприємницької діяльності, пов'язана з реалізацією ризикових проектів, ризикових інвестицій головним чином у сфері науково-технічних новинок [1]. Фінансування беруть на себе банки, інвестиційні компанії, спеціалізовані венчурні фірми або юридично самостійні організації, зазвичай у формі товариств з обмеженою відповідальністю. Галузева належність проектів технічних новинок, що пропонуються авторами, ролі не відіграє. Цей вид бізнесу пов'язаний з великим ризиком, тому його часто називають ризиковим [2].

Актуальність даного питання знайшло висвітлення в працях таких науковців, як М. Паладій, І. Баранецький, М. Долішня, О. Поручник, Л. Антонюк, Н. Дучинський, Д. Денисенко, А. Лукашов, Т. Майорова та інші.

Створення венчурних підприємств і розвиток венчурного бізнесу в Україні відбувався в 90-х роках досить повільними темпами. Першим вітчизняним фондом венчурного капіталу став фонд “Україна”, який здійснив інвестиції в 30 вітчизняних компаній на суму 10 млн. дол. США. Велика частка інвестування цим фондом здійснювалась за рахунок Європейського банку реконструкції та розвитку. Згодом були створені ще декілька венчурних фондів, до найуспішніших з них можна віднести фонд прямого інвестування Western NIS Enterprise Fund (з 1995 р.), SigmaBleyzer (з 1994 р.) та AVentures (з 1994 р.). Інші венчурні фонди (серед яких Euroventures Ukraine Fund (1998), Baring Vostok Capital Partners (1996) та Commercial Capital Group (1995) оперують менш значними сумами — в межах 20-50 млн. дол. США кожний. За даними венчурних компаній в українські підприємства вже вкладено понад 400 млн. дол. венчурних інвестицій [3].

Успішна діяльність венчурного капіталу позитивно вплинула на такі фактори економічного середовища, як:

Переорієнтація індустриального шляху розвитку економіки на інноваційний;

Стимулювання крупних виробничих структур до впровадження і використання новітніх технологій;

Активний розвиток фондового ринку;

Призупинення витоку висококваліфікованих спеціалістів і талановитих учених за кордон та ін.

В сучасних умовах, дивлячись на існування в Україні венчурних організацій, є безліч проблем та перешкод, що стримують розвиток венчурного капіталовкладення в нашій державі. Найбільш вагомими з них є:

Проблеми пов'язана із наявністю вільних грошових коштів.;

Відсутність гарантій для венчурного інвестора, які б обмежували його ризики;

Гостра необхідність фахівців у сфері венчурного менеджменту, які володіють технологіями виявлення та оцінки інноваційних проектів та вміють забезпечити стабільне фінансування в період ранньої стадії розвитку проектів, виявляти ризики, знаходити під кожний перспективний проект відповідних інвесторів.

Тому негайно необхідно вжити заходи, які забезпечать стабільний розвиток венчурного підприємництва, а саме:

Здійснення постійної державної підтримки венчурного підприємництва;

Запровадження нових та більш гнучких схем податкового стимулювання інноваційної діяльності;

Врегулювання системи захисту інтелектуальної власності українських дослідників та підприємців, у тому числі шляхом державної підтримки міжнародних патентів з найбільш перспективних розробок та впровадження ефективнішого захисту наукової інтелектуальної власності від порушень;

Запровадження фінансових стимулів для інвестування до венчурних фондів, малих і середніх інноваційних підприємств;

Створення необхідних умов для розвитку неформального венчурного фінансування, вкрай важливого на ранніх стадіях розвитку фірм;

Розвиток венчурної та інноваційної інфраструктури;

Проведення інноваційних конкурсів, експертних рад, венчурних ярмарків національного та регіонального рівня;

Проведення в Україні венчурних форумів (ярмарків), що дасть можливість для компаній малої і середньої капіталізації, привернути увагу широкого кола інвесторів, зав'язати контакти і налагодити ділові зв'язки з можливими партнерами по бізнесу [3].

Отже, венчурний бізнес, в Україні, розвивається досить повільно, і щоб це виправити, необхідно істотного удосконалити фондовий ринок, законодавчу базу, захисту й збільшити підтримку з боку держави. Усунення більшості наявних перешкод на шляху венчурного капіталу створить у подальшому сприятливі умови для його розвитку в Україні.

ЛІТЕРАТУРА:

1. Кисіль В.Л., Садловський Р.В. Венчурний бізнес в Україні, його стан та характерні риси [Електронний ресурс]. — Режим доступу: http://www.rusnauka.com/13_NPN_2010/Economics/65283.doc.htm.

2. Про інноваційну діяльність: Закон України від 04.07.2002 № 40-IV // Відомості Верховної Ради України. — 2002. — № 36 (06.09.2002).

3. Чабан В.Г. Складова інноваційної інфраструктури: венчурний капітал // Фінанси України. — 2005. — № 4. — с. 35-40.

Науковий керівник: Мосіюк І.П.

ДЕРЖАВНЕ РЕГУЛЮВАННЯ ГРОШОВО-КРЕДИТНОЇ СФЕРИ

Вітвицька Д.

Національний університет харчових технологій

Грошово-кредитна політика — це комплекс взаємопов'язаних і скоординованих на досягнення певних цілей заходів щодо регулювання грошового ринку та кредитних відносин, які проводить держава через свій центральний банк. При цьому необхідно зазначити, що в економічній літературі існують як широкі, так і вузькі трактування зазначеного поняття.

У широкому розумінні до грошово-кредитної політики належать будь-які заходи держави, пов'язані з функціонуванням грошової сфери та кредиту, включаючи також і ті, що здійснюються без участі центрального банку.

Головною метою грошово-кредитної політики є забезпечення без інфляційного економічного розвитку. Згідно з Законом України «Про Національний банк України» під час виконання своєї основної функції Національний банк має вихо-

дити із пріоритетності досягнення та підтримки цінової стабільності в державі [1, с. 21-44]. Головним критерієм успішності проведення грошово-кредитної політики є підтримання у середньостроковій перспективі (від 3 до 5 років) низьких стабільних темпів інфляції, що вимірюються індексом споживчих цін. Річний показник приросту індексу споживчих цін у 2013 — 2014 р. має стабілізуватися в діапазоні 4 — 6 %, а починаючи з 2015 р. — утримуватися в межах 3 — 5 % [3].

Основні засади грошово-кредитної політики передбачають, що реалізація грошово-кредитної політики ґрунтується на використанні механізмів, спрямованих на підтримку стабільності національної грошової одиниці через комплекс змінних індикаторів фінансової сфери, регулювання грошового обігу та кредитування економіки. У даному зв'язку особливий інтерес становить дослідження поняття «засоби грошово-кредитного регулювання національної економіки», яке, на наш погляд, передбачає органічне поєднання інструментів, методів і важелів грошово-кредитної політики при здійсненні впливу на систему цілей грошово-кредитного регулювання [2, с. 45].

Ключові завдання грошово-кредитної політики є похідними від загальнодержавних цілей і визначаються залежно від рівня розвитку економічних, соціальних і політичних процесів у країні (розвиненості ринкових відносин, фази економічного циклу, гнучкості фінансово-кредитної системи тощо), від національних історичних традицій щодо використання інструментарію регулювання грошового обігу та кредитної сфери.

Усі завдання, що стоять перед грошово-кредитною сферою, доцільно диференціювати на стратегічні (пріоритетні) та поточні (проміжні та тактичні).

Отже, стратегічні — це ключові цілі в загальнодержавній економічній політиці, а поточні являють собою завдання, що діють протягом певного періоду часу та конкретизують пріоритетні цілі грошово-кредитної політики. У свою чергу серед поточних цілей слід розрізняти проміжні завдання, що регулюють значення ключових змінних на досить тривалих часових інтервалах (протягом яких можна відчутти ефективність цих інструментів), і тактичні завдання, впровадження яких відбувається шляхом здійснення конкретних операцій на грошово-кредитному ринку. Сучасна парадигма соціально-економічного розвитку нашої країни передбачає розробку завдань, спрямованих на забезпечення не тільки кількісного, але й якісного економічного зростання шляхом використання податкових, бюджетних, інституційних інструментів і грошово-кредитних засобів, причому останні — це прерогатива центрального банку [4, с. 48].

Таким чином, досліджуючи проблему засобів грошово-кредитного регулювання економіки, слід виходити насамперед з постулатів системного аналізу, відповідно до яких грошово-кредитне регулювання необхідно розглядати як систему заходів у галузі грошового обігу та кредиту, спрямованих на регулювання процентної ставки, норм обов'язкового резервування, проведення операцій з цінними паперами на відкритому ринку, рефінансування банків, а також управління золотовалютними резервами, регулювання імпорту та експорту капіталу з метою забезпечення сталого економічного зростання, зниження рівня безробіття, забезпечення ефективної зайнятості, врівноваження платіжного балансу та зменшення інфляційних процесів.

Ефективність загальноекономічної політики майбутніх років багато в чому залежатиме від подальшого удосконалення правової бази, а також успішної ко-

ординованості дій Кабінету Міністрів і Національного банку під час реалізації грошово-кредитної політики. На нашу думку, в умовах ринкової економіки повинна існувати органічна взаємодія між виробничою і грошово-кредитною сферами. В основі трансформації національної економіки мають лежати інструменти реалізації завдань інноваційного та науково-технологічного прогресу, які сприятимуть найшвидшому входженню України у світове співтовариство [3].

Отже, ефективне функціонування різноманітних інноваційних структур, застосування вдосконалених інструментів фінансування, форм, стимулів і відносин між суб'єктами господарювання, наявність адекватної інформації про світові науково-технічні досягнення та ефективне її використання в інтересах вітчизняного товаровиробника призведуть до формування високоефективної структури управління в контексті підвищення конкурентоспроможності національної економіки.

ЛІТЕРАТУРА:

1. Про Національний банк України: Закон України № 679-XIV від 20 травня 1999 р. [Текст] // Законодавчі і нормативні акти з банківської діяльності. — 2007. — Випуск 11. — С. 21–44

2. Сенчагов, В. Цілі й інструменти грошово-кредитної політики в умовах зростання структурних дисбалансів економіки та посилення дестабілізуючого впливу зовнішніх факторів [Текст] / В. Сенчагов, Д. Плисецький // Економіка України. — 2009. — № 2. — С. 43.

3. Основні засади грошово-кредитної політики на 2013 рік // [Електронний ресурс].—Заголовок з екрану: <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/vr016500-12>.

4. Мельник А., Крупка М., Залого З., Державне регулювання економіки: Підручник. — Львів, 2009. 432 с.

Науковий керівник: Довженко О.О.

КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЬ УКРАЇНИ В СУЧАСНИХ МІЖНАРОДНИХ ЕКОНОМІЧНИХ ВІДНОСИНАХ

Головачук Я.

Національний університет харчових технологій

Конкурентоспроможність національної економіки як одна з базових економічних категорій є предметом численних фахових та публічних дискусій, часто фігурує в науковій та публіцистичній літературі як характеристика спроможності країни виживати та розвиватися в «агресивному середовищі» світової економіки.

Україна займає вагоме місце в світовій економіці з погляду на її ресурсний потенціал і кадрові можливості. На жаль, рівень життя населення, який зумовлюється нестабільною політичною ситуацією і економічним застоєм, не досягає того рівня, на якому він мав би бути, враховуючи ті ресурси, які має наша країна. Тому розгляд такої нагальної проблеми підвищення світового рейтингу України вважається дуже актуальним, особливо для розробки стратегії розвитку країни, яка б враховувала існуючі проблеми і протиріччя та шляхи їх подолання [1].

В економічній науці проблема національної конкурентоспроможності є однією з ключових. Значний вклад у її дослідження здійснили такі західні вчені, як П. Кругман, С. Ліндер, Б. Олін, М. Портер та ін. На необхідності забезпечення високого рівня конкурентоспроможності національної економіки як засобу підвищення добробу-

ту суспільства наголошував один із сучасних провідних дослідників проблем конкурентоспроможності у світі М. Портер, який зазначав, що конкурентоспроможність не є самоціллю. «Головна мета держави, — писав він, — забезпечити власним громадянам достатньо високий та зростаючий рівень життя» [2].

Україна бере участь у дослідженнях рейтингу міжнародної конкурентоспроможності, які проводить Світовий економічний форум (СЕФ). Порівняно з високорозвинутими країнами, Україна займає низький рейтинг за індексом глобальної конкурентоспроможності, що оцінюється за наступними параметрами: якість інституцій, інфраструктура, макроекономічна стабільність, здоров'я і початкова освіта, вища освіта і професійна підготовка, ефективність ринку товарів і послуг, ефективність ринку праці, розвиненість фінансового ринку, технологічний рівень, конкурентоспроможність компаній, розмір ринку та інноваційний потенціал.

Проаналізувавши дані за останні роки варто зазначити:

- по-перше, рівень конкурентоспроможності України на сучасному етапі є дуже низьким. Не зважаючи на значний природний, інтелектуальний та інноваційний потенціали, Україна не використовує свої конкурентні переваги у зв'язку з відсутністю належної структури та технологічною відсталістю виробництва, низькою якістю державних інституцій та високим рівнем корупції тощо;

- по-друге, бюрократизація та корумпованість сфери економічного регулювання, незахищеність базових громадянських та економічних інтересів суб'єктів господарювання практично зводять нанівець можливість створення конкурентного ринку в Україні. Крім того, непривабливий імідж України, який утворився у світі у зв'язку з високим рівнем корупції, злочинності, розвитком «тіньової» економіки знищує бажання підприємців організовувати свою діяльність на вітчизняному ринку;

- по-третє, відсутність комплексних реформ у податковій, бюджетній та судовій системі перешкоджає здійсненню активної підприємницької діяльності в Україні, стримує приплив потенційних довгострокових іноземних інвестицій. Як наслідок, економічна криза в державі поглиблюється.

За таких умов конкурентоспроможна модель економіки є безальтернативним напрямом економічної стратегії України. Для цього необхідно:

- визначити сфери відповідальності державних органів влади та громадських організацій щодо забезпечення реалізації стратегії побудови конкурентоспроможної моделі економіки;

- забезпечити сприятливі організаційно-правові умови функціонування бізнесу, зокрема, спрощення системи реєстрації, ліцензування та звітності, розробка законодавчої бази щодо захисту прав власності інвесторів тощо;

- активізувати діяльність держави та підприємницьких структур щодо розвитку інфраструктури в Україні;

- стимулювати приплив вітчизняних та іноземних інвестицій в стратегічні для України галузі економіки;

- здійснювати всебічний розвиток людського капіталу та підвищити фаховість трудових ресурсів [3].

Таким чином, забезпечення конкурентоспроможності національної економіки України в сучасних умовах постіндустріалізації та глобалізації перетворилась у життєво важливу проблему, оскільки від можливості країни виробляти і продавати конкурентоздатну продукцію на світових ринках залежить її здатність забез-

печувати національну безпеку, реальний суверенітет, добробут та розвиток громадян. Реалізація цієї стратегічної мети має відбуватися через формування інноваційної й водночас соціально орієнтованої моделі економічного розвитку, створення ефективної ринкової системи, адаптованої до викликів світових ринків через подальше якісне трансформування економічних відносин.

ЛІТЕРАТУРА:

1. Гейць В. М., Семиноженко В. П. Стратегічні виклики XXI століття суспільству та економіці України / в 3 т. — К. : Фенікс, 2012. — 556 с.
2. Портер М. Международная конкуренция / [пер. с англ.]. — М.: Международные отношения, 1993. — 896 с.
3. Роль інновацій у забезпеченні конкурентоспроможності національної економіки / О. С. Богма, О. В. Болдуєва // Вісник Запорізького національного університету. Економічні науки. — 2014. — № 3. — С. 166-170

Науковий керівник: Салатюк Н.М.

СТАН ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ЕКОНОМІКИ УКРАЇНИ В СУЧАСНИХ УМОВАХ

Головіна В.В.

Національний університет харчових технологій

В сучасних умовах розвиток економіки України пов'язаний із вирішенням багатьох економічних проблем, основними з яких є: спад промислового виробництва, перевищення імпорту товарів над експортом, значне відхилення державних доходів від плану, негативне сальдо платіжного балансу, погіршення міжнародних резервів, негативна ситуація на міжнародних сировинних ринках, незрозуміла перспектива співпраці з МВФ, неспроможність уряду повністю виконати план запозичень, висока частка соціальних витрат по відношенню до ВВП тощо. Промисловість України, яка формує 21-23 % вітчизняного ВВП, у 2013 р. продемонструвала негативну динаміку. Майже в усіх галузях промисловості відбулось скорочення обсягів виробництва. Найбільше скорочення промислового виробництва у 2013 р. порівняно з попереднім роком спостерігалось у виробництві хімічних речовин і хімічної продукції — на 17,5% , машинобудуванні — на 13,8%, виробництві коксу та продуктів нафтопереробки — на 11,2%, металургійному виробництві — на 5,8% та виробництві харчових продуктів, напоїв та тютюнових виробів — на 5,5%. Галузями, що продемонстрували темпи приросту у 2013 р. стали: фармацевтична (приріст склав 14,8% за рахунок розширення лінійки продукції та налагодження випуску більш дешевих аналогів імпоротної продукції) та сільське господарство (13,7% за рахунок рекордного за останні роки врожаю зернових) [2].

За даними Державного комітету статистики у 2013 р. зростання ВВП України склало 0%, номінальний ВВП склав 1444 млрд гривень. Індекс промислової продукції у 2013 р. порівняно з відповідним періодом 2012 р. становив 94,7%. У 2013 р. обсяг експорту товарів до країн СНД становив 35,9% від загального обсягу експорту, Європи — 27,6%, у тому числі до країн Європейського союзу — 27,1%, Азії — 25,7%, Африки — 6,6%, Америки — 3,9%, Австралії та Океанії — 0,1% [2]. Загалом низхідний тренд розвитку промислового виробництва був зумовле-

ний комплексом чинників, пов'язаних із збереженням значних фінансових проблем у країнах Єврозони, Росії та Близького Сходу, посиленням рецесійних тенденцій, що негативно позначилося на динаміці зовнішнього попиту.

Останні підсумки роботи промисловості України ще раз підтверджують факт надзвичайної відкритості національної економіки та її залежності від кон'юнктури світового ринку. Обмежене кредитування реального сектора та високі процентні ставки за кредитами стали каталізаторами уповільнення економічного зростання.

Стан інноваційної діяльності в економіці України протягом останніх років більшістю науковців визначається як кризовий і такий, що не відповідає сучасній стратегії розвитку країни. Він має сталу тенденцію до зниження. Це підтверджується щорічним зменшенням кількості та питомої ваги підприємств, що впроваджували інновації в усіх галузях промисловості. Основні напрями інноваційної моделі визначені у «Стратегії економічного і соціального розвитку України (2004-2015 рр.) шляхом Європейської інтеграції» [1].

За рейтингом Global Innovation Index у 2013 р. Україна за рівнем інноваційності зайняла 49 місце (у 2012 р. — 56 місце), тобто увійшла до 50 найбільш інноваційних країн. Серед семи критеріїв, які розглядають аналітики, Україна позитивно оцінюється тільки за двома критеріями: рівню вищої освіти та за патентною активністю, що говорить про актуальність проблеми інноваційного розвитку для національної економіки. Негативно впливають на економічне зростання галузі і такі чинники, як: фінансова нестабільність, низький технічний рівень і високий рівень зношення технологічного обладнання, недостатній рівень менеджменту підприємств, високий рівень конкуренції. Отже, повинна відбутися трансформація складу і структури джерел і ресурсів, які визначають економічне зростання, тобто потрібен перехід галузі на інноваційний шлях розвитку. Водночас відмова від інноваційного розвитку може призвести до негативного ефекту і, як наслідок, зниження конкурентоспроможності та втрати ринків збуту продукції.

Разом з тим в умовах напруженості економічних відносин України з РФ та невизначеності щодо стратегії захисту урядом інтересів вітчизняних експортерів слід очікувати скорочення зовнішнього товарообігу з країнами Митного Союзу. Зокрема, скорочення експорту вітчизняної продукції до РФ, який зараз складає близько чверті його загального обсягу, може негативно вплинути на розвиток харчової та машинобудівної галузі у разі відсутності прогресу щодо диверсифікації ринків збуту.

Перспективи створення зони вільної торгівлі із ЄС стимулюватимуть вітчизняний бізнес до приведення продукції та технологічних процесів у відповідність зі стандартами ЄС, що сприятиме підвищенню його конкурентоспроможності та експортного потенціалу вітчизняної економіки у середньостроковій перспективі. Разом з тим такі зрушення можуть виявитися недостатніми для зміни тренду розвитку вітчизняної економіки у наступному році.

Стан економіки України є досить нестабільним, на що вказують досліджені показники розвитку, за якими у 2015 р. передбачено лише мінімальне економічне зростання з обсягом номінального ВВП у 1,76 трлн грн., рівнем інфляція — 10,9% та скороченням номінальної заробітної плати з урахуванням зростання цін майже на 2%. Тому необхідною умовою досягнення економічного розвитку є пошук ефективних шляхів оздоровлення економіки, забезпечення стабільності

національної грошової одиниці, врегулювання воєнно-політичних конфліктів та вдосконалення соціальної політики для відновлення довіри суспільства.

ЛІТЕРАТУРА:

1. Стратегія економічного і соціального розвитку України (2004-2015 рр.) «Шляхом Європейської інтеграції» / Авт. кол.: А.С. Гальчинський, В.М. Геєць та ін. — К.: ІВЦ Держкомстату України, 2004. — 416 с.
2. Державна служба статистики [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua/>

Науковий керівник: Швед Т.В.

ДЕРЖАВНЕ РЕГУЛЮВАННЯ ЕКОНОМІКИ ТА НАПРЯМИ ЙОГО ВДОСКОНАЛЕННЯ В УКРАЇНІ

Гончаренко А.

Національний університет харчових технологій

Стабільність розвитку національної економіки значною мірою залежить від ступеня розвинутості й ефективності її структури. Однією з причин негативних явищ, які притаманні сучасній економіці України, є непослідовний характер структурних змін вітчизняної економіки, відсутність чітко визначених пріоритетних напрямів розвитку економічної структури та шляхів їх досягнення, що робить необхідним удосконалення державного регулювання структурних трансформацій економіки України [1].

Безпосереднє державне регулювання потребує визначення пріоритетних напрямів розвитку основних типів економічної структури, до яких віднесені наступні напрями. У складі галузевої структури економіки необхідним є переважний розвиток видів економічної діяльності, що задовольняють потреби людей; широкий розвиток сфери послуг; створення та розвиток наукоємних та високотехнологічних видів діяльності і виробництв; розвиток переробних галузей економік на новій технічній і технологічній базі; розвиток експортних та імпортозамінних виробництв; поширення галузей агропромислового комплексу.

У регіональній структурі економіки передбачається розміщення виробництв кінцевої продукції на території України; досягнення стабілізації виробництва в кожному регіоні, оптимізація структури господарств на базі ефективного використання наявного природно-ресурсного, виробничо-технічного та трудового потенціалу; інтенсифікація сільськогосподарського виробництва у всіх регіонах; підвищення і вирівнювання рівнів соціально-економічного розвитку регіонів та ефективності територіального поділу праці, раціоналізації розселення; забезпечення комплексного й пропорційного розвитку всіх районів та регіонів країни на основі раціонального використання конкретних умов, наявних ресурсів; усунення диспропорцій у розвитку окремих територій, забезпечення вирівнювання рівнів соціально-економічного розвитку; гармонізація загальнодержавних та регіональних інтересів.

У відтворювальній структурі економіки пропонується модернізація виробництва, його технічне й технологічне оновлення; зниження фондо-, матеріало-, енерго-, працемісткості виробництва; створення умов для розширеного нагромадження та інвестування; підвищення ефективності використання державних витрат; збільшення витрат на соціальну сферу.

У технологічній структурі економіки передбачається розвиток підприємств обробної промисловості середніх і високотехнологічних галузей; розвиток видів економічної діяльності, які віднесені до п'ятого та шостого технологічних укладів; впровадження екологічно прийнятних енерго- та ресурсо- зберігаючих технологій; використання перспективних інформаційних і електронних технологій, засобів інформатики та систем зв'язку вітчизняного виробництва; розробка нових біотехнологій для сільського господарства, галузей легкої та харчової промисловості, виробництво ліків; розвиток конкурентоспроможних технологій у літакобудуванні, ракетно-космічному комплексі, судно- й автомобілебудуванні.

В організаційно-економічній структурі економіки потрібне розширення мережі малих та середніх підприємств, у першу чергу, в галузях, що виробляють товари народного споживання; створення великих міжгалузевих, міжрегіональних і міждержавних об'єднань корпоративного типу, які можуть стати конкурентоспроможними на світовому ринку.

Підвищити ефективність роботи самоорганізаційних механізмів дозволять дії органів влади, спрямовані на вдосконалення механізмів національного та загальносвітового рівня за такими напрямками:

1) механізмів ціноутворення шляхом впровадження прямого контролю за формуванням цін на предмети й послуги першої необхідності;

2) механізмів конкуренції завдяки створенню конкурентного середовища, яке має формуватися з урахуванням впливу потенційної конкуренції з боку як вітчизняних, так й іноземних компаній; усунення економічних та адміністративних перешкод для вільного переміщення товарів, послуг, капіталів, а також створення сприятливих фінансово-економічних, організаційних і правових умов для входження на ринки нових суб'єктів;

3) механізмів нагромадження та переливання капіталів шляхом створення сприятливого інвестиційного клімату для власних та іноземних інвесторів; формування податкової системи, що сприятиме інвестиційній діяльності суб'єктів господарювання; переорієнтації інвестицій у реальний сектор та пріоритетні галузі економіки;

4) механізмів циклічного розвитку завдяки врахуванню кон'юнктурних особливостей спаду та піднесення економіки;

5) механізмів валютного курсу шляхом мінімізації коливань реального обмінного курсу стосовно основних валют зовнішньо-економічних розрахунків вітчизняної економіки;

6) механізмів міжнародного переливання капіталу через активізацію процесів прямого іноземного інвестування;

7) механізмів міжнародної конкуренції шляхом створення та поширення великих компаній та промислово-фінансових груп [3].

Для виправлення ситуації, що склалася на даний момент, варто замислитися над створенням власної стратегії розвитку яка б стала запорукою сталого економічного зростання.

ЛІТЕРАТУРА:

1. Степаненко С. В. Передумови та необхідність державного регулювання процесів економічного розвитку України [Електронний ресурс] / С. В. Степаненко. // Державне будівництво. — 2012. — № 1. — Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/j-pdf/DeBu_2012_1_16.pdf

2. Полозенко Д. В. Державне регулювання і ринок в умовах модернізації економіки України / Д. В. Полозенко // Ринок праці та зайнятість населення. — 2013. — № 4. — С. 12-15. — Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/j-pdf/rpzn_2013_4_4.pdf

3. Супрун О. М. Теоретичні концепції та механізми регулювання економіки / О. М. Супрун // Економіка АПК. — 2011. — № 3. — С. 7-15.

Науковий керівник: Біла І. С.

ПРЯМІ ІНОЗЕМНІ ІНВЕСТИЦІЇ В ЕКОНОМІКУ УКРАЇНИ

Грибович Н.

Національний університет харчових технологій

Проведення економічних реформ і здійснення структурної перебудови економіки України, досягнення якісного відтворення та ефективного використання виробничого потенціалу потребує значних ресурсів. В умовах їх обмеженості одним із джерел фінансування є іноземний капітал у формі кредитів, прямих і портфельних інвестицій. Іноземні інвестиції потрібно розглядати як стимулятор економічного розвитку та політичної стабілізації за умови, що головні напрями інвестиційних процесів перебувають у межах загальної економічної стратегії держави. При цьому іноземні інвестиції здатні позитивно впливати на платіжний баланс країни, рівень зайнятості населення, структурну перебудову економіки, впровадження новітніх технологій та ін.

В Україні практично сформовано правове поле для здійснення інвестиційної діяльності. Зокрема, діяльність у сфері іноземного інвестування регулюється Законами України: «Про режим іноземного інвестування», «Про захист іноземних інвестицій в Україні», «Про усунення дискримінації в оподаткуванні суб'єктів підприємницької діяльності, створених з використанням майна та коштів вітчизняного походження» [1, с. 121]

Світовий досвід переконує, що для макроекономічної стабілізації країн з перехідною економікою та їх інтеграції у світову економіку необхідні темпи зростання ВВП не менше 5 — 6 % у рік. У свою чергу для досягнення цієї мети потрібні інвестиції в економіку країни на рівні 19 — 25 % ВВП, а прямі іноземні інвестиції мають бути на рівні 10 % валових внутрішніх інвестицій [1, с. 122].

Рівень привабливості економіки України для іноземних інвесторів досить низький і для різних галузей не однаковий. Передусім їх цікавлять підприємства, які можуть забезпечити за нетривалий час повернення вкладеного капіталу з отриманням найбільшого прибутку. З огляду на це, найперспективнішими в українській економіці для них є металургійна, хімічна, харчова (особливо переробка сільськогосподарської продукції) галузі, внутрішня торгівля, а також транспортування вантажів територією України.

Сукупний обсяг іноземних інвестицій в Україні на 1 січня 2014 р. становив 56,8 млн. дол. США, а станом на липень 2014р. обсяг інвестицій зменшився майже на 12 % [2].

На підприємствах промисловості зосереджено 16 млрд 892,8 млн дол. (32,4%) прямих інвестицій, у т.ч. переробної — 13 млрд 770,9 млн дол., добувної промисловості і розроблення кар'єрів — 1 млрд 666,5 млн дол., з постачання електроенергії, газу, пари та кондиційованого повітря — 1 млрд 372,6 млн дол. У підпри-

емства металургійного виробництва, виробництва готових металевих виробів внесено 5 млрд 861,5 млн дол. прямих інвестицій, виробництва харчових продуктів, напоїв та тютюнових виробів — 2 млрд 959,8 млн дол., виробництва гумових і пластмасових виробів, іншої неметалевої мінеральної продукції — 1 млрд 386,4 млн дол., машинобудування, крім ремонту і монтажу машин і устаткування, — 1 млрд 130,7 млн дол., виробництва хімічних речовин і хімічної продукції — 1 млрд 092,0 млн дол. В установах фінансової та страхової діяльності акумульовано 12 млрд 962,2 млн дол. (24,8% загального обсягу) прямих інвестицій, на підприємствах з оптової та роздрібною торгівлі; ремонту автотранспортних засобів і мотоциклів — 6 млрд 406,4 млн дол. (12,3%), в організаціях, що здійснюють операції з нерухомим майном — 4 млрд 216,0 млн дол. (8,1%), професійну, наукову та технічну діяльність — 3 млрд 406,0 млн дол. (6,5%). Заборгованість українських підприємств за кредитами та позиками, торговими кредитами та іншими зобов'язаннями (борговими інструментами) перед прямими іноземними інвесторами на 1 квітня 2014 р. становила 10 млрд 462,0 млн дол. [2].

За оцінками експертів, стабілізація української економіки можлива лише у разі відновлення припливу зовнішніх позик і інвестицій в Україну, що мало вірогідно за нинішніх політичних умов.

За оцінками вітчизняних та іноземних експертів, інвестиційний клімат в Україні залишається несприятливим, водночас активність суб'єктів інвестиційної діяльності є досить низькою, що обумовлено такими причинами:

- несприятливі умови інвестування, зокрема недосконале законодавство щодо захисту прав власності, адміністрування податків, отримання у власність земельних ділянок, вимог до здійснення та контролю підприємницької діяльності.
- нерозвиненість інвестиційного ринку та інвестиційної інфраструктури.
- відсутність правових засад та дієвих механізмів державно-приватного партнерства в інвестуванні [3, с.88].

Підсумовуючи все вищесказане, можна стверджувати, що пріоритетними шляхами вирішення проблем іноземного інвестування мають бути:

- покращення інвестиційного клімату шляхом удосконалення загального (податкового, земельного, корпоративного, митного) та спеціального законодавства, що регулює відносини при здійсненні інвестування відповідно до європейських норм;
- реалізація інвестиційних проектів за принципом «єдиного вікна»;
- розвиток інвестиційного ринку та інвестиційної інфраструктури, а саме: становлення індустрії прямого інвестування та венчурного капіталу, створення умов для залучення інвестицій на ринках капіталу;
- запровадження економічного механізму страхування ризиків іноземного інвестування;
- створення сучасної системи державних гарантій захисту іноземних інвестицій та врегулювання комерційних спорів між суб'єктами інвестиційного процесу і т.д.

ЛІТЕРАТУРА:

1. Олександренко І. В. Особливості іноземного інвестування в Україні / І. В. Олександренко // Держава та регіони. — 2012. — № 2. — С. 120 — 126.
2. Офіційний сайт Державної служби статистики України. [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua/>

3. Чернишова Л. О. Особливості залучення та стимулювання іноземного інвестування в Україні / Л. О. Чернишова, В. В. Сазанова // Бізнес Інформ. — 2013. — № 2. — С. 87-90

Науковий керівник: Салатюк Н.М.

РОЗВИТОК ТРАНСНАЦІОНАЛЬНОГО КАПІТАЛУ В УКРАЇНІ: ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ

Громчак Б.

Національний університет харчових технологій

Світові інтеграційні процеси не можуть оминати стороною і Україну, яка протягом тривалого часу переживає економічну кризу і знаходиться у стані занепаду, а тому особливо відчуває потребу у фінансовій підтримці, технологічній допомозі та широкому досвіді міжнародних компаній [2]. Процеси реформування економіки, які відбуваються в Україні впродовж останнього десятиріччя, об'єктивно створюють підвалини для поширення в ній процесів транснаціоналізації [7]. При цьому провідними силами поглиблення та розширення цих зв'язків виступають ТНК, які є одночасно і результатом, і головною діючою особою інтернаціоналізації. Їм належить одна з головних ролей в організації міжнародної діяльності, поширенні науково-технічного прогресу та залученні значних інвестиційних ресурсів [5].

Україна відноситься до групи технологічно відсталих країн, в якій експортною спеціалізацією є переважно сировина, мінерали та напівфабрикати. Валовий національний продукт на душу населення в Україні у 2013 р. склав біля 3,5 тис. доларів, тоді як в країнах великої сімки від 45 тис. доларів. Україна поки виконує лише роль сировинного придатку та являється ринком збуту для країн першої та другої групи.

Однак, враховуючи досить високий науковий потенціал і освітній рівень населення, Україна значно виграє у порівнянні із багатьма іншими країнами своєї групи. Неабияке значення має для економіки функціонування на території держави великої кількості наукових інститутів, а також таких індустріальних груп, як «УкрАвто», «Індустріальний Союз Донбасу», кондитерська корпорація «ROSHEN», «Систем капітал менеджмент» [1, с. 44-45].

На даному етапі для України є досить важливим залучення капіталів ТНК. І для цього не потрібно надавати іноземним інвесторам транснаціональних компаній податкових пільг, встановлювати імпортні бар'єри чи накладати обмеження на операції [4]. При цьому уряд не повинен декретувати «зверху» формування вітчизняних ТНК, а повинен створювати економічні та юридичні умови для еволюційного визрівання цих структур у рамках конкурентної ринкової економіки [7]. Для України, доцільною є державна політика використання переваг транснаціоналізації економіки із одночасним захистом національного виробника у визначених галузях і створення передумов виходу українських компаній на закордонні ринки [3, с. 80].

Залучення іноземних інвестиційних капіталів в економіку України є важливим джерелом забезпечення інвестиційного розвитку країни [6]. Значна частина прямих іноземних інвестицій (близько 80%) здійснюється через міжнародні злиття

та поглинання фірм. Дана форма іноземного інвестування присутня і в Україні. Зауважимо, що існують відмінності в застосуванні цього виду прямих іноземних інвестицій в країнах-донорах з різним типом економічного розвитку. Так, практично 100% прямих інвестицій у розвинені країни здійснюється у формі злиття і поглинань. У той же час для країн, що розвиваються та країн з перехідною економікою ця цифра не перевищує 40%. Подібна ситуація характерна і для України, де більша частина іноземних інвестицій реалізується у формі інвестицій «зеленої зони», тобто у вигляді будівництва нових дочірніх компаній ТНК, що фінансується готівкою [2].

За інформацією Державної служби статистики України, на 1 січня 2014 р. обсяг прямих іноземних інвестицій (акціонерний капітал нерезидентів), внесених в економіку України з початку інвестування, становив 58,157 млрд дол. Переважна більшість іноземних підприємств вкладають кошти в торгівлю — галузь, яка дозволяє отримувати швидко високі прибутки, і зовсім не прагнуть інвестувати у високотехнологічні галузі [1, с. 46]. До теперішнього часу серед компаній, що направляли прямі іноземні інвестиції на український ринок, переважали ТНК США, Німеччини, Великобританії, Франції, Кіпру.

Слід зазначити, що Україна як промислова держава досі не представляє особливого інтересу для ТНК. Великі промислові концерни не здійснюють капіталовкладення в українську економіку і тому відсутні на вітчизняному ринку. Для транснаціональних корпорацій найбільш інвестиційно привабливими в Україні залишаються наступні сфери: харчова промисловість і переробка сільськогосподарської продукції, торгівля, фінансова сфера, машинобудування, транспорт, металургія і обробка металу [2].

Отже, побудова взаємовідношень України з ТНК повинна ґрунтуватись на декількох важливих моментах: діяльність ТНК українська влада повинна обов'язково розцінювати з позиції наслідків як позитивних, так і негативних; розробляючи регулятивні документи відносно ТНК необхідно виходити насамперед з національних інтересів України і враховувати можливі наслідки щодо її національної безпеки; участь ТНК в розробці спільної взаємовигідної економічної політики є більш ефективним засобом налагодження відносин України з ТНК, ніж протекціоністська політика; можливості ТНК щодо залучення іноземного капіталу дозволяють зменшити безробіття у нашій країні, позитивно вплинути на переміщення великих виробничих ресурсів тощо.

ЛІТЕРАТУРА:

1. Карасьова Н. А. Транснаціоналізація економічних процесів та її вплив на України / Український інформаційний простір: Науковий журнал Інституту журналістики і міжнародних відносин Київського національного ун-у культури і мистецтв // Міжнародна інформація та міжнародні відносини. — К.: КНУКІМ, 2013. — С. 43 — 47. 90
2. Кондруніна К. Ю. Мотивація здійснення прямих іноземних інвестицій транснаціональних компаній в Україну. — м. Суми. — 2009. — 54 с.
3. Кравченко М. Проблеми залучення прямих інвестицій транснаціональних корпорацій в економіку України / Кравченко М. // Персонал. — 2007. — № 3. — С 77 — 81.

4. Оверченко М., Федюкин И., Онегина А. Инвесторам не нужны льготы // Ведомости. — 2003. — №189. — Режим доступа: <http://www.vedomosti.ru/newspaper/article/2003/10/16/67781>

5. Пешко А. В. Назаренко Г. В. Транснаціональні компанії та їх роль у міжнародній інвестиційній діяльності [Електронний ресурс]. — 2007. — Режим доступу: <http://www.kbuapa.kharkov.ua/e-book/db/2007-2/doc/5/01.pdf>

6. Потенціал і проблеми транснаціоналізації [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <http://www.virtual.ks.ua/students/5014-potential-problems-and-transnationalization.html>

7. Тімохіна Н. В. Транснаціоналізація економіки України /Донецький нац. ун-т економ. і торг. ім. Михайла Туган-Барановського. — 2008. — [Електронний ресурс]. — Режим доступу: http://www.rusnauka.com/25_DN_2008/Economics/28319.doc.htm

8. УНІАН. Чистий приплив прямих іноземних інвестицій в Україну. — 2014. — Режим доступу: <http://economics.unian.ua/finance/884302-chistiy-pripliv-pryamih-inozemnih-investitsiy-v-ukrajinu-za-rik-skorotivsya-udvichi.html>

Науковий керівник: Біла І.С.

РОЛЬ ІНОЗЕМНИХ ІНВЕСТИЦІЙ В ФІНАНСУВАННІ ІННОВАЦІЙНОГО ПРОЦЕСУ В ЕКОНОМІЦІ УКРАЇНИ

Євтушенко Є.

Національний університет харчових технологій

Інвестиційна діяльність відіграє визначальну роль в соціально-економічному розвитку країни. Головним завданням держави є формування сприятливого інвестиційного клімату. Проте, існує ряд негативних факторів: макроекономічна нестабільність; криза у промисловості; нестабільність законодавства; низький рівень розвитку комунікацій; зростання зовнішнього боргу та наявність бюджетного дефіциту; низька виконавська дисципліна в органах влади та управлінні; низька платоспроможність більшості населення; нерозвиненість банків, страхового бізнесу, лізингу, фондового ринку, інвестиційних фондів; неврегульованість земельних правовідносин. Для зростання української економіки надзвичайно важливим є питання щодо залучення іноземного капіталу як джерела фінансування інноваційного процесу. Виходячи з цього можна сказати, що дана тема є досить актуальною в наш час [2, с. 28-32].

Проблема інноваційного розвитку є однією з найбільш складних для України. Її розв'язання в умовах дефіциту власних фінансових ресурсів неможливе без залучення іноземних інвестицій. У світовому потоці прямих іноземних інвестицій на економіку України припадає близько 1%. Незначний потік прямих іноземних інвестицій можна пояснити тим, що серед європейських постсоціалістичних країн Україна сприймається як країна з найбільшим ризиком. За оцінкою Європейського центру досліджень ризик інвестицій в Україну становив 80% [4, с.48-53].

Водночас Україна має низку чинників, які приваблюють іноземних інвесторів. Це, насамперед: наявність багатьох природних ресурсів, низька ціна робочої сили, вигідне географічне положення, сприятливі кліматичні умови, родючі землі, тощо.

В Україні сировинні та паливно-енергетичні галузі промисловості концентрують майже половину обсягу інвестицій в основний капітал, інша половина

припадає на обробні галузі. Найбільш адекватна галузева форма відтворення інвестиційного потенціалу економіки — машинобудування. Необхідність його вибору як бази економічного зростання зумовлене потребою зношеності основного капіталу, необхідністю інноваційного розвитку, потребою перебудови індустріального комплексу України.

Іноземні інвестиції для економіки країни мають велике значення, оскільки вони є джерелом капіталовкладень, причому у формі сучасних засобів виробництва, залучають вітчизняних підприємців до передового господарського досвіду, сприяють поширенню інновацій, збільшенню продуктивності праці та підвищенню добробуту населення.

Для активізації притоку іноземних інвестицій в Україну важливим є здійснення таких заходів:

- створення стабільного законодавства;
- створення сприятливого інноваційного клімату
- сприяння залучення прямого іноземного капіталу в сферу матеріального виробництва;
- створення сприятливих умов для розвитку спільних підприємств;
- створення спільних підприємств, за так званою, китайською схемою, яка передбачає з самого початку володіння контрольним пакетом акцій підприємства українською державою, згодом, через 5-7 років, українськими мають бути 75% акцій, і ще через 10-12 років спільне підприємство повністю стає українським;
- розробка та прийняття законодавчої бази щодо страхування ризиків спільних підприємств [1, с. 25-27].

Таким чином, на інноваційну модель розвитку означає насамперед пошук фінансових джерел для активізації інноваційної діяльності, наприклад іноземних інвестицій. Для цього необхідно прийняти відповідні нормативно-правові акти, встановити пільги і створити умови для залучення іноземного капіталу, розвитку венчурного підприємництва, створити інформаційно-аналітичний центр управління інвестиційними та комерційними ризиками.

ЛІТЕРАТУРА:

1. Абрамович І.В. Напрями активізації державної політики щодо залучення іноземних інвестицій в економіку України // Економіка та держава. — 2006. — №9. — С.25-27.
2. Бутенко О.А. Основні напрямки та пріоритети інноваційної діяльності в Україні // Держава та регіони. — 2008. — №3. — С. 28-32.
3. Кульнєва Г. М., Алейнікова О.В. Сучасний стан та необхідні напрямки розвитку ринку інновацій в Україні // Держава та регіони. — 2006. — №5. — С. 159-163.
4. Перешкоди для іноземних інвестицій в Україну. Погляд нерезидентів // Страхова справа. — 2008. — №3. — С. 48-53.

Науковий керівник: Омельченко К.Ю.

ОСОБЛИВОСТІ ФОРМУВАННЯ ІНВЕСТИЦІЙНОГО КЛІМАТУ В УКРАЇНІ

Змєйова О.

Національний університет харчових технологій

Зараз Україна потребує залучення довгострокового іноземного капіталу. На сьогодні для економічного розвитку нашої держави обсяг внутрішніх фінансових ресурсів є недостатнім.

Інвестори, які мають бажання вкласти свої кошти в економіку певної країни цікавить організаційна складова цього процесу — наскільки важко буде розмістити свої інвестиції, керувати ними, або в разі потреби забрати назад.

Країни намагаються сформувати сприятливу митну політику, спрощену процедуру реєстрації бізнесу, систему оподаткування і сприятливу систему кредитування, стабілізувати політичну і економічну ситуацію. Наразі, дивлячись на останні події важко говорити про створення сприятливого інвестиційного клімату, але Україна має працювати у цьому напрямку і залучати до співпраці міжнародні організації.

Основні закони, що регулюють інвестиційну діяльність в країні: Закон України «Про захист іноземних інвестицій на Україні», Закон України «Про інвестиційну діяльність», Закон України «Про режим іноземного інвестування».

Інвестиційний клімат — це сукупність політичних, соціально-економічних, фінансових, соціально-культурних, організаційно-правових і географічних факторів, які притаманні певній країні і визначають привабливість її для іноземного інвестора.

Уряд має здійснювати такі завдання для стимулювання інвестиційної діяльності, а саме:

- зменшення впливу капіталу;
- активізація інвестиційної діяльності;
- сприяння зростанню рівня капіталізації національних заощаджень та обсягів прямих іноземних інвестицій в Україну;
- створення умов для прискорення технологічної модернізації вітчизняного виробництва з метою підвищення його енергоефективності та конкурентоспроможності.

Даючи загальну оцінку інвестиційному клімату в Україні, слід відзначити, що в економіці продовжується спад виробництва, зменшується частка надходжень від податків, накопичуються неплатежі, знижується частка банківського кредитування у ВВП, зростає сума внутрішнього і зовнішнього боргу, зростає рівень тіньової економіки, знижується частка державних капіталовкладень. На фоні цього зменшуються обсяг іноземних інвестицій в Україну.

Найбільші компанії-інвестори: Mittal Steel, Siemens, Volkswagen, Deutsche Telecom, Jabil Circuit and Electronics, Sony, Panasonic, Telenor, TNK-BP, Coca-Cola, Cargill, Carlsberg, Sun Interbrew, Kraft Foods, Nestle, Philip Morris, Reemtsma, Raiffeisen Bank, Erste Bank, HVB, ING Bank, BNP Paribas, EFG Group, McDonalds, Metro Cash & Carry, Billa, Paterson та ін.

Пріоритетними сферами для іноземного інвестора в Україні вважаються: металургійний комплекс, машинобудування, паливо-енергетичний комплекс, хімічна та нафтохімічна промисловість, агропромисловий комплекс, транспорт, зв'язок, легка та медична промисловість [2].

За даними Держстату, за 9 місяців 2013 р. в економіку України іноземними інвесторами вкладено 3722,0 млн. дол.США прямих іноземних інвестицій. До десятки основних країн-інвесторів, на які припадає понад 83% загального обсягу прямих інвестицій, входять: Кіпр — 18712,0 млн.дол.США, Німеччина — 6194,8 млн.дол.США, Нідерланди — 5504,0 млн.дол.США, Російська Федерація — 3842,1 млн.дол.США, Австрія — 3216,4 млн.дол.США, Велика Британія — 2724,4 млн.дол.США, Віргінські Острови (Брит.) — 2452,4 млн.дол.США, Фран-

ція — 1843,0 млн.дол.США, Швейцарія — 1277,5 млн.дол.США та Італія — 1259,0 млн.дол.США [3].

Директор Світового Банку в Україні Чімяо Фан перерахував фактори, які перешкоджають довгостроковим капіталовкладенням в Україну: середньоринкова вартість кредитного ресурсу більш 20% річних; корупція; зарегульованість ринку; зовнішній борг країни (на рубежі 2013-2014 р. прямий державний борг перевищує 60 мільярдів доларів, в структурі якого на гривню доводиться 43,8%, на долар США — 32,4%, на СДР (валюта МВФ) — 19,7%) [3]; залежність від зовнішніх ринків ціноутворення на імпортований товар; низький рівень довіри у фінансовому секторі.

Разом з тим Консультативна програма Групи Світового банку розробила проєкт, покликаний створити сприятливі умови для розвитку малого й середнього бізнесу та покращити інвестиційний клімат в Україні. Цілями проєкту є: 1) вдосконалення законодавства у сферах державного контролю, видачі дозволів, технічного регулювання, банкрутства, безпеки харчової продукції та приведення його у відповідність до кращої світової практики; 2) моніторинг змін у діловому середовищі шляхом проведення репрезентативних опитувань; 3) підтримка впровадження реформ шляхом проведення інформаційних кампаній [1].

Отже, держава має здійснювати постійне вдосконалення інвестиційного клімату України.

ЛІТЕРАТУРА:

1.Третяк М.В. Фактори формування інвестиційного клімату в Україні/М.В. Третяк// Фінансовий простір № 1 – 2013 – 165-170с.

2. Коваленко С. О. Інвестиційний клімат в Україні та напрями його покращення / С. О. Коваленко // Вісник економіки транспорту і промисловості. — 2012. — № 38. — С. 366–368.

3. Інвестиційний клімат в Україні [Електронний ресурс] Режим доступу: http://www.ifc.org/wps/wcm/connect/fad199804b74511b924bb36eac26e1c2/IC_report_2011

Науковий керівник: Мосіюк І.П.

ВСТУП УКРАЇНИ В ЄВРОПЕЙСЬКИЙ СОЮЗ: СУБ'ЄКТИВІЗМ АБО ОБ'ЄКТИВНА НЕОБХІДНІСТЬ

Карась Д.

Національний університет харчових технологій

Європейська інтеграція — це динамічна політична споруда, що постійно розбудовується. Згідно із західною традицією вона спирається на систему оригінального управління. Європейські держави прагнуть здійснити своє історичне завдання: шляхом вільного колективного використання своїх можливостей, розвинути нову політичну інституціональну модель, яка б дала змогу створити на Європейському континенті найкращу модель соціального, економічного і політичного розвитку та перетворити об'єднану Європу у світову надпотужну силу.

На сьогодні нагальною потребою об'єднаної Європи є перебудова окремих інституцій, а також загальна реформа системи, що має стати демократичнішою,

ефективнішою і, зрештою, більш «парламентською». Це вирішальна фаза впорядкування установ, до того ж ускладнена проблемами розширення Євросоюзу на південь і схід та інтеграцією нових країн і суспільств. Саме тому настав час обмірковувати інституційні реформи, необхідні для того, щоб об'єднана Європа могла й надалі відігравати належну їй роль.

Європейська інтеграція стала для України не лише пріоритетом зовнішньої політики, а й рушійною силою внутрішніх перетворень і реформ, частиною національної ідеї. На сьогодні переважна більшість політичних сил та пересічних громадян не бачать альтернативи демократії та ринковій економіці, наближенню до європейських стандартів, упровадженню їх у всі сфери суспільного життя.

Для України такий курс є життєвою необхідністю, втіленням її прагматичного прагнення досягти високих стандартів добробуту громадян і громадського суспільства, правової держави та соціально орієнтованої ринкової економіки [1].

В умовах нинішньої зовнішньополітичної ситуації мета України — передусім економічне співробітництво з Європейським Союзом, яке необхідно ефективно та швидко розвивати. Якщо ми хочемо стати членом Європейського Союзу, то маємо докласти всіх зусиль, щоб поводитись як його потенційні члени. Остаточний результат нашого руху залежить передусім від нашої спроможності впорядкувати власну домівку. А тому першочерговим завданням є концентрація зусиль на успішній адаптації законодавства, послідовному здійсненні демократичних і ринкових перетворень у нашій державі [1].

Над питанням вступу України в ЄС працювало багато науковців, таких як: І. Бураковський, Г. Немиря, О. Павлюк, В. Маштабей. У їхніх статтях детально проаналізована нормативно-правова база стосунків України та ЄС, також в них йдеться річ про те, чим саме ЄС привабливий для України і навпаки, чим приваблива Україна для ЄС як економічний партнер [2].

Коли розглядають країни, які претендують на членство в ЄС, Європейська комісія, крім інформації, яку надає сама держава, вивчає також документи інших міжнародних організацій, передусім Ради Європи, котра є визнаним авторитетом зі встановлення контролю за дотриманням стандартів у сфері демократії, верховенства права та прав людини. Саме запровадження стандартів Ради Європи у сфері демократії, верховенства права і прав людини слід розглядати як головний політичний пріоритет держави та ключовий механізм досягнення відповідності України передусім політичним критеріям членства в Євросоюзі [3].

Основними цілями Європейського Союзу є:

- створення міцного союзу між народами Європи;
- сприяння збалансованому та тривалому економічному прогресу шляхом ліквідації внутрішніх кордонів, посилення економічної та соціальної взаємодії, створення економічного і валютного союзу і запровадження єдиної валюти;
- утвердження власної ідентичності в міжнародній сфері шляхом проведення спільної зовнішньої політики і політики в галузі безпеки, а в перспективі — і спільної оборонної політики;
- розвиток співробітництва в юридичній сфері;
- збереження та примноження загального добробуту[1].

Переваги, які стануть позитивними наслідками для вступу України в ЄС:

- політичні переваги: стабільність політичної системи та адаптація національного законодавства із законодавством ЄС, реформування недієздатного національного судочинства;

– економічні переваги: забезпечення розвитку середнього та малого бізнесу, впровадження стандартів ЄС у виробництві, підвищення конкурентоспроможності вітчизняних підприємств;

– соціальні переваги: формування середнього класу, реформування освіти, охорони здоров'я, соціального захисту тощо;

– ідеологічні переваги: Поширення української культури в країнах ЄС[2].

Молоді демократії мають широко застосовувати механізми наближення правової системи до європейських норм і стандартів. Отже, вся історія участі України в різних міжнародних організаціях є сталим правовим процесом. Уряди змінювали один одного, змінювалися національні та міжнародні умови їхнього функціонування, змінювалися їхні інтереси у відносинах зі згаданими організаціями, але сама участь не припинялася. Це дало змогу Україні в цілому налагодити механізм участі в цих об'єднаннях.

Повноцінна участь України в міжнародних організаціях сприяє розв'язанню проблем внутрішнього розвитку. Це розширює та поглиблює міждержавне спілкування, допомагає просуванню національних інтересів в інших країнах і водночас досягненню цілей міжнародної спільноти.

ЛІТЕРАТУРА:

1. Борщ Л. М., Герасимова С. В. Інвестування: теорія і практика: Навч. посіб. — 2-ге вид., перероб. і доп. — К.: Знання, 2007. — 658с.

2. Рудік А. Позитивні та негативні наслідки вступу України в ЄС. [Електронний ресурс] — Режим доступу: <http://essuir.sumdu.edu.ua/bitstream/123456789/28990/1/integration.pdf>

3. Смирнова К. В. Європейська інтеграція та Україна. — Право України. — 2011. — № 4. — С. 153–158

Науковий керівник: Салатюк Н.М.

ОСНОВНІ НАПРЯМИ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ІННОВАЦІЙНОГО ЕКОНОМІЧНОГО РОЗВИТКУ УКРАЇНИ В СУЧАСНИХ УМОВАХ

Кириленко Т.

Національний університет харчових технологій

Чинниками, які перешкоджають економічному зростанню в Україні є: недосконала система оподаткування, високий рівень тінізації економіки, page break — низький рівень управління, брак знань, досвіду та культури ринкових відносин, недостатня інфраструктура підтримки малого підприємництва, брак повної і вірогідної інформації про стан та кон'юнктуру ринку, низький рівень консультативних послуг та спеціальних освітніх програм, практична відсутність державної фінансово-кредитної підтримки, недовіра західних партнерів та негативне психологічне ставлення населення до підприємців. Для розв'язання зазначених проблем потрібна, зокрема, зміна самого відношення до підприємництва в Україні. Подальший розвиток ситуації без активного втручання держави може призвести до згортання (в основному через подальшу тінізацію) підприємницького сектору економіки з відповідним загостренням економічних проблем та посиленням соці-

альної напруги. Через те й виникає необхідність дієвої державної політики підтримки підприємництва. [1, с. 20-25]

Проблемами забезпечення інноваційного економічного розвитку України в сучасних умовах є: низька привабливість української промисловості для інвестування через існування несприятливого економічного середовища для вітчизняного та зарубіжного інвестора, нерозвиненості ринкової інфраструктури, відсутності дієвої системи правового регулювання, оптимального рівня податкового навантаження, відсутність системного механізму взаємодії держави із корпоративним сектором економіки (особливо з наукомісткою його складовою) [2, с. 28].

Активізація інноваційної діяльності в Україні дасть змогу значно підвищити рівень інноваційної активності промислових підприємств, стабілізувати прискорений процес оновлення виробництва, ефективно використати внутрішні і залучені зовнішні інвестиції на інноваційну діяльність.

Однією з суттєвих перешкод на шляху інноваційного розвитку є намагання держави «викачати» з підприємств по більше грошей і мати якомога жорсткі механізми контролю за діяльністю підприємств. Обидва ці «намагання» дісталися нам у спадок від командно-адміністративної системи і переборюючи їх наша держава отримає вигоду як на макроекономічному так і на мікроекономічному рівні.

ЛІТЕРАТУРА:

1. В. Космидайло. Проблеми інноваційного розвитку в Україні та шляхи їх вирішення. // Актуальні проблеми економіки №2(68), 2013 ст.20– 25.

2. Амоша О.І. Інноваційний шлях розвитку України: проблеми та рішення // Економіст. — 2012. — №6 — с.28.

Науковий керівник: Довженко О.О.

ДЕРЖАВНА ПОЛІТИКА ПІДТРИМКИ МАЛОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА: ЗМІСТ І МЕХАНІЗМ РЕАЛІЗАЦІЇ

Кириченко А.

Національний університет харчових технологій

Малі підприємства — досить поширена й ефективна форма господарювання. Вони мають багато таких рис, які не можуть бути притаманні великим підприємствам. Функціонування на локальному ринку, швидке реагування на зміну кон'юнктури цього ринку, безпосередній зв'язок з споживачем, вузька спеціалізація на певному сегменті ринку товарів і послуг, можливість почати власну справу з відносно малим стартовим капіталом — всі ці межі малого підприємства є його перевагами, що підвищує стійкість на внутрішньому ринку, але при певних умовах стають недоліками, стримуючими його розвиток. того, малий бізнес мобілізує значні фінансові й виробничі ресурси населення, які за його відсутності не були б використані. Про можливість малого бізнесу в цьому плані свідчить досвід економічно-розвинутих країн. На малий бізнес тут припадає до 90-95% усіх підприємств і до 20-60% валового національного продукту. Особливу роль відіграє мале підприємництво у сфері послуг і торгівлі [1, с.43].

За характером діяльності у малому бізнесі можна виділити декілька видів підприємств. До першого виду належать індивідуальні або сімейні підприємства. Такі підприємства передбачають індивідуальну трудову діяльність окремих осіб

або сімей. Це можуть бути сімейні ферми, кондитерські, кав'ярні або ж підприємницька справа заснована на виробництві hand-made продукції. Інший вид малих підприємств — кооперативи або колективні підприємства (об'єднання декількох громадян для спільної господарської діяльності на основі договору між ними), іноземні, а також спільні підприємства.

Заняття власною справою як природна форма прояву здібностей людини і реалізація його громадянських прав формують умови створення самостійного суспільного прошарку підприємців, які складають соціально політичну базу демократичних перетворень суспільства. Обмежені масштаби виробництва і невелика кількість зайнятих обумовлюють простоту і ефективність управління підприємством. Проблема фінансування суб'єктів малого підприємництва полягає в обмеженні доступу до таких традиційних для ринкової економіки джерел фінансових ресурсів, як кошти банківської системи та ринку цінних паперів.

Розвиток сектора малого бізнесу в Україні нашкоджується на значні перешкоди, однією з найвагоміших із яких є забезпечення фінансовими ресурсами. Держава теж не в змозі забезпечити оптимальний розвиток малого бізнесу, особливо в умовах сучасної економічної кризи. Тут вже недосконалою є саме законодавча база, яка вимагає довгого і важкого процесу реєстрації малого підприємства, великої кількості документації, дозволів. Тому слід спростити систему реєстрації підприємств, зробити більш доступною для пересічної особи, яка має бажання відкрити своє підприємство. Вагомою проблемою також є те, що велика частка підприємств малого бізнесу знаходиться поза економікою, тобто в «тіні», і як такого прибутку державі не приносить. Щоб вирішити дане завдання слід не просто ввести пільги для новостворених малих підприємств, а й слід спростити податкову систему, чи ввести податкові канікули.

Особливу увагу слід звернути на співпрацю малих підприємств із великими. Адже, стимулювання кооперування малих підприємств між собою і з великими підприємствами повинно стати важливою складовою як державної, так і корпоративної політики. Кооперування здатне певною мірою нейтралізувати недоліки державної політики підтримки малого бізнесу, компенсувати проблеми фінансового забезпечення, стабілізувати постачальницько-збутову сферу та скористатися з уже розробленої сфери великих компаній. Для розвитку малого бізнесу можна залучати й іноземні інвестиції, створювати профспілки, створювати організації з питань фінансування, змінити погляди держави на необхідність розвитку малого підприємства, як невід'ємної складової економіки. Потрібно створити ефективну нормативно — правову базу, яка буде сприяти розвитку малого підприємства, оновити і переглянути податкові ставки, оскільки малий бізнес платить багато податків, а ще більше коштів потрібно при його реєстрації і розбудові. Недосконалість податкової системи стимулює корупцію і перехід малого бізнесу в тіньову економіку, для підприємців це стає необхідністю щоб вижити. Існування малого підприємництва для економіки є запорукою подальшого розвитку. Оскільки розвиток малого бізнесу є умовою розв'язання наступних проблем: формування конкурентних ринкових відносин, які сприяють кращому задоволенню потреб населення і суспільства; підвищення якості товарів, робіт, послуг; наближення виробництва товарів і послуг до конкретних споживачів; сприяння перебудови економіки; залучення особистих коштів населення на розвиток виробництва; створення додаткових робочих місць, скорочення рівня безробіття; сприяння

розкриттю таланту людей, розвитку різних видів ремесел; активізація науково-технічного прогресу. Вище назване є тією перспективою, яку слід очікувати, при умові, що буде ефективнорозвиватися мале підприємництво на території України, і вже паралельно з ним буде розширюватися і укріплюватися сама ринкова система, яка все ще має проблеми з монополізацією.

ЛІТЕРАТУРА:

1. Іваницький Д. Фінансова безпека і малий бізнес // Фінанси України. — 2010. — № 8. — С. 41-44

Науковий керівник: Мосіюк І.П.

СУЧАСНІ ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ РИНКУ ПРАЦІ В УКРАЇНІ

Колошко Н.

Національний університет харчових технологій

Ринок праці, зайнятість населення є найбільш динамічними елементами ринкової економіки. В них не тільки переплітаються інтереси працівників і роботодавців, але й відображаються економічні, політичні, демографічні, соціальні та інші процеси, зокрема особливості відтворення населення і формування людського капіталу, стан розвитку основних засобів, їхня конкурентоспроможність, організація виробництва товарів і послуг, які значною мірою впливають на попит та кваліфікацію працівників, рівень зайнятості і безробіття, соціальний захист та рівень життя населення [1, с. 131].

За даними вибіркового обстеження населення (домогосподарств) із питань економічної активності, кількість зайнятого населення віком 15–70 років у 2013 р. порівняно з 2012 р. збільшилася на 49,8 тис. осіб, або на 0,2% та становила 20,4 млн. осіб, або 60,3% населення відповідного віку [2].

Кількість найманих працівників підприємств, установ, організацій (далі — підприємства) у 2013 р. порівняно з 2012 р. зменшилась на 3,9% і становила 11,7 млн. осіб, або 57,3% усіх зайнятих. Значне скорочення кількості найманих працівників спостерігалось у сільському, лісовому і рибному господарстві та операціях з нерухомим майном (на 10,8%), а найменше — у сфері адміністративного та допоміжного обслуговування (на 1,1%) [2].

Серед найманих працівників майже кожний четвертий працював у промисловості, сьомий — в освіті, кожний десятий — в оптовій та роздрібній торгівлі; ремонті автотранспортних засобів та мотоциклів, в охороні здоров'я та наданні соціальної допомоги.

Найбільш високий рівень мобільності у 2013 р. спостерігався в оптовій та роздрібній торгівлі, сільському, лісовому та рибному господарствах, сфері тимчасового розміщування й організації харчування, де кількість вибулих і прийнятих перевищувала середньооблікову кількість штатних працівників на 2,4%–43,2%. Також високий коефіцієнт мобільності зафіксований у сфері адміністративного та допоміжного обслуговування (97,5%), на підприємствах із виробництва харчових продуктів, напоїв та тютюнових виробів (87,1%), у будівництві (83,4%), виробництві гумових і пластмасових виробів; іншої неметалевої мінеральної продукції (76,6%), поштової та кур'єрській діяльності (75,0%), фінансовій та страховій діяльності (72,2%).

Серед працівників більш високий рівень мобільності спостерігався у чоловіків. Коефіцієнти обороту робочої сили для чоловіків як за рівнем приходу (31,8%) так і за рівнем звільнення (36,6%) переважали аналогічні показники для жінок (відповідно 22,4% та 25,3%).

Питома вага працівників, переведених з економічних причин на неповний робочий день (тиждень), збільшилася і становила 7,9%, або 798,9 тис. осіб, майже половина з них — працівники промисловості (379,5 тис. осіб), ще чверть (221,9 тис. осіб) працювали у транспорті, складському господарстві, поштовій та кур'єрській діяльності [2].

Продовжує спостерігатися міжгалузева диференціація в рівнях оплати праці. Найбільш оплачуваними в країні у 2013 р. були працівники фінансової та страхової діяльності, сфери інформації та телекомунікацій, а серед видів економічної діяльності промисловості — підприємств із добування кам'яного та бурого вугілля, виробництва основних фармацевтичних продуктів і фармацевтичних препаратів та постачання електроенергії, газу, пари та кондиційованого повітря: розмір оплати праці у цих видах діяльності перевищив середній по економіці в 1,4–3,2 рази.

Разом із тим рівень оплати праці у закладах охорони здоров'я залишається більш ніж на чверть нижчим за середній показник по економіці, в освіті — відповідно на 17,3%.

Продовжує спостерігатися тенденція зменшення кількості працівників, оплата праці яких знаходиться у межах мінімальної заробітної плати, встановленої законодавством. Серед 9,5 млн. працівників, яким оплачено 50% і більше робочого часу, встановленого на грудень 2013 р., 471,6 тис. осіб (5,0%) мали нарахування у межах 1218 грн. (мінімальна заробітна плата, що діяла в грудні 2013 р.).

Кількість безробітних (за методологією МОП) у віці 15–70 років у 2013р., порівняно з 2012 р., зменшилася на 80,7 тис. осіб, або на 4,9% та становила 1,6 млн. осіб. Із загальної кількості безробітних 1,2 млн. осіб, або 77,3% мали досвід трудової діяльності, а решта — 0,4 млн., або 22,7% раніше не працювали. Серед безробітних більше ніж дві третини складали мешканці міських поселень (1,1 млн. осіб), решту — сільські жителі. Зменшення кількості безробітного населення віком 15–70 років відбулося в основному за рахунок осіб працездатного віку (на 80,2 тис. осіб, або на 4,8%) [2].

На сьогодні найбільш значущими чинниками розвитку ринку праці в Україні, які світова криза лише загострила, є: професійно-кваліфікаційні диспропорції попиту та пропозиції робочої сили; неповне використання зайнятої робочої сили; стабільно високий рівень малопродуктивної неформальної зайнятості; невідповідність галузевої структури зайнятості потребам інноваційного розвитку економіки.

З метою мінімізації негативного впливу економічної кризи на розвиток вітчизняного ринку праці необхідно створити умови для макроекономічної стабілізації за рахунок проведення дієвих структурних реформ в економіці, змін у фінансовій та регуляторній політиці, спрямованих на поживлення виробництва, залучення інвестиційних ресурсів, підтримку національних товаровиробників, стимулювання розвитку малого та середнього бізнесу, збереження наявних та створення нових робочих місць.

В умовах розвитку глобалізаційних процесів значної актуальності в країні набуває проблема незбалансованості ринку праці за кваліфікаційною ознакою, коли

кількісний дисбаланс поглиблюється низьким рівнем якісних характеристик значної кількості вільних робочих місць і низьким рівнем оплати праці, що свідчить про необхідність подальшого удосконалення державного регулювання інноваційного розвитку економіки та професійної збалансованості на ринку праці відповідно до сучасних вимог.

ЛІТЕРАТУРА:

1. Онікієнко В.В. Ринок праці та соціальний захист населення України: ретросаналіз, проблеми, шляхи вирішення: [науково-аналітична монографія] / В.В. Онікієнко — К.: Ін-т демографії та соціальних досліджень імені М.В. Птухи НАН України, 2013. — 456 с.

2. Праця України у 2013 році / Державна служба статистики України [Електронний ресурс] — Режим доступу — <http://www.ukrstat.gov.ua>.

Науковий керівник: Соломка О.М.

ІНФЛЯЦІЙНІ ПРОЦЕСИ В УКРАЇНІ ЯК ФАКТОР НЕСТАБІЛЬНОСТІ

Корвас Н.

Національний університет харчових технологій

Інфляція є багатограним, складним процесом, який відображає всі основні проблеми і суперечності економіки будь-якої країни. Найбільше вона проявляється в систематичному перепоповненні каналів грошового обігу масою надлишкових грошових ресурсів, що веде до знецінення та додаткового перерозподілу національного доходу й національного багатства на шкоду населенню.

Зростання цін на вітчизняні та імпортовані товари, насамперед на енергоносії; доларизація економіки, вивезення капіталу за межі держави, стан платіжного балансу та збільшення зовнішнього боргу, військовий конфлікт на Сході, — ось низка основних чинників, які визначають зараз інфляційні процеси в Україні.

За підрахунками Держкомстату інфляція в Україні в період економічної кризи 2008 — 2009 р. склала 22,5% — це найвищий показник за період з 2001 по 2009 р. Вищою річна інфляція востаннє була у 2000 р., коли споживчі ціни зросли на 25,8% [4].

Цей 2014 р. — неймовірно складний для економіки України. Експерти дають різні прогнози щодо рівня інфляції. Як повідомлялося Держкомстатом, інфляція в Україні в травні 2014 р. прискорилося до 3,8% порівняно з 3,3% у квітні, 2,2% у березні і 0,6% в лютому. З початку поточного року споживчі ціни в країні зросли на 10,5%, тоді як за весь минулий рік вони збільшилися на 0,5%. При цьому Держбюджет 2014 р. побудований на прогнозі інфляції 14% [1].

Кабінет міністрів України очікує в 2014 р. очікує інфляцію на рівні 19%, а падіння ВВП — 6 — 6,5%, [2].

На даний час, через складну ситуацію з національною валютою деякі економісти прогнозують дефолт. Але прем'єр-міністр України А. Яценюк стверджує, що Україна не оголосить дефолт, оскільки має всі ресурси для виконання своїх зовнішніх та внутрішніх зобов'язань [5].

Інфляцію посилює також той факт, що за останні місяці відбулося масове скуповування іноземної валюти, причиною цьому є численні спекуляції та необгрунтована паніка населення.

В липні 2014 р. Голова Нацбанку В. Гонтарева підтвердила, що інфляція в Україні в поточному році може прискоритися до 17-19% під впливом девальвації національної валюти та підвищення регульованих тарифів. Вона підкреслила, що НБУ переходить до нової для країни політики гнучкого обмінного курсу і інфляційного таргетування, тому що проведена раніше політика фіксованого курсу періодично призводила до різкої девальвації національної валюти.

17 вересня 2014 р. Нацбанк затвердив грошово-кредитну політику на 2015р. Стратегія грошово-кредитної політики в середньостроковій перспективі базуватиметься на застосуванні режиму інфляційного таргетування, реалізація якого ґрунтуватиметься на дотриманні таких основних принципів: безумовної пріоритетності цілі щодо цінової стабільності та підпорядкування їй усіх інших цілей і завдань грошово-кредитної політики; тактичної гнучкості та орієнтації на досягнення середньострокових цілей; використання режиму гнучкого обмінного курсу, який передбачає визначення вартості гривні до іноземних валют на основі співвідношення ринкового попиту та пропозиції; прозорості діяльності Національного банку України [6].

Внаслідок впливу такої політики на економічний розвиток країни, НБУ прогнозує зниження індексу споживчих цін за 2015 р. до рівня близько 9%. Зростання реального ВВП у 2015 р. передбачається на рівні 1%, приріст монетарної бази прогнозується на рівні 20%.

В плані президентських реформ «Стратегії розвитку України-2020» вказується, що в 2014 р. в Україні інфляція досягне 19%, але в перспективі в 2020 р. вона повинна знизитися до 1,7%. В цьому документі прогнозується, що через шість років ВВП на душу населення повинен вирости з 8,5 до 16 тис. дол.[3].

ЛІТЕРАТУРА:

1. Інфляція в Україні в 2014 році може скласти 17-19%, — НБУ. [Електронний ресурс] / — Режим доступу: http://espresso.tv/news/2014/07/03/inflyaciya_v_ukrayini_v_2014_roci_mozhe_sklasty_17_19_nbu

2. Кабінет міністрів України очікує в 2014 р. падіння ВВП 6-6,5%, інфляцію — 19%. [Електронний ресурс] / — Режим доступу: http://espresso.tv/news/2014/07/17/kabmin_ochikuye_padinnya_vvp_65_ta_inflyaciyu_v_19

3. Порошенко хоче зменшити інфляцію в 10 разів до 2020 року.[Електронний ресурс] / — Режим доступу: http://espresso.tv/news/2014/09/29/poroshenko_khoche_zmenshyty_inflyaciyu_v_10_raziv_do_2020_roku

4. Статистичний збірник «Індекс споживчих цін за 2010 рік» — Державний комітет статистики України. — 2011. [Електронний ресурс] / —Режим доступу: <http://ukrstat.gov.ua>

5. Україна не оголосить дефолт, — Яценюк. [Електронний ресурс] / — Режим доступу: http://espresso.tv/news/2014/09/24/ukrayina_ne_oholosyt_defol_yacenyuk

6. У Нацбанку розповіли, що чекає економіку України в 2015 році. [Електронний ресурс] / — Режим доступу: http://espresso.tv/news/2014/09/17/u_nacbanku_rozpovily_scho_chekaye_ekonomiku_ukrayiny_v_2015_roci

Науковий керівник: Салатюк Н.М.

ПРОСУВАННЯ НОВОГО ТОВАРУ НА РИНОК В УМОВАХ ЕКОНОМІЧНОЇ КРИЗИ

Марков А.

Національний університет харчових технологій

Криза — це не лише шок, невизначеність і нові загрози, криза — це ще й унікальні умови для радикальних і масштабних перетворень. Менеджери відмовляються від стереотипів і прагнуть не втратити можливості, які навряд чи зацікавили б їх в нормальній ситуації. Криза — це точка переходу від одного стану до іншого: до кращого або ж гіршого. Коли фінансове і ринкове середовище міняється мало не щодня, виникає можливість зробити серйозний стратегічний ривок.

Коли в країні криза, усі економічні показники погіршуються, відбувається скорочення попиту на товари і виникає надлишок їх пропозицій. Труднощі зі збутом призводять до скорочення виробництва і росту безробіття. Зниження платоспроможності населення ще більше ускладнює збут. Все це призводить до того, що товари, які знаходяться на ринку, не мають збуту, тобто втрачають попит, в результаті чого на ринок необхідно випускати нові товари.

Впровадження нового товару є головною формою адаптації підприємства до швидко змінюваних чинників ринкового середовища та підтримки її конкурентної позиції. Керівники підприємств повинні швидко зорієнтуватися і продумати стратегію своїй дій. Тобто, на ринку має з'явитися товар, який повністю буде задовольняти потреби покупців, враховуючи їхнє економічне становище. Але розробка нових товарів характеризується високим рівнем ризиків, що стають на заваді запланованого.

Будь-яка компанія не може мати успіх на ринку протягом тривалого часу, не розвиваючи та не вдосконалюючи свої товари. Це має декілька пояснень:

- товар має свій життєвий цикл;
- потреби споживачів постійно змінюються;
- вплив зовнішніх неконтрольованих організацією чинників. [3, с.586]

Тоді підприємства стоять на роздоріжжях різних дій, прогнозів, передбачень, невизначень та ризиків. Тому перш ніж звернутися до процесу введення нового товару на ринок, визначимо поняття «новий товар» — це новий продукт, що надійшов на ринок і відрізняється від існуючих товарів схожого призначення якою-небудь зміною споживчих властивостей. [1, с.142]

Не всі вдало розраховують свою стратегію дій у кризовий період, тому невдачу терплять при введенні на ринок до 40% товарів споживчого призначення, 20 % товарів виробничого призначення, 18% послуг. [2, с.97] Лише унікальні властивості та висока якість можуть стати головними чинниками успіху: виграє товар, який поєднає в собі унікальність, високу якість підвищену споживчу цінність.

Введення на ринок нового товару — це проходження певних етапів, а саме: 1) проведення маркетингово дослідження; 2) прийняття рішення про введення нового товару; 3) визначення цільового ринку; 4) розробка рішень щодо комплексу маркетингу; 5) визначення періоду введення товару; 6) запуск у виробництво нового товару; 7) введення нового товару на ринок; 8) контроль та зворотній зв'язок. [3, с.270]

Виробництво нового товару в умовах економічної кризи є дуже ризикованим процесом і потребує ретельного аналізу ринку. Роль маркетингових досліджень у

прийнятті управлінських рішень — досить актуальна в умовах посилення нестабільності чинників зовнішнього маркетингового середовища. Отримавши та проаналізувавши результати останнього аудиту ринку, керівники можуть приступити до розробки самого продукту [4].

Часто ми бачимо, як криза підштовхує керівників звертатися до колишніх методів управління, розроблювати щось цікаве та нове. Компанії, що зуміли провести такі реформи, швидше за все, вирвуться вперед в період післякризового відновлення. Щоб перетворити кризову ситуацію на джерело заробітку, недостатньо просто усвідомити, що правила змінилися, а й потрібно шукати нові підходи розвитку, вдосконалення. Лише найталановитіші антикризові керівники знаходять в несприятливих обставинах нові джерела прибутковості, зберігаючи спокій в хаосі, досліджуючи важливі зміни в економіці країни.

ЛІТЕРАТУРА:

1. Кардаш В.Я. Товарна інноваційна політика / В.Я. Кардаш, І.А. Павленко, О.К. Шафалюк. — К.: КНЕУ, 2002.—266с.
2. Котлер Ф. Основы маркетинга / Ф. Котлер, Г. Армстронг. — М.; Киев; С. Пб.: Издательский дом «Вильямс», 2012. — 980с.
3. Котлер Ф. /Маркетинговый менеджмент / Ф. Котлер, К.Л. Келлер, А.Ф.Павленко. — К. : Хімджест, 2008. — 720с.
4. <http://ena.lp.edu.ua:8080/bitstream/ntb/8609/1/29.pdf>.

Науковий керівник: Салатюк Н.М.

УКРАЇНА І СОТ: ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ ВЗАЄМОДІЇ

Мисник Н.В.

Національний університет харчових технологій

СОТ є новою міжнародною організаційною структурою, яка заснована на ГАТТ, результатах попередніх погоджень, а також домовленостях, досягнутих під час Уругвайського раунду, іншими словами — це об'єднання держав, спрямоване на створення і підтримку системи юридичних норм міжнародної торгівлі. Створення СОТ фактично стало найбільшою реформою світової торгівлі за період, що минув з кінця Другої світової війни. Сьогодні стає все більш зрозуміло, що неможливо ефективно діяти в системі міжнародної торгівлі не будучи при цьому членом СОТ.

Членство в Світовій організації торгівлі відкривало широкі можливості для економіки України, які полягають в наступному:

- зменшення тарифних і нетарифних обмежень для українських товарів практично на всіх світових ринках;
- збільшення не лише кількісно обсягів експорту, а й зміна його структури;
- кількісне і якісне поліпшення української торгівлі, застосування антидемпінгових та компенсаційних заходів з метою захисту внутрішнього ринку від субсидованого експорту та як ефективного інструмента боротьби із заниженням цін на імпортовані товари;
- введення тимчасових обмежень імпорту у випадку проблем з платіжним балансом;

– підвищення імпортного мита та застосування кількісних обмежень з метою уникнення серйозної шкоди вітчизняним виробникам, яка може бути спричинена надмірним імпортом;

– системної трансформації українського економічного законодавства відповідно до принципів, норм і стандартів системи СОТ, апробованих протягом десятиліть у багатьох країнах світу;

– забезпечення передбачуваного розвитку торговельно-економічних стосунків з основними торговельно-економічними партнерами, а саме: Європейським Союзом, країнами СЕФТА, країнами СНД і Балтії, країнами– членами ASEAN [1, с. 25].

На сьогоднішній день, надзвичайно важко оцінити позитивний чи негативний ефект від вступу в СОТ, так як для українських підприємств нові експортні можливості пов'язані з вступом в СОТ нівелювалися фінансовою кризою та складною політичною ситуацією. На шляху становлення сучасних чинників конкурентоспроможності українського експорту стоїть низка серйозних структурних проблем, які ускладнюють повноцінне за діяння національних конкурентних переваг [2, с. 60].

З позитивних наслідків для держави більш-менш реалізувалися лише такі, як забезпечення передбачуваних торговельно-економічних відносин України з країнами-членами СОТ та можливість об'єктивно висловлювати свою точку зору стосовно головних елементів і чинників торговельної та інвестиційної політики. Тому в сучасних умовах на порядку денному стоїть питання перетворення потенційних переваг від членства в СОТ у реальні, з одночасним усуненням негативних факторів, що виникли з різних причин, та виокремленням напрямків адаптації економіки до вимог організації [3, с. 108].

Серед головних проблем успішної адаптації країни до умов членства в СОТ потрібно назвати необхідність покращення інвестиційного клімату, потребу у вдосконаленні товарної структури експорту, необхідність підвищення внутрішніх стандартів продукції і, відповідно, забезпечення конкурентоспроможності вітчизняної продукції.

Приєднання України до СОТ — це відкриття колосальних потенційних можливостей, але, як засвідчив вітчизняний досвід, ще не гарантії успішної зовнішньої торгівлі чи збільшення іноземних інвестицій. Приєднавшись до СОТ, Україна отримала ті самі умови торгівлі, що усі учасники цієї організації. Однак, ефективність використання цих можливостей залежить тільки від бажання та спроможності українських виробників пристосовуватися до нових умов. СОТ, як відомо, забезпечує вільний доступ українських товарів на зовнішні ринки, однак не гарантує їхньої конкурентоспроможності. Відповідно, СОТ надає рівні права, однак не обмежує конкуренцію ані у світі, ані в нашій країні. Вітчизняним підприємцям доводиться швидко опановувати нові умови роботи, які багатьом західним виробникам добре відомі.

Саме тому для забезпечення успішної взаємодії України в СОТ не слід сліпо покладатися на обіцяні переваги вільної торгівлі, а натомість активно усувати структурні екстерналії та інституційні вади, шляхом використання прямих та непрямих методів державного регулювання економіки, які заважають повноцінному використанню переваг членства в СОТ [4, с. 25]. Важливим завданням є вирішення питання про те, яким чином міжнародна торговельна система може допомогти вийти на шлях стабільного розвитку. Україна може і має зайняти належне їй місце у міжнародній торговельній системі і світовій економіці в цілому.

ЛІТЕРАТУРА:

1. Барановська В.М. Роль економічної дипломатії у зовнішньоекономічній діяльності країни / В.М. Барановська // Економіка та держава. — 2012. — №2. — С. 25-26.
2. Грищенко І.М. Ретроспективний аналіз впливу вступу України до СОТ на ринок продукції легкої промисловості [Електронний ресурс] / І.М. Грищенко, Ю.В. Гончаров — Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/j-pdf/ape_2013_1_8.pdf
3. Данильченко Т.С. Україна і Світова організація торгівлі: досвід перших років співпраці [Електронний ресурс] / Т.С. Данильченко // Наукові записки Інституту законодавства Верховної Ради України. — 2013. — № 3. — С. 107-110.
4. Зеркалов Д. Международное торговое право: Справочник / Д. Зеркалов. — К.: Дакор : КНТ, 2006. — 627 с.

Науковий керівник: Біла І. С.

РОЗВИТОК МАЛОГО БІЗНЕСУ ЯК ОДИН ІЗ ФАКТОРІВ ЕКОНОМІЧНОГО ЗРОСТАННЯ УКРАЇНИ

Москаленко А.

Національний університет харчових технологій

Економічне зростання є метою будь-якої держави. Але особливе значення воно має для тих країн, що трансформують власну економіку, оскільки є необхідною передумовою для відродження та розбудови держави загалом. Досвід багатьох розвинутих країн свідчить про те, що одним з основних джерел їхнього економічного зростання є розвиток малого бізнесу, частка якого у ВВП та зайнятості населення досягає в середньому 50-60%. В Україні аналогічні показники функціонування малого бізнесу є незначними (біля 10 % ВВП та 20 % зайнятості), що супроводжується низькою результативністю та нерівномірним розвитком цього сектору економіки. Розвиток бізнесу дозволяє збільшити доходи бюджету, розширити приплив валюти в державу, збільшити зайнятість та рівень доходів населення [1]. Аналізуючи останні роки, спостерігаємо, що кількість суб'єктів підприємницької діяльності в Україні скоротилася майже на четверть, державу покинуло багато іноземних інвесторів та банків. Чимало вітчизняних підприємств перевели бізнес в сусідні країни.

Теперішній стан розвитку та проблеми малого підприємництва в Україні свідчить про те, що без активного та позитивного втручання держави, можливе виникнення таких явищ, як загострення економічних проблем та посилення соціальної напруги. Серед основних причин гальмування розвитку малого підприємництва в Україні та її регіонах науковці виділяють наступні:

- переважно декларативний характер державної підтримки підприємства, що супроводжується неоднозначністю та суперечливістю чинної нормативно-правової бази
- організаційно-правові труднощі започаткування бізнесу, особливо на стадії переходу від реєстрації до початку діяльності;
- обмеженість матеріальних фінансових ресурсів;
- недосконалість системи обліку та статистичної звітності малого підприємства, обмеженість інформаційного та консультативного забезпечення, недос-

коналість системи навчання та перепідготовки персоналу для підприємницької діяльності тощо.

Також важливим фактором, який впливає на тенденції розвитку малого підприємництва в Україні, є негативна динаміка основних макроекономічних показників. Зокрема, спад ВВП призвів до зменшення внутрішніх фінансових ресурсів держави, обігових коштів у суб'єктів підприємницької діяльності, зниження купівельної спроможності населення тощо.

Згідно з рейтингом Doing Business-2014, який оприлюднили Світовий Банк та Міжнародна фінансова корпорація (IFC), Україна посіла 112 місце серед 189 країн світу. Порівняно з минулим роком наша держава покращила свої показники в легкості ведення бізнесу на 25 позицій [2].

Позитивні очікування бізнесу пов'язані із змінами національного законодавства у відповідності до європейських інтеграційних прагнень України. Адже, Україна займає низькі позиції в Світовому рейтингу [3].

З метою подолання негативного впливу вказаних проблем, практичні дії мають бути зосереджені на таких основних напрямках, як:

- удосконалення чинної нормативно-правової бази як основи процесу розвитку малого підприємництва, зокрема в частині формування системи фінансової підтримки;
- розв'язання питань щодо організаційного забезпечення малого підприємництва;
- узгодження дій органів виконавчої влади та органів місцевого самоврядування, розробка єдиної системи реєстрації та легалізації суб'єктів підприємництва;
- удосконалення мережі та підвищення дієвості роботи громадських об'єднань, які сприяють розвитку малого підприємництва;
- запровадження практики використання державних кредитних ліній для підтримки малого підприємництва;
- створення спеціалізованої банківської установи або установи з кредитування малого підприємництва;
- перегляд механізмів цільового використання коштів фонду сприяння зайнятості населення на розвиток малого підприємництва;

Таким чином, не зважаючи на те, що формування державної політики розвитку малого підприємництва, створення цілісної системи його державно-громадської підтримки — досить складний і тривалий процес, але виконання заходів державної політики щодо забезпечення розвитку малого підприємництва допоможе розв'язанню соціально-політичних завдань; формуванню широкого прошарку дрібних власників (середнього класу), який є основою соціально-економічних реформ, гарантом політичної стабільності та демократичного розвитку суспільства, і, відповідно, послаблення тенденції до соціальної диференціації населення.

ЛІТЕРАТУРА:

1. Проданова Л.В. Економічне зростання й економічний розвиток: Забезпечення сталості економічної системи: моногр. / Л.В. Проданова; Донецьк: Схід. видав. дім, 2011 — 400с.
2. Совместная публикация Всемирного банка и Международной финансовой корпорации [Електронний ресурс]: Режим доступу: <http://russian.doingbusiness.org/data/exploreeconomies/ukraine/>
3. Анастасія Зануда. Doingbusiness 2014: підвищення — не завжди покращення // ВВС Україна. — 2014. — 29 жовтня 2013.

Науковий керівник: Мосіюк І.П.

ПРОБЛЕМИ І НАСЛІДКИ НАУКОВО-ТЕХНІЧНОГО ПРОГРЕСУ В УКРАЇНІ

Муравська І.

Національний університет харчових технологій

Науково-технічна революція поставила перед людством цілий ряд нових, досить складних проблем, з якими воно до цього або не стикалось взагалі, або вони не були на стільки важливими.

Дія людини на природу як правило зв'язана з бажанням досягнути, яких-небудь раніш поставлених цілей. В свою чергу найменша зміна в природі може привести до нових взаємозв'язків природи і суспільства, до непередбачених наслідків.

Можна виділити три типи найважливіших проблем НТП в Україні:

1. Демографічні проблеми. Важливою рисою сучасного суспільства нашої держави є ріст стимулюючого взаємовпливу, взаємопроникнення культури і НТП.

В свою чергу досягнення науки і техніки впливають на духовний розвиток особистості, ставлять нові проблеми перед людством. Однією з таких проблем є уніфікація, в результаті якої втрачається все розмаїття особистих, національних форм. Уніфікація маючи в основному позитивний результат має і деякі негативні наслідки, серед яких основне місце займає художня бідність сучасних будинків (яку ми можемо спостерігати навіть в столиці), речей домашнього користування.

В погоні за кількістю ми забули що кожна річ повинна нести в собі і частинку естетичної, духовної насолоди. Із розвитком НТП не варто забувати про національність. Сьогодні українська мова втрачає популярність, тому що в нашій країні вивчати іноземні мови вважається більш престижно, бо будь-яка іноземна мова знадобиться більше, ніж рідна [3, с.75].

2. Забруднення довкілля та виснаження ресурсів. НТР нерідко ускладнює взаємовідносини людини з навколишнім природним середовищем. Нерідко вони зв'язані з забрудненням повітряного басейну, морських акваторій і прісних водоймищ, порушення ґрунтового покриву і цінних ландшафтів, водяних і лісових ресурсів, зменшення кількості корисних видів тварин і рослин.

Одним з вагомих компонентів ресурсозбереження нашої країни є вторинний ресурсний потенціал. Навіть за кризових умов щорічно утворюється близько 600-700 млн. т відходів в структурі яких переважає відобувна, паливно-енергетична, металургійна, хімічна промисловість [4, с.21-24.].

У перспективі передбачається формування ефективного механізму вторинного ресурсоспоживання і залучення у цю сферу іноземних інвестицій.. Особлива увага приділятиметься розширенню напрямів використання макулатури, створюватимуться потужності по переробці картонної, скляної, металевої та пластикової тари і упаковки.

Важливим пріоритетом є підвищення ефективності енергозбереження у зв'язку з тим, що Україна належить до енергодефіцитних країн і за рахунок власних джерел задовольняє свої потреби в паливно-енергетичних ресурсах менш ніж на 50%.

Ситуація справді загрозлива ще й тому, що Україна стоїть на порозі екологічної кризи, катастрофічно швидко виснажується й забруднюється природа; потрібні значно більші, ніж то було раніше, зусилля, ідеї та матеріальні засоби, щоб відвернути катастрофу [2, с. 143-145].

3. Питання війни і миру. На порозі третього тисячоліття все більш реальною стає можливість появи якісно нових видів і систем зброї масового знищення, які будуть

стояти вище по своїй ефективності відносно ракетно — ядерних засобів. Потужність сучасної зброї така, що війна може привести до загибелі всього людства!

Україна має жахливий досвід пов'язаний із війнами. Перша й Друга світові війни забрали життя не одного десятка мільйону людей та загальмували розвиток країни. Тому не дивно, що на майбутнє Україна хоче застрахуватись від війн шляхом розвитку НТП, а саме розробляючи новітню військову зброю та техніку.

Проте говорити, що НТП винен у всіх бідах було б неправильно, тому що ви-на тут не в НТП, а в його мілітаризації. Мілітаризація країни ставить собі на службу досягнення науки і техніки. З прогресом військової техніки і переходом до масових армій змінились масштаби впливу мілітаризації на суспільство, економіку і політику [1, с.86-87].

Вирішення означених проблем дозволить Україні забезпечити якісне економічне зростання та розбудувати вітчизняну економіку на інноваційній основі.

ЛІТЕРАТУРА:

1. Бондар Н. Корпоративний аналіз соціально-економічного розвитку України та інших Європейських країн / Н. Бондар // Економіка України. — 2011. — №19. — С. 86-87.

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

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

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

Науковий керівник: Біла І. С.

ДЕЯКІ АСПЕКТИ ГРОШОВО-КРЕДИТНОЇ ПОЛІТИКИ В УКРАЇНІ

Ніс С.

Національний університет харчових технологій

Ефективність грошово-кредитної політики щодо забезпечення фінансової стійкості економіки певною мірою залежить від узгодженості її цілей із завданнями та механізмами реалізації фінансової і бюджетної політики, а помилки у стратегічних і тактичних цілях можуть спричинити зворотний результат.

Діяльність Національного банку України має вирішальний вплив на стабільність грошової системи, національної грошової одиниці та надійність банківських установ, що певною мірою визначає ефективність функціонування всієї національної економіки.

Відповідно до ст.25 Закону України «Про Національний банк України» основними економічними засобами та методами грошово-кредитної політики є регулювання обсягу грошової маси через: 1) визначення та регулювання норм обов'язкових резервів для комерційних банків; 2) процентну політику; 3) рефінансування комерційних банків; 4) управління золотовалютними резервами; 5) операції з цінними паперами (крім цінних паперів, що підтверджують корпоративні права), в т. ч. з казначейськими зобов'язаннями, на відкритому ринку;

6) регулювання імпорту та експорту капіталу; 7) емісію власних боргових зобов'язань і операції з ними [1].

Так, основними недоліками сучасної процентної політики є те, що механізм застосування інструментів і засад монетарних операцій не забезпечує ефективність його процентної політики, яка нині діє не на випередження, орієнтуючись на стабільність національної валюти, а з запізненням — як реакція на інфляційні тенденції.

У чинній нормативно-законодавчій базі прописані основні інструменти та операційні засади, які дозволяють в країнах з режимом таргетування інфляції ефективно здійснювати регулювання грошово-кредитного ринку через управління процентними ставками з метою досягнення цінової стабільності як основної цілі грошово-кредитної політики.

Проте, в Україні механізм застосування цих інструментів та операційних засад монетарної політики відрізняється від практичних і методологічних засад регулювання грошово-кредитного ринку в країнах з активною процентною політикою. Тому нині в Україні існує нагальна потреба в удосконаленні процентної політики.

Несприятлива зовнішньоекономічна кон'юнктура у 2013 р. на основні групи товарів українського експорту спричинила:

- економічну рецесію — зниження ВВП тривало п'ять кварталів поспіль;
- поглиблення дефіцитів — як бюджету, так і поточного рахунку платіжного балансу.

Ситуацію ускладнювало те, що у 2013 р. Україна мала здійснити рекордно великі платежі для погашення та обслуговування державного боргу, зокрема за своїми зобов'язаннями перед МВФ. Усе це значно підвищувало залежність України від зовнішніх джерел запозичень, доступ до яких був обмеженим унаслідок як об'єктивних причин (нестабільність на світових фінансових ринках), так і суб'єктивних (зниження міжнародних рейтингів України).

Так, Національний банк у 2013 р. проводив стимулюючу грошово-кредитну політику, у тому числі — шляхом відповідного регулювання обсягів грошової пропозиції. Приріст монетарної бази у 2013 р. становив 20,3 % [2, с. 8].

Таким чином, саме посилення стимулюючого характеру монетарної політики здатне забезпечити виправлення дисбалансів фінансової та економічної систем України, що призведе до збалансованого економічного зростання. Ефективна грошово-кредитна політика здатна забезпечити економічну безпеку держави.

ЛІТЕРАТУРА:

1. Закон України «Про Національний банк України» [Електронний ресурс]: офіц. текст: за станом на 4 липня 2013 р. / Офіційний сайт Верховної Ради України / Законодавство України. — Режим доступу: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/679-14>.

2. Щербакова О. Підсумки реалізації грошово-кредитної політики у 2013 році / О. Щербакова // Вісник Національного банку України. — 2014. — №3. — С. 6-9.

Науковий керівник: Соломка О.М.

ПРОБЛЕМИ ПОГЛИБЛЕННЯ ЕКОНОМІЧНОЇ КРИЗИ В УКРАЇНІ В 2014 — 2015 РОКАХ.

Новіков В.

Національний університет харчових технологій

Реальна криза в економіці України триває з 2008р. До особливо тяжких соціальних і фінансово-економічних наслідків вона призвела ще в кінці 2013р., відколи кілька різких падінь пережила гривня, практично щомісяця підвищуються акцизи, ціни, тарифи на ті чи інші групи товарів і послуг, одна за одною урізаються соціальні гарантії.

Команда екс-президента Віктора Януковича зуміла відтягнути фінансову катастрофу в часі завдяки російським кредитам, а вже нова українська влада — завдяки кредитам від країн Заходу, МВФ і Світового банку. Іншими словами, за ослаблення шоку від катастрофічного падіння економіки Україна заплатила катастрофічним збільшенням зовнішнього боргу. Всі не вирішені проблеми в економіці дадуть про себе знати вже восени. І цей виток кризи буде тяжчий за всі попередні, тому що економіка України фактично доведена до дефолту. Основна причина кризи, що насувається, — дефіцит держбюджету та борги України. Так, дефіцит держбюджету у 2014 р. складає близько 290 млрд. грн., який фактично в 3 рази збільшився в порівнянні з 2011 р. За підсумками 2013 р. державний і гарантований борг України сягнув 584 млрд грн (або 73 млрд дол. в еквіваленті), тобто 40,5% ВВП (при критично допустимих 60%). Для порівняння: ще на кінець 2011 р. він становив 473 млрд грн (59,2 млрд дол.) — 36,3% ВВП [2].

За останні місяці, після повалення режиму Януковича, ситуація в економіці не покращилася, а навпаки — погіршилася. Анексія Росією Криму позбавила Україну не тільки майже 4% її ВВП, а й усіх інвестицій, вкладених у розвиток кримської економіки і освоєння шельфу. Сума збитків української держави від анексії Криму складає 1,18 трильйона гривень. Але ж є ще й збитки приватних компаній [2].

Наступна причина — збройний конфлікт на Донбасі, який невідомо коли закінчиться. Через бойові дії на Сході в багатьох населених пунктах зруйнована інфраструктура, підприємства або скорочують виробництво, або ж узагалі тимчасово припиняють працювати. Україні доведеться витратитися на відбудову регіону, зміцнення армії, флоту, прикордонної служби, боротьбу з тероризмом, ведення інформаційної війни. Також поглиблюється падіння української економіки, яке в кінці 2014 р. досягне 6,5 % — 7% при інфляції, за оцінками голови НБУ, на рівні 19% [1].

За підсумками першого півріччя 2014р. промислове виробництво скоротилося на 4,6% (порівняно з аналогічним періодом минулого року), зокрема, продукція переробної промисловості — на 7,2%. Сільське господарство за той же час показало приріст на 4,7%. Активні бойові дії на Донбасі змушують припускати подальше зниження економічних показників [2].

Водночас економічна війна з Росією буде набирати обертів. Її розпал припаде на осінь, коли в умовах дефіциту газу почнеться опалювальний сезон та вибори в новий Парламент, на проведення яких потрібні гроші.

Посилиться криза і в металургійній галузі. Велика частина українських металургійних потужностей розташована в охоплених російською агресією Донецькій

і Луганській областях, але сталеварам поки вдається підтримувати виробництво, наскільки це можливо.

Машинобудівництво також понесло серйозні втрати через конфлікт з Росією і нема особливих ілюзій щодо відновлення позицій після підписання асоціації з ЄС.

Криза очікується і в банківській системі: до кінця року кількість проблемних банків може подвоїтися. Адже за останні півроку Нацбанк увів тимчасові адміністрації вже в 11 банках.

Будівельний ринок України переживає складні часи вже давно, фактично він так і не оговтався після кризи 2008-го. Але підрядники, які мріяли про великі замовлення, воліли ігнорувати тенденції і будували «на перспективу». Сьогодні ж, коли стало остаточно зрозуміло, що в осяжному майбутньому краще точно не стане, компанії «заморожують» будівництва. До кінця року припиняться роботи на тисячах об'єктів.

Найбільша проблема для економіки цієї осені буде через нестачу газу, який Україна раніше купувала в Росії. Уже нині уряд запланував скоротити на третину його споживання і активно шукає нових постачальників в Європі.

Загрозливими є прогнози міжнародних експертів про глобальну фінансову кризу, яка, на їх думку, розпочнеться вже навесні 2015 р.

Єдиним шляхом виходу з кризи є реалізація програми президентських реформ розвитку України до 2020 р.

ЛІТЕРАТУРА:

1. Кабінет міністрів України очікує в 2014 р. падіння ВВП 6-6,5%, інфляцію — 19%. [Електронний ресурс] / — Режим доступу: http://espresso.tv/news/2014/07/17/kabmin_ochikuye_padinnya_vvp_65_ta_inflyaciyu_v_19

2. Економічна криза в Україні ще більш посилиться восени [Електронний ресурс] / — Режим доступу: <http://regionews.ua/news/137019>

Науковий керівник: Довженко О.О.

ХАРЧОВА ПРОМИСЛОВІСТЬ: ОСОБЛИВОСТІ ТА РOLЬ В СУЧАСНИХ ЕКОНОМІЧНИХ УМОВАХ

Омельчук Ю.

Національний університет харчових технологій

Протягом останніх десятиліть внаслідок інтенсивного зростання біотехнологій, виробництва комп'ютерно-програмного забезпечення, залучення інформаційних систем, хімічної, фармацевтичної та ряду інших інноваційних технологій галузева структура промислового виробництва зазнала суттєвих змін, що сприяло позитивним змінам також і у традиційних галузях, до яких відноситься продовольчий комплекс та харчова промисловість.

Розвиток харчової промисловості до середини ХХ ст. характеризувався нерівномірними темпами та суттєвими національними особливостями, зумовленими традиціями споживання продуктів харчування, які демонстрували певні смаки та уподобання населення різних країн світу. В другій половині ХХ провідні глобальні продовольчі транснаціональні компанії (ТНК) світу («Кока-кола», «Нестле», «Юнілевер» та ін.), які мали конкретний вираз у завоюванні національних ринків, призвели до універсалізації споживання, стандартизації випуску готової

продукції та напівфабрикатів, а відтак і до утворення нового «харчового стилю». У рейтингу 100 найбільших виробників харчових продуктів і напоїв в світі (за даними Food Engineering) домінуючі позиції посіли виробники напоїв (25 компаній, у тому числі 9 пивоварних). На другому місці — виробники молочної продукції (17 компаній). За національною приналежністю найчисленнішими в рейтингу є компанії США (38), за ними Японія (19), Голландія (7), Великобританія (6), Франція (5), Канада (4). Німеччина, Данія та Мексика представлені у рейтингу трьома компаніями кожна; Італія, Ірландія і Австралія двома, Швейцарія, Бельгія, Нова Зеландія, ПАР, Бразилія і Канада однією [1, с. 14-17].

Глобальна та регіональна конкуренція на продовольчих ринках спонукала виробників до розширення асортименту, появи нових видів товарів, що сприяло заповненню тих сегментів ринку, які донедавна мали обмежені рамки. Природно, що Україна, не може залишитися осторонь суттєвих змін на глобальному та європейському ринках продовольства, а коливання кон'юнктури та поява нових європейських пріоритетів (доступність у споживанні, підтримка низького рівня цін тощо) у розвитку харчової промисловості й у подальшому відіграватимуть домінуючу роль у визначенні оптимальної структури виробництва та експорту вітчизняної продукції за кордон. Разом з тим, сучасний аналіз тенденцій обміну продовольством у глобальній економіці переконливо доводить, що перспективним напрямом підвищення галузевої, а відтак і державної конкурентоспроможності має стати інвестиційно-інноваційний розвиток, завдяки якому вдасться максимально удосконалити у першу чергу інноваційну частину власного виробництва, що в подальшому сприятиме забезпеченню сталого розвитку усієї національної економіки.

Глобалізація та розвиток конкуренції створюють не тільки економічні проблеми, а й можливості для товаровиробників: постійні інновації, прискорені темпи розвитку найбільш конкурентних галузей економіки. Серед найвагоміших оцінок перспектив розвитку харчової промисловості в умовах глобалізації можна виділити наступні: потенціал зростання галузі; характер дії переважаючих рушійних сил галузі на інші галузі та окремі стратегічні групи; можливість входу або виходу великих фірм та наслідки, які випливають з цього; стабільність попиту на продукцію галузі і фактори, що зумовлюють його коливання в коротко- і довгостроковій перспективі; тенденції зміни сил конкуренції; серйозність і складність проблем, з якими стикається галузь загалом; ступінь невизначеності майбутнього галузі і пов'язана з цим оцінка ризику інвестицій; перевищення прогнозного рівня середньої рентабельності галузі аналогічного показника в народному господарстві [2, с. 6].

Досить важливим для України є посилення конкурентоспроможності харчової промисловості через кількісно-якісне зростання продовольчого виробництва та нарощування експорту передусім високотехнологічних товарів кінцевого споживання на європейський ринок, що впливає із стратегічних інтересів держави та структурних компонентів національної продовольчої безпеки. В умовах переходу до інноваційно-інвестиційної моделі економічного зростання великого значення набуває прогнозування напрямків подальшої трансформації європейського продовольчого ринку та системний розвиток харчового комплексу України з урахуванням майбутніх кон'юнктурних тенденцій на світовому ринку та в ЄС зокрема.

Конкурентоспроможність галузі передбачає наявність раціональної галузевої структури, групи висококонкурентних підприємств — фірм-лідерів, налагодже-

ної та прогресивної дослідно-конструкторської і виробничо-технологічної бази, гнучкої галузевої інфраструктури, відпрацьованої системи науково-технічного, виробничого, матеріально-технічного та комерційного співробітництва як усередині галузі, так і з іншими в країні та за її межами.

Відповідно до концепції сталого розвитку вітчизняну харчову промисловість пропонується розглядати як соціоекономічну систему, що вимагає як створення відповідних умов для свого розвитку, так і дотримання їх рівноважного співвідношеннями, на основі системної реалізації резервів енергоощадливого, інноваційно-інвестиційного розвитку.

Отже, підвищення ефективності діяльності підприємств харчової промисловості виступає однією з передумов подолання кризових явищ у вітчизняній економіці і досягнення стійкого економічного зростання.

ЛІТЕРАТУРА:

1. Купчак П. М. Харчова промисловість України в умовах активізації інтеграційних та глобалізаційних процесів: Монографія. / За ред. доктора економічних наук, професора Л. В. Дейнеко. К.: Рада по вивч. прод. сил України НАН України, 2009. 152 с.

2. Іртищева І.О. Удосконалення механізмів управління інвестиційно-інноваційними процесами в харчовій промисловості / І.О. Іртищева, О.М. Потапенко // Інвестиції: практика та досвід. — 2011. — № 22. — С. 4–7.

Науковий керівник: Швед Т.В.

ОЦІНКА ЕФЕКТИВНОСТІ УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ

Пашко Х.

Національний університет харчових технологій

Управління персоналом — це важливий процес, бо злагоджена робота персоналу та інтерес працівників, на пряму пов'язані з успіхом компанії. Але на жаль, сьогодні немає єдиного підходу до виміру ефективності управління персоналом. Ускладнення проведення оцінки полягає в тому, що управління персоналом тісно пов'язане з виробничим процесом та економічним розвитком організації і, звичайно, від того, як керівник здатний організувати управління персоналом — саме від цього буде залежати подальший розвиток підприємства.

Оцінка ефективності управління персоналом заснована на інформації про працівника — це його кваліфікаційні, професійні, медичні і психологічні параметри, а також на тому чи зацікавлений працівник у продуктивності і новаторській активності. Наприклад, при прийомі нового працівника в «Лабораторію Касперського» — відкриття усіх паролів від соціальних мереж. 52% компаній, де працюють більше 5 тисяч робітників, роботодавці ведуть електронне спостереження за підлеглими [3, с.1]. Все це відбувається за власною згодою підлеглого, так як «відмова дорівнює не прийняттю на роботу». Дослідження, яке проводили «HeadHunter» і в якому брало участь 7000 респондентів, показало, що 30% відчувують спостереження, 60% відмітили, що це нормально, 20% сказали, що їм навіть приємно (бо відчувається значимість кожного співробітника) [3, с.1]. Для визначення економічної ефективності управлінської праці використовуються різні способи: показники підприємства, організація і функціонування праці керівно-

го персоналу, обсяг переданої інформації; якість та швидкість прийнятих рішень, як реакція на утворенні проблеми; виконання функцій управлінських ланок.

Окремо можна відзначити показники, що характеризують працю в сфері управління: зниження трудомісткості обробки управлінської інформації; скорочення керівного персоналу, терміни обробки інформації; скорочення втрат робочого часу керівного персоналу, внаслідок поліпшення організації праці; механізація й автоматизація трудомістких операцій у сфері управління. Це показники, які кількісно вимірюються. Такі показники в сфері управління, як: підвищення кваліфікації управлінського персоналу, якості роботи, поліпшення умов праці, обґрунтованість управлінських рішень, культура управління й інші — не вимірюються чи вимірюються неповно.

Економічну ефективність управлінського персоналу варто оцінювати і за приростом прибутку:

$$E_{\pi} = \frac{E_{\text{пр}}}{B_y} \quad (1)$$

де E_{π} — економічна ефективність управлінського персоналу; $E_{\text{пр}}$ — річна економія за рахунок приросту прибутку; B_y — сумарні річні витрати на управління.

$$E_{\text{пр}} = \frac{(A_2 - A_1)}{A_1} \Pi_1 + \frac{(C_1 - C_2)}{100} A_2 \quad (2)$$

де A_1 , A_2 — річний обсяг реалізованої продукції відповідно до і після раціоналізації робіт в управлінні; C_1 , C_2 — витрати на гривню реалізованої продукції відповідно до і після раціоналізації робіт в управлінні; Π_1 — прибуток від реалізованої продукції до впровадження раціоналізації робіт в управлінні [2, с. 131].

Економію можна визначити й у самій сфері управління. Тут на неї впливають такі фактори, як зниження трудовитрат управлінського персоналу, умовне вивільнення працівників, скорочення втрат робочого часу.

Сучасна ринкова економіка, обумовила необхідність у розробці нових підходів до управління персоналом. Ефективність управління персоналом виражається у тому наскільки персонал ефективно використовує свій потенціал для реалізації цілей і кінцевим критерієм оцінки є результат праці всього колективу, в якому органічно сполучені результати праці і керівника, і виконавців [5].

Багато українських підприємств взагалі не розробляють ділової стратегії, вважаючи, що стратегія — це поняття надто абстрактне, тому воно не може позитивно вплинути на ефективність роботи підприємства. Це пояснюється тим, що керівний корпус в підприємствах України можна охарактеризувати такими даними: 85% керівників мають вищу або середню технічну освіту, 13% — економічну, 2% — гуманітарну, тоді як у США, на керівній роботі усього 2% технічних спеціалістів, а решта — це економісти, юристи, психологи або професійно підготовлені управлінці [2, с. 19].

Отже, ефективність системи управління персоналом підприємства не може бути визначена якимсь одним показником. Для вирішення цієї задачі пропонується наступне:

— при прийомі на роботу зрозуміло та детально ознайомити працівника з завданням праці, з умовами в яких йому доведеться працювати, з системою штрафів за порушення та обов'язково з майбутнім колективом;

- проводити бесіди на початку і наприкінці робочого дня. Перше, для поставлення цілі, а друге — для проведення підсумків.
- змінювати розмір зарплатні відносно результату роботи;
- в кінці кварталу проводити тестування для перевірки знань та навичок роботи [4]. Ці основні пункти допоможуть полегшити управління персоналом та контролювати ефективність їх роботи.

ЛІТЕРАТУРА:

1. Основи менеджменту/ Осовська. Г. В., Осовський О. А. //Навчальний посібник /К.: «Кондор», 2006. — 664 с.
2. Організація праці менеджера: конспект лекцій / укладач Д. О. Власенко. — Суми: Сумський державний університет, 2013. — 209 с.
3. Ирина Бороган. 52% крупных компаний ведет электронную слежку за подчиненными. // Деловая газета «ДЕЛО» — [Електронний ресурс] — Режим доступу: — 02 февраля 2013 года // <http://delo.ua/world/52-krupnyh-kompanij-vedet-elektronnuju-slezhku-za-podchinennymi-196276/>
4. Елена Кропивянская. Управление персоналом в современных реалиях. // Деловая газета «ДЕЛО» — [Електронний ресурс] — Режим доступу: — 07 августа 2014 года // http://delo.ua/education/upravlenie-personalom-v-sovremennyh-realijah-243868/?supdated_new=1412000184
5. Александр Кучеренко. Почему работодателям важно инвестировать в образование? // Деловая газета «ДЕЛО» — [Електронний ресурс] — Режим доступу: 18 августа 2014 года // http://delo.ua/education/pochemu-rabotodateljam-vazhno-investirovat-v-obrazovanie-244591/?supdated_new=1412001383

Науковий керівник: Нікітіна Т.А.

ФАКТОРИНГОВІ ОПЕРАЦІЇ В СИСТЕМІ ФІНАНСОВО-ПРАВОВОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЗОВНІШНЬО- ТОРГОВЕЛЬНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

Рогова М.

Національний університет харчових технологій

На сьогоднішньому етапі одну з найважливіших ролей у стимулюванні відтворювальних процесів в економіці відіграє банківський кредит як головне джерело забезпечення грошовими ресурсами.

Для захисту інтересів експортерів в умовах загострення конкуренції на світових ринках створено нові форми фінансування міжнародних торговельних операцій. До їх числа можна віднести факторинг.

Факторинг — різновидність посередницьких операцій, що проводяться банком і спеціальними компаніями, яка представляє собою купівлю грошових вимог експортера до імпортера і їх інкасацію.[1, с. 67]

При кредитуванні зовнішньої торгівлі експортний факторинг як одна з альтернативних форм кредитування останнім часом набув вагомого значення. Він використовується переважно середніми торговельними підприємствами та виробниками, які серед своїх клієнтів мають постійних покупців. Експортний факторинг як інструмент кредитування непридатний для експортних операцій з тривалою відстрочкою платежу.

Метою факторингового обслуговування є своєчасне інкасування боргів для скорочення втрат, унаслідок затримки платежу, і запобігання появі сумнівних боргів, підвищення ліквідності і зниження фінансового ризику для клієнтів, які не хочуть брати на себе роботу по перевірці платоспроможності своїх контрагентів, по веденню бухгалтерського обліку відносно своїх вимог і зацікавлені, по можливості, в найшвидшому отриманні грошей.

Встановлено, що більшість проаналізованих визначень факторингу характеризують його як різновид банківської операції, трактують його економічний зміст, який у підсумку набуває юридичну форму — договір. Виходячи з викладеного, факторинг, з одного боку, розглядається як нетрадиційна банківська операція, а з другого — як цивільно-правовий договір.

Факторинг може бути таких видів: прихований; відкритий.

За відкритого факторингу, купуючи вимоги, фактор-фірма застосовує відкриття концесію, тобто повідомляє покупця (імпортера) про уступку вимог експортером. У випадку використання прихованого факторингу покупець не інформується про продаж зобов'язань фактор-фірми, не повідомляється також нікому із контрагентів експортера про кредитування його продаж факторною компанією.

Факторингові операції існують двох типів — з правом регресу і без. Якщо договір про факторингове обслуговування укладається з правом регресу, банк має право зворотної вимоги до клієнта (продавця) про відшкодування сплаченої суми. Якщо без права регресу, то банк такого права не має [3, с. 96].

У вартість факторингу входить:

- % за користування кредитом (вище ринкової ставки по кредитах відповідного терміну на 2-3 %-вих пунктів;
- плати за обслуговування (бухгалтерія, інкасування боргу і інші послуги): вилучається як % від суми рахунка-фактури, як правило, у межах 0,3-5% від суми переуступлених рахунків;
- при безоборотному факторингу — спеціальної надбавки за ризик у розмірі 0,2-0,5% від суми кредитування.

Механізм здійснення факторингових операцій передбачає такі дії:

- придбання факторинговою компанією (фактор-фірмою) платіжних вимог до покупців у своїх клієнтів на умовах негайної оплати клієнту 80 — 90% вартості від фактурованих поставок;
- оплату в строго визначений термін іншої частини вартості з відрахуванням комісійних та відсотків за кредит, незалежно від надходження виручки від покупців. Платіж, який надходить потім від покупця, повністю зараховується на рахунок фактор-компанії [3, с. 97].

Специфіка міжнародного факторингу полягає у тому, що при роботі з експортером факторингова компанія, як правило, укладає угоду з факторинговою компанією країни імпортера та передає їй частину своїх функцій. У свою чергу, вона виконує роботу, пов'язану з дорученнями іноземної факторингової компанії. Такий зустрічний факторинг має назву взаємного або двофакторного. Його переваги зумовлені тим, що для кожної з компаній, які обслуговують імпортерів, боргові вимоги є внутрішніми, а не зовнішніми. Це значно спрощує процедури визначення кредитоспроможності імпортера, страхування ризиків, інкасування бонових вимог та інше.

Отже, результатом використання факторингу є можливість розширення обсягу торговельних угод, використання додаткового джерела фінансування та еко-

номія управлінських видатків. Особливо вигідним для експортера є використання факторингу при торгівлі за відкритим рахунком.

Основна цінність факторингу полягає в його комплексності. Це не просто фінансування певних витрат, а саме сукупність рівноцінних для підприємства фінансово-посередницьких послуг.

З переваг, що отримує внаслідок використання факторингу клієнт банку, випливають і вигоди для його контрагентів (покупців) — вони дістають можливість співпрацювати з продавцем на умовах товарного кредиту, збільшуючи таким чином обсяги закупок без залучення додаткового капіталу.

Факторинг вже здобув широке використання в багатьох країнах світу і мають перспективи розвитку в економіці України. Однак для цього необхідно вдосконалити законодавчу базу, шляхом прийняття відповідних нормативних актів та створення необхідних інструментів регулювання даної діяльності.

ЛІТЕРАТУРА:

1. Арчакова, О. Деякі особливості національного регулювання валютного ризику / О. Арчакова // *Финансовые риски*. — 2007. — № 2. — 67-73с.
2. Руденко, Л.В. Міжнародні кредитно-розрахункові та валютні операції: підручник / Л.В. Руденко. — Вид. 2-ге, перероб. і доп. — К.: ЦУЛ, 2007. — 632с.
3. Беліков, О. Факторингові операції// *Юридичний журнал*. — 2010. — № 3 — С. 95-98

Науковий керівник: Омельченко К.Ю.

ОНОВЛЕННЯ ОСНОВНИХ ЗАСОБІВ ЯК ОДИН ІЗ НАПРЯМКІВ РЕСТРУКТУРИЗАЦІЇ ПІДПРИЄМСТВА

Сабов А.-М.

Національний університет харчових технологій

Одними з головних складових конкурентоспроможності будь-якого промислового підприємства є якість продукції і технологічний рівень виробництва. Більшість українських підприємств на даний час мають переважно старі, зношені більш ніж на 50-60%, основні засоби. Більш того, активна частина цих основних засобів, тобто робочі машини і устаткування, зношена на 70-80%. У таких умовах підвищення технологічного рівня виробництва і відповідно якості продукції стає неможливим без їх оновлення.

В процесі антикризового управління підприємством найбільш радикальним способом його перетворення є реструктуризація. Стратегія розвитку підприємства, у першу чергу, має забезпечувати зростання і розвиток підприємства. Зростання — це в основному збільшення розмірів підприємства і розширення обсягів виробництва. Розвиток означає якісну зміну та оновлення господарської системи, підвищення ефективності її функціонування на основі вдосконалення техніки, технології та організації праці у всіх структурних підрозділах і поліпшення якості продукції, що випускається. Реструктуризація підприємства, основним етапом якої є оновлення основних засобів, безпосередньо впливає і на зростання, і на розвиток підприємства [1,245].

Одним із визначальних моментів для стратегічного розвитку підприємства є інноваційний рівень основних засобів. Замінивши застарілі машини й устатку-

вання на основні засоби високого інноваційного рівня, підприємство зможе перейти на прогресивні види сировини і на нові перспективні технології, тобто набудати можливості підвищити якість і конкурентоспроможність своєї продукції і, відповідно, можливість стратегічного розвитку випереджаючими темпами. Тому при придбанні нових об'єктів основних виробничих засобів, призначених для заміни старих, підприємству дуже важливо оцінити інноваційний рівень пропонованої продукції. Змінюючи застаріле устаткування на таке, що має високий інноваційний рівень, тобто грамотно оновлюючи основні засоби, підприємства досягають такого самого інноваційного рівня своєї продукції [2,14].

Одним із найважливіших показників, що надає інформацію про основні засоби на етапі реструктуризації підприємства є показник виробничої структури основних засобів, що характеризує питому вагу кожної групи основних засобів у їх загальному обсязі. Виробнича структура основних засобів — це співвідношення різних груп основних засобів в їх загальній вартості. Часто цю структуру розглядають як співвідношення їх активної і пасивної частини. Прогресивною є така структура основних засобів, де доля активної частини зростає. Пропонуємо здійснити удосконалення даного показника — розраховувати його двома способами:

- на основі первинної вартості основних засобів;
- на основі балансової (залишкової) вартості основних засобів.

Це дозволить різносторонньо оцінити процес зміни структури основних засобів і об'єктивніше визначити зростання чи спад їх активної частини, що в подальшому вплине на зміну показників ефективності діяльності підприємства.

Отже, як засіб та інструмент у процесі антикризового управління підприємством може і має використовуватися найбільш радикальний спосіб перетворення підприємства — реструктуризація. Реструктуризація має бути постійною функцією підприємства, за допомогою якої воно забезпечуватиме постійну адаптацію до кон'юнктури і вимог ринку і залишатиметься конкурентоспроможним і прибутковим.

Ключовим моментом реструктуризації підприємства має бути оновлення його основних засобів. Враховуючи сучасний стан зносу основних засобів і рівень їх використання в харчовій промисловості, оновлення основних засобів на підприємствах галузі стає головним напрямом їх реструктуризації.

ЛІТЕРАТУРА:

1. Фурсов О.І. Оновлення основних засобів — основа реструктуризації підприємств // Економічні науки. Сер. «Економіка та менеджмент»: Зб. наук. праць Луцького держ. техн. ун-ту. — Вип. 3(10) — Ч. 1. — Луцьк, 2009. — С. 241-250.
2. Фурсов О.І. Джерела фінансування оновлення основних засобів підприємств // Схід. — 2011. — № 1(79). — С. 12-16.

Науковий керівник: Закревська Л.М.

СОЦІАЛЬНО-ОРІЄНТОВАНИЙ КАПІТАЛІЗМ У СВІТІ ТА ПРОБЛЕМИ ЙОГО РОЗБУДОВИ В УКРАЇНІ

Саухіна О.

Національний університет харчових технологій

Останньою тенденцією розвитку прогресивних постіндустріальних країн стало прагнення правлячих кіл посилити контроль за динамікою соціальної напруги.

Аби не допустити соціальний вибух, стали практикуватися нетрадиційні для капіталізму способи підтримки стабільності економічної системи. Так, із середини ХХ ст. отримав значний імпульс процес соціалізації капіталу [3, с. 255]. Необхідність соціалізації економіки визначається, по-перше, негативними соціально-економічними наслідками розвитку вільної ринкової економіки (банкрутства, безробіття, кризи, бідність), і по-друге, зростанням ролі людського фактора в сучасному виробництві й суспільстві та необхідністю створення умов для відтворення робочої сили. У підсумку, державні корпорації починають відстоювати інтереси суспільства, а не інтереси буржуазії.

На сучасному етапі існує багато національних моделей соціально-орієнтованого капіталізму в економіці. Так, континентальна модель (Німеччина, Франція, Австрія, Швейцарія, Бельгія) укорінена в корпоративістській культурі та заснована на християнських сімейних цінностях, а в сучасних умовах значно підвищилась роль держави у виробленні та реалізації соціальної політики [6, с. 167].

Британська модель поєднує в собі залишки Беверіджських принципів (універсальна та доступна державна система охорони здоров'я) та (пост)тетчеризму — мінімальної державної підтримки осіб, що потребують стабільного захисту.

Північноєвропейська модель (Швеція, Норвегія, Данія) залишається найбільш розвинутою серед інших за критеріями універсальності, охопленням населення, рівня життєвих стандартів, існуванням державних програм недопущення бідності, приватних схем соціального захисту [5, с. 140].

Середземноморська модель (Іспанія, Італія, Португалія, Греція) відрізняється від інших моделей соціально-орієнтованого капіталізму тим, що головну роль у питанні соціального добробуту відіграє сім'я. Державний контроль за діяльністю інституцій соціального захисту є слабким [6, с. 168].

Сучасна економіка США зазнає активного впливу держави через перерозподіл доходів, підтримку підприємництва, боротьбу з безробіттям та інфляцією. Усе це характеризує економіку США як змішану економіку, яка спирається на соціально-орієнтований капіталізм [5, с. 320]. Проте роль федерального уряду в регулюванні економіки США менша, ніж в інших розвинутих країнах. Так, у цій країні надання багатьох соціальних послуг не перебуває в компетенції держави.

Японська модель економіки характеризується досить розвинутим індикативним плануванням й урядовою координацією економічної діяльності приватного сектору. У Японії обсяги асигнувань на задоволення суспільних потреб набагато нижчі, ніж у країнах Європейського Союзу.

До змішаної економіки на основі соціально-орієнтованої моделі капіталізму здійснює перехід і Україна. Перша хвиля ринкових реформ тривала до середини 90-тих років і призвела до початкового нагромадження капіталу в руках новонародженого класу — капіталістів. Подальший розвиток українського капіталізму призвів до другої хвилі ринкових реформ — монополізація цілих галузей економіки в руках небагатьох олігархів [2, с. 27-28]. Монополізація призвела до невинуватеного зростання внутрішніх цін на газ, бензин, електроенергію, залізну руду. Капітал приватизував і вибори в Україні, бо законодавство про партії та вибори влаштоване таким чином, що, незалежно від виборчих програм, перемагають представники великого капіталу. Інші соціальні групи в українському парламенті практично не представлені.

У результаті зазначеного з'явилася соціальна прірва між невеликим числом «верхів», які реалізують свої соціальні інтереси в новій системі, та «низами» —

абсолютною більшістю українців, які свої соціальні інтереси реалізувати не можуть [2, с. 35]. Соціальний інтерес полягає в заміні державно-монополістичного ринку на класичний ринок із вільним розподілом ресурсів, вільним доступом до кредитів, чітко встановленими «правилами гри». Наймані ж робітники, селяни, пенсіонери та інтелігенція, службовці, дрібні підприємці, кваліфіковані робітники прагнуть до соціального ринку — із соціальними гарантіями, із власною участю в розподілі прибутків.

Як бачимо, сучасний український капіталізм виник як периферійний капіталізм [4, с. 15]. Західні корпорації розглядали Україну (і весь пострадянський простір) як новий ринок збуту. Ще однією особливістю українського капіталізму, як і будь-якого периферійного, є імпорту криз, які періодично «трясуть» світову капіталістичну систему [1, с. 78-80].

Отже, в Україні нині розбудова соціально-орієнтованої ринкової економіки, де головним завданням є утвердження демократичного, соціально-відповідального, солідарного суспільства знаходиться тільки на стадії зародження. Утілення в Україні моделі соціального капіталізму має відбуватися передусім шляхом структурно-інституціональних та монетарно-фінансових реформ, а також реформи місцевого самоврядування. Цей процес дасть змогу впродовж 10-15 років подолати нинішні економічні та соціальні негаразди в Україні та забезпечити стабільне економічне зростання.

ЛІТЕРАТУРА:

1. Гош О. Соціально-економічний лад реформованості України: основні необхідні інновації / О. Гош // Економіка України. — 2011. — №3. — С. 78-88.
2. Єрохін С.А. Оцінювання сучасного стану соціально-економічного розвитку України та напрями її трансформації / Єрохін С.А., Кириченко О.А. // Актуальні проблеми економіки. — 2011. — №5. — С. 27-41
3. Єщенко П.С. Економіка для всіх / П.Є. Єщенко. — К.: Вища школа. — 2009. — 478 с.
4. Єщенко П.С. Економічне зростання без розвитку: причини і шляхи інноваційного перетворення економіки / П.С. Єщенко // Економіка України. — 2013. — №10. — С. 4-20.
5. Розенберг Н., Бирдцелл Л.: пер. с англ. Как Запад стал богатым / Н. Розенберг, Л. Бирдцелл // Москва. — 1995. — С. 352.
6. Севрюков Д.Г. Класифікація моделей соціальної держави Г. Еспін-Андерсена, її критика та подальший розвиток // Д.Г. Севрюков. — Європейські перспективи. — 2012. — № 4 (ч. 2). — С. 164-168.

Науковий керівник: Біла І. С.

ШЛЯХИ ВИРІШЕННЯ ПРОБЛЕМ РОЗВИТКУ РИНКІВ В УКРАЇНІ

Синявська Ю.

Національний університет харчових технологій

Як відомо, позитивні результати в розбудові ринкової економіки можливо досягти, якщо широко застосовувати нову техніку і технології, встановлювати новий інформаційний спосіб виробництва. При цьому об'єктами регулювання можуть виступати товарні ринки, оскільки вони являються сукупністю відносин

товарного обміну, що пов'язує в єдиний механізм виробників і споживачів товарів [1, с. 16].

Конкурентоспроможність підприємств прямо пов'язується з їхньою здатністю пропонувати на ринку нові товари і послуги належної якості. Тобто, чим гнучкішою є національна система технічного регулювання та стандартизації, тим швидше продукт зможе вийти на ринок.

Нинішня модель управління товарними ринками в Україні відзначається значним переважанням в сторону накопичення початкового капіталу, який при цьому використовується неефективно, малою зацікавленістю держави до їх розвитку, незначним попитом до товарів національного виробництва та заселенням у роздрібній мережі товарів закордонного походження, навіть з тих груп товарів, які постійно були національними.

В Україні реформа національної системи технічного регулювання та стандартизації розпочалася у 2010-2011 рр. й полягала у спробі повного відтворення регуляторних норм ЄС, зокрема щодо обов'язкової сертифікації харчових продуктів, запровадження системи ринкового нагляду, відмови від доринкового контролю та запровадження контролю за товарами, розміщеними на ринку. Відбувся чіткий розподіл повноважень органів державної влади щодо нагляду за безпечністю харчових і нехарчових продуктів. Розпочався процес скасування обов'язкової сертифікації.

У такій ситуації бажано було б державі приділяти більшу увагу розвитку товарного ринку. При повній безконтрольності стихійний вплив законів формування ринку товарів породжує нестійкість розвитку всієї економіки країни, а виникнення різних видів диспропорцій у несприятливих умовах призводять до неминучої кризи [1, с. 149-150].

Починаючи з 1995 р. і до цього часу, ринки капіталу в Україні розвиваються дискретно і фрагментарно, недостатньо виконують основні свої функції. На ринках капіталу накопичилися проблеми, які потребують невідкладного розв'язання. Насамперед, це стосується розвитку інфраструктури ринків капіталу, зосередження укладення договорів купівлі-продажу цінних паперів на фондових біржах та інших організаторах торгівлі цінними паперами, розбудови Національної депозитарної системи, вдосконалення механізму захисту прав інвесторів.

Виправлення зазначених вад ринку капіталу в Україні потребує як поліпшення загальноекономічних умов (структурної перебудови економіки, вдосконалення законодавчо-нормативної бази, поліпшення процесу розкриття інформації на основі загальноосвітніх стандартів), так і активізації участі держави у створенні передумов для ефективного спрацювання ринкових механізмів, у підтримці або безпосередньому створенні інститутів ринку за принципами та стандартами, прийнятими в ЄС.

Процес розвитку ринку капіталу має відбуватися за такими основними напрямками: узгодження темпів розвитку фінансового і реального секторів економіки; проведення фундаментальної реформи чинної системи фінансового регулювання і контролю (насамперед, для попередження кризових ситуацій), вдосконалення механізмів підтримки НБУ фінансових інститутів у частині надання ліквідності й компенсаційного фінансування [2, с. 383-384].

Зміни в економіці України за останні роки потребують вирішення проблеми формування конкурентоспроможного ринку праці. У країні створився досить су-

перечливий «клубок» соціально-трудових відносин, у якому сполучені масштабна нерегламентована зайнятість, низька мотивація до праці і заробітна плата, погіршення якості робочої сили, приховане безробіття.

Подальше поліпшення ситуації на ринку праці в Україні можливо шляхом об'єднання та координації зусиль органів влади, громадськості та роботодавців у реалізації наступних кроків: сприяння забезпеченню ефективної зайнятості населення шляхом залучення інвестицій та створення нових робочих місць; сприяння підвищенню рівня мобільності робочої сили шляхом поширення оперативної інформації про становище на регіональних ринках праці, зокрема з використанням єдиного інформаційного простору щодо загальнодержавного банку вакансій та професійно-кваліфікаційного складу шукачів роботи; створення ефективного механізму підтримки працівників, які опинилися під загрозою звільнення, в тому числі залучення до оплачуваних громадських робіт та надання фінансової підтримки Фонду загальнообов'язкового державного соціального страхування України на випадок безробіття для фінансування витрат в умовах зростання безробіття та звуження можливостей працевлаштування тощо [3, с. 179-180].

Як бачимо, розвиток основних видів ринків в Україні потребує вирішення ряду нагальних проблем, активізації взаємодії держави та всіх суб'єктів господарювання. Виключно налагоджена робота ринків в Україні забезпечить створення вітчизняної економічної системи ринкового типу та стане підґрунтям для забезпечення економічного зростання.

ЛІТЕРАТУРА:

1. Беззубченко О.А. Особливості включення України до світового ринку товарів та послуг / О.А. Беззубченко // Вісник Маріупольського державного університету. — 2011. — № 2. — С. 145-154.
2. Ручкіна В.М. Інституційне середовище фінансового ринку України в умовах глобалізації / В.М. Ручкіна // Збірник наукових праць Національного університету державної податкової служби України. — 2012. — № 1. — С. 378-385.
3. Юрик Я.І. Аналіз основних тенденцій розвитку ринку праці України / Я.І. Юрик, І.І. Жук // Інноваційна економіка. — 2013. — № 6. — С. 173-180.

Науковий керівник: Біла І.С.

ПОДАТКОВА ПОЛІТИКА ЯК ІНСТРУМЕНТ ЕКОНОМІЧНОГО ЗРОСТАННЯ СІНГАПУРУ

Стащенко О.

Національний університет харчових технологій

Податкова політика держави відіграє роль найважливішого інструменту стимулювання економічного зростання. Прикладом такого зростання на основі гнучкої податкової політики є Сінгапур.

Порівняння податкової системи Сінгапуру та України дає можливість зробити такі висновки для використання досвіду Сінгапуру:

У Сінгапурі застосовується однорівнева система оподаткування прибутку компанії, ставка податку на прибуток становить 17%. В Україні ж сплачується 18% податку на прибуток, а потім ще 5% податок на дивіденди.

У Сінгапурі не має податку на приріст капіталу, а прибуток, отриманий від продажу нерухомості, не оподатковується. В Україні при продажу нерухомості сплачується 5% податок від коштів, отриманих при продажу.

У Сінгапурі не оподатковується прибуток від продажу цінних паперів і фінансових інструментів — ці вкладення вважаються особистими інвестиціями. Прибуток українських громадян від операцій з цінними паперами та відсотків по заощадженнях оподатковується за загальною ставкою податку з доходів — 15%.

Територіальний принцип, використовуваний Сінгапуром у сфері оподаткування, поширюється не тільки на прибуток компаній, але і на доходи фізичних осіб. Дохід сінгапурської нерезидентської компанії, отриманий з іноземних джерел і не переведений у Сінгапур, взагалі не підлягає оподаткуванню. В українському законодавстві є норма про визначення місця поставки послуг, проте поставка товарів або послуг за межами країни все одно оподатковується в Україні.

Аналог нашого ПДВ в Сінгапурі — це податок на товари і послуги. На даний момент поточна ставка цього податку дорівнює 7%. В Україні ставка ПДВ — 20%, поріг для обов'язкової реєстрації платником ПДВ складає 300000грн.

У Сінгапурі передбачені пільги в оподаткуванні для новостворених компаній протягом перших трьох років ведення діяльності. Спрощена система оподаткування в Україні передбачає кілька пільгових категорій суб'єктів, середня величина єдиного податку — 5% при обсязі виручки в межах 3-5 млн. грн. [2, с. 43-60].

Для інвесторів в економіку Сінгапуру існує спеціальна програма The Global Investor Program. Кошти повинні бути вкладені не менш ніж на 5 років, а бізнес-план інвестора повинен бути схвалений відповідною урядовою інстанцією. В Україні існує закон «Про режим іноземного інвестування», який гарантує іноземним інвесторам, що їх інвестиції не будуть націоналізовані [1].

Для фізичних осіб податковий режим Сінгапуру досить м'який. Відсутній податок на дарування, а податок на спадщину був відмінений у 2008р. Ставки індивідуального прибуткового податку в Сінгапурі також відносно низькі: фізичні особи сплачують податок за прогресивною ставкою від 3,5 до 20 % від доходу, отриманого на території Сінгапуру. Перший дохід до 20 тисяч сінгапурських доларів податком не обкладаються.

Іноземний дохід фізичних осіб, переведений у Сінгапур, не оподатковується місцевими податками, на відміну від прибутку місцевих корпорацій і партнерств. Доходи українців обкладаються податком на доходи фізичних осіб за ставкою 15% — 17%. До окремих доходів застосовується знижена ставка — 5% (дохід від реалізації рухомого майна, дивіденди) [3].

Зараз Сінгапур вважається одним з економічних чудес Південно-Східної Азії. За короткий термін його столиця перетворилася на азійський Нью-Йорк. Економічні показники держави виглядають оптимістично, незважаючи на кризи 1998 і 2008 рр. При цьому Сінгапур не має в своєму розпорядженні природних ресурсів. Податкова система Сінгапуру вважається однією з найдосконаліших у світі, завдяки їй формується значна частина державного бюджету та забезпечується швидкий розвиток національної економіки.

ЛІТЕРАТУРА:

1. Закон України «Про режим іноземного інвестування» № 93/96-ВР від 19 березня 1996 року.
2. Унковська Т.Є. Методологія макроекономічного моделювання: сучасні виклики та перспективи розвитку // Економічна теорія. — 2013. — № 1. — С. 43-60.

3. Piketty T., Saez E. The Evolution of Top Incomes: A Historical and International Perspective. — p. 200-205.

Науковий керівник: Салатюк Н.М.

ПЕРСПЕКТИВНІ НАПРЯМКИ РОЗВИТКУ ЦІНОВОЇ ПОЛІТИКИ В УКРАЇНІ

Тацієнко Н.

Національний університет харчових технологій

Будучи стрижнем ринкових відносин, ціна стає однією з найбільш універсальних категорій, якими оперує ринкова економіка, тому в ній сконцентровано всі недоліки, помилки та досягнення господарської діяльності. Зі зростанням значення ціни як економічної, політичної та соціальної категорії збільшується відповідальність за «розумне ціноутворення» в країні, отже, реалізація обґрунтованої цінової політики є необхідною для підтримки та розвитку в Україні ринкових відносин.

Основними передумовами ефективної цінової політики в умовах ринкової економіки є зорієнтованість на споживачів, урахування їх платоспроможності та цінової чутливості, диференційоване визначення рівнів торговельної надбавки, комплексне і постійне дослідження факторів, що впливають на цінову політику, моніторинг цін конкурентів, забезпечення гнучкості та адаптивності роздрібних цін, розробка політики управління ними тощо.

Сьогодні ж, як зазначають вчені економісти, причиною диспропорцій в ціновій сфері України є прийнята ліберальна модель ринкового господарства. Оскільки на даний момент рівність цін і прибутковість галузей досить сильно відрізняються і практично виключають зацікавленість бізнесу у їх розвитку [3, с. 204-205]. Сучасна деградація виробництва для внутрішнього ринку вказує на глибину кризи та тривалість виходу з неї.

На прикладі кризи можна було спостерігати недосконалу практику копіювання цін на товари і послуги інших ринків, але з відмінними від українського співвідношеннями попиту і пропозиції. Оскільки вітчизняні покупці не могли оплачувати товари експортерів за світовими цінами. І в результаті, експортери, а потім імпортери змушені були скорочувати обсяги виробництва.

Для захисту вітчизняного споживача необхідно побудувати таку цінову базу, яка б не враховувала орієнтацію внутрішнього ринку на світові ціни. Для вирішення соціально-економічних проблем країни необхідно розробити цілісну концепцію державної цінової політики та закріпити її на законодавчому рівні — наприклад у вигляді окремого розділу Закону України «Про ціни і ціноутворення» [2, с. 113]. Також доцільним було б до основних напрямів державної цінової політики України додати забезпечення входження до міжнародного ринку товарів, робіт і послуг, що сьогодні досить важливим в контексті розвитку національної економічної системи та входження у світове співтовариство.

Підвищенню ефективності цінових рішень сприятиме не лише кількісна оцінка, а і якісний аналіз попиту. Важливого значення в умовах загострення конкурентної боротьби між торговельними підприємствами набуває аналіз цінової політики конкурентів та урахування їх цін [1, с. 117].

В Україні створена спеціальна система органів ціноутворення, до складу якої входять загальнодержавні, регіональні та відомчі установи. Рішення, що при-

ймаються ними, часто суперечать один одному, тому необхідно створити єдиний координаційний центр. Для вирішення соціально-економічних проблем країни необхідно розробити концепцію державної цінової політики, яка б базувалася на таких принципах: відновлення відтворювальної функції цін; орієнтація цін на реалізацію конституційно закріпленого статусу України як соціальної держави; надання цінам стимулюючої функції з метою прискорення технічного розвитку і зростання ефективності виробництва; здійснення антиінфляційної політики, яка не перешкоджає економічному зростанню країни тощо.

Таким чином, головною метою цінової політики держави повинно бути відновлення та розвиток вітчизняного виробництва. Повернення відтворювальної функції цінам надасть можливість товаровиробникам формувати фонди для майбутнього розвитку. Це амортизаційні відрахування в повному обсязі, витрати на підготовку кадрів тощо. Сьогодні такі витрати у складі ціни практично відсутні. Відмова від посередників на ринку надасть можливість товаровиробникам-продавцям встановлювати ціни споживачам, враховуючи попит і пропозицію, що і буде стимулювати розвиток конкуренції.

ЛІТЕРАТУРА:

1. Волошенко А. В. Визначення та принципи цінової політики України / А. В. Волошенко // Актуальні Проблеми Економіки. — 2009. — № 12(102). — С. 45-50.
2. Закон України «Про ціни й ціноутворення» від 3 грудня 1990 р. № 507 — XI // Відомості Верховної Ради (ВВР). — 1990. — №52. — 650 с.
3. Основні показники соціально-економічного розвитку України: за стат. зб. / Держ. служба статистики України. — К.: [б. в.], 2014. — 420 с.

Науковий керівник: Біла І. С.

СТРАТЕГІЧНЕ УПРАВЛІННЯ ІНВЕСТИЦІЙНИМИ ПРОЦЕСАМИ В АГРОПРОДОВОЛЬЧОМУ КОМПЛЕКСІ УКРАЇНИ

Титаренко С.

Національний університет харчових технологій

В Україні з огляду на її природно-кліматичні, історичні та соціально-економічні особливості, агропродовольчий комплекс відіграє важливу у життєдіяльності сільського соціуму. Нині в аграрній галузі країни зосереджена майже третина основних виробничих фондів, працює 15% сільського населення, виробляється близько 20% валового внутрішнього продукту й третина національного доходу, формується 70% роздрібного товарообігу. В найближчому майбутньому агропродовольчий комплекс України, як показують загальні тенденції до концентрації ресурсів (передусім земельних) у обмеженого кола бізнесових структур і приватних осіб, буде пов'язаний із посиленням впливу інтеграційних процесів на темпи економічного зростання та перспективи соціального розвитку країни.

Сучасні інтеграційні процеси в агропродовольчому комплексі — це комплексна взаємодія різноманітних галузей сільського господарства, харчової та переробної промисловості, суб'єктів аграрного ринку й інших структурних елементів виробничої інфраструктури, органів влади, територіальних громад із метою оп-

тимального збалансування територіально-економічних та соціальних інтересів її учасників, що дає їм змогу використовувати переваги від ефектів синергичності та емерджентності. Їхнім результатом є формування «інтеграційної системи».

Загальновідомо, що головним мотивом розвитку інтеграційних систем для суб'єктів господарювання, що беруть участь у них, є одержання ефекту від спільної діяльності. В цілому інтеграційні виробничі системи як у агропродовольчій сфері, так і в інших галузях національного господарства сприяють раціональному використанню ресурсного потенціалу, ефективнішій роботі суміжних підприємств та галузей, просуванню кінцевої продукції від виробника до споживача.

Інтеграційні процеси знаходять свій зовнішній прояв через організаційно-економічні й організаційно-правові форми, які дещо різняться. Так, до першої групи належать концерни, конгломерати, альянси, кластери, консорціуми, корпорації, комбінати, агрофірми, асоціації, союзи, об'єднання. Основною їх відмінністю є характер взаємовідносин між учасниками та ступінь їхньої самостійності (від повної її втрати до збереження автономії). Друга група — організаційно-правові форми можуть варіюватися залежно від законодавчої практики тієї чи іншої держави, але найбільш поширеними в світі є кооперативи, холдинги, фінансово-промислові групи, транснаціональні компанії, спільні підприємства.

Переслідуючи лише економічні інтереси, інтеграційні системи не виконують соціальні та екологічні функції. Підтвердженням цього є невисокі розміри орендної плати за користування земельними паями. Великі формування агрохолдинги — фактично формують середній рівень орендної плати за земельні частки (паї), орієнтуючись лише на її мінімальний рівень, який встановлено законодавчо. При цьому не враховані екологічні аспекти використання земельних ресурсів та їх поступову деградацію.

Сучасні виробничо-економічні зв'язки в інтеграційних системах визначаються складністю реалізації земельних, майнових, обмінно-розподільчих та інших відносин, що викликані необхідністю розробки механізму, який сприяв би підвищенню заінтересованості учасників у кінцевих результатах. Найскладнішим у процесі формуванні інтегрованих виробничих систем в агропродовольчій сфері є створення системи адекватних земельних і майнових відносин. Земельна ділянка є об'єктом правового, економічного та екологічного регулювання та юридично закріплена за суб'єктом господарювання. Через це з'являється необхідність у мотивуванні раціонального та екологічно безпечного землекористування й охороні земельних ресурсів як основного засобу виробництва.

Для ефективного функціонування інтеграційних систем, гармонізації та збалансованості розвитку необхідним є максимальне зближення двох напрямів їхньої діяльності: інвестиційно-іноваційного й соціального розвитку. В основу даного підходу доцільно покласти соціальну відповідальність бізнесу як об'єктивну закономірність трансформації сучасного суспільства. Доведено, що соціальна орієнтація інтеграційної системи забезпечить переваги, у збільшення прибутку, для всіх її учасників.

Науковий керівник: Омельченко К.Ю.

ПРОБЛЕМИ ВЛАСНОСТІ ТА ФОРМУВАННЯ ЦІНИ ЗЕМЛІ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКОГО ПРИЗНАЧЕННЯ

Філатова В.

Національний університет харчових технологій

У сучасному суспільстві погляди на питання приватної власності на землю є полярними: від повного заперечення до безапеляційного ствердження. Економісти Франко Модильяні, Джеймс Тобін, Роберт Солоу рекомендували зберегти в пострадянських країнах суспільну власність на землю та формувати державні доходи за рахунок вилучення ренти та землекористування. Людина має природне, природжене право на землю, а всі громадяни мають рівні права на ту частину вартості землі, яка пов'язана з її природними властивостями. Ідея суспільства, у якому відсутня приватна власність, і не тільки на землю, присутня у філософії Томмазо Кампанелли, де передбачається, що світ у своїй еволюції прийде до створення ідеального суспільства із спільною власністю. Більшість країн світу вирішили питання власності на землю на користь приватної та здійснюють купівлю-продаж сільськогосподарських земель. Державна власність на землю існує лише у небагатьох країнах, серед яких Ізраїль, де 91% земельного фонду належить державі.

Прихильники приватної власності на землю відстоюють її доцільність тому, що нині вона є однією з рушійних сил економічних процесів завдяки підприємницькій активності людини. На наш погляд, переконливим прикладом цього твердження в Україні є функціонування садових ділянок, як правило, розміром 5-7 сотих гектара. Нині на сотнях тисяч приватизованих ділянок, які, як правило, виділяли на «найгірших» землях, люди своєю працею створили оазис за рахунок приватної власності. За умов створення на цих самих землях колективних садів, які об'єднували б, наприклад, 10-50 садових ділянок, такого ефекту в даних умовах не було б досягнуто.

За низької ціни землі сумнівне включення даного ресурсу в ринкові відносини з метою одержати значні обігові кошти через заставу землі. Це зумовлено певними причинами. По-перше, банк може дати під заставу суму коштів у межах 50-60% вартості застави. По-друге, в сільськогосподарських підприємствах орендована земля становить 97%, а її здавати в заставу проблематично.

Деякі експерти дають прогнози щодо низького рівня ринкових цін на українську землю. Проте, це є меншою небезпекою, ніж ейфорійне завищення ціни на рівні 20 тис. грн і більше за 1 га [1].

Ще одним чинником, що зумовлює низьку ціну української землі, є слабе конкурентне середовище на ринку землі з боку покупців. Загальновідомо, що сільське населення не має вільних грошових коштів, оскільки заробітна плата в галузі найнижча серед галузей матеріального виробництва і значно відстає від середньої заробітної плати по Україні. Отже, основна маса селян працездатного віку не в змозі нині купити землю і розширити своє виробництво.

За такого низького рівня цін на ринку землі може з'явитися значна частина покупців, які скуплять її не для подальшого використання у сільськогосподарсь-

кому виробництві, а для вигідного збереження своїх, навіть відносно невеликих, заощаджень з твердою переконаністю, що ця земля в майбутньому обов'язково буде в ціні. На такий метод збереження заощаджень спонукає власне держава через високий рівень інфляційних процесів і нестабільність валютного курсу.

ЛІТЕРАТУРА:

1. Ринок землі в Україні: можливості і проблеми. [Електронний ресурс]. Режим доступу: <http://ena.lp.edu.ua:8080/bitstream/ntb/5816/1/10.pdf>

Науковий керівник: Омельченко К.Ю.

ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ДЕРЖАВНОГО РИНКУ ЦІННИХ ПАПЕРІВ В УКРАЇНІ

Хоменко І.

Національний університет харчових технологій

Ринок цінних паперів являє багатогранну своєрідну економічну систему, вагому складову національної економіки країни. Він одночасно є сегментом грошового ринку і ринку капіталу, представляє собою один з найбільш ефективних механізмів регулювання потоку фінансових ресурсів.

На сьогодні існує необхідність у розвитку ринку державних цінних паперів, що пов'язано із виконанням певних завдань, а саме: структурувати фінансовий ринок України, створити умови для зниження вартості державних запозичень, але при цьому з мінімізацією ризиків.

Розвиток ринку цінних паперів в першу чергу є головним кроком до ефективного управління державним боргом України із врахуванням світового досвіду. Під час проведення аукціону з розміщення облігацій внутрішньої державної позики держава надає інформацію учасникам аукціону про мінімальний обсяг грошей, який вона повинна залучити [2, с.12].

Однією із перспектив розвитку українського ринку державних цінних паперів є FINREP або «Розвиток фінансового сектору». Даний проект був запроваджений у жовтні 2009 р. Агентством США з міжнародного розвитку (USAID) і він діє досі.

USAID надає допомогу Україні в напрямку підвищення ефективності розвитку ринку державних цінних паперів також покращує відносини з інвесторами та створює належну інфраструктуру. На основі проекту FINREP кожного тижня обробляються дані та готують підсумками з результатами аукціонів із розміщення державних облігацій — FINREP FOCUS [5, с.80].

Операції репо частіш за все використовуються центральними банками світу для проведення монетарних операцій, а також урядами при управлінні державним боргом. Використання операцій репо із державними цінними паперами відбувається оскільки їм притаманні певні властивості, як:

- ліквідність, тобто державні цінні папери з легкістю можна придбати або продати на внутрішньому ринку;

- безпека, з її допомогою операції репо можуть вільно розміщувати на платних засадах. Дана властивість також зменшує витрати на обслуговування державного боргу за рахунок зменшення часу з моменту надходження коштів до моменту їх використання [1].

Операції репо, широко використовуються в Україні і являють собою операції, що здійснюються між Національним банком України та банками з державними

облігаціями України та банківськими металами. Вони можуть здійснюватися лише з тими державними облігаціями, строк погашення яких не припадає на строк проведення операції. Завдяки використанню репо в Україні підвищується ліквідність на фінансовому ринку та покращується управління нею. Органи місцевої влади за рахунок вилучених коштів від розміщення цінних паперів можуть цією сумою покрити або борг країни, або можуть інвестувати кошти задля зниження вартості обслуговування боргу. Національний Банк України отримує репо як інструмент для кращого управління резервами, а інвестори отримують більш широкий спектр інструментів грошового ринку.

Але існують і певні перешкоди на шляху розвитку ринку репо в Україні, оскільки відсутній стандартизований тип договору репо, відсутній саморегулюючий механізм забезпечення належного виконання угод з репо та є відсутність уніфікованих процедур для здійснення репо на біржах [1].

16 листопада 2011 р. Міністерство Фінансів України запропонувало середньострокову стратегію управління державним боргом на 2012-2014 р. Під час аналізу державного боргу було виявлено, що в розрізі боргового зобов'язання певну частину коштів складають ОВДП. Сума ОВДП у 2012 р. складає близько 38%, у 2013 — 35,5%, а у 2014 — 48%, тож перспектива розвитку державних цінних паперів є [4].

За необхідне є формування загальної стратегії державного стимулювання та підтримки інвесторів, яка зосереджувалась би на створенні урядових цінних паперів із ознаками, які б задовольняли вимоги і фізичних, і юридичних осіб щодо надійного вкладу коштів та отримання належного прибутку у подальшому [3, с.90-91].

Отже, ринок цінних паперів безперервно змінюється і розвивається. Національні та світові ринки цінних паперів успішно розширюють свої межі й коло учасників, збільшують обсяги, оновлюють форми, впроваджують сучасні фінансові інструменти, удосконалюють технології торгівлі.

Подальші перспективи розвитку українського фондового ринку багато в чому будуть залежати від ситуації на світових ринках цінних паперів. Однак для посилення привабливості локального ринку цінних паперів для вітчизняних та іноземних інвесторів необхідно здійснити ряд кроків: сприяти надходженню інвестицій у реальний сектор економіки, сформувати ефективну систему захисту прав і законних інтересів інвесторів, активізувати процеси концентрації та централізації торгівлі корпоративними цінними паперами українських емітентів на організованому ринку на умовах конкуренції, погоджувати політику держави на ринку цінних паперів із грошово-кредитною, валютною і бюджетно-податковою політикою.

ЛІТЕРАТУРА:

1. Аналітичний огляд ринку облігацій за I квартал 2011 року [Електронний ресурс]: Національне рейтингове агентство «Рюрик». — Режим доступу: <http://rurik.com.ua/our-research/branch-reviews/1188>.

2. Андрущенко І.Г. Проблеми організації та перспективи розвитку державного контролю вітчизняного фондового ринку / І.Г. Андрущенко // Актуальні проблеми економіки. — 2007. — №1. — С.11-13.

3. Блага Н.В. Державне регулювання фондового ринку / Н.В. Блага // Фінанси України. — 2011. — №7 (80). — С.89-93.

4. Програма економічних реформ України на 2010-2014 роки «Заможне суспільство, конкурентоспроможна економіка, ефективна влада» [Електронний ресурс]: Комітет з економічних реформ при Президенті України. — Режим доступу: http://www.president.gov.ua/Programa_reform_FINAL_2.pdf

5. Стеценко Б.С. До питання місця та ролі державних цінних паперів на фондовому ринку України / Б.С. Стеценко // Корпоративні фінанси. — 2011. — №2. — С. 75-80.

Науковий керівник: Біла І. С.

РЕФОРМИ І НАПРЯМИ ВИХОДУ УКРАЇНИ З ЕКОНОМІЧНОЇ КРИЗИ

Цигляр А.

Національний університет харчових технологій

Розглядаючи сьогоdnішній скрутний стан економічного розвитку України, треба нагадати, що свого часу наша держава була однією з найбільш індустріально і науково розвинутих республік колишнього СРСР. Її промисловий, аграрний і науково-технічний потенціал був найпотужнішим у сфері добувної промисловості та металургії, в агропромисловому та військово-промисловому комплексах.

Зараз економіка України перебуває в стані дуже глибокої, затяжної кризи. За останні роки різко зменшилися інвестиції, зокрема інноваційного характеру, призвели до того, що більшість основних фондів у промисловості України вже фізично й морально зношені. Оновлення виробничої бази та номенклатури продукції здійснюється вкрай незадовільними темпами. Україна крок за кроком втрачає той науковий та технологічний потенціал, який дозволяв би їй підтримувати конкурентоспроможність економіки.

Спад промислового виробництва у 2013-2014 рр. закладає передумови адаптаційної перебудови економіки для функціонування в умовах значного послаблення впливу експортного чинника. Змістом такої перебудови мусить стати зменшення питомої ваги традиційних експортних секторів промисловості, переорієнтація ресурсів на забезпечення потреб внутрішнього ринку та освоєння нових зовнішніх ринків продукції з вищим рівнем доданої вартості, в тому числі — в сегменті послуг.

Основою розвитку економіки в 2015 р. повинне стати відновлення позитивних показників економічного зростання, в першу чергу, у промисловості. Формування сприятливих умов інвестування у 2014-2015 р. є необхідною умовою подальшого стійкого зростання промислового виробництва.

Для цього потрібно покращити інвестиційний клімат шляхом удосконалення податкового, земельного, корпоративного та митного інвестиційного законодавства, підвищення рівня захисту інтересів приватних інвесторів, посилення заходів боротьби з корупцією в сфері інвестиційної діяльності. Це дозволить поліпшити соціальний та підприємницький клімат у суспільстві, сформує суспільний консенсус щодо здійснюваних економічних реформ.

З урахуванням необхідності реалізації цих пріоритетів, Президентом сформовано «Стратегію-2020» щодо розвитку України. Вона складається з трьох векторів руху для досягнення нашої мети: сталий розвиток країни; безпека держави, бізнесу та громадян; відповідальність і соціальна справедливість. Головною передумовою цієї роботи має стати новий суспільний договір між громадянським суспільством, владою та бізнесом, де кожна сторона має свою зону відповідальності.

Програма президента П. Порошенка «Стратегія-2020» — амбітний план, в якому визначено низку необхідних для успішного розвитку держави показників. Валовий внутрішній продукт України має вирости удвічі, до 16 тисяч доларів на

душу населення, рейтинг легкості ведення бізнесу — піднятися зі 112-го до 20-го місця у світі, а фінансування армії — вирости у п'ятеро. Для цього президент планує змінити на дві третини склад органів влади, а 65% владних повноважень — передати на місця [1].

Водночас економісти говорять, що частина показників, як-от подвоєння ВВП, зменшення державного боргу (з 67% до 60 від річного ВВП) та входження в топ-20 із легкості ведення бізнесу — це нереалістичні очікування в умовах військового конфлікту на сході держави.

Ключові реформи включають в себе: антикорупційну реформу та оновлення влади, судову реформу, реформу МВС, децентралізацію та реформу державного управління, податкову реформу, розвиток підприємництва, систему безпеки та оборони, енергетичну безпеку та позитивний бренд України.

«Стратегія-2020» — план із 60 реформ за 8 основними галузями, який має привести країну до європейського рівня життя та, власне, до моменту вступу у ЄС.

ЛІТЕРАТУРА:

1. Президент представив «Стратегію реформ-2020» [Електронний ресурс] / — Режим доступу: <http://www.president.gov.ua/ru/news/31289.html>

Науковий керівник: Салатюк Н.М.

ФОРМУВАННЯ РИНКУ ЗЕМЛІ В УКРАЇНІ: РЕАЛІЇ ТА ПЕРСПЕКТИВИ

Чернова А.

Національний університет харчових технологій

Земля є основою людського існування, що визначає її важливу роль у процесі соціально-економічного розвитку суспільства. Як основа екосистеми, знаряддя і предмет виробництва, об'єкт права власності вона є базисом сталого розвитку, умовою соціального прогресу та добробуту людини.

Однією з найбільш вагомих проблем сьогодення української економіки є формування цивілізованого ринку землі. Україну виділяють в світі як країну, яка має вагомий аграрний потенціал через найбільші запаси чорноземів. Земля як вагомий компонент продуктивних сил, досі не інтегрована до цивілізованого ринкового обміну. Доводиться констатувати, що процес становлення приватної власності на землю в Україні набув затяжного, невизначеного і завуальованого характеру. Належні умови для формування цивілізованого ринку землі в Україні поки що відсутні [2].

В Україні поступово створюються умови для формування ринку землі, основою якого є приватна власність на землю. Динаміка приватизаційного процесу у сфері землеволодіння веде до того, що колективна форма власності на землю поступово зникає в Україні. 51% земельної площі в Україні передано в приватну власність, в 49% залишається у власності держави. Хоча чинним законодавством передбачено існування комунальної власності на землю, розмежування державної і комунальної власності ще не проведено. В аграрній сфері рівень приватизації ще вищий. Тут у приватній власності перебуває 73% сільськогосподарських угідь і 82% ріллі [4, с. 47-53]:

Нині ринок земель сільськогосподарського призначення в Україні вже пройшов свою первинну стадію, яка завершується видачею селянам державних актів

на право на земельну ділянку сільськогосподарського призначення. Наступним кроком повинна стати фактична реалізація землевласниками права вільно розпоряджатися своїми земельними ділянками, включаючи купівлю-продаж. В результаті паювання сільськогосподарських земель передано в приватну власність 6,9 млн. громадян 27,4 млн. га сільськогосподарських угідь. Середній розмір земельного паю в Україні становив 4 га. Близько 15% загальної кількості земельних паїв перейшло до нових власників у порядку спадкування, 1,4% — шляхом дарування, продано — всього 0,2%. Таким чином, вторинний ринок для пайового земельного фонду поки що не запрацював [3].

На сьогодні передбачаються такі етапи реформування ринку землі:

I етап: забезпечити передбачуваність державної політики, створити прозорий ринок землі сільськогосподарського призначення на основі єдиної системи земельного кадастру;

II етап: створити ефективні професійні державні служби, які б відповідали за ведення кадастру та реєстрацію прав власності на землю; гармонізувати систему стандартів і технічного регулювання сільськогосподарської продукції згідно з нормами ЄС [3].

Також важливо виділити основні фактори деградації ринку землі в Україні, серед яких основними є: відсутність дієвого інструментарію реалізації на практиці положень Земельного кодексу щодо стимулювання раціоналізації землекористування, нецільовий характер використання коштів, що акумульовані в місцеві бюджети за рахунок продажу земельних ділянок, внесення плати за землю, відсутність методичної бази у конкурентного продажу земельних ділянок, недосконалість методики грошової оцінки земель і як наслідок занижені ставки земельного оподаткування, суперечність бюджетного та земельного законодавства щодо концентрації частини земельних платежів на рахунках Держкомзему, низький рівень використання ґрунтозахисних систем землеробства, втрати ґрунту при вивезенні сільськогосподарських культур, несистематичне проведення рекультивациі деградованих земель [1].

Отже, сучасний ринок землі має багато проблем, проте вже створюються основні перспективні напрямки щодо регулювання і встановлення повноправного функціонування ринку землі. Встановлення в Україні режиму купівлі — продажу земельних ділянок і земельних паїв на відкритих аукціонах сприятиме формуванню прозорого ринку землі.

ЛІТЕРАТУРА:

1. Будзяк В.М. Формування ринку земель сільськогосподарського призначення / В.М. Будзяк // Економіка АПК. — 2008. — №8. — С. 118 — 122.
2. Гнаткович О.Д. Формування ринку земель сільськогосподарського призначення як передумови здійснення підприємництва в аграрній сфері / О.Д. Гнаткович // Науковий вісник НЛТУ України. — 2011. — Вип. 21.2. — С. 35-39.
3. Земельна реформа в Україні: аналіз результатів і перспективи [Електронний ресурс] / С.В. Васильєв. — Режим доступу: www.nbuv.gov.ua/Portal/Chem_Biol/Vddau/2010_1/pdf/33.pdf
4. Філоненко О.С. Аграрні відносини: зміст, розвиток, майбутнє. /О.С. Філоненко — К., 2012. — 208 с.

Науковий керівник — Біла І. С.

КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЬ УКРАЇНИ ЗА ІНДЕКСОМ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ

Чухлова Г.

Національний університет харчових технологій

Для визначення рівня конкурентоспроможності країни використовується індекс конкурентоспроможного розвитку або індекс конкурентоспроможності, розробленого організаторами Світового економічного форуму. Цей індекс у 2005 р. обчислювався для 117 країн світу і публікувався у формі «Глобального звіту про конкурентоспроможність» [1, с.15].

Індекс конкурентоспроможності формується з таких трьох показників: показника технологічного розвитку країни; показника громадянських інститутів та показника макроекономічного середовища. У свою чергу, ці три показники обчислюються на основі використання 47 наборів даних про стан трансферу технологій та інноваційного розвитку країни, рівень розвитку інформаційних та комунікаційних технологій, рівень видатків країни на дослідження і розвиток, рівень іноземних інвестицій, рівень незалежності бізнесу від уряду, рівень корупції в країні та ін [2].

У таблиці показано місце низки країн у світовій економіці за загальною конкурентоспроможністю в період 1999-2005 рр. Країни згруповані за блоками:

- розвинуті країни;
- країни, що розвиваються;
- країни перехідної економіки, включаючи Україну, Росію та інші постсоціалістичні держави [2].

Дані таблиці свідчать, що економіки Скандинавських країн і США характеризуються високим рівнем конкурентоспроможності. За ними йдуть розвинуті країни Західної Європи, а також Японія і Канада.

Група країн з перехідною економікою досить неоднорідна. Вона включає країни Балтії та низку країн ЦСЄ (Чехія, Угорщина, Словенія), які займають високі місця у світовій економіці за загальною конкурентоспроможністю. Водночас пострадянські країни, особливо Росія і Україна, не відзначаються високою конкурентоспроможністю і займають відповідно низькі місця у рейтингу впродовж 90-х років ХХ ст. — першого п'ятиріччя ХХІ ст.

Дані таблиць свідчать про те, що країни з вільною економікою мають вищі індекси конкурентоспроможності порівняно з країнами із переважно вільною економікою, а останні, у свою чергу, вищі індекси порівняно з країнами невільної економіки. Серед нових членів ЄС-25 найвищого рівня конкурентоспроможності досягли Естонія, Словенія, Литва, Угорщина, Чехія [2]. Незважаючи на значний ресурсний, промисловий, науковий та інтелектуальний потенціал, Україна у 2005 р. за рейтингом конкурентоспроможності займала 84-те місце серед 117 досліджених держав.

Аналіз даних дає можливість стверджувати про існування стійкої кореляції між рейтингами економічної свободи і конкурентоспроможності, з одного боку, та ВВП на душу населення — з іншого. У країнах із високим рейтингом економічної свободи і конкурентоспроможності значно вищі середні показники ВВП на душу населення, ніж у інших, і ця перевага збільшується щодо країн з високим сумарним рейтингом ($P =$

РІЕС + РІК). За цим показником Україна значно поступається як старим, так і новим членам ЄС-25. Проте серед країн Балтії та ЦСЄ лише Словенія наблизилася до рівня Греції й Португалії — найбільш розвинених країн ЄС-15.

Місце країн у світовій економіці за загальною конкурентоспроможністю

Країни	1999 р.	2000 р.	2001 р.	2002 р.	2004 р.	2005 р.
1	2	3	4	5	6	7
Розвинуті країни						
США	2	1	2	1	2	2
Фінляндія	11	6	1	2	1	1
Швеція	19	13	9	5	3	3
Сінгапур	1	2	4	4	7	6
Швейцарія	8	10	15	6	8	8
Японія	14	21	21	13	9	12
Великобританія	6	9	12	11	11	13
Канада	5	7	3	8	15	14
Німеччина	25	15	17	14	13	15
Іспанія	26	27	22	22	23	29
Франція	23	22	20	30	27	30
Італія	35	30	26	39	47	47
Країни перехідної економіки						
Естонія	—	—	29	26	20	20
Чехія	39	32	37	40	40	38
Угорщина	38	26	28	29	39	39
Словаччина	45	39	40	49	43	41
Латвія	—	—	47	44	44	44
Китай	32	41	39	33	46	49
Польща	43	35	41	51	60	51
Болгарія	56	58	59	62	59	58
Казахстан	—	—	—	—	—	61
Росія	59	55	63	64	70	75
Україна	58	57	69	77	86	84
Загальна кількість країн	59	59	74	80	104	117

За даними Звіту про глобальну конкурентоспроможність 2014-2015 р., Україна зараз займає 76 місце в рейтингу індексу глобальної конкурентоспроможності, що дозволяє нам сподіватися на покращення ситуації після проведення реформ, запропонованих Президентом в «Стратегії-2020».

ЛІТЕРАТУРА:

1. Згуровський М. Україна у глобальних вимірах сталого розвитку // Дзеркало тижня. — 2013. — №19. — С.15
2. Україна піднялась на 76 місце в рейтингу глобальної конкурентоспроможності [Електронний ресурс] / — Режим доступу: http://zn.ua/UKRAINE/ukraina-zanyala-76-mesto-v-mirovom-reytinge-konkurentosposobnosti-152112_.html

Науковий керівник: Салатюк Н.М.

МОНОПОЛІЗАЦІЯ ОЛІЙНО-ЖИРОВОЇ ГАЛУЗІ УКРАЇНИ ЯК ТЕНДЕНЦІЯ ЇЇ РОЗВИТКУ

Швед Т.В.

Національного університету харчових технологій

Олійно-жирова галузь є однією з небагатьох галузей агропромислового комплексу України, що демонструє високий рівень інвестиційної привабливості, у розвиток якої спрямовані потужні інвестиції як вітчизняних, так і зарубіжних інвесторів. За останні 15 років збудовано 20 заводів з виробництва олії та олійно-жирової продукції, в галузь інвестовано понад 1 млрд. дол. США. Потужності по переробці олійного насіння в Україні збільшились з 2,5 млн. тонн у 1998 р. до 13,3 млн. тонн у 2013 р., а їх використання за цей період збільшилось з 30% до 90 %. До 2015 р. потужності по переробці олійних культур досягнуть 15 млн. тонн на рік [1].

Олійно-жирова галузь представлена великими підприємствами — олійноекстракційними та жировими комбінатами, що виробляють до 85% олії та дрібними сільськогосподарськими підприємствами, які використовують для переробки насіння власні маслоробні. Так, в галузь входять понад 1,2 тис. підприємств, але на дев'ять найбільших компаній у 2013 р. припадало 85% виробництва олії соняшникової нерафінованої та 66% виробництва олії соняшникової рафінованої від відповідних обсягів їх загального виробництва в Україні [1]. До найбільших компаній відносяться ГК «Кернел Груп», ЗАТ «АТ Каргілл», «Бунге Україна», ПП «АТ Креатив», ПП «ВіОйл», ВАТ «Миронівський завод з виготовлення круп і комбікормів», ТОВ «Агрокосм», «Фон Заас АГ» та «Гленкор».

Тенденцією розвитку олійно-жирової галузі в Україні на сучасному етапі є активізація процесів концентрації виробництва і централізації капіталів як за рахунок збільшення потужностей і будівництва нових заводів, так і за рахунок угод поглинання тих компаній, що є найбільш небезпечними конкурентами на ринку.

Як бачимо, більшість спеціалізованих підприємств галузі входять до складу великих корпоративних агропромислових формувань, агрохолдингів та транснаціональних компаній. Як цілком вірно зазначає В. Андрійчук, понад 30 великих олійно-екстракційних та 23 олійно-жирових комбінатів (за неповними даними) стали асоційованими підприємствами і знаходяться у їх складі. Через глибинні процеси концентрації виробництва і централізації капіталів в олійно-жировій галузі, що здійснюється головним чином шляхом консолідації власності, все більше й більше переробних підприємств втрачають самостійність та перетворюються у залежні асоційовані структури [3, с. 5-6].

Така ситуація не тільки загострює соціальні проблеми в агропромисловому комплексі, але й посилює монополізацію ринку, сприяє виникненню можливостей монопольних змов і спекулятивних дій з боку торговельних посередників, є засобом тиску на органи державної влади. Хоча, не можна не відмітити, що означені процеси є цілком об'єктивними, такими, що відповідають світовій практиці. В цьому розумінні більш шкідливим для суспільства є не посилення монополізму взагалі, а посилення монополій іноземних капіталів. Останнє, на наше переконання, є аргументом посилення функцій держави в означеній сфері з метою оптимізації позитивних та негативних впливів монополізму на вітчизняну економіку.

Процеси концентрації виробництва і централізації капіталів в олійно-жировій галузі в Україні

Компанія/холдінг	Підприємства, що входять у склад компаній	
	2008/2009 МГ	2011/2012 МГ
ГК «Кернел»	ТОВ «Приколотнянський ОЕЗ»; ПРАТ «Вовчанський ОЕЗ»; ПРАТ «Полтавський ОЕЗ-Кернел Груп»	ТОВ «Приколотнянський ОЕЗ»; ПРАТ «Вовчанський ОЕЗ»; ПРАТ «Полтавський ОЕЗ-Кернел Груп»; ПАТ «Кіровоградолія»; ТОВ «Екотранс»; ТОВ «Бандурський ОЕЗ»; ТОВ «Україн. орном.індустрія»
ПГ «АТ Креатив»	ПАТ «Креатив»	ПАТ «Креатив»
ЗАТ «АТ Каргілл»	Каховська філія ЗАТ «АТ Каргілл»; ТОВ «Комбінат-Каргілл»	Каховська філія ЗАТ «АТ Каргілл» ТОВ «Комбінат-Каргілл»
ПГ «ВіОйл»	ПАТ «Вінницький ОЖК» ПАТ «Чернівецький ОЖК»	ПАТ «Вінницький ОЖК» ПАТ «Чернівецький ОЖК»
ТОВ «Агрокосм»	ПАТ «Запорізький ОЖК»	ПАТ «Запорізький ОЖК»
ВАТ «Миронівський завод з виготовлення круп і комбікормів»	ПАТ «Миронівський ЗВКК»	ПАТ «Миронівський ЗВКК» ТОВ «Катеринопільський елеватор»
«Бунге Україна»	ЗАТ «Дніпропетровський ОЕЗ» ТОВ «Українська Чорноморська Індустрія»	ЗАТ «Дніпропетровський ОЕЗ»
«Фон Заас АГ»	ПАТ «Пологівський ОЕЗ»	ПАТ «Пологівський ОЕЗ»
«Гленкор»	ТОВ «Одеський ОЕЗ»	ТОВ «Одеський ОЕЗ» ТОВ «Пересічанський ОЕЗ»
«Олсідз-Україна»	ПАТ «Кіровоградолія» ТОВ «Екотранс»	-

Узагальнено автором на основі [2, с. 23-25].

ЛІТЕРАТУРА:

1. Офіційний сайт асоціації «Укроліапром» [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <http://ukroliaprom.org.ua>
2. Листопад В. Л. Стратегія и тактика компаній на українському ринку подсолнечного масла / В. Л. Листопад // Масложировий комплекс. — 2012. — №1 (36). — С. 23-28.
3. Андрійчук В. Г. Надконцентрація агропромислового виробництва і земельних ресурсів та її наслідки / В. Г. Андрійчук // Економіка АПК. — 2009. — № 2. — С. 3–9.

ІНВЕСТИВАННЯ В ЛЮДСЬКИЙ КАПІТАЛ

Шило Л.І.

Національний університет харчових технологій

Сьогодні поняття «людський капітал» має велике значення для кожного окремого підприємства та країни в цілому. В більшості компаній надають велике значення накопиченню людського капіталу і вважають його найціннішим з усіх видів капіталу.

Вивчення проблем підвищення ефективності використання продуктивних сил людей, що реалізуються в сучасних умовах у формі людського капіталу, є першочерговим завданням в структурі соціально-економічних досліджень. Це передбачає проведення глибоких наукових досліджень даної проблеми [1].

Людський капітал — це сформований або розвинений у результаті інвестицій і накопичений людьми (людиною) певний запас здоров'я, знань, навичок, здібностей, мотивацій, який цілеспрямовано використовується в тій чи іншій сфері суспільного виробництва, сприяє зростанню продуктивності праці й завдяки цьому впливає на зростання доходів його власника [2].

Інвестиції в людський капітал — це будь-які дії, які підвищують професійну кваліфікацію та продуктивні здібності людини і тим самим продуктивність її праці. Витрати, що сприяють підвищенню людської продуктивності, можна розглядати як інвестиції. Поточні витрати здійснюються з тим розрахунком, що їх буде компенсовано дедалі значнішим потоком доходів у майбутньому.

Інвестиції у людський капітал можна розподілити за трьома основними видами: витрати на освіту (загальна, спеціальна, формальна та неформальна освіта, підготовка за місцем роботи та ін.), що сприяє збільшенню людського капіталу; витрати на охорону здоров'я (витрати на профілактику захворювань, медичне обслуговування, дієтичне харчування, поліпшення житлових умов та ін.), що підвищує строк використання людського капіталу; витрати на мобільність (міграція з місць з низьким рівнем продуктивності та оплати праці) дають змогу підвищувати ціну на даний капітал [3].

Інвестиції в людський капітал мають особливості, що відрізняють їх від інших видів:

- віддача від інвестицій у людський капітал залежить безпосередньо від терміну його використання, тобто визначається часом, що залишився до закінчення працездатного періоду життя людини. Чим раніше зроблено інвестиції в людину, тим довше, за інших рівних умов, вони даватимуть віддачу.

- порівняно з інвестиціями в інші форми капіталу, інвестиції в людський капітал, за оцінками багатьох економістів, є найвигіднішими як для окремої людини, так і для суспільства в цілому.

- характер, масштаби і види інвестицій у людину зумовлені історичними, національними, культурними особливостями та традиціями суспільства, менталітетом народу [4].

Отже, всі види витрат, які можна оцінити в грошовій або іншій формі і які сприяють зростанню в майбутньому продуктивності та заробітків працівника, розглядаються нами як інвестиції в людський капітал [5].

Людський капітал — найбільш цінний ресурс сучасного суспільства, важливіший, ніж природні ресурси або накопичене багатство. Правильна оцінка люд-

ського капіталу дає об'єктивну оцінку всього капіталу компанії, а також добробуту суспільства в цілому.

Виходячи з того, що альтернативи інноваційному шляху розвитку для української економіки немає, можна стверджувати: такий вибір безпосередньо буде впливати на динамічний розвиток робочих місць. Тобто мова йде про безперервне впровадження інновацій (технічних, технологічних, організаційних). А це, в свою чергу, спонукає до прийняття відповідних управлінських рішень щодо раціоналізації процесу відтворення людського капіталу.

ЛІТЕРАТУРА:

1. Р. Козенко Проблеми та перспективи розвитку людського капіталу/ Р. Козенко// Наукові праці КНТУ. Економічні науки, 2010, вип. 17, УДК 331.522.4
2. Людський капітал як соціально-економічна категорія / [Електронний ресурс]// Режим доступу: <http://library.if.ua/book/40/2665.html>
3. Інвестування людського капіталу: сутність, значення та види / [Електронний ресурс] // Режим доступу: http://www.confcontact.com/20101008/8_zmienko.htm
4. І. Брицька, Л.Іванюк Особливості інвестування в людський капітал/ І. Брицька, Л. Іванюк// Портал конференцій кафедри стратегії підприємства ДВНЗ КНЕУ ім.. В. Гетьмана / [Електронний ресурс] // Режим доступу: <http://conference.spkneu.org/2012/12/brytska-ivanuk/>
5. Інвестиції в людський капітал / [Електронний ресурс]// Режим доступу: <http://buklib.net/books/31309/>

Науковий керівник: Мосіюк І.П.

ЗАРОБІТНА ПЛАТА В УКРАЇНІ

Щербатюк І.

Національний університет харчових технологій

Заробітна плата являє собою один з основних факторів і показників рівня соціально-економічного життя кожної країни, колективу, людини. Ринкова економіка залежить від рівня заробітної плати, тому що саме вона забезпечує попит на товари та послуги, стимулює керівників підприємств ефективно використовувати робочу силу та модернізувати виробництво.

Тенденції заробітної плати є чи не найактуальнішим питанням української економіки, адже саме показники рівня праці визначають базисні макроекономічні параметри, такі як стандарти соціального захисту, сукупний платоспроможний попит і темпи економічних трансформацій. Розмір заробітної плати є індикатором, що визначає загальний життєвий рівень працівників. Від її рівня, частки у валовому внутрішньому продукті залежить також розвиток економіки загалом.

За оцінками експертів Євросоюзу, мінімальна зарплата має становити від 2 до 2,5 від розміру прожиткового мінімуму, щоб відповідати вимогам Європейської соціальної хартії. Прожитковий мінімум у нинішньому його вигляді, який визначається за діючою методикою, ніколи не дозволить Україні наздогнати передові країни за рівнем заробітної плати, а отже, й рівнем життя громадян. Більше того, за Законом «Про прожитковий мінімум» [2], склад споживчого кошика, тобто набору товарів і послуг, необхідних для задоволення першочергових потреб людини, повинен змінюватися не рідше, ніж раз на п'ять років. Однак переглядали споживчий кошик останній раз у 2000 р.

Розмір зарплати в Україні демонструє стійку тенденцію до зростання. Так, протягом останніх 9 років середня зарплата в країні зросла майже в 3,5 рази — з 928 грн. у 2006 р. до 3189 грн. у 2014 р. [1]. Зростання тривало і до початку 2014 р., згідно з оперативною інформацією Державної служби статистики України, в січні 2014 року середня зарплата в країні склала 3189 гривні, тоді як значне збільшення середньої заробітної плати не заплановане на 2014 р. [1].

Останнім часом в Україні склалася така негативна тенденція: працівникам не виплачують їх зароблені гроші. І мова йде не просто про порушення КЗпП України або Закону України «Про оплату праці», згідно з якими працівникові зобов'язані видавати зарплату двічі на місяць. Існують набагато більші порушення — невиплата зарплати протягом місяця, кварталу, року, а іноді й кількох років. Тому однією з найболючіших залишається проблема своєчасності виплати заробітної плати в Україні. Зокрема, з початком економічної кризи порушення права працівника на своєчасну виплату заробітної плати набуло системного характеру. У 2008 — 2010 р. загальна сума заборгованості з виплати заробітної плати збільшилась більш, ніж удвічі — з 668,7 млн. грн. на початок 2008 р. до 1 473,3 млн. грн. на початок 2010 року. Станом на початок 2014 року заборгованість із виплати заробітної плати, згідно з даними Державної служби статистики України, становить 808,2 млн. грн., що у 1,5 рази менше порівняно з розмірами заборгованості, накопиченої на початок 2011 року [4].

В Україні за роки незалежності виникло багато проблем заробітної плати. Однією з найбільш гострих є глибока диспропорція між вартістю життя і фактичною ціною праці. Наявність цієї проблеми зумовлена тим, що в Україні відбувається реформування системи заробітної плати, яке не завершене й досі [3, с. 81]. Ще однією проблемою забезпечення належного рівня заробітної плати є інститут мінімальної заробітної плати, який не виконує покладеної на нього функції. Мінімальна зарплата в нашій країні є значно нижчою порівнюючи з країнами Європи [3, с. 82].

Наступною проблемою є значна диференціація рівня заробітної плати за видами економічної діяльності та регіонами. Найвищий рівень заробітної плати спостерігається у фінансових установах та на підприємствах авіаційного транспорту, а серед промислових видів діяльності — на виробництві коксу, продуктів нафтопереробки, готових металевих виробів та видобуванні паливно-енергетичних корисних копалин, де заробітна плата працівників перевищує середній показник по економіці в 1,5–2,0 рази. Серед регіонів найнижчий рівень заробітної плати (на 30,3 % менший від середнього по країні) зафіксовано у Тернопільській області, натомість найвищий (відповідно в 1,7 рази більший) спостерігається у місті Києві. Середня заробітна плата працівників Київської, Дніпропетровської, Запорізької та Донецької областей також перевищили показник у цілому по країні (на 0,9 %-14,0 %) [1].

У нинішніх кризових умовах актуальною темою сьогодення є проблема виплати заробітної плати у «конвертах». Виплата заробітної плати у «конвертах» — тягар сучасності, який несе за собою багато негараздів як країні так і кожному з нас [5, с. 4].

В Україні регулювання заробітної плати здійснюється на макро- та мікроекономічному рівнях, які взаємозв'язані, але ці два рівні є відносно незалежними і самостійними. Головною метою макро- та мікроекономічного регулювання за-

робітної плати в Україні є формування незалежних умов для забезпечення виконання заробітною платою всіх власних їй функцій і підвищення на цій основі матеріального та соціально-культурного рівня життя працюючого населення.

Отже, можна зробити висновок, що рівень заробітної плати є нижчим порівняно з розвинутими країнами, хоча до кризового періоду були зроблені кроки щодо підвищення рівня життя населення та посилення цільової спрямованості соціальних програм. Водночас залишається ряд проблем заробітної плати в Україні, що потребують термінового вирішення: ліквідація порушень законодавства про заробітну плату, подальше підвищення основних соціальних гарантій і наближення їхнього рівня до прожиткового мінімуму, «детінізація» заробітної плати населення. Вирішення останніх стане одним із напрямків реформування економіки України на шляху до сталого економічного зростання.

ЛІТЕРАТУРА:

1. Державна служба статистики України [Електронний ресурс]: офіційний сайт статистики. — Режим доступу : <http://www.ukrstat.gov.ua>
2. Закон України «Про прожитковий мінімум» від 15.07.2000. № 966-XIV / Верховна Рада України // Відомості Верховної Ради України. — 2000. — №38. — 348 с.
3. Матвієнко П. До питання державного регулювання оплати праці в Україні / П. Матвієнко // Вісн. Нац. акад. держ. упр. при Президентові України. — 2013. — №4. — С. 79-89.
4. Розміри заборгованості із зарплати за регіонам України [Електронний ресурс] / Податки та бухгалтерський облік. — Режим доступу: <http://www.nibu.factor.ua>
5. Скрипник О. Шляхи підвищення заробітної плати / О. Скрипник // Праця і зарплата. — 2011. — № 18(742). — С. 4–5.

Науковий керівник: Біла І. С.

ПРОБЛЕМИ ЗАКОНОДАВЧОГО РЕГУЛЮВАННЯ КРЕДИТНОГО РИНКУ УКРАЇНИ

Ягодіна А.

Національний університет харчових технологій

Перехід України до ринкових відносин у сфері організації та функціонування господарства вимагає, у свою чергу, приведення законодавства у відповідність до потреб ринкової економіки. Враховуючи дію економічних законів ринку, слід зазначити, що саме на банківську кредитну та грошову системи покладено роль ланки, яка забезпечить розвиток країни в цілому.

Характерною ознакою ринкової економіки є високорозвинена і розгалужена кредитна система, а тому провідна роль у вирішенні багатьох проблем належить саме кредитним відносинам та банкам. Це пояснюється не лише збільшенням їх ролі в розвитку економіки, але й наявною можливістю швидко і ефективно реагувати на впровадження нових механізмів господарювання.

В той же час однією з проблем здійснення реформування та становлення фінансово-кредитного механізму, а отже розвитку банківської системи в цілому, є досить висока ризикованість кредитних операцій. Це обумовлено недостатньою

теоретичною розробленістю питань захисту інтересів кредитора від кредитних ризиків, незадовільною фінансово-кредитною політикою, неналежним станом суб'єктів підприємництва, невисокою кадровою підготовкою працівників банківської системи. Ситуація, яка склалася в банківській сфері свідчить, що вони зазнають фінансового краху в зв'язку з надзвичайно ризикованою кредитною політикою. Зараз основна причина банкрутств банків — неповернення раніше виданих кредитів. За наявними даними більше половини виданих сум неповністю чи невчасно повертаються позичальникам. Усі зусилля банку, щодо повернення кредитів зводяться нанівець через недосконалість нашого законодавства, тому застосовувані в даний час і рекомендовані заходи щодо запобігання кредитних ризиків зводяться до того, щоб не допускати неповернення позички.

Однією з найприбутковіших операцій комерційного банку є кредитування. Однак завжди поряд з великими прибутками знаходяться великі ризики, що пов'язані з втратою чи недотриманням цих прибутків.

Один із найважливіших принципів банківського кредитування полягає у поверненні кредиту у чітко обумовлені строки. Дотримання цього принципу є запорукою успішної діяльності банку. Цілком очевидно, що при наданні кредиту перед банком постає проблема невизначеності щодо того чи буде його повернуто вчасно, і більше того, чи буде його повернуто взагалі. Звідси випливає, що основним завданням банку при наданні позики є перетворення невизначеності в ризик і його мінімізація.

Основним головним болем фінансистів є проблемні кредити, частка яких за даними Асоціації українських банків (АУБ) складає біля 1,8 млрд. грн. від усього кредитного портфеля 4,2% [1]

Для порівняння — у Європейських банках вважається максимально допустимий рівень до 2%. Детальний аналіз кредитного портфеля комерційних банків показує, що швидше за все зростають обсяги довгострокових кредитів. За словами фахівців частка середньо і довгострокових кредитів у загальному кредитному портфелі банків сягає вже рівня 23-25%. Для самих банків ця тенденція означає збільшення кредитних і валютних ризиків. Аби вони не досягли критичного рівня, державі необхідно оперативно вносити зміни в чинне законодавство.

Захист прав кредиторів на сьогодні — питання стратегічне. Адже кожен суб'єкт господарювання може бути як боржником, так і кредитором. Крім того, практично всі підприємства стикаються з проблемами неповернення боргів. Чинні ж закони і в першу чергу Закон «Про відновлення платоспроможності боржника», «Про реєстрацію закладеного майна», «Про виконавче провадження» не дозволяють кредиту ефективно відстоювати свої права.

Банкам необхідно на даному етапі, по-новому налагоджувати стосунки із страховими компаніями, оскільки банки мають великий вплив на становлення дійсно професійного страхового бізнесу в Україні, але для цього страхові компанії необхідно розглядати як найближчих партнерів банків в кредитній діяльності. Ігнорування цього шляху мінімізації кредитного ризику призвело до значних втрат у фінансово-кредитній системі України.

Не обійтися вітчизняним банкам і без якісної законодавчої бази, в якій необхідно змінити загальну ідеологію роботи з заставним майном. Нинішнє законодавство залишає за боржником пріоритет відновлення платоспроможності над стягненням застави з боку кредитора. А це призводить до того, що ба-

гато підприємств просто оголошують себе банкрутами аби не повертати кредити і заставне майно.

При врахуванні кредитного ризику слід обов'язково звернути увагу на його зв'язок із валютним ризиком, бо в умовах коливання курсу валют значним джерелом проблемних кредитів є саме сфера кредитування експортно-імпортних операцій суб'єктів господарської діяльності.

Отже комерційним банкам варто запропонувати наступні рекомендації щодо удосконалення процесів регулювання кредитного ринку:

- створити підрозділ з оцінки заставного майна, а експортні оцінки приймати як допоміжну інформацію;
- максимальна сума кредиту повинна залежати від ліквідації застави, тобто від суми, і в яку можна перетворити заставу в найкоротший час (1-2 місяці) з урахуванням процентних витрат по реалізації застави та юридичних витрат;
- щоб усунути валютні ризики для позичальника — не надавати кредити позичальникам у валюті, в якій вони не отримують основний дохід.

ЛІТЕРАТУРА:

1. Рейтинг проблемності кредитних портфелів. [Електронний ресурс]. Режим доступу: <http://real-economy.com.ua/publication/ratings/43756.html>

Науковий керівник: Омельченко К.Ю.

6

СЕКЦІЯ

**ПРОБЛЕМИ
РОЗВИТКУ
ПІДПРИЄМСТВ
ХАРЧОВОЇ
ПРОМИСЛОВОСТІ
В МІЖНАРОДНОМУ
ВИМІРІ**

Голова секції — канд. пед.наук, доцент Г.А. Чередніченко
Секретар секції — ст. викл. О.В. Березовська

MOST POPULAR METHODS OF MARKET RESEARCH

Borshchevska Y.

National University of Food Technologies

Market research is one of the most important activities that you need to take as an entrepreneur when you are running a business.

Many products compete for market share. For a company that produces products for sale to the public, the success of its marketing strategy depends on how many people decide to buy the product on a regular basis. That consumer decision is referred to as consumer choice. Various factors affect consumer choice, that's why understanding them will enable you to produce successful business.

Market research is any organized effort to gather information about markets, target markets and their needs, competitors, market trends, customer satisfaction with products and services, etc. It is a very important component of business strategy. Various strategies are used for market research.

Market research is a key factor to maintain competitiveness over competitors. Market research provides important information to identify and analyze the market need, market size and competition.

It is extremely difficult to develop and provide a high-quality product or service without conducting at least some basic market research. Some people have a strong aversion to the word «research» because they believe that the word implies a highly sophisticated set of techniques that only highly trained people can use. Some people also believe that, too often, research generates lots of useless data that is in lots of written reports that rarely are ever read, much less used in the real world. This is a major misunderstanding [2].

Market research has a variety of purposes and a variety of data collection methods might be used for each purpose. The particular data collection method that you use during your market research depends very much on the particular information that you are seeking to understand.

Each market research relay on certain methods, which in most of the cases is a way of collecting information or data required for the research.

There are six most popular methods that you can use for market research. The most important source of information is your customer, because the methods listed below you cannot use with your competitors, but simply with your customers. In such a way through your current and potential customers, you will try to find all necessary information about competitors that will help you to implement great market research process [3].

It is necessary to take a care about information overflow that is not so good for this purposes.

1. Surveys

One of the most used methods in market research and one of the strongest weapons in the hands of entrepreneurs are surveys. Surveys are most popular because they are the easiest to implement and the easiest to collect information that arrives in a form that is easy for analysis.

2. Interviews

The second method that can be used in market research is interviewing. This simply means to meet someone who will be interviewed and ask him questions that will be of interest to your market research process. The interview is more difficult in comparison with a survey and will require more time for implementation. As an disadvantage can also be considered limited number of people who can be interviewed.

3. Observation

The old and still applicable and effective technique for market research is observation. It means that you or someone from your staff members will observe a situation and will note different behaviors of the observed subject on the market. For example, one way of exploring the market for a retail business is to monitor the competitors.

4. Trial and Error

This method is not used so much, but it can give you very useful information related to your market research. It can be implemented on a random basis.

5. Focus Groups

Focus groups as one of the market research methods is a very specific method, and probably it is one of the more expensive methods because it needs recording equipment and a special room for the implementation of the focus group session. At the focus group sessions, moderator uses the specially prepared questions that stimulate discussion within the group.

6. Asking Employees

The last in this list, but not less important than others methods is asking your employees, especially your sales team. They are the ones who are in a direct everyday contact with your customers, and they are those who communicate with them on a daily basis. Several questions on which they can get answers from customers will bring you high quality information directly from your market [1].

After compiling the data, market researchers evaluate it and make conclusions and recommendations to their client or employer based upon their findings.

As a conclusion, we would like to stress that the mentioned methods of market research provide an organization's management with information needed to make decisions on the promotion, distribution, design, and pricing of products or services — information that meets the initial research objectives.

REFERENCES:

1. Bradley, Nigel Marketing Research. Tools and Techniques.Oxford University Press, Oxford, 2010.

2. Quick MBA. Knowledge to Power Your Business.: [electronic source]: <http://www.quickmba.com/strategy/strategic-planning>.

3. Kotler, Philip and Armstrong, Gary Principles of Marketing Pearson, Prentice Hall, New Jersey, 2007, -153 p.

Scientific supervisor: Bozhok N.O.

CONSUMER SPENDING TRENDS TO 2030 THAT BUSINESSES NEED TO CONSIDER

Burlachuk L.

National University of Food Technologies

Businesses need to take long term trends into account when planning ahead. The key questions for companies operating in retail and consumer markets would include: How well do you understand the sensitivity of demand in your markets to relative price, income movements and internet penetration?, How might factors such as an ageing population affect demand patterns in your markets in the future?, Do you have models that allow you to capture these effects in a rigorous way and project forward demand in alternative macroeconomic scenarios?, Do you have not just a digital strategy, but a business strategy for the digital age?

The most notable changes since 1963 are that basic goods such as food, alcohol, clothing and furnishing saw a marked decline in their budget share. Most dramatically, food declined from 24% of total spending in 1963 to less than 10% in 2012.

In contrast, the largest rises were recorded in the housing and utilities, transport and miscellaneous spending categories. Most importantly, 2011 marked the first year when the spending share on housing and utilities broke the 25% barrier.

Spending in other categories like recreation and culture, communication, education and health have not changed materially as a proportion of total spending.

Trends since the financial crisis (2007-2012). This period is notable for two reasons. First, it covers a period where the UK economy experienced its sharpest post-war recession. Second, it is a period in which household finances have come under significant pressure with price inflation rates outstripping wage growth (as discussed in Section 2 above) with an associated average decrease in real consumption of 0.6% per annum since 2007. So our analysis offers a guide to how households have behaved in a period of considerable stress.

- The share of spending on housing and utilities rose from 21% in 2007 to 26% in 2012. This reflects sharp rises in real rent levels and utility bills, which has squeezed spending in other more discretionary areas.

- The main impact of this has been reduced spending in the miscellaneous, recreation and culture and, furnishing categories. Around 50% of the spending in the miscellaneous category is made up of financial and insurance services, which took a particular hit in the crisis as households reduced their debt position (e.g. on credit cards and other forms of unsecured loans).

- The share of spending on food increased marginally from 8.5% in 2007 to 9.2% in 2012. Although this is a small change, it is worth noting that 2008 was the first time since 1973 when the share of household spending on food has increased. This reflects rising prices of food that year.

Challenging economic conditions have changed consumer spending patterns and habits. The most notable change is that households are now spending a greater proportion of their

budget share on essentials like food and household goods. As a result, consumers have become more sensitive to the prices of essential items and are focused on reducing wasteful spending. In contrast to the pre-crisis decades, a cultural threshold seems to have been crossed — a consumer who looks out for low cost deals and reduces waste (particularly but not only for essential items) is now considered ‘smart’.

The emergence of the ‘smart’ consumer has affected how businesses compete in the marketplace.

We have also seen a gradual increase in the role of the internet in retail transactions (including online trading sites such as eBay). Internet transactions now make up about 10% of total retail sales, up from just 3% in 2007. One in ten pounds that is spent on clothing and footwear is now through online sales, compared to around 6% in 2010. Total consumer spending could grow by around 2% per annum in real terms on average to 2030, but this could vary from around zero real growth for food, clothing and alcohol & tobacco to around 2.5-3% for housing and utilities, health and recreation and culture.

Housing and utilities now account for around a quarter of total household spending, up from just over 20% before the financial crisis. This could rise to around 30% by 2030 as real utility prices continue to increase and the housing market picks up.

Spending on financial services, overseas holidays and other discretionary spending has decreased since the crisis, but should show some recovery in the longer term as the economy picks up. Consumers will, however, remain more price-conscious as on-line retailers and high street discount stores continue to take an increasing share of the market even after the economy recovers.

REFERENCES

1. Boulding, Kenneth E., 1948. «Samuelson’s Foundations: The Role of Mathematics in Economics,» *Journal of Political Economy*
2. SpendTrend economic analyses [Electronic source] // Mode of access: https://www.firstdata.com/en_us/products/other-industry-solutions/financial-analyst-solutions/spendtrend-economic-analysis.html
3. Economic and fiscal outlook December 2013 [Electronic source] // Mode of access: <http://cdn.budgetresponsibility.independent.gov.uk/Economic-and-fiscal-outlook-December-2013.pdf>
4. The UK economic outlook [Electronic source] // Mode of access: http://www.ifs.org.uk/budgets/gb2014/gb2014_ch4.pdf

Scientific supervisor: Nikitenko O.V.

STRATEGIC PLAN PREPARATION ON THE BASIS OF FINANCIAL STABILITY INDICATORS

Buryan V.

National University of Food Technologies

The major problem of every enterprise operating in the market is to ensure the survival and further development. Strategy development is the most efficient and smart way to do it, thus it is possible to consider all alternatives, chose the best one and to create an efficient monitoring system. Strategic plan should certainly be based on reliable financial indicators. It should be emphasized that stability indicators should be

primarily considered while planning, as they show enterprise's position in the market, competitive strengths and weaknesses, and areas that should be paid attention to. This issue is not considered at the appropriate level by Ukrainian scientists though it would enable domestic enterprises to develop more intensively.

Special attention to the analysis of enterprises' financial condition and financial stability insurance in the market economy paid M. Bilyk [1], O. Pavlovsky, N. Prytuliak, N. Nevmerzhitsky, N. Davydenko [2] has developed effective methods for assessing financial stability, O. Zagorodny, V. Seredynskoyi [3] and I. Burdenko [4] examined in detail enterprises' financial stability diagnostics. V. Kovalenko [5] studied financial stability strategic management. It should be noted that most literature is devoted to concept of strategic management application, and it is not fully taken into account financial stability indicators analyses.

In order to achieve continuous growth of business enterprise should build its own development strategy. The types of strategies are classified according to the certain criteria that are presented below. There are strategies types:

1. Depending on development scale: total (general) strategy; auxiliary (supporting) strategies.

2. Depending on activities: marketing; production (operating); financial; investment; strategy of other areas and activities.

3. Depending on resources' type: formulation and manpower use strategy; core strategy and logistics; strategy of equity capital; strategies to attract debt capital.

4. Depending on growth rates: accelerated growth strategy; limited growth strategy; strategy of status conservation; reduction strategy.

5. Depending on ways to ensure development: concentrated development strategy; diversified development strategy; integrated development strategy.

Financial stability is one of a sustainable enterprise characteristics. It is conditioned by economic environment stability in which the company operates. It depends on operational results, enterprise's active and effective response to changing internal and external factors. There are the following types of economic stability: internal; external; hereditary; general; financial.

Financial stability of the company — it is the main component of the overall company's sustainability that is the subject of financial management, company's business activities and describes the state of financial resources as provision of proportional, balanced development while maintaining solvency, creditworthiness in risk tolerance.

The company may have different financial stability, which is divided into four types:

1. Absolute stability. High solvency: the company is not dependent on loans.

2. Normal stability. Normal solvency: efficient use of borrowed funds, high yield production activities.

3. Unstable state. Violation of solvency: necessary to attract additional sources.

4. Crisis. Insolvency — bankruptcy stage.

Financial stability determining the of the enterprise directly affects the strategic plan preparation. Only factors management, that ensure the financial stability of the company, provide an opportunity to build a strategy aimed at sustainable development and reduces risks. Financial stability is an important characteristic of financial and economic activity in a market economy. If the company is financially stable, it has an

advantage over other companies of the same profile and investments in obtaining loans, selecting suppliers and selection of qualified personnel. Stable financial position is the result of competent, skilled strategic management of business enterprises. The financial stability of the enterprise is the key to stable operation and development.

Therefore, the company should build its own development strategy to achieve continuous growth of business and most efficient operation. Selection and implementation of management strategy depends on the economic situation of the enterprise, which is possible if the analysis of the external and internal environment. Using indicators of financial condition is crucial in assessing the internal environment, and the definition of enterprise financial stability directly affects the development of strategic management. Only management factors that ensure the financial stability of the company, provide an opportunity to build a strategy aimed at sustainable development and reduces risk.

REFERENCES:

1. Bilyk M.D. (2009) Financial analysis: Tutorial, KNEU, 592 p.
2. Davydenko N.M. (2011) Corporate enterprises' financial stability in agricultural sector, Visnuk KNEU, Vol. 2, p. 50-58.
3. Zagorodna O, Seredinska V. (2010) Enterprises' financial condition and stability diagnosis, Visnuk KNEU, Vol. 3, p. 20-24.
4. Burdenko I.M. (2010) Trade enterprises' financial stability and its providing in transforming economy conditions, Visnuk ODEU, Vol. 2, p. 40-45.
5. Kovalenko V.V. (2012) Financial stability strategic management of the banking system: methodology and practice, Symu, DVNZ «YABS NBU», 228 p.

Scientific supervisor: Tryhub I.P.

A STUDY ON WORKING CAPITAL MANAGEMENT SYSTEM

Cheban S.

National University of Food Technologies

A study of working capital is of major importance to internal and external analysis because of its close relationship with the day-to-day operation of a business. The study concentrates on the main components of working capital like inventory management, accounts receivable management and cash management.

As a main part of financial management, working capital management shows its importance to the enterprise's development. This thesis constructs a management system based on the modifying cycle of working capital management performance. The system includes five elements, they are: management goal, business environment, management policy, management mode and management performance.

Working capital can be defined in a broad sense and a narrow sense. The broad working capital, also known as the total working capital, is the value of liquid assets. Working capital is the part of current assets exceeds current liabilities, which is defined as net working capital. Most domestic and foreign researches are based on the net working capital.

Working capital management policy is about the determination on the amount of current assets items and their finances. Mao Fugen defined it as structured management. He pointed out that working capital management policy should be based

on the risk-return, determine the ratio of current assets and current liabilities to total assets respectively, and then to make integrated decision [2].

The financial method calculates financial indicators directly. Evaluation indicators went from separate to integral, from the pure financial indicators to financials and non-financials. The integral indicators put working capital into as a whole, such as cash conversion cycle and working capital productivity (BCG). Constructing a working capital management system is to strengthen the management and make it more systematic.

Moreover, an efficient management system should be applicable to all types of working capital management practices, and be constantly reparable. To meet this need, we propose a management system based on the performance management theory. In particular, the system includes the following five consistent elements: management goal, business environment, management policy, management mode and performance evaluation.

Management goal is the center of working capital management system, which provides guidance to the entire management process. Therefore, clearing the goal of working capital management system is a most important project [1].

Assessment the current business environment is a prerequisite to working capital management. In a board sense, there are external and internal environment. Specifically, the environment includes economic situation at home and abroad, like the industrial characteristics, production and sales, cash control and so on.

Enterprises have to keep a certain amount of working capital to meet their needs, at the same time to spend the cost. Thus, working capital management policy implies a comprehensive consideration of risk and the cost. In accordance with the working capital requirements over time, we divide it into permanent and temporary. Permanent working capital is held for normal operation. While temporary working capital is for the high season. Steady management policies require a certain amount of temporary working capital on low season. And the radical policies relax the requirements for permanent working capital [3].

The management mode is matched with working capital management policy, which is a specific implementation for the management process. Strengthen the control of value chain can gain more with less. The working capital management mode reflects the risk-attitude of enterprise. When the items are not so good on the liquidity, firms tend to hold cash or reduce short-term debt.

Performance evaluation is a summary of the past working capital management, where we can find problems and prepare for the management process modification.

Evaluation indicators are important elements of the performance evaluation, which are based on the management goal and combined with the operating requirements. Profitability is reflected by the relationship between working capital and cost or revenue. Its main financial indicators are working capital productivity, sales planning ratio, etc. The financial risk of working capital management arises when capital holdings is unable to meet their actual demand [3].

For the whole management process at an enterprise, management goal is the guidance. An appropriate working capital management policy should consider not only the internal and external business environment, but also an efficient execution needed to get high performance. What's more, it also requires courage to deny and innovate. In total, the five management elements work together for working capital management.

REFERENCES:

1. A. Raheman, Dr. Qayyum, A., Dr Afza, T. 2011. Sector-wise Performance of Working Capital Management Measures and Profitability Using Ratio Analysis. *Interdisciplinary Journal of Contemporary Research in Business*, December 2011. Volume 3, No 8.
2. M. Fugen. A Discussion on Structural Management Theory of Working Capital. / *Finance and Accounting Monthly*, vol. 3, 2012. — pp. 21-22.
3. Кропивцова Н. І. Стратегія управління оборотним капіталом [Текст] /Н.І. Кропивцова. // Економічна стратегія і перспективи розвитку сфери торгівлі та послуг. — 2008. — Вип. 1(7). — С.193-200.

Scientific supervisor: Nikitenko O.V.

PECULIARITIES OF FORMING THE SOCIAL AND PSYCHOLOGICAL CLIMATE IN THE TEAM

Derkach E.

National University of Food Technologies

The topicality of the issue related to formation of social and psychological climate of the work collective can be explained by the fact that our society has undergone through significant political and economic transformations that require new attitudes and approaches in all areas of human activity. Psychologists are faced with the need to broaden their knowledge of particular psychological qualities of people working in different spheres of activity. The point is that many managerial decisions, particularly in the context of administrative command system, are taken regardless of psychology of an individual. Main objective of management is to influence employees' performance, form satisfaction from work among employees, and develop positive traits of their personality.

Social and psychological climate serves as an indicator of the level of psychological involvement of people in psychological activity and as an indicator of successful performance of an individual. [4]

There is no doubt that social and psychological climate is an indicator of the level of social development of the team and its psychological reserves capable of fuller realisation. This, in its turn, is closely connected with possible increase of the share of social factors in production pattern due to the improvement of both the work organization and the working conditions. The level of optimality of social climate in each particular work collective is largely dependent on the overall social, political and ideological climate in society and in the whole country. [2]

One of the indicators of successful performance of the company manager is the degree of maturity of social climate. Thus, B. Parygin points out that social climate is «one of determinants of successful performance of a person in all spheres of the life of society.» [1]

Social and psychological climate of any institution is generated due to interpersonal interaction that mediates not only inter-personal influences, but also the impact of environment: things, items, natural phenomena, etc. The mood of one person can affect the mood of the other person; it has an impact on various behavioural acts, activity, and human life. Let's examine social climate considering three factors: psychological, social and socio-psychological.

Psychological climate is revealed in the form of emotional, conative and intellectual conditions and properties of the group (thus, we can distinguish the climate of optimism, fear, commitment or relaxed will, creative research and intellectual activity of a person, etc.). If social content is detected in intelligence, emotions, or will, social aspect will be manifested in this case, while the social-psychological aspect is manifested in unity, concordance, sense of accomplishment, friendship, team spirit.

Social climate is a qualitative aspect of relationships which is revealed in sum-total of psychological conditions which promote or hinder joint productive activity and all-round development of an individual in the group. Such a climate may be favourable, unfavourable, or neutral; it can have a positive or adverse effect on the well-being of a person. [3]

The most important features of favourable psychological climate in the group (team) are as follows:

Subjective attributes:

- trust and mutual demands of group members in relations to each other;
- kindness;
- freedom of expression of opinions regarding team issues or behaviour of particular individuals;
- absence of pressure on the subordinates and recognition of employee's right to make decisions that are important to solve the problems of the team;
- sufficient knowledge of team members of tasks and situation in the team;
- high degree of emotional involvement and mutual aid in situations where it is needed;
- realizing and assuming responsibility for the situation in the team by each of team members.

Objective attributes:

- high performance indicators;
- low level of employee turnover;
- high level of employee morale;
- lack of tension and conflict in the team, etc. [4]

Improving social climate within the work collective will promote development of social and psychological potential of our society and as a result will lead to a more productive and happy life.

Thus, the main factors affecting the social climate in the team are work content and satisfaction from work, working and living conditions, interpersonal relations with co-workers; management style, manager's personality, their satisfaction or dissatisfaction with employees.

REFERENCES:

1. Еникеев І. М. Психологія управління: навч. посіб. / І.М. Еникеев. — М.: ЮНІТИ, 2006. — 456 с.
2. Карамушка Л.М. Психологія управління: навч. посіб. / Л.М. Карамуша. — К.: Міленіум, 2003. — 155 с.
3. Коломінський Н. Л. Проблеми оптимізації соціально-психологічного клімату в педагогічному колективі: навч. посіб. / Н.Л. Коломінський. — К., 1999. — 285 с.
4. Максименко С. Д. Загальна психологія: навч. посіб. / С. Д. Максименко, В.О. Соловієнко. — К., 2000. — 204 с.

Scientific supervisor: Shapran L.Y.

THE OWNER-MANAGER AND THE FUNCTIONAL MANAGEMENT OF A SMALL FIRM

Dolinin H.

National University of Food Technologies

The founder, or owner-manager, often puts his or her stamp on the way things are done at a firm. He or she has the solution to many problems and tries to maintain control of the firm's operations. Accordingly, this paper aims to investigate the degree are controlling or even getting involved in the functional management of their firm.

In order to analyze the way the small business owner(-manager) gets involved in the functional management of the company, it is important to have an overall view of some of the characteristics such firms exhibit, as well as some opinions of its typologies [1].

According Storey and Sykes (1996) a small firm is less concerned with formal systems and its decision-making process will be more judgmental, involving fewer individuals, and can therefore be quicker. Also, it is important to distinguish between owner-managers and entrepreneurs, as well as between two categories of small firms they are:

a) Lifestyle firms:

These are businesses that are set up primarily to undertake an activity that the owner-manager enjoys or gets some comfort also this firms provides an adequate income, for example craft-based businesses. They are not set up to grow and, therefore, once a level of activity that provides the adequate income is reached, management becomes routine and tactical. Here there is probably little strategic management unless things start to go wrong, and the most likely thing to go wrong is that the market changes without the owner-manager realizing it. These firms are rarely managed by entrepreneurs and if they are, the entrepreneur will be extremely frustrated. Most owner-managed firms fall into this category. Many firms are soletraders (unincorporated businesses). However, a lifestyle business can change, if the owner-manager's motivation change.[2].

b) Growth firms:

These are set up with the intention of growth, usually by entrepreneurs. Occasionally a lifestyle business can turn into a growth business unintentionally. However, if the manager does not have entrepreneurial characteristics he is unlikely to succeed in the long run. Rapid growth is risky and creates major problems that must be addressed within very short time frames. Effective strategic management is vital if the firm is to succeed, indeed possibly survive. These firms will face numerous problems and crises as they grow, some of which are predictable, others that are not.

The business strategy is to stay alive, and the company needs to find customers and deliver products/services. The organisation is simple, with one-to-one relationship management and direct supervision. The owner does everything, or at least is involved in doing everything. Planning is minimal, sometimes non-existent.

The business imperative is to establish the customer base and product portfolio. The company has to demonstrate that it has sufficient products and customers to be a viable business. It has to control its revenues and expenses to maintain cash flow. The organisation is still simple and planning is involving cash flow forecasting.

By this stage the company is big enough and has sufficient customers and sales to establish itself with confidence. The owner has supervisors or managers in place and

basic marketing, financial and operations systems are operating. Planning is in the form of operational budgets. This company has two strategic options:

- Option 1 is disengagement. If it can maintain its market niche or adapt to changing circumstances, it can stay like this for a long time. If not, it will either cease to exist or drop back to the survival stage. This is a lifestyle business.

- Option 2 is growth. If this is a viable and desirable option then the entrepreneur must consolidate, clarify his vision and ensure that resources are diverted into growth. This is where he must start to give clear leadership, based upon the vision they have for the firm and a clear strategy as to how the vision might be achieved. However, throughout all this the business must remain profitable.

The business now begins to develop the characteristics of a stable, larger company with professional management and formal information systems, and will have established strategic planning [1].

The owner-manager tends to be all-powerful, being more inclined to listen to his or her own. The owner-managers of some firms put a great emphasis on two functional areas as Production and Sales and Marketing, these two functional areas being personally managed by a large amount of the questioned entrepreneurs. Such a behavior may be the source of some important features a small business exhibits and which ground their main competitive advantages, such as customized products, high degree of customer satisfaction, good connection between business and market, flexibility, autonomy and successful nichemarket strategies. By controlling the two most important functions of the owner-managers make sure that all the specific demands of the customers are acknowledged, understood (by quickly disseminating the information amongst the staff, to whom the owner-manager maintain a close, personal relationship), implemented into products (see the level of the owner-manager personal implication in the Technical Conception activity of the R&D function) and then manufactured accordingly. So the investigated small firms are substituting the functional specialization for combined and integrated management.

REFERENCES:

1. Bridge, S., O'Neill, K., & Cromie, S. Understanding enterprise, entrepreneurship and small business. London: Macmillan Business. Burns, P. (2002) Entrepreneurship and Small Business. Hampshire: Palgrave, p.13-23
2. Storey, D. J., & Sykes, N. (2010) Uncertainty, innovation and management. In P. Burns, & J. Dewhurst (Eds.), Small Business and Entrepreneurship p.73-93

Scientific supervisor: Cherednichenko H.A.

ACTUAL PROBLEMS OF CO-INVESTMENT MARKET

Ermolaeva M.

National University of Food Technologies

Attracting foreign investment to our country is especially pertinent today because it is impossible to strengthen Ukraine's economy without increasing investment, including foreign investment, without finding reliable and stable sources of capital and, ultimately, without establishing a favorable investment climate.

Certain reform-based transformations and positive practical improvements can be seen in Ukraine's economy currently. These positive results include the growth of GDP

in recent years, rising average wages and pensions, a well-provided consumer market, diversified exports, a relatively stable national currency, and steadily growing annual investment.

Indeed, effective investment activity by any and all business entities will foster the growth of the country's economy because, no matter what, it generates material resources for the society and makes it possible for the overall well-being of the population to improve [1].

Today, the quality of investment policy affects many things: industrial output, the condition and technical level of fixed assets at Ukrainian enterprises, the options for restructuring the economy, and the solutions to social and environmental problems. Investment is the basis for developing individual businesses, specific sectors and the economy as a whole. The modern economic environment demands an active policy for attracting foreign direct investment. In Ukraine, investment activity is regulated by legislation that is in the process of being updated and improved, in order to draw greater inflows of FDI and to improve their effectiveness.

Ukraine could potentially become one of the leading countries in terms of direct and portfolio foreign investment. This is supported by Ukraine's large domestic market, comparatively skilled yet inexpensive labor, major scientific and technological potential, abundant natural resources, and its available, if underdeveloped, infrastructure. Yet, private domestic and foreign capital investment is hampered by political instability, inflation, ambiguous legislation, under-developed industrial and social infrastructure, and inadequate information flows. The interconnectedness of these problems reinforces their negative impact on the country's investment appeal.

The country's economic policy must aim at establishing a favorable environment for the development of business, eliminating red tape and corruption, and reducing the shadow economy. This would, in turn, establish the conditions for:

- implementing a unified business regulation policy to achieve the optimal level of state regulation of commercial activity, defining the legal principles for state support for small enterprises, and regulating licensing procedures;
- revising legislation regulating business activity in specific sectors of the economy with the aim of increasing the effectiveness and competitiveness of businesses;
- improving and simplifying the system for registering a business;
- improving the procedure for launching investment projects;
- expanding international cooperation in competition policy to prevent restrictions due to actions taken outside of the country's territory [2].

There are some important factors for improving Ukraine's investment:

- 1) Forming a legal base
 - further tax reforms;
 - a legal base to facilitate a working stock market;
 - the protection of individual contributions to life and health insurance programs, and to non-state pensions;
- 2) Reforming the tax system
- 3) Attracting investment to science, technology and innovation.

We expect the implementation of these program elements to help establish a normal investment climate in Ukraine and improve the country's appeal to foreign investors.

The introduction of joint investment vehicles should provide suitable conditions for investing. By improving the system of corporate governance, a transparent system for protecting the rights of all investors will develop.

Investment resources should grow with the effective use of public investment and increased long-term lending volumes for the real economy, at the same time as the possibilities of foreign investment are used in more traditional ways.

The institution of concessions should help attract investors to upgrading infrastructure, while investment in science, technology and innovations should generate new jobs.

Government support for high technologies and the development of an innovation infrastructure in the country should help attract investment into innovations and bring the Treasury revenues from the use of this know-how [2].

By implementing the strategy for a long-term economic development, Ukrainian authority should analyze the State Budget and local budgets investments on the industrial and social projects growth, while the specific volumes are determined at the appropriate level of government.

REFERENCES:

1. Quick MBA. Knowledge to Power Your Business.: [Electronic source] : <http://www.quickmba.com>.

2. Sablina N. V., Lymar D. A. Analysis of Attraction of Direct Foreign Investments Into Economy of Ukraine at Present Stage of Development.: [Electronic source] : <http://www.quickmba.com>.

Scientific supervisor: Bozhok N.O.

FOOD SAFETY MANAGEMENT

Gevlich Y.

National university of food technologies

Recent peanut butter salmonella outbreaks, e. coli contaminated-vegetables, listeria-tainted cheeses, and the recent horsemeat scandal have raised critical concerns about the safety and quality of food products. Regulatory bodies have swung into action with stricter regulations and harsher penalties for non-compliance, while consumers have become more aware and vigilant about signs of unsafe food. This means that companies have to be extra careful about evaluating and monitoring food safety in every link in the food chain, from farm to fork[1].

Many food retailers insist that their suppliers comply with GFSI schemes, as well as food safety standards such as HACCP and ISO 22000. However, monitoring supplier compliance and performance can be a huge challenge especially when the supply chain is so vast, distributed, and complex.

The ISO 22000 family of International Standards addresses food safety management.

The consequences of unsafe food can be serious and ISO's food safety management standards help organizations identify and control food safety hazards. As many of today's food products repeatedly cross national boundaries, International Standards are needed to ensure the safety of the global food supply chain[2].

Hazard analysis and critical control points or HACCP is a systematic preventive approach to food safety from biological, chemical, and physical hazards in production processes that can cause the finished product to be unsafe, and designs measurements to reduce these risks to a safe level. In this manner, HACCP is referred as the prevention of hazards rather than finished product inspection. The HACCP system can be used at all

stages of a food chain, from food production and preparation processes including packaging, distribution, etc. The Food and Drug Administration (FDA) and the United States Department of Agriculture (USDA) say that their mandatory HACCP programs for juice and meat are an effective approach to food safety and protecting public health. Meat HACCP systems are regulated by the USDA, while seafood and juice are regulated by the FDA. The use of HACCP is currently voluntary in other food industries[3].

The solution of this problem is MetricStream Food Safety Management. MetricStream provides a single, comprehensive solution to manage all food safety requirements ranging from supplier management, to hazard analysis, to compliance management, audits and inspections, non-conformance management, complaints management, and recalls.

Using the solution, organizations can manage the entire process of onboarding suppliers, evaluating supplier compliance with food safety regulations/ policies, and monitoring supplier performance. The solution maps all suppliers to the relevant products/ ingredients, as well as the associated compliance requirements for complete traceability and transparency. It also maintains all supplier information (e.g. farm GPS co-ordinates), as well as product information (e.g. specifications, raw-materials, labeling requirements, and allergens) in a central repository for quick search and reference.

Through the solution, companies can plan, distribute, and manage compliance surveys and self-assessments.

Users can also streamline the entire food safety audits and inspections process. Any non-conformances or issues that arise can be routed through a systematic process of investigation, root cause analysis, and correction action.

The MetricStream also enables a systematic and transparent process for managing and tracking customer complaints based on food safety. If products are contaminated, the solution supports and automates the entire process of managing recall campaigns, and communicating with customers[1].

Provides a common point of reference to manage end-to-end food safety processes — ranging from supplier management, to hazard analysis, to compliance management, audits and inspections, non-conformance management, complaints management, and recalls

Strengthens compliance with food safety regulations, GFSI schemes, and standards through a federated approach; simplifies the tracking of regulatory changes through automated notifications and data feeds

Enhances communication of food safety policies, and co-ordination of compliance activities in the supply chain.

Provides a centralized and real-time view of food safety processes across the supply chain for complete transparency and accountability. Maps all food processes, products, and entities together, so that if a food safety issue arises, it can quickly be traced back to the source .

The food quality audit management is becoming increasingly challenging, given the growing complexity of businesses and the multitude of audits that need to be conducted. Any microscopic error in the audit process can lead to poor quality which can destroy brand image and shatter customer trust.

The traditional siloed approach and spreadsheet systems consume a lot of time and are prone to major errors. It also leads to duplication of processes and remedial measures[4].

To promote effective governance and to ensure food safety across the supply chain, food industry, regardless of its size, needs to incorporate an automated and comprehensive food quality audit management solution that can manage all food quality audits and product audits within the organization as well as audits of external entities such as suppliers, distributors, and contractors.

REFERENCES:

1. <http://www.metricstream.com/industries/food/food-safety-management.htm>
2. <http://www.iso.org/iso/home/standards/management-standards/iso22000.htm>
3. <http://en.wikipedia.org/wiki/HACCP>
4. <http://www.metricstream.com/industries/food/quality-audit -management.htm>

Scientific supervisor: Cherednichenko H. A.

THE USAGE OF PRINCIPLES OF JAPANESE MARKETING IN THE ECONOMIC ACTIVITY OF THE PAC «OBOLON»

Glushanitsia A.

National University of Food Technologies

The modern marketing in Japan must be based on the quick, flexible planning of initiatives, in the centre of which always must be the customer. Initiatively, ambitious companies are more quickly oriented on the creating the needs and their satisfaction, than just reacting on the problem which appeared. That feature of Japanese marketing is often marked by specialists. Quickness and flexibility in making decisions, the necessity of which is understood by the most part of the managers — the participants of research, for the most of the companies is one of the main tasks.

So we can define three main principles of marketing:

Direct priority of the customer where the human is the main labor resource as for country, so the object, the satisfaction of needs of which is the main aim in marketing. The individual approach is provided for each of them and it's directed for making the long relationships.

Information technologies which are provide quickness, clearness, initiative and the usage of the newest technologies with the help of which the company gets information about the clients.

Creativity and entrepreneurial spirit in making decisions of marketing conclusions.

Marketing people don't ask the customers which products they would like to have, but follow the client and make new product. Specialists all the time provide marketing researches, they know the customer's needs, and they can predict them the future period and to make new unique product, so the customer won't give up on it. They proved that it's important not only to know what the customers need today, but it is important to understand what the customers will want tomorrow.

Japanese business-wisdom is evident: leave the customer satisfied, be grateful and honest with partners, and the profit will come as award for work. Profit is not the aim; the satisfaction of the customers is the tool of its achievement.

Let's research the ways of providing the principles of the Japanese marketing on the example of the PAC «Obolon» which is the only one Ukrainian company which is among 40 the biggest brewing groups in the world. They also produced alcoholic and non alcoholic beverages and mineral waters).

The first principle of Japanese marketing is clients' satisfaction. Creating the special focus-groups (the method of the research, group interview which was organized as the talk of several respondents) will help to consolidate and improve its position on the market.

The second principle is an initiative (informational security). Creating and active advertisement of the Internet-site, where every customer could leave his comment or wish, and also review about the product that he bought (about taste, colour and other factors). Appearance of such Internet-resource will allow not only to see the target audience of the company, but also to react quickly on the customers' reviews. That is a good indicator for the customer, too. When your thought are held by others and react on your need it positively affects on the promotion of the product on the market.

The last principle is the creativity in dissolving marketing questions. It is proposed to introduce holding virtual exhibitions, excursions, master-classes, debates, round tables for different authorities (as for investors, providers, customers etc.). By that way of working, PAC «Obolon» gives an opportunity to teach everyone who interested in production, sales and promotion of its production as on national and international levels.

The proposed introduction in PAC «Obolon» are aimed on the introducing the company's elements of Japanese marketing with the aim of improving the quickness of making decisions; creating better connection conditions with customers; to satisfy the clients' needs; to involve new investors, clients, which will influence on the company's activity in the future.

REFERENCES:

1. Three Japanese whale Marketing [Brandkey.ru] — Access to the journal .: <http://www.brandkey.ru/print.php?id=999&nid=&pid=&artid=259>
2. Features of the Japanese management system [Bibliofond. Library.] / V. Roschina — Access to the journal.: <http://bibliofond.ru/view.aspx?id=463311>
3. Corporation «Obolon» [PAC «Obolon»] — Access to the journal.: <http://www.obolon.ua/ukr/about/contacts/head-office/>

Scientific supervisor: Vlasenko L.V.

TAX RISKS MONITORING

Haishuk I.

National University of Food Technologies

Business management is carried out under conditions of uncertainty, contradiction, negative effects of destabilizing factors and risks caused by them. There is no enterprise without a risk. It also concerns tax risks. It arises from the ambiguity of interpretation of tax legislation, instable conditions of political and economic situation in society. All these factors have a negative impact on financial conditions. Therefore, monitoring fiscal risks is extremely important for Ukrainian enterprises.

Tax risks were studied by A.N. Azryliyan. Monitoring is specially organized set of observations of certain objects [2, p.287]. In tax area, monitoring is a regular collection and analysis of information on changes in tax legislation. A.N.Azryliyan considers the result as the output of the system, impact of its operation on environment; as sum-total of any activity [3, p.566]. Therefore, influencing factor is the use of tax risk management.

Financial balance is a key indicator of attaining the ultimate goal of every enterprise. There is a problem of organizing a particular set of observations and research.

Despite the availability of scientific developments of domestic and foreign scholars on financial equilibrium [1, p.24] and tax risk management [4, p.6], their studies leave out the problem of coherence of these categories and the possibility of their mutual influence on each other. Each company is a subject of tax law. That is why tax risk accompanies every area of entrepreneurship.

The main purpose of tax risks monitoring is to ensure that when significant changes in tax law happen the company would not lose financial balance.

Risk [5, p.463] is the possibility of occurrence of events with negative consequences as a result of certain actions or decisions; probability of losses or uncertainty in obtaining appropriate income.

So, tax risk is the possibility of occurrence of tax legal relations undesirable for subjects. They can result in financial losses.

Creating an effective system of tax risks monitoring facilitates the achievement of the company's financial balance.

Monitoring of tax risk is a tool to ensure financial balance of the company. Therefore, the basic principles of tax policy of the company should be:

Caution of statements on the provisions of the tax law;

Balanced approach to tax risks;

Sufficient degree of professionalism of personnel and their ability to make appropriate management decisions.

Effectiveness of tax risk monitoring is somewhat determined by risk classification. There are several major categories of tax risks [4, p.13]: information risk and risk of process.

Information risk is the risk of uncertainty arising from ambiguous interpretation of the law by the taxpayer and the tax authority employees. This is one of the most common categories of tax risks in Ukraine.

Process risks are risks associated with the incorrect implementation of tax obligations, errors in tax accounting or tax planning.

Therefore, to monitor fiscal risks is to control, investigate, analyze emerging abnormalities associated with tax process.

Thus, the system of tax risk management of an enterprise should be used as a stimulus to strengthen the position of the company in all areas of its operations.

REFERENCES:

1. Смоляков Э.Р. Теория конфликтных равновесий. — М.: «Финансы и статистика», 2005. — 304 с.
2. Коноплицкий В.А., Філіна Г.І. Економічний словник. Тлумачно-термінологічний. — К.:КНТ, 2007. — 580 с.
3. Большой экономический словарь / Под ред. А.Н. Азриляна. — 2-е изд. доп. и перераб. — М.: Институт новой экономики, 1997. — 864 с.
4. А. Власов Управление налоговыми рисками // Юридическая практика. Еже-недельная профессиональная газета. — № 8 (530) от 19/02/08. — С. 12 — 17
5. Навчальний економічний словник-довідник: терміни, поняття, персоналії / За ред. Г.І. Башнянина, В.С. Іфтемічука. — 2-ге вид., вип. і доп. — Львів: „Магнолія 2006», 2008. — 688 с.

Scientific supervisor: Shapran L.Y.

CHALLENGES OF HUMAN RESOURCES

Hayshuk J.

National University of Food Technologies

The future success of any organizations relies on the ability to manage a diverse body of talent that can bring innovative ideas, perspectives and views to their work. The challenge and problems faced of workplace diversity can be turned into a strategic organizational asset if an organization is able to capitalize on this melting pot of diverse talents. With the mixture of talents of diverse cultural backgrounds, genders, ages and lifestyles, an organization can respond to business opportunities more rapidly and creatively, especially in the global arena, which must be one of the important organizational goals to be attained. More importantly, if the organizational environment does not support diversity broadly, one risks losing talent to competitors.

The role of HR has changed from a primarily administrative position to one that is more strategic. Times certainly have change from those days when the HR department was called the «smile and file» department since in that era the primary qualifications for HR were simply a friendly disposition and an ability to file. The emerging trends in HR call for HR Professionals to take the lead in planning for the future and becoming strategic business partners in their organizations. The key to HR planning for the future begins with one simple question that HR Professionals have to ask themselves: If we are successful in the years to come, what will our customers and competitors be saying about us? With the answers to this question, HR Professionals can formulate a clear, shared vision and a sense of direction for the organization.

The largest contribution to the challenges of HR western themes outsourcing did scientists such as D. Bersin, J. L. Bravar, M. Donellann, E. Yordon, S. Clements, R. Morgan, J. Haywood, D. J. Bruce, Jane Linder, E. Sparrou. In Ukraine, this process is not as fast, but with increased competition in the domestic market, the integration processes more and more companies recognize the advantages and usefulness of use. The role of the HR Professional is evolving with the change in competitive market environment and the realization that Human Resource Management must play more strategic role in the success of an organization. Organizations that do not put their emphasis on attracting and retaining talents may find themselves in dire consequences, as their competitors may be outplaying them in the strategic employment of their human resources.

With the increase in competition, locally or globally, organizations must become more adaptable, resilient, agile, and customer-focused to succeed. And within this change in environment, the HR Professional has to evolve to become a strategic partner, an employee sponsor or advocate, and a change mentor within the organization. In order to succeed, HR must be a business driven function thorough understanding of the organization's big picture and be able to influence key decisions and policies. In general, the focus of today's HR Professional is on strategic personnel retention and talents development. HR Professionals will be coaches, counselors, mentors, and succession planners to help motivate organization's members and their loyalty. The HR Professional will also promote and fight for values, ethics, beliefs, and spirituality within their organizations, especially in the management of workplace diversity. The role of the HR Professional must parallel the needs of the changing organization. Successful organizations are becoming more adaptable, resilient, quick to

change directions, and customer-centered. Within this environment, the HR Professional must learn how to manage effectively through planning, organizing, leading and controlling the human resource and be knowledgeable of emerging trends in training and employee development.

The twenty-first century recognizes the importance of HR Professionals in their contribution to supplying the best manpower supply in a thriving industry. Organizations in the business world rely on Human Resources management teams in overseeing business functions such as hiring, training, conducting interviews, relaying of company-related business trends and issues and employees' benefits and so on. Individuals who work inside this type of industry are tasked to making sure that the provided workforce are adept in their respective business roles and are able to function optimally under any condition. Companies are increasingly seeking technological solutions to streamline the basics of HR administration, manage competencies, deal with performance and boost learning. The HR function has an opportunity to deliver the promise of becoming a strategic department within your organization. Lately, technology has been enabling HR departments to reinvent themselves as a strategic business partner, providing opportunities for HR to play a greater role in aligning the workforce with business objectives. The end result can be improved organizational performance.

The most successful HR Professionals add value and make a difference with their organizations. They do this by treating their departments as business partners, anticipating their needs and providing HR solutions just-in-time.

REFERENCES:

1. Битяк Ю. П. Адміністративне право України: підруч. / Ю.П. Битяк, В. М. Гарашук, О. В. Дьяченко. — К.: Юрінком Інтер, 2010. — 544 с.
2. Храмов В. О. Основы управления персоналом : навч.-метод. посіб. / В. О. Храмов, А. П. Бовтрук. — К. : МАУП, 2001. — 112 с.
3. Мескон М. Х. Основы менеджмента / М. Х. Мескон, М. Альберт, Ф. Хедоури; [пер. с англ.]. — М.: Дело, 1994. — 464 с.
4. Спивак В. А. Организационное поведение и управление персоналом / В.А. Спивак. — СПб.: Питер, 2000. — 312 с.
5. Егоршин А. П. Управление персоналом: учеб. / А. П. Егоршин. — 3-е изд. — Н. Новгород: НИМБ, 2001. — 720 с.

Scientific supervisor: Vlasenko L.V.

CHARACTERISTICS OF CREDITS

Hudz J.

National University of Food Technologies

Credit is money attracted to finance economic activity of an enterprise. Credit exists when you borrow a specified amount of money for a specified period of time at a specified interest rate. Credit is granted on the basis of a contract on the terms of repayment for a specified period, security (guarantee) and pay for the use of loan [1, p.83].

Nowadays, credits are the most common type of debt financing. Credits can be classified as long-term (with a credit payment term exceeding one year), short-term (with credit payment term under two years), or a credit line (for more immediate borrowing needs) [4, p.650].

Providing economic activity of enterprises, loan relationships promote their development, increase output of goods and services. Competent use of the loan can also speed up increase in the company's turnover.

The main objectives of attracting credits are: replenish the required amount of permanent current assets; ensure the formation of the variable part of current assets; form investment resources; provide social and daily living needs of workers.

Credits are distinguished by the type of provision:

Secured credit is credit where a borrower pledges some asset (e.g. a car or property) as collateral.

A mortgage credit is a very common type of debt instrument, used by many individuals to purchase housing.

Unsecured credit, also known as a personal loan, is typically used for large personal purchases, like buying a car. It is supported by your credit worthiness rather than backed by collateral, which means the lender trusts you to pay it back without the need for security.

In addition to these types of credits there also are:

Commercial credit. Commodity form of credit provided by sellers to buyers in the form of deferred payment for goods sold and services rendered.

Bank credit is a form of credit relationships in which one of the subjects of credit relations is a specialized financial and credit institution — a bank.

State credit. This is a form of credit where one of the subjects of credit relations is the state.

International credit is credit relations, whose subjects are businesses in different countries.

Leasing credit is the relationship between legally independent entities in lease of tools and objects of labour, as well as financing the acquisition of movable and immovable property for a specified period.

Consumer credit is a loan given to individuals for the purchase of goods and services and it is settled gradually [3, p.143].

In developed market economy, credit performs the following functions: redistribution (using credit funds between different entities on return and payment basis); emission (ability to create additional means of payment using credit); control (process of lending is secured by control over conditions and principles of lending from loan agreement parties).

These functions are closely interrelated and in this way determine certain economic role in credit relations [3, p.139].

Thus, efficient financial activities of the company are not possible without constant borrowing. The use of credits allows you to significantly expand the volume of business activity of enterprises, ensures more efficient use of equity to speed up the formation of different special purpose funds, and ultimately allows to increase the market value of the company.

REFERENCES:

1. Odongo, James. Lending Terms and Financial Performance of Small Enterprises. // Journal of Finance and Accounting, November 2, 2013.
2. Guttentag, Jack. The Math Behind Your Home Loan. — The Washington Post, May 11, 2010.
3. Сопко В.В. Бухгалтерський облік капіталу підприємства (власності, пасивів): навч. посібник. / В.В. Сопко. — К.: Центр навчальної літератури, 2006. — 312 с.

4. Ткаченко Н. М. Бухгалтерський фінансовий облік, оподаткування і звітність: Підручник. — 3-те вид. допов. і перероб. — К.: Алерта, 2008. — 926 с.

Scientific supervisor: Shapran L.Y.

RISKS IN AUDIT

Іліна О.

National University of Food Technologies

The Auditing Standards Board issued eight standards with new guidance for auditors assessing risks and controls in financial statement audits. Auditors must consider risk and also determine a materiality level for the financial statements taken as a whole.

Auditors are required to obtain a sufficient understanding of the entity and its environment, including its internal control, to assess the risk of material misstatement. Auditors must develop audit plans in which they document the audit procedures that are expected to reduce the audit risks to acceptably low levels. To rely on the effectiveness of company internal controls, the auditor should test the controls, but only after assessing that the design is effective. The auditor may rely on control tests and other evidence from prior audits when the audit evidence and related subject matter have not changed.

At the end of an audit, the auditor must evaluate whether the financial statements taken as a whole are free of material misstatements. The auditor must accumulate all the known and likely misstatements, other than trivial ones, and communicate them to the appropriate level of management [4].

In assessing deficiencies of internal controls to identify the severity, the auditor should focus on issues such as inadequate documentation and unqualified employees who lack the skills to make the required GAAP accounting computations, accruals or estimates, or to prepare the company financial statements. Auditors must determine risks when working with clients. One type of risk to be aware of is inherent risk. While assessing this level of risk, you ignore whether the client has internal controls in place (such as a secondary review of financial statements) in order to help mitigate the inherent risk [2]. You consider the strength of the internal controls when assessing the client's control risk. Your job when assessing inherent risk is to evaluate how susceptible the financial statement assertions are to material misstatement given the nature of the client's business. A few key factors can increase inherent risk. Here are some examples of environment and external factors that can lead to high inherent risk:

Rapid change: A business whose inventory becomes obsolete quickly experiences high inherent risk.

Expiring patents: Any business in the pharmaceutical industry also has inherently risky environment and external factors. Drug patents eventually expire, which means the company faces competition from other manufacturers marketing the same drug under a generic label.

State of the economy: The general level of economic growth is another external factor affecting all businesses.

Availability of financing: Another external factor is interest rates and the associated availability of financing. If your client is having problems meeting its short-term cash payments, available loans with low interest rates may mean the difference between your client staying in business or having to close its doors [3].

Prior-period misstatements: If a company has made mistakes in prior years that weren't material (meaning they weren't significant enough to have to change), those errors still exist in the financial statements. You have to aggregate prior-period misstatements with current year misstatements to see if you need to ask the client to adjust the account for the total misstatement.

Susceptibility to theft or fraud: If a certain asset is susceptible to theft or fraud, the account or balance level may be considered inherently risky. For example, if a client has a lot of customers who pay in cash, the balance sheet cash account is going to have risk associated with theft or fraud because of the fact that cash is more easily diverted than customer checks or credit card payments.

Looking at industry statistics relating to inventory theft, you may also decide to consider the inventory account as inherently risky. Small inventory items can further increase the risk of this account valuation being incorrect because those items are easier to conceal (and therefore easier to steal) [1].

REFERENCES:

1. Gilbert W. Joseph, Terry J. Engle (December 2005). «The Use of Control Self-Assessment by Independent Auditors». The CPA Journal. Retrieved 10 March 2012.
2. «Responsibilities and Functions of the Independent Auditor». AICPA. November 1972. Retrieved 30 December 2013.
3. Srivastava R.P., Shafer G.R. (1992). Belief function Formula for audit risk. Review: Accounting Review, Vol. 67 n 2, pp.249–283, for evidence theory applied on audit risk.
4. William F. Sullivan, Thomas A. Zaccaro, and Adam D. Schneir (Paul, Hastings, Janofsky, & Walker LLP): The SEC's View of Auditor Independence; Bloomberg Law Reports — Risk and Compliance, Vol.2 No.1, 2009.

Scientific supervisor: Nikitenko O.V.

THE MEANING OF INVOLVEMENT FOREIGN INVESTMENT INTO UKRAINE

Ishchenko A.

National University of Food Technologies

Attracting foreign investment to our country is especially pertinent today because it is impossible to strengthen Ukraine's economy without increasing investment, including foreign investment, without finding reliable and stable sources of capital and, ultimately, without establishing a favorable investment climate. Certain reform-based transformations and positive practical improvements can be seen in Ukraine's economy currently. These positive results include the growth of GDP in recent years, rising average wages and pensions, a well-provided consumer market, diversified exports, a relatively stable national currency, and steadily growing annual investment. Indeed, effective investment activity by any and all business entities will foster the growth of the country's economy because, no matter what, it generates material resources for the society and makes it possible for the overall well-being of the population to improve. For the purpose of this study, the works of domestic and foreign scientists and community organizations on investment management and effectiveness were used as a theoretical and methodological base, as well as Ukrainian investment legislation and regulations. In broad terms, investment is the foundation of a modern economy: it brings together the interests and resources of private individuals, legal

entities and the state to generate real socio-economic development. Global experience shows that transition economies are not capable of developing their economies properly without attracting and effectively using investment, including foreign investment. The investment potential of any country—frequently, the term «investment appeal» is characterized by a combination of macroeconomic indicators, such as: economic growth, the ratio between consumption and savings, lending rates, profit rates, inflation levels and dynamics, consumer demand, the presence and proportion of production factors, infrastructure development, and so on. Ukraine could potentially become one of the leading countries in terms of direct and portfolio foreign investment. This is supported by Ukraine's large domestic market, comparatively skilled yet inexpensive labor, major scientific and technological potential, abundant natural resources, and its available, if underdeveloped, infrastructure. Yet, private domestic and foreign capital investment is hampered by political instability, inflation, ambiguous legislation, under-developed industrial and social infrastructure, and inadequate information flows. The interconnectedness of these problems reinforces their negative impact on the country's investment appeal. The risk of investing in any country is essentially the level of uncertainty in forecasting return on investment (ROI) and it includes political, economic and social components. In our work, we showed that it is possible to invest foreign capital in Ukraine by: setting up companies with the share-based participation of foreign capital — joint ventures; setting up companies that fully belong to foreign investors and their branches; purchasing rights to use land and other natural resources, as well as other property rights. Favorable conditions need to be established for investors who put their money into those areas Ukrainian society needs the most. First of all, this is the social sphere, upgrading production, creating new jobs for citizens who need social security, implementing innovation and hi-tech projects, applying discoveries and inventions, developing the agro-industrial complex, implementing programs to eliminate the aftereffects of the Chernobyl disaster, manufacturing building materials, and investing in education, culture, environmental protection, and healthcare. Foreign investors can bring in scientific and technological know-how and cutting-edge management practice. In addition, attracting foreign capital to actual production is much more useful than borrowing to purchase the same goods, which only increases the country's debt burden. The Government's immediate objective must be to stimulate investment and to spur significant growth in investment volumes. Increasing investment flows was and continues to be a priority for executive bodies. To spur investment, including foreign investment, a number of measures need to be taken at the national level: reduce the level of state regulation of commercial activity and ensure the stability of relevant legislation; eliminate ambiguities in legislation and regulations and finish judicial reform; improve regulations regarding the exercise of property rights; complete administrative reform, make the policy-making process both public; ensure a stable political environment; increase efforts to establish a positive image for Ukraine. The introduction of joint investment vehicles should provide suitable conditions for investing. By improving the system of corporate governance, a transparent system for protecting the rights of all investors will develop. Investment resources should grow with the effective use of public investment and increased long-term lending volumes for the real economy, at the same time as the possibilities of foreign investment are used in more traditional ways. Government support for high technologies and the development of an innovation infrastructure in the country should help attract investment into innovations and bring the Treasury revenues from the use of this know-how. By implementing the strategy for long-term economic development, Ukraine should

see State Budget and local budgets investments on industrial and social projects grow, while the specific volumes are determined at the appropriate level of government.

REFERENCES:

1. Yermoshenko N. N. Actual Problems of Regulation of Co-Investment Market (p. 45 — 48)
2. Petriv M. V., Rudenko D. M., Sulyk Y. A. Assessment of Risks of Investment Activity of Enterprises (p. 36 — 38)
3. Momot T. V., Velychko K. Y., Yakovliev P. O. Investment Attractiveness of Subjects of Economic Management in the Process of Mergers and Acquisitions: Improvement of Instruments of Evaluation (p. 32 — 36)
4. Balaka I. M. Analysis of the State and Prospects of Development of Real Estate Market of Ukraine (p. 16 — 20)
5. Sablina N. V., Lyamar D. A. Analysis of Attraction of Direct Foreign Investments Into Economy of Ukraine at Present Stage of Development (p. 12 — 14)

Scientific supervisor: Tryhub I.P.

THE ROLE OF THE NATIONAL BANK OF UKRAINE IN THE STATE FINANCIAL MONITORING

Kazanskyi M.

National University of Food Technologies

The problem of legalization (laundering) of illegal profit and terrorist financing arises globally and concerns international community. World and national experience and research show that the most effective measure to minimize and effective by stand against crime and corruption is the implementation of financial monitoring.

The state financial monitoring is defined as a set of measures taken by entities of state financial monitoring focused to meet the requirements of the law on prevention and counteraction to legalization (laundering) of proceeds from crime and terrorist financing.

According to Part 3 of Article 4 of the Law of Ukraine «On prevention and counteraction to legalization (laundering) of proceeds from crime», the National Bank of Ukraine is included to the system of state financial monitoring, which performs control and supervision function over legal persons engaged in financial transactions [3].

The conducted analysis of the current legislation that regulates banking activities in the area of prevention and counteraction to legalization (laundering) of proceeds from crime shows that it is generally consistent with international standards, in particular those of the Financial Action Task Force on Money Laundering (FATF), the Basel standards Committee on Banking Supervision and other international legal standards. Our country is interested in organizing this process efficiently and receiving benefits not only in terms of recognition by the world community. The so-called «dirty money» causes moral losses to credit institutions and diminish the depositors trust. What is most important is that the circulation of such funds harms the state economy. NBU does not operate directly with settlement transactions, opening of account, etc. Thus its basic functions in the system of prevention of proceeds from crime are the following:

– the regulation of banks activity in order to prevent the use of the banking system for the legalization (laundering) of proceeds from crime;

- monitoring of implementation by banks their functions concerning the prevention of legalization (laundering) of proceeds from crime;
- sanctions for violation of the relevant requirements [4].

Moreover, in order to prevent the use of weak sides of financial system, NBU has responsibilities to ensure implementation by banks the Basel Committee on Banking Supervision standard as well as the identification of new banking and financial technology that can be used for legalization (laundering) of proceeds from crime and terrorist financing, and measures to prevent its usage. NBU has established requirements for financial monitoring by banks approved guidelines on this matter, and sent letters with the explanation of certain articles of antilegalization law [3].

Thus, the NBU should consider the fact that nowadays there is no single risk management system acceptable to all banks as market conditions and banks internal structures are different. That's why each bank develops its own risk management system according to its needs and circumstances. Therefore, the organization of financial monitoring of NBU has to give banks the opportunity to make their own decisions whether to conduct questionnaires concerning the categories of customers that conduct operations with small amounts. According to the Law of Ukraine «On prevention and counteraction to legalization (laundering) of proceeds from crime» NBU may fine a commercial bank up to 1000 tax-free minimum incomes (based on the results of scheduled and unscheduled inspections of banks or their branches) [3]. In case of repeated violation of the requirements of the law, the National Bank of Ukraine appeals to the court with a claim about the restriction, suspension or withdrawal of the license for the banking activity or certain operations.

In addition, each year the National Bank of Ukraine and the Cabinet of Ministers of Ukraine develops and approves plans (programs) on prevention and counteraction to legalization (laundering) of proceeds. One of the aspects of inter-agency cooperation and collaboration of the National Bank of Ukraine in the field of prevention of legalization (laundering) of proceeds from crime is the conclusion and implementation of interagency agreements about cooperation. Thus, the relevant agreement establishes that the NBU provides the State Service for Financial Monitoring of Ukraine with the directory of banks and their branches, information about provided licenses (permits), actions of violations of the laws on prevention and counteraction to legalization (laundering) of proceeds from crime and terrorist financing, as well as the outcome of the information received from the State Financy Monitoring.

The exchange of information is carried out on a regular basis by providing information in electronic or paper form for consistent data and file structures [1].

The National Bank of Ukraine has the right to establish procedures for overseeing payment systems used in Ukraine, identify important categories of payment systems and their requirements, to evaluate and to audit compliance with the requirements and international standards. Hence, due to the absence of NBU permission for the activity or issue of electronic money WebMoneyTransfer in Ukraine in June 2013, the Ministry of Income and Charges of Ukraine has blocked WebMoney accounts of over 60 million hryvnias [4].

Government of Ukraine developed legislation on combating money laundering, proceeds of crime. This problem, however, has not yet acquired sufficient scale and quality assessment among scientists.

Therefore, the following measures are to be taken to improve the activity of the National Bank as the financial monitoring body:

- make changes to the Law of Ukraine «On the National Bank of Ukraine», namely amendments regulating the status of the National Bank of Ukraine as a subject of state financial monitoring;
- establish an internal mode of regulation and supervision on banks and non-bank financial institutions;
- create units with financial intelligence that will serve as a national center for the collection, analysis and dissemination of information on money-laundering;
- to implement measures for detection and control the movement of cash and appropriate negotiable instruments across the border;
- to develop a global, regional, subregional and bilateral cooperation among judicial and law enforcement bodies and agencies of financial regulation.

REFERENCES:

1. Фінансовий моніторинг [Електронний ресурс]: офіційне інтернет представництво Національного банку України // Режим доступу: <http://www.bank.gov.ua>
2. Закон України «Про банки і банківську діяльність»: (офіц..текст: за станом на 02 жовтня 2012 р.) / Верховна Рада України.-К.: Відомості Верховної Ради України ,2013.-586 с.
3. Закон України «Про запобігання та протидію легалізації (відмиванню) доходів, одержаних злочинним шляхом»: (офіц..текст: за станом на 05 липня 2012 р.) / Верховна Рада України –К.: Відомості Верховної Ради України.,2013.-252 с.
4. Коваленко, В.В. Банківський нагляд: навч.посіб./-С.:УАБС НБУ, 2007.-262 с.

Scientific supervisor: Nikitenko O.V.

EXPORTATIONS UKRAINIENNES VERS L'UE: PROBLÈMES ET ISSUE

Kefchata A.

de l'Université Nationale des Technologies Alimentaires

Il y a quelques mois, le 23 Avril, l'UE a réduit ou aboli les droits sur presque tous les produits en provenance d'Ukraine. Cette mesure est temporaire et dure jusqu'au 1er Novembre 2014 [4]. Pendant cette période, les producteurs ukrainiens ont la possibilité de tester leurs capacités sur le marché européen des biens et des services.

Étant donné la situation géopolitique d'aujourd'hui dans le pays, l'exportation des produits ukrainiens sur le marché européen est nécessaire sans aucune alternative.

Quel sera l'occasion pour les hommes d'affaires ukrainiens: l'impulsion pour le développement ou bien la diversification de la production ou la fermeture des entreprises?

Ce problème se pose pertinence non seulement entre les petites et moyennes entreprises, mais aussi entre les grands producteurs ukrainiens.

Les grands producteurs ukrainiens sont face à ce problème au sérieux, de même sorte que des petites et moyennes entreprises. La cause de la cessation de ses activités consiste actuellement au marché non diversifié pour de nombreuses grandes entreprises. Il s'agit de telles entreprises «UkrAvto», «Motor Sich». Si la deuxième entreprise est à la recherche de nouveaux canaux de distribution, les propriétaires «d'UkrAvto» déclarent que la cessation de la coopération avec le marché russe conduira à la faillite [2].

Le problème des petits producteurs ukrainiens, c'est qu'ils ne peuvent pas sortir eux-mêmes, non seulement sur leur propre marché, mais sur le marché européen. Le problème est de certifier, d'établir des relations de vente la compétitivité des produits. Une façon de résoudre ce problème est de créer des associations de petits agriculteurs en coopératives que c'est seulement avec un soutien important de l'Etat pour rivaliser avec les agriculteurs européens. Par exemple, analysons les activités de l'organisation ukrainienne «AgroInvest» [3]. S'appuyant sur les recommandations innovantes de cette société une centaine de fermes dans la région de Kherson se sont unis pour introduire une nouvelle technologie de melons et ont réglé des canaux de distribution. En conséquence, ils ont pu mettre leurs produits sur le marché européen, environ 800 tonnes de melons. Au sein de ces associations on peut organiser la formation pour les producteurs, mais aussi les conseiller sur la diversification de leur production.

Les entreprises ukrainiennes d'élevage ne peuvent commencer à livrer leurs produits qu'à partir de 2015. Il est lié avec le système bureaucratique européenne que vérifie la qualité de la marchandise et que les normes de qualité des fabricants.

Si l'on considère le marché de la transformation du lait, la situation n'est pas meilleure. Sur les 266 plantes, seulement un tiers des usines répondent aux normes européennes et sont en mesure d'exporter leurs produits [1].

Aujourd'hui, le droit d'exporter leurs produits ont des fermes de volaille, 4 producteurs de caséine, de miel et de poissons. Le principal problème pour les producteurs ukrainiens est la divergence des lois et des normes de la Communauté européenne. Il est nécessaire d'harmoniser notre législation avec les normes européennes.

En conclusion, il est à souligner l'importance de ce problème. Le marché européen est un marché prometteur et lucratif pour longtemps. De nombreuses entreprises ukrainiennes attendent la reconstruction de la production, la transition vers les normes européennes de production et de qualité. Mais c'est un pas vers l'avenir, ce qui devrait rendre l'Ukraine à améliorer les bienfaits et les conditions de vie des Ukrainiens.

RÉFÉRENCES:

1. Negroponti-Delivanis, Maria «Développement durable et pays en voie de développement». Les Cahiers du CEDIMES: Vol. 4 — №3 Automne 2010
2. «Lviv Mail» 25 Septembre 2014
3. Le Monde, №35, 2013
4. <http://europa-torgivlia.org.ua/>

Dirigant scientifique: Hodovanets T.U.

ANALYSIS OF PERSONAL LEADER'S QUALITIES

Kovtun O.

National University of Food Technologies

Two man — it is already a crowd. And only a good leader will be able to convert them into a collective. The collective is not simply a group of people which works in the direction of achievement of a general purpose. It is an extraordinarily strong and concerted mechanism which is able to work high-quality, operatively and productively. The Collins English dictionary defines leadership as «the leader(s) of a party or group» [3].

Yet true leadership is much more than that. A leader can be the CEO of an organization, or a first year employee who leads his or her team to success behind the scenes. Martin Luther King, Jr. personifies leadership, especially when it's defined as «the art of leading others to deliberately create a result that wouldn't have happened otherwise» [6].

Working with people is always difficult. Each individual — is an autonomous mechanism with his thoughts and personal qualities, foreseeing which on one hundred percents is impossible. Because of such work is so valuable, and the ability to negotiate with people and influence on them is an art. John Maxwell said: «A leader is one who knows the way, goes the way, and shows the way» [4].

A leader uses the different methods of influence on subordinates. A leader uses such basic methods of management: administratively prescriptive, economic, social and psychological, educational. Moreover, a leader uses receptions and methods of influence on separate workers and collective on the whole by using social and psychological methods. He uses psychology of a human also, his specific traits and individual features. The problems of leader and leadership are studied by such scientists and experts as Stephen Covey, John Maxwell, Martin Luther King, Radislav Gondopas, Robin Sharma and others.

A leader is a person with a broad outlook. In his activity he performs the functions of an administrator, a specialist, an informative center and an educator. The function of the administrator consists in using of the plenary powers given him on functioning of the organization. Wherever he uses his powers, he realizes the policy of management. The function of the organizer consists in conditioning for effective labor of personnel. He also coordinates the actions of all subsections and services of organization. The function of specialist consists in high professional preparedness as the skilled solving of tasks, high-quality analysis and effective control. The function of leader as an informative center is based on the wide communicative connection with inferiors and with the higher organs of management. An educational function is directed to the development of labor potential of every worker and the whole collective. A significant value for a leader plays his authority, which is based on knowledge, moral qualities and experience. The sources of authority are a post status and a conquered prestige. The condition of authority creation is a style of intercourse of a leader with his inferior. A leader which deservingly behaves to the inferiors is held in respect [1].

It is usually possible to select many qualities which leader needs in the administrative activity. To sum up them, the basic of them are below:

- High level of professional knowledge (education, erudition, competence);

- Organizational capabilities;

- Discipline and industriousness;

- Management efficiency (ability in good time to accept decision, permanent control, rapid reaction on concrete situations);

- Morally-ethical qualities and personal traits of character (honesty, justice, integrity, persistence, communicability);

- State of health and attractive appearance [7].

Most of these traits tie directly into emotional intelligence (EQ). Leaders with high EQ are intrinsically more self-aware. They understand their mental processes and know how to direct themselves. They're more in touch with what they're deeply passionate about [5].

Consequently, it is possible to draw a conclusion, that a leader is the first man in the department. His conduct is a basic template for the construction of model of inferior's conduct. For this reason, we think, that the personal example of a leader (his self-

image) is very important in a collective. Taking into account analysis of personal leaders' qualities, performance of any organization will rise considerably. This is especially relevant for our country, because business in Ukraine is on low level.

REFERENCES:

1. John. The 360 Degree Leader: Developing Your Influence from Anywhere in the Organization / John Maxwell. — Thomas Nelson. 2011. — 368 p.
2. Joshi Manmohan. Administration Skills/ Joshi Manmohan. — BookBoon. 2012. — 62 p.
3. Collins English Dictionary. Leader.: [Electronic source].: <http://www.collinsdictionary.com>.
4. Brainy Quote. John C. Maxwell.: [Electronic source].: <http://www.brainyquote.com>.
5. Best Leadership Quotes by Martin Luther King, Jr. Antonia Madrigal. Mamiverse.: [Electronic source]: <http://mamiverse.com/leadership>.
6. What is leadership? Kevin Kruse. Forbes. :[Electronic source]: <http://www.forbes.com>.
7. What is a leader? John Reh. About money.: [Electronic source] : <http://www.management.com/leadership>.

Scientific supervisor: Bozhok N.O.

THE IMPORTANCE OF NON-MATERIAL METHODS OF STAFF MOTIVATION

Kravchenko I.

National University of Food Technologies

For the successful operation of any company, regardless of services and products it provides, it is necessary to have effectively working and skilled workforce, competent and able to manage the production process and management of staff workers. The motivation of employees takes a central place in management of personnel as it serves the immediate cause of their behavior.

The problem and methods of staff motivation at a factory were researched by a lot of domestic and foreign scholars in particular. A. Hryvkiwska , M. Lovcheva , A. Filatova, Maslow , D. McHregor , P. Armstrong.

Although there are many classifications of motivation methods, a major one is a distinction of material and non-material methods. Talking about the priority of material motivation and its larger efficiency than the non-material one is of course correct. In particular, the material motivation is the most versatile as, regardless of the occupied position, employees estimate money encouragement and ability to dispose of received funds. It should be noted that with all the efficiency and universality of monetary rewards, only usage of material motivation will not bring the desired result. In many cases, there is just a need of some moral compensation and balancing factors, which have the non-material motivation methods. There are a lot of types of non-material motivation methods [1].

The types of non-material motivation include the organization of the personnel training and advanced training. They are training, seminars, educational programs. It is important not to miscalculate trainers and topics. The prestige and stability of the company also have a big significance. That is why, workers enjoy international

companies with ringing brands. The job title also plays an important part as it in itself can be a very effective motivation for workers.

Less well-known way to motivate employees is fixing of achievements. It can be using of the «Hall of Fame» that determines the best employee of the month (or year) of a department. Such a step will cost the company nothing but enhance the professional competition and activate a desire to «stand out the crowd» [2].

The important thing for workers can be even office space and workplace organization. It is much more pleasant to work in the city center in a bright clean room, rather than in a borderland with worse conditions, albeit with a higher fee.

The non-material motivation methods also include the extant of participation in decision-making, that is the employee can feel his right to vote. This method can be realized in the form of meetings, polls, voting etc [2].

It should not be forgotten about competitions of professional skills, rewarding winners with decorations and certificates, as this will support corporate spirit not in a usual way. A common corporate holiday with colleagues contributes to a better understanding and unification of the team. An essential tool of non-material motivation is corporate events, especially with the help of family members of employees. There is such a concept as a team-building — team uniting with the help of trips to rest houses or health resorts [3].

Of course, motivation methods cannot be used at random as different groups of workers are not motivated by the same [3].

To sum up, we can say about the need of usage of methods like material and non-material promotion for successful business of any company. The current mechanisms of motivation are far from ideal, but they are effective and continue to be actively used in practice. An important task of the leader is to form an integral mechanism in the appropriate use of non-material motivation methods and their adaptation to the needs of each individual employee. As only complex and correct application of the whole range of motivational methods can maximize productivity and increase the interest of workers as a result.

REFERENCES:

1. Ахметов Р. Корпоративная культура — инструмент развития бизнеса // Управление персоналом. — 2006. — № 8. — С.68-70.
2. Комиссарова Т.А. Управление человеческими ресурсами: Учеб. пособие. — М.: Дело, 2002. — 312 с.
3. Стокдейл С. Откуда берется мотивация // Управление персоналом. — 2006. — № 5. — С. 45-52.

Scientific supervisor: Bozhok N.O.

INTERNAL CONTROL SYSTEM IMPROVEMENT ON UKRAINIAN DAIRY INDUSTRY ENTERPRISES

Kryvobok P.

National University of Food Technologies

Nowadays dairy industry holds one of the leading positions in the food industry of Ukraine. Despite cuts in cattle stock and reduction of the consumption of dairy products by the population of Ukraine, opening of the European market for our

manufacturers can increase production capacity [1, c.231]. In its turn, this will stimulate the growth of farms which produce raw materials. Another advantage is the emergence of a new customer, taking into account strained relations with Russia which was a traditional consumer of Ukrainian dairy products [3, c.13]. The first important steps of domestic producers in entering the European market are made. In particular, these are the adoption of a number of international legislative acts and signing of the EU-Ukraine Association Agreement.

However, it does not guarantee working up the European market by Ukrainian dairy products. It is necessary to make transformations both at national and enterprise level. In order to increase the competitiveness of our dairy enterprises, it is necessary to change the approach to internal control, ensuring financial stability of enterprises and possibility of their long-term development. And these problems set the following tasks for domestic enterprises [2, c.24-25]:

- using European quality control standards;
- developing new products;
- using innovative technologies and efficient modes of operation;
- using resources economically, etc.

This is achieved through the effective system of internal control at the enterprise.

Internal control of the company is the process that should be used by all levels of management and employees with the application of control procedures and activities according to the objectives [4, c.25].

Main directions of improvement of internal control at Ukrainian dairies are [1, c.301-302]:

- documentary support (formation of internal documents with detailed description of business operations; ensuring conformity of internal documents to current legislative acts; development of own standards of internal control);
- management (clear division of responsibilities between employees; distinction between functions of internal control and functions of financial and economic activity carried out by the internal control staff; development of job descriptions for managers; system of training and improvement of professional skills of managers);
- risk-oriented internal control (analysis of dairy production process by studying domestic technical regulations, process maps, manuals; development of methods for determining and identifying possible risks, their assessment and analysis with consideration of the possibility of their occurrence);
- department for internal control (establishing the department of internal control at the enterprise; providing the head of internal controls with relevant status, who can carry out the assessment of the effectiveness of the enterprise management system; monitor its effectiveness on daily basis by analyzing data of its effectiveness).

Thus, there is a need to set up a special department which can define its goals, standards, responsibilities and distribute duties among authorized officials. This, in its turn, can provide [2, c.15]:

- efficient operation and development of the dairy enterprise in a competitive environment;
- observance of current legislation and statutory acts, internal policies;
- preservation of assets and efficient use of resources of the enterprise;
- early detection, evaluation and analysis of potential risks with the aim to minimize them;

- efficiency and quality of accounting, reliability of financial and management reporting;
- fraud prevention, detection of errors and their correction.

REFERENCES:

1. Агропромисловий комплекс України: стан, тенденції та перспективи розвитку. Інформаційно-аналітичний збірник (випуск 6) / За ред.П.Т. Саблукатаін. — К.: ІАЕУААН, 2013. -764с.
2. Антонова І.В. Розвиток молочної промисловості і України/ І.В. Антонова // Ефективна економіка. — 2013. — № 12.
3. Бережна А. Состояние мировой молочной промышленности /А. Бережна // Молочная промышленность. — 2014. — № 6. — с.12-14.
4. Гончаренко В.В. Основи діяльності кооперативних організацій. Вітчизняний та зарубіжний досвід: навчальний посібник. / В.В. Гончаренко, А.О. Пантелеймоненко. — Полтава: ПУЕТ, 2012. — 59 с.

Scientific supervisor: Shapran L.Y

HUMAN RESOURSC E MANAGEMENT AT FOOD INDUSTRY ENTERPRISES

Kvitko M.

National university of food technologies

Human resource management (HRM, or simply HR) is a function in organizations designed to maximize employee performance in service of their employer's strategic objectives. HR is primarily concerned with how people are managed within organizations, focusing on policies and systems. HR departments and units in organizations are typically responsible for a number of activities, including employee recruitment, training and development, performance appraisal, and rewarding (e.g., managing pay and benefit systems). HR is also concerned with industrial relations, that is, the balancing of organizational practices with regulations arising from collective bargaining and governmental laws.[1]

Major Functions of Human Resources and Talent Management:

- 1.Getting the Best Employees
- 2.Paying Employees (and Providing Benefits)
- 3.Training Employees
- 4.Ensuring Compliance to Regulations
- 5.Ensuring Fair, Safe and Equitable Work Environments
- 6.Sustaining High-Performing Employees
- 7.Nonprofit Human Resources[2]

The role of human resource management is to plan, develop, and administer policies and programmes designed to make expeditious use of an organisation's human resources. It is that part of management which is concerned with the people at work and with their relationship within an enterprise.

Its objectives are:

- Effective utilisation of human resources;
- Desirable working relationships among all members of the organisation; and
- Maximum individual development.

The major functional areas in human resource management are:

Planning,
Staffing,
Employee development, and
Employee maintenance.[3]

Current practice shows wide variation in the range of responsibilities assigned to human resource or industrial-relations departments. Personnel responsibilities typically include:(1) organizing—devising and revising organizational structures of authority and functional responsibility and facilitating two-way, reciprocal, vertical, and horizontal communication;(2) planning—forecasting personnel requirements in terms of numbers and special qualifications, scheduling inputs, and anticipating the need for appropriate managerial policies and programs;(3) staffing, or manning—analyzing jobs, developing job descriptions and specifications, appraising and maintaining an inventory of available capabilities, recruiting, selecting, placing, transferring, demoting, promoting, and thus assuring qualified manpower when and where it is needed;(4) training and development—assisting team members in their continuing personal growth, from pre-employment, preparatory job training to executive development programs;(5) collective bargaining—negotiating agreements and following through in day-to-day administration;(6) rewarding—providing financial and nonfinancial incentives for individual commitment and contribution;(7) general administration—developing appropriate styles and patterns of leadership throughout the organization;(8) auditing, reviewing, and researching—evaluating current performance and procedures in order to facilitate control and improve future practice.

Examples of specific tasks include monitoring grievance settlements, maintaining safety and accident control programs, administering employee benefits and services, forecasting future personnel requirements, recommending changes in organizational structures, supervising formal in-house communication, conducting employee attitude and morale surveys, and overseeing compliance with legal requirements for the employment relationship.[4]

REFERENCES:

1. http://en.wikipedia.org/wiki/Human_resource_management
2. <http://managementhelp.org/humanresources/>
3. <http://www.whatishumanresource.com/Human-Resource-Management-functions>
4. <http://www.britannica.com/EBchecked/topic/453044/human-resources-management>

Scientific supervisor: Cherednichenko H. A.

PROBLEMS OF INTERNAL AUDIT IN UKRAINE

Letucha A.

National University of Food Technologies

In the current financial and economic crisis large enterprises need to implement a set of measures on improvement of their activities to maintain market competitiveness and increase profitability. The main way to improve the situation of the company and maintain its competitive position is internal audit. Its main task is to identify variations in the enterprise and develop recommendations to eliminate them. That is why the matter of the company's audit is quite relevant.

Internal audit is an independent type of activity that is carried on a separate company in order to give a true and fair view of the entity's financial situation and find effective solutions to problems [1].

Governing bodies now use the services of internal auditors as additional resources that will enable them to carry out the functions of management. Therefore, it is possible to identify the main objectives of internal audit in modern conditions [2]:

- Assessment of the existing rules and procedures;
- Evaluating the effectiveness of elements of the internal control system;
- Assistance to company management in improvement of business processes;
- Management assistance in the implementation of acceptable business strategy.

Auditing is a fairly new area resulting in a number of drawbacks in its functioning. In particular, it is concerned with the lack of methodological basis. In Ukraine there is a total lack of special national literature, detailed exploration, manuals in conducting audit. These points become a gap in the formation of audit's methodology and require scientifically based theoretical researches in this area and their practical implementation.

Another rather serious problem of the national audit is the lack of clearly regulated and fixed state auditing standards. Development of standards of audit activities was based on international experience, ISAs in particular. But such developments have advisory nature, and that is inefficient nowadays.

The main criteria of the internal audit service in the enterprise are its economic activities, including specialization and size. Complete differentiation of accountants' and internal auditors' duties are more typical for large enterprises.

There are both advantages and disadvantages of introducing a permanent audit service in the business.

Benefits:

- Internal audit — an effective system of control of the economic activity of the business entity;
- It improves the quality of external audits;
- Internal auditors need to spend less time and effort to identify existing deviations;
- Internal audit usually better meets the demand of the company in the previous, current and next control, while the external audit is mainly based on checking the finished report data.

Disadvantages:

- The principle of independence of the auditor is not adequately implemented;
- There is a possibility of making a misconception of external auditors about financial situation on the basis of the review of internal auditors' reports;
- External auditors can easily point out the flaws not only of ordinary workers, but the company's manager. Tips of external auditors are based on multiple monitoring the activities of other enterprises;
- External one-time audit is cheaper than permanent control of the internal audit services.

Thus, the internal auditors perform the main task — they help the company's management to achieve certain goals, empower enterprises to improve their operational processes and reduce risks in the course of performing auditing tasks, and providing guarantees and advisory services.

REFERENCES:

1. Шишкин В. Ю. Аудит и финансовый контроль / Шишкин В.Ю. // Главбух. — 2008. — №3. — С. 17-24.

2. Каменська Т. Основні напрями діяльності внутрішнього аудиту в системі управління /Каменська Т. // Бухгалтерський облік і аудит. — 2010. — №7. — С. 40–43.

Scientific supervisor: Galynska O. M.

GLOBAL FINANCIAL CRISIS AND PROBLEMS OF GOVERNMENTAL REGULATION OF INTERNAL MARKET DEVELOPMENT IN UKRAINE

Lysenko O.

National University of Food Technologies

The dramatic course of the world financial crisis accompanied by the deep economic recession has exposed a problem of the global factors influence on development of national economy, and in particular on domestic market. In modern scientific literature there is common understanding of globalization as a process of unique interconnected world trend, interaction and interference of different institutions, cultures and civilizations. It covers all spheres of human life but, first of all, it influences on organization of an economic life of society. Globalization of economy is based on strengthening of production and capital internationalization and is displayed in equality, unification of economic activity conditions, approximation of a price-level, removal of barriers for free movement of goods, labor, and capital. [3].

Modern difficulties in functioning of national economy are predetermined by inadequacy, inconsistency, and in many aspects by frank failures of economic policy, conducted throughout the last years especially in sphere of monetary, credit, and fiscal regulation of investment processes. Fast growth of monetary supply, inflation that in the end of 2008 has reached 22,5 %, has overheated economy and in tote have led to artificial growth of assets, interest rates in the currency markets and, as consequence, to reduction of access of small and average enterprises to foreign credit resources. In a context of abovementioned, experts consider probable scenarios of expansion and beginning of overcoming the financial and economic crisis in Ukraine.

Over the last years expansionary monetary and fiscal policy of the Government and the National Bank resulted in so-called circle: an overwhelming part of the credits involved by Ukrainian banks from abroad were directed on consumer crediting, which increased a visible trade deficit and caused additional requirement for foreign investments, led to growth of an external debt and cost of its service. Under such circumstances it becomes obvious that possibilities of Ukraine to ensure investment process and attract foreign investments are exhausted. Course of the crisis from the beginning of 2009, an absence of the effective governmental anti-crisis program, political instability and complete imbalance of the public authority branches more again seems to go through the pessimistic scenario of event succession [1].

Under the global financial crisis and world economic recession, in combination with the deep political and transformational crisis of Ukrainian society, national economy faces variety of internal and external risks, neutralization of which becomes the prime task of internal economic policy, directed on macrofinancial stabilization, halt of setback in production as well as substantial expansion of internal market [2].

The expansion of crisis processes in national economy requires urgent coordinated actions in sphere of monetary and fiscal policy, directed on financial system

reorganization and modernization of real sector, namely: transition to a policy of a flexible exchange rate; selective support and strengthening of a bank system, expansion of its resource possibilities and instruments for economic growth; strengthening of financial sector possibility to transform available assets of the households into the investment resources. From the point of view of an effective usage of limited budgetary resources it is necessary to involve the mechanisms of public contract exclusively for several priority directions of economic development, having concentrated main attention on the infrastructural projects [4].

Despite the negative long-term consequences and current risks, world financial crisis gives certain possibilities of development for economy of Ukraine. In particular, sharp price fluctuations on energy recourses determine the necessity of implementation of the energy-conserving programs in public and private sectors of economy. In each specific case it is a question of billion dollars, borrowed funds that considerably exceeds volumes of expected overall credits, given by international financial organizations. And in each of above-mentioned cases these funds can be used divergently: money of citizens— for public investment (first of all: social infrastructure, housing and communal services), external loans — for capital investment projects and stability of financial system, domestic investments of national capital — for new programs of structural reorganization of economy.

For Ukraine it is important to overanalyze the ideas, which are now discussed in Russia and EU, concerning the development of coordinated programs for overcoming crisis. Big groups of countries will form stabilizing funds to ensure stability of the regional markets by distribution of public contracts between domestic commodity producers. For Ukraine it will mean necessity to carry on serious negotiations both with European creditors, and with Russia.

REFERENCES:

1. Гражевська Н.І. Економічні системи епохи глобальних змін: [монографія]. — К.: Знання, 2008. — 431с.
2. Тактичні пріоритети та стратегічні орієнтири економіки України / Я.А. Жаліло, О.С.Бабанін та ін. — К.: НІСД, 2008.-88с.
3. Фаломьев А.Н., Ревазов В.Г. Инновационное инвестирование — СПб.: Наука, 2001. — 184с.
4. Беликов А. Выжить можно только вместе// Еженедельник «2000», №16(456), 17-23 апреля 2009.

Scientific supervisor: Nikitenko O.V.

UKRAINIAN PRODUCTS: PROBLEMS AND PERSPECTIVES

Maevska C.

National University of Food Technologies

The question of food products and food industry in general will always be actual. Because food industry has always been one of the most important sectors, especially in Ukraine. It includes over 40 different industries (brewery, bakery, confectionery, dairy, fish etc.). Food industry has an annual turnover of \$ 19.496 million (in 2011), making up 15% of total industrial output. It generates direct employment for 13% of working population [3].

The studies of Balabanova H., Berezin P., Sabluk P., Shebanin V. were directed to solve the problems of products development and export.

Export of food industry makes up almost a quarter of total country exports. This is the highest level among neighboring countries. Industry import is 10% of total imports, which is similar to the share of food import in total imports of the Eurozone. The question of Ukraine and the European Union has become very actual in food industry. As Ukraine moves towards the free trade zone with the EU– high competitiveness of domestic products in this context promises to open new perspectives for food and processing industry and the economy as a whole. But in recent years the events are slowly killing the food industry and the export. That is why the problem of Ukrainian products is more than actual [3].

In 2012, Ukraine faced the first problem — the prohibition of the importation of Ukrainian cheese to the Russian Federation (this event is well-known as «Cheese war»). The reason for this war was the statement about the poor quality of Ukrainian cheese production, delivered by the chief sanitary doctor of the RF Gennady Onishchenko. In addition, Russia explained its action by the high level of imports of palm oil to Ukraine (although large amounts of this product was re-exported from Ukraine to the RF). «Cheese war» confirmed the high quality of Ukrainian cheese production. However, the loss of cheese producers was around \$ 300 million. Later on assistant secretary of the consumer rights in Russia decided to restrict imports of dairy products in Ukraine. At the same time, Russia banned Ukrainian pork, potatoes and also plant products. [1].

In July 2013 Russian customs officers began a sudden and unexplained inspection of all vehicles that were transporting Ukrainian products. This resulted the huge queue of trucks with goods, which had to stand on the border for a long time. In the morning of August 15 there were about 1000 trucks only on one of the control points [1].

Ukrainian political scientist, political strategist, analyst, director of the Institute of Global Strategies Vadim Karasev said: «The reasons for such action is the commitment of Ukraine to sign Association Agreement and free trade with the European Union».

The German Government called on Russia to respect the right of Ukraine to have close relations with the European Union. But the Russian Federation started the other war– «Chocolate war». The Russian sanitary service introduced a ban on the supply of Roshen products. Most analysts were inclined to think that «Chocolate War», as well as other trade and economic confrontation between Russia and Ukraine, caused by the reluctance of Ukraine to join the Customs Union.

According to Ukrainian experts, some Ukrainian producers through trade confrontation between Ukraine and Russia shifted to other markets [1].

The other problem of Ukrainian products is the problem of export to the European countries. As a former Soviet republic with many Russian speakers, Ukraine has obvious and important links to the east. Unfortunately for Ukraine's pro-European contingent, it turns out that the products which Ukraine currently exports to Russia are much more strategic for its growth prospects than those it exports to Western Europe. Russia buys not only food products, but also a diverse range of complex products from Ukraine (for example, steam turbines), for instance– while Western Europe buys relatively simple ones, such as honey.

In 2012, Ukraine's total export amounted to \$ 72.5 billion, the export to Russia was \$ 17.76 billion and the export to Italy (Ukraine's biggest export market in Western

Europe) was only about \$ 2.8 billion. In blunt terms, Europe simply doesn't want what Ukraine manufactures [3].

We think Ukraine can begin to solve the problem of export by agricultural development. Ukraine has an enormous potential for the development of agricultural productivity. This is mainly due to favorable natural conditions for agriculture: fertile soil, dominated by black dirt and a very favorable climate on the most of the country's territory. Nikolay Prisyazhnyuk, former Minister of Agricultural and Food Policy of Ukraine, has recently announced that the value of Ukraine's exports of agricultural products in 2013 amounted to \$ 18.2 billion, with an increase of \$ 5 billion (38.4%). The Ukrainian government plans to support a strong growth in processed food products export to the European Union, the Middle East and Asia countries [2].

In our opinion, to diversify and enjoy better prospects for the future, Ukraine has to promote not only its agricultural but also industrial growth. Ukraine must focus on the market of Europe and develop its food industry according to the European standards.

REFERENCES:

1. On the Ukrainian customs border of Russia continues to work with «additional control procedures.» / Ukrainian Week. — 2013— № 32;
2. Problems of marketing of agricultural enterprises // Scientific Messenger of Lviv National University of Veterinary Medicine and Biotechnologies. — 2010. — Vol. 12. — № 1 (43). — P. 474-477;
3. Yearbook // State Statistics Service of Ukraine, Kyiv 2012.: [electronic source]: <http://www.ukrstat.gov.ua>.

Scientific supervisor: Bozhok N.O.

FOOD INDUSTRY AS A PROMISING BRANCH OF THE UKRAINIAN ECONOMY

Makarevych O.

National University of Food Technologies

In Ukraine, the food industry has always been considered a priority industry that can supply foods not only for our country, but also take its rightful place among other countries of the foreign market. Quality of products, their eco-friendliness testify the level of economic and food security of the country.

Current processes of globalization and integration make our economy more vulnerable to external factors; put forward new demands for the quality of products and services. In particular, food industry needs modernization: transition to innovative model of development, use of modern equipment and technology. That is, there is the need to increase the level of competitiveness of domestic producers and quality of products in line with international requirements and standards.

Research of food industry and processes of integration of Ukrainian agro-industrial complex is reflected in the works of the following scientists and economists: Bilorus O., Borshchevskiy P., Deyineko L., Zayinchkovskiy A., Krysanov D., Osipov P., Priadko P., Sychevskiy M., Skopenko N., Cherniuk L. and in scientific research of specialists of the Institute for Economics and Forecasting, Council for Ukraine's Productive Forces Studies, Institute of Industrial Economics of National Academy of Sciences of Ukraine. The scientists generalised and studied conditions, state, trends of functioning of the food industry. Above mentioned scientists considered and proposed the basic methods and techniques to research the problems of the food industry.

The food industry incorporates dozens of sub-industries, the main of which are: sugar, bread baking, confectionary, dairy, oil and fat, meat, alcoholic, etc. Like other industries, the food industry has its own specifics. Its products are essential commodities: half or more income is spent by households on food. The food industry is closely connected with agriculture. That is why, while considering the food industry, it is impossible to ignore the problem of development of animal husbandry and plant cultivation sectors. Thanks to its capacity, food market is promising and attractive for investment.

The importance of the industry is confirmed by its share in the total output of goods and services in the country (it goes after metallurgy). But, together with positive trends of development (increase in value of finished products, export growth, etc.), we can distinguish negative ones (lower level of wages of food industry workers as compared to other industries, difficulty in attracting scientific manpower, reduction of industry budgeting, etc.).

Scientists believe that one of the most effective directions of the food industry development is the development of integrated relations on the basis of integrated organizations. Skopenko N. indicates, that the greatest competitive advantages (particularly those that minimize dependence from suppliers and fluctuations in commodity prices) will have those food producers who are a part of vertically integrated structures. Such structures are characterised by closed type of production — beginning from cultivation, storage and processing of raw materials to production and sales of finished products — allowing them to save costs, efficiently manage resources and information flows, and in this way, to speed up modernization process through the integration process. [1, p. 181]

Food industry is an important part of agro-industrial complex of Ukraine. This industry should perform its direct function, namely, to store and cultivate agricultural products in the best possible way, process raw materials into high quality products. Compliance with quality and environmental security is quite a controversial question for our country. Unfortunately, domestic producers consider the quality of products inferior to the product's price. Ukraine continues to produce low-quality domestic products and imports finished and semi-finished products of questionable quality because of the low level of state industry control. [4]

Food industry is attractive for investments but because of imperfect conditions of development and operation it has relatively low level of development. Such a situation negatively affects the economy of the state and gives rise to considerations. After all, this industry is one of the leading ones in providing integrity of the state food and economic security.

REFERENCES:

1. Скопенко Н. С. Агропромисловий сектор: сучасний стан, тенденції та перспективи розвитку / Н. С. Скопенко // Економічний аналіз. — 2011. — Вип. 8. Част. 1. — С. 179–183.
2. Статистичний збірник «Наукова та інноваційна діяльність в Україні у 2011 році» [Електронний ресурс] // Державна служба статистики України. — Режим доступу : <http://www.ukrstat.gov.ua>
3. Харчова та переробна промисловість. Галузевий огляд, підготовлений АТ «ЕрстеБанк» [Електронний ресурс]. — Режим доступу : www.business.ua/upload/analytics/Food%20and%20Beverage.pdf
4. Якимчук Т. В. Стан і перспективи розвитку підприємств харчової промисловості України / Т. В. Якимчук // Актуальні проблеми економіки. — 2010. — № 4(106). — С. 162–168.

Scientific supervisor: Shapran L.Y.

ENVIRONMENTAL EXTERNAL COST ACCOUNTING AS A PART OF SUSTAINABLE MANAGEMENT

Marynina K.

National University of Food Technologies

Environmental accounting is a subset of accounting proper, its target being to incorporate both economic and environmental information. It can be conducted at the corporate level or at the level of a national economy through the National Accounts of Countries (among other things, the National Accounts produce the estimates of Gross Domestic Product otherwise known as GDP) [2].

In practice executives have started to pay attention on Sustainability of Accounting research and practice that includes the economic and environmental components of Environmental Accounting. Environmental Accounting can support national income accounting, financial accounting, or internal/external operation and strategic management accounting.

Environmental Accounting is one of the part which helps to prepare a quantitatively evaluating the attempts for environmental protection by enterprises. It also has been defined as a management analysis way designed to raise the effect of tackling environmental protection within the enterprises or as an effective information technique for understanding how companies approach environmental management.

There are two main parts of Environmental Accounting: internal and external. Both of them are created as a link between environmental and financial performance more visible, providing managers with the sort of information that can support them to reduce costs and business risk [3].

External costs are the costs of environmental damage external to the firm. These costs can be «monetized» (i.e., their monetary equivalent values can be assessed) by economic methods that determine the maximum amount that people would be willing to pay to avoid the damage, or the minimum amount of compensation, that they would accept to incur it.

$$\text{Full environmental costs} = (\text{internal} + \text{external costs})$$

Where:

$$\text{Internal costs} = (\text{direct} + \text{indirect} + \text{contingent}) \quad (1)$$

The costs within «Internal environmental cost accounting» can include the following: costs of monitoring emissions; licence, permits and authorisation costs; special insurance fees to cover the use of hazardous chemicals; payment of fines and charges; costs of operating an environmental department; capital spending with an environmental component [3].

Environmental-economic accounts provide the conceptual framework for integrated statistics on the environment and its relationship with the economy, including the impacts of the economy on the environment and the contribution of the environment to the economy. A coherent set of indicators and descriptive statistics can be derived from the accounts that inform a wide range of policies, including, but not limited to, green economy/green growth, natural resource management and sustainable development.

The System of Environmental-Economic Accounting (SEEA) contains the internationally agreed standard concepts, definitions, classifications, accounting rules and tables for producing internationally comparable statistics on the environment and

its relationship with the economy. The SEEA is a flexible system in the sense that its implementation can be adapted to countries' specific situations and priorities.

Coordination of the implementation of the SEEA and on-going work on new methodological developments is managed and supervised by the UN Committee of Experts on Environmental-Economic Accounting (UNCEEA). The Environmental-Economic Accounts Section of UNSD is the Secretariat to the UNCEEA [5].

The System of National Accounts (SNA) (Commission of the European Communities and others, 1993), referred to hereinafter as the 1993 SNA, is an internationally agreed framework for the systematic compilation and presentation of economic data. It serves purposes of economic analysis, decision-taking and policy-making. The accounts can be compiled for successive time periods, providing information for the monitoring, analysis and evaluation of the performance of an economy over time (1993 SNA, para.1.1). A country's system of national accounts includes two main categories: flows of goods and services and stocks of assets used in the production of goods and services. Another name for the stocks is capital.

Both stocks and flows are measured in monetary terms. The objective of the national accounts is thus to measure not only the flows of goods and services resulting from production (gross domestic product (GDP) or net domestic product (NDP)) but also the capital stock itself, the country's economic wealth [4].

REFERENCES:

1. Gale, Robert J.P. and Peter K. Stokoe (2001) 'Environmental Cost Accounting and Business Strategy', in Chris Madu (Ed.) Handbook of Environmentally Conscious Manufacturing (Kluwer Academic Publishers).– p.119-137.

2. Environmental external cost accounting — part of sustainable management [Electronic Source] // Mode of access: <http://eztuir.ztu.edu.ua/7467/1/245.pdf>

3. Integrated Environmental and Economic Accounting. An Operational Manual [Electronic Source] // Mode of access: https://unstats.un.org/unsd/publication/SeriesF/SeriesF_78E.pdf

4. Environmental-Economic Accounts [Electronic Source] // Mode of access: <http://unstats.un.org/unsd/envaccounting/default.asp>

Scientific supervisor: Nikitenko O.V.

UKRAINIAN BANKS AND INCREASING THEIR COMPETITIVENESS IN THE INTERNATIONAL MARKET

Murlyk A.

National University of Food Technologies

This work represents modern method of control over the banking services provided by the Ukrainian banks to foreign customers which is widespread and popular in the international practice.

The Ukrainian banking sector has changed significantly in recent years, with three main trends emerging. The role of foreign banks is growing both in terms of their number and expanding activities. First, retail lending continues to grow rapidly, despite growing concerns about the deceleration of real income growth, the deterioration of portfolio quality and increasing market saturation. The second, trend is the increased competition among the largest banks, which is coming from banks with foreign capital

that pursue aggressive strategies aimed at attracting new clients and gaining a greater a market share.

The market of banking services CSFB takes an important place in world trade. According to the estimates of the International Monetary Fund, they make 7,5% from the total amount of trade in services.

Making competitiveness of transnational banks stronger innovative strategies are playing more growing value which are based on the use of three newest bank technologies: Internet, electronic banking, smart cards.

The object of the given work is world-known method of bank services management and Ukrainian banks.

The subject of the given work is activity of the international bank after using given method and variety of services that they provide.

The objective of the work is to observe the services of world-known banks that are making banks competitiveness higher and work-out some improving methods for national banks.

Among scientific labors, theoretical bases of globalization of financial-credit sphere, model of internationalization of bank activity, problem sphere of essence of transnational bank capital, international practice of functioning of commercial banks, methods of estimation of global competitiveness of TNB it is necessary to mention labors of such researchers as: A. Abiad, A. Bezzub, A. Berger, O. Bilorus, M. Bredford, Z. Vasil'chenko, V. Geec', Kh. Derikh, E. Detragayke, A.Dzhenevezi, R. Duttagupta, U. Edvardes, M. Eng, S. Koz'menko, V. Kravec', P. Krugman, L. Kurakov, P. Lindert, F. Lis, D. Luk'yanenko, Z. Lucishin and others. A considerable contribution in development of theory of marketing and decision of problem issues of the bank marketing was brought in by such Ukrainian scientists: G. Azarenkova, A. Gal'chinskiy, D. Zavadska, B. Zablokiy, O. Kirichenko, B. Luciv, V. Matvienko, A. Nikitin, A. Pavlenko, E. Pashkovska, P. Interruption, E. Reshetnikova, L. Romanenko, A. Starostina and others.

A modern bank competition has a row of specific features, which distinguish it from a competition in other industries of economy and predefined with changes which take place on national and world financial markets. One of basic features is strengthening of intensity and complication of forms of competition between financial mediators, related to the global processes. The basic factors of sharpening of competition between banks is homogeneity of bank products, that is the presence of perfect competition at the market of bank services; fight for free cheap resources, usually, this is the rest on the clients' accounts, that makes banks prove their competitiveness and management quality before clients; limited operating tools of bank services, which make banks compete in the field of determination of price for bank services.

The reasons for which a market competition in a bank sector must be a dominant factor: 1. Banks which are selected as a result of strong competition are banks which use their capital more effective; quickly adapt themselves to the market innovations; have a flexible and strategically self-weighted policy, high-quality management and effective informative systems. 2. Competition for the customers of bank services means fight for resources, results to expansion of assortment of the noted services, forcing out from market off-grade products. When the restriction of solvent demand takes place, it affects the reduction, with the next stabilization of business profitability that turns to strengthening of competition. 3. Investigation of perfect competition at the market is reduction of prices of cost of bank services.

The national banking system needs a new organizational technology which was opened on the basis of informative possibilities of application of market mechanisms and instruments. In particular growth of market possibilities of commercial banks is exactly in sphere of the created information technologies and enables to improve quality, availability, distribution.

Further research will investigate one of the perspective methods of development of the bank marketing in the system of commercial banks — the viral marketing, technologies of which will enable to set more close and confiding relations with customers, to reduce the risks of business and promote quality of the given bank services. Development of the viral marketing on the basis of Internet technologies will be an instrument in strengthening of bank's competition, and also will change advantages and expectations of customers in relation to quality of service and will stipulate the actual necessity of making adequate scientific custom– directed approaches.

REFERENCES:

1. Economic Reform in Ukraine: the Unfinished Agenda. Anders Åslund and Georges de Ménéil, editors. Armonk, N.Y. : M.E. Sharpe, 2000. 287 p.
2. Golovakha Evhen, Gorbachuk Andrij, Panina Natalia. Ukraine and Europe: Outcomes of International Comparative Sociological Survey. Kyiv: National Academy of Sciences of Ukraine, Institute of Sociology, 2007.141p.
3. The Handbook of Financial Instruments Hardcover.– 2002// by Frank J. Fabozzi (Author), Frank J. Fabozzi CFA (Editor).

Scientific supervisor: Tryhub I.P.

RESEARCH ON PERSONNEL EFFICIENCY

Musaeva J.

National University of Food Technologies

Many scientists and managers are looking for ways to achieve the best results through effective work and management. As efficiency is the economic effect per unit of a certain resource, the purpose of research is theoretical-methodological grounding and development of practical recommendations to evaluate the effectiveness of staff.

The following methods were used: economical-statistical and mathematical. A package of information resources was formed to improve personnel management; the system of rotation of employees and total system for training both new and established personnel was developed as well as a series of motivational factors to improve the effectiveness of labour resources and the system of personnel certification. Special methods of economic research, such as methods of comparison, observation, spreadsheet, grouping, illustrative and others were also used. To make theoretical generalization of existing approaches to solve the problem, abstract logical method was used. [2, p.235-236]

The main purpose of evaluating the effectiveness of personnel is its continuous monitoring. Being limited to statistical indicators, the method of determining efficiency of staff has a significant disadvantage, such as lack of data to identify trends of development and, on their basis, to further plan employee activities. That is why it is proposed to use both static and dynamic indicators of employees' performance. As dynamic indicators, it is proposed to choose annual growth rate of the efficiency of personnel, the nature of efficiency (intensive, extensive). In addition, an important part

of the analysis of trends in any economic processes and phenomena is formalization of this trend by identifying and explanation of trend equation. Therefore, the calculation of specific performance should be supplemented by modeling processes of efficiency development. Evaluating the effectiveness of personnel at the enterprise should include the following areas of calculations: 1) calculation of static performance indicators that show the efficiency of particular time or period of time; 2) calculation of dynamic performance indicators (eg, describing the change of static indicators over time); detection and analysis of trends in staff efficiency; 3) determination of indicators of influence of efficiency on staff performance. [1, p.469-473]

It is very important to evaluate the relationship between effective use of personnel and productivity of business. In general, the suggested technique adequately describes the process of staff performance and determines its efficiency.

REFERENCES:

1. Petruța Blaga, Boer Jozsef, Increasing Human Resource Efficiency in the Production Process. — 2014, Volume 12, Pages 469-473

2. Савченко В. А. Управління розвитком персоналу: навч. посіб. / В. А. Савченко. — Київ: КНЕУ, 2012. — 235-236 с.

Scientific supervisor: Shapran L.Y.

COFFEE MARKET IN UKRAINE

Mysnyk N.

National University of Food Technologies

Coffee is the most popular tonic drink and is loved by the people throughout the world. The coffee market is one of the mostly rapidly growing market of the food sector at the present stage of Ukraine's development. The average annual growth rate consumption was 23 % during the last couple of years, that is almost 10 times higher than the world average rate, 2,5%, so Ukraine took one of the first places in the list according to the growth of coffee consumption. Moreover, the demand for coffee is increasing in Ukraine every year. These trends make Ukrainian market a very attractive place for manufacturers and exporters. [1]

Having studied all the materials, we have learned which kind of coffee is preferable among Ukrainians and where coffee is delivered to Ukraine from. According to the research, Ukrainian people prefer instant coffee, that is contrast to any western European citizen. Coffee preference is believed to show a country's development level. For example, in Africa, where coffee is grown, the consumption of instant coffee reaches 99%. However, instant coffee was invented not only to reduce the price of the product but also for convenience. The most promising is organic coffee. Like everywhere else there are two main segments of coffee consumption in our country. The first segment takes about 70 % of the market, that is retail — coffee is just sold in stores for further use at home. Here instant coffee takes the place and it is represented by the largest multinational corporations. The second important segment, 2,5%– 3%, is so called HoReCa (hotel, restaurant, café). That is coffee drinking by a client in public places. Then comes so called speciality, that means «office use», 2-3% of the market, as well as coffee machines-less than 1%. [2, p.172]

As for the coffee consumption in the regions of Ukraine, it is believed that in the western part of the country which tending to European culture there are more coffee

drinkers than in the eastern part experiencing a big influence of Russian traditions (drinking tea).

A significant import is essential for domestic coffee market. Ukrainian consumers in all segments prefer brand « Jacobs». Lavazza, McCoffee, Nescafe, Black Noire are also in great demand. According to custom statistics the main countries-importers of green coffee to Ukraine are Chile, Vietnam, India, Australia. The most of coffee products are imported from Europe and Asia. These are not usually expensive brands as Ukrainian consumers are mostly interested in price rather than quality of coffee or the place of origin. [3, p. 132]

Ukraine exports coffee in just a few countries. The main importer of coffee is Belarus. 5-15 % of the total coffee exports belong to Moldova and Georgia. The total share of other countries does not exceed 5%.

The main international organization that regulates the coffee market is the ISO (International coffee organization). The world coffee market is mostly governed by the WTO, United Nation Organisation, the World Bank and the IMF.[4]

Finding out the degree of competition in the coffee market allowed us to research the current situation in the coffee industry caused by general economic factors and individual characteristics. The main problems in Ukrainian coffee sector are the quality of the product and the legality of its production as the significant part of imports belongs to so called black import.

So, Ukraine's place in the global coffee market is small at the moment but rapid growth in demand and the development of internal structure of the coffee market can be considered as very perspective. The research of Ukrainian role as a member of the world coffee market has indicated favourable conditions for the development and improvement of the coffee industry in our country and increasing role in the international coffee industry.[5, p. 150]

REFERENCES:

1. Derzhavnyi komitet statystyky Ukrainy, available at: <http://www.ukrstat.gov.ua/>
2. Parsyak V.N., G.K. Horns. Marketing research. 2nd edition modified.2013
3. Garkavenko S.S. Marketing. 2011
4. International coffee organization (ICO). [Electronic resource]. — Mode of access: <http://http://www.ico.org/>
5. Starostin A. O. Market research. 2012

Scientific supervisor Berezovska O.V

UKRAINE FIRST REVIEW OF NONOBSERVANCE AND APPLICABILITY OF PERFORMANCE CRITERIA

Ostrovka V.

National University of Food Technologies

The first review discussions took place in a context of heightened geopolitical tensions and deepening economic crisis. Intensification of the conflict in the East and escalation of the gas dispute with Gazprom, two of the key risks identified at the time of the program request, have materialized. These developments have affected confidence, balance of payment flows, economic activity, and budget execution. The banking sector has had to cope with larger-than-anticipated deposit outflows, and the

exchange rate has depreciated more than expected at the time of the program request. The authorities have implemented policies broadly as agreed, but significant pressures have emerged. All but one performance criteria for end-May were met and all structural benchmarks have been implemented, albeit some with a delay. However, the deterioration in the economic outlook, fiscal and quasi-fiscal pressures, and heightened balance of payment difficulties are putting the initial program targets in jeopardy. Two end-July PCs are estimated to have been missed; and the end-2014 targets are out of reach. All continuous PCs were met. Discussions focused on the appropriate policy response to these short-term pressures and on reforms to support sustained growth. There was agreement that the policy effort should focus on compensatory measures to meet key program objectives, while allowing some temporary deviations from the initial targets. In particular, the NBU will limit the decline in reserves through market purchases; the government will take additional fiscal measures to keep public finances sustainable; and Naftogaz will strengthen current and past gas bills collection. Discussions also focused on reforms aimed at modernizing the monetary policy framework, preserving financial stability, addressing governance issues and improving the business climate. Nonetheless, risks loom large. The program hinges crucially on the assumption that the conflict will begin to subside in the coming months. Should active fighting continue well beyond that, the small buffers under the revised baseline would be quickly exhausted, requiring a new strategy, including additional external financing. A further heightening of geopolitical tensions could also have significant economic consequences. Domestically, policymaking may become more difficult in case of early elections. Strong policy performance and adherence to the planned reforms is therefore critical. Staff supports the authorities' request for completion of the first review and the waivers for nonobservance and applicability of performance criteria. The purchase released upon completion of the review would be in the amount of 0.914 billion, of which 0.650 billion will be used to finance the budget deficit.

REFERENCES:

1. O. Borysov. Ukraine's entry into European administrative area: problems and perspective [Electronic resource]/ O. Borysov // Odesa Institute of Finance. — 2010. — Accessible at: <http://www.viem.edu.ua/konf6/art.php?id=0442>.
2. V. Halyk. Eurointegrative course of Ukraine — positive and negative. [Electronic resource]/ V. Halyk. // Ukraine in Europe and in the world. Accessible at: http://pidruchniki.ws/1813101255631/politologiya/yevrointegratsiyniy_kurs_ukrayini_pozitivni_negativni.
3. Advantages and disadvantages of Ukraine's integration to the EU [Electronic resource] / M. Saban. // Bukovyna State Finance Academy -2012.— Accessible at: http://www.rusnauka.com/15_APSN_2010/Economics/67697.doc.htm.
4. O. Shumylo, I. Novak. Free Trade Zone: a step towards EU? [Electronic resource]/ O. Shumylo, I. Novak. Accessible at: http://gazeta.dt.ua/ECONOMICS/zona_vilnoyi_torgivli_krok_nazustrich_es.html.
5. WTO, EU, NATO membership criteria. Integrative perspectives of Ukraine. Research. Authors: I. Zhovkva, H. Nemyria. — 2007 [Electronic resource] I. Zhovkva, H. Nemyria // Accessible at: http://www.kas.de/wf/doc/kas_10203-1522-1-30.pdf?070504093003

Scientific supervisor: Mirochnyk V.V.

FOOD PRODUCT CERTIFICATION IN UKRAINE AS THE LEADING DIRECTION IN AN INTERNATIONAL DIMENSION

Ovsiannikova V.

National University of Food Technologies

The modern food processing industry in Ukraine is developing rapidly, but there are number of problematic issues that will facilitate the entry of competitive Ukrainian products into the international market.

Outdated food safety regulations and practices hinder exports and investment and therefore limit Ukraine's potential in agribusiness.

More specifically, exports of processed fruits and vegetables to the EU market are limited despite its proximity, while exports of meat and dairy are virtually nonexistent. Only an estimated 1 % of the 20,000 food enterprises in Ukraine have implemented Hazardous Analysis Critical Control Points (HACCP), the globally recognized food safety management system.

Food safety remains a key challenge in Ukraine and poses an underestimated threat to the health of its citizens and to the competitiveness of one of its most important industries.

There are enterprises in Ukraine for which export products is an important component of profit, so they introduce and develop the system of product certification that meet international standards and guarantee the quality and safety to consumers.

We can give the following key examples of the food industry enterprises:

Food safety management system, according to international standard ISO 22000, guarantees that effective food hazard control system is implemented at the AVK enterprises. It permits to produce safe and quality products.

Quality management system, according to the international standard ISO 9001, guarantees that all AVK products are produced in controlled conditions with fulfillment internal and legislative requirements, controlling product quality on the whole production chain.

The compliance of the products manufactured with the requirements of the European Community is the 'KONTI' Group's strategy in the area of safety and quality. The safety and quality management system of the enterprise is ISO 9001:2008 and ISO 22000:2005 certified.

ISO 22000:2005 is a food safety management system making it possible to execute strict control over the safety of the whole production process, from the raw materials processing stage to the delivery of the end products to the distributors or the points of sale.

During the audit carried out by representatives of the German firm DEKRA-ITS in 2008, Obolon has proved to comply with requirements of ISO 9001:2008 (Quality Management Systems), ISO 22000:2005 (Food Safety Management Systems), ISO 14001:2004 (Environmental Management Systems), and OHSAS 18001:2007 (Occupational Safety and Health Management Systems).

The Production units of ROSHEN Confectionery Corporation are all certified in accordance with the requirements of the international quality and food safety standards. The enterprises of ROSHEN Corporation apply a quality management system that meets the requirements of ISO 9001:2008, and food safety management, corresponding ISO 22000:2005 standards, thus each Factory of the Corporation has the Certificate of Conformity.

These examples show the willingness of Ukrainian enterprises to conform the international standards, but there are a number of priority tasks, the implementation of which will help the food industry in Ukraine to gain recognition in the international market:

Turn-based adaptation of Ukrainian legislation to the terms of EC Directives 93/43/EU on the hygiene of foodstuffs;

Add to legislation item tracking products that help remove technical barriers to international trade;

Legal regulations on animal protection and adoption of relevant laws;

Adoption of HACCP system in practice, which consists of the analysis of potential risks and identifying problem areas in production.

REFERENCES:

1. Безпека харчування: сучасні проблеми: Посібник-довідник / Укл. А. В. Бабюк, О. В. Макарова, М. С. Рогозинський, Л. В. Романів, О. Є. Федорова. — Чернівці: Книги-XXI, 2005. — 454 с.

2. Food Safety Fundamentals: Essentials of Food Safety and Sanitation / David McSwane, Nancy R. Rue, Richard Linton, Anna Graf Willliams — Prentice Hall, 2004. — 326 pp.

3. <http://www.avk.ua/>

4. <http://www.konti.com/en>

5. <http://obolon.ua/eng/>

6. <http://www.roshen.com/en/>

Scientific supervisor: Vlasenko L.V.

CONSEQUENCES OF UKRAINE SIGNING AN ASSOCIATION AGREEMENT WITH THE EUROPEAN UNION

Pivchuk Y.

National University of Food Technologies

European integration of Ukraine is used in political rhetoric by almost all political forces. But many citizens of Ukraine perceive European integration as a purely political matter, the subject of international negotiations. However, the real European integration for the internal development of the country, improving the lives of ordinary people. European integration — is when the economy is working for the society where everybody are equal before the law, when the state cares about the environment and closely monitors the quality of food and budget costs are incurred as economical and in the public interest. Ukraine proclaimed the course of European integration and therefore is appropriate to consider the main implications of signing the Association Agreement between Ukraine and the EU. In general, the following consequences of signing this agreement are:

- prices for most goods (cars, appliances, medicines, foods) will decrease, what will take place as a result of elimination of import tariffs and increased competition;

- will increase the quality and safety of products, including childrens', significantly improve consumer protection;

- improving social protection;

- emergence of new jobs and businesses.

Their creation is expected as a result of improving the investment climate and regulatory environment for businesses to comply with the rules and the EU:

- more serious legal protection of intellectual property; opening of the European market services. Ukrainian companies could make good money on the duty-free export of IT-services or providing transportation services in the EU;

- EU will support Ukraine in implementing the standards more than 30 tracks;

- eradicating corruption from public procurement and more.

So, we can say that the mentioned effects are positive for Ukraine. But this agreement shall continue to be improved in order to satisfy both sides: Ukraine and the EU.

REFERENCES:

1. Європейська інтеграція; Міністерство Закордонних справ України:: <http://mfa.gov.ua/ua/about-ukraine/european-integration/ua-eu-association>

2. European Union EXTERNAL ACTION: <http://eeas.europa.eu/>

Scientific supervisor: Mirochnyk V.V.

MILITARY TAX IN UKRAINE

Pogribna O.

National University of Food Technologies

The Ukrainian Tax System has developed radically since Ukrainian independence till present. The first major reform of the tax system was undertaken in 1997 with the main aim of increasing budget revenues, primarily by reducing the number of tax exemptions and simplifying and streamlining compliance procedures.

In Ukraine all taxes or levies are national or local. Tax collection procedures and tax incentives may be established only by law. According to the Tax Code in Ukraine now exist 22 taxes and levies [5].

The constituent parts of the tax system of Ukraine are as follows: tax payers, the object of taxation, the tax base, the tax rate, the tax calculation procedure, the tax period, the term and the manner of payment of taxes, the period and procedures for reporting, the calculation and the payment of taxes [6].

Ukraine's parliament amended its tax laws to introduce a 1.5-percent military tax based on workers' income.

Since August, 3rd 2014 the Law of Ukraine «About modification of the Tax Code of Ukraine and some other acts» from 31.07.2014 has come into force. № 1621-VII of which, in particular, established a military tax [1].

With the goal of providing finances to raise the military capabilities of the state, it is suggested to temporarily introduce a new all-national tax, a military tax through January 1, 2015. This tax will be set at 1.5% from the incomes of individuals from their salaries, as well as from other income, compensation or other monetary awards that are transferred to the taxpayer [3].

According to items 1.2 of item 16-1 of subsection 10 of section of XX Tax code object of the taxation military gathering are incomes in the form of a salary, other incentive and compensatory payments or other payments and compensations which are charged (are paid, given) to the payer in connection with labour relations and under civil-law contracts; a prize in the state and not state monetary lottery, etc. Military tax should be considered on subaccount 642 «Calculations on obligatory payments» [2].

The sums of the withheld tax from the payments to workers included into fund of payment are displayed by correspondence of accounts:

Debit 661 «Calculations on a salary» ;

Credit 642 «Calculations on obligatory payments» [2].

If military tax is paid from the sums which the enterprise withholds (as the tax agent) from non-worker, in particular, at compensation payment under civil-law contracts, subaccount 685 «Calculations with other creditors» is applied to reflect the sum of the withheld tax, and is displayed by correspondence of accounts [2]:

Debit 685 «Calculations with other creditors»;

Credit 642 «Calculations on obligatory payments».

The Ukrainian government hopes to receive around \$240 million when implementing a new tax.

REFERENCES:

1. Закон України «Про внесення змін до Податкового кодексу України та деяких інших законодавчих актів України» від 31.07.2014 р. № 1621-VII

2. Військовий збір: роз'яснення податківців. Бухоблік військового збору [Electronic source] // Mode of access: http://buhgalter24.at.ua/publ/nalogovyj_uchet/vijskovij_zbir_roz_jasnennja_podatkivciv/3-1-0-367

3. Ukraine: Parliament Introduces 1.5% Military Tax, Allots \$791 Mln for Army [Electronic source] // Mode of access: <http://inserbia.info/today/2014/07/ukraine-parliament-introduces-1-5-military-tax-allots-791-mln-for-army/>

4. The Ukrainian Tax System — Positive Trends [Electronic source] // Mode of access: <http://myukraine.info/en/ukrainian/Tax-System/>

5. Taxation system in Ukraine [Electronic Source] // Mode of access: <http://alpina.kiev.ua/useful-info/taxation>

6. The taxation system in Ukraine [Electronic Source] // Mode of access: <http://pravoedelo.com.ua/en/our-articles/3-the-taxation-system-in-ukraine.htm>

Scientific supervisor: Nikitenko O.V.

FINANCIAL DEVELOPMENT OF ENTERPRISES AND WAYS OF IT PROVIDING

Portianko D.

National University of Food Technologies

Current economic conditions are characterized by dynamic business environment. Efficient operation of the business and achievement of its strategic goals is possible with development and adaptation to change. Development of a company provides not only its competitiveness, but also provides the basis for economic growth.

Implementation of development processes in the enterprise requires adequate funding and implementation of modern methods financial support of development.

Research is determined by the need to apply modern methods of financial management to ensure the effective development of enterprises [1].

F. Kotler stated, «companies must evolve,» that is, to move from the current state to the planned future state [2].

In terms of economy, development is a combination of progressive and regressive, managed and unmanaged processes taking place in the economy at the micro and

macro levels and result in natural, high-quality, irreversible changes that occur in economic systems and among participants in such systems [3].

The research questions and problems of financial enterprises were highlighted by V.Gerasymchuk, I. Blank, R. Ackoff, I. Kononenko, I. Dem'yanenko, A.Rayevnyeva, J.D. Duck, H. Tom, G. Osipov and others.

Scientists involved in this issue, distinguish and consider two basic modes of existence of any system (and, consequently, the company, which is a complex socio-oriented system): development and functioning. Many changes occur in the enterprises as a result of improvement or rationalization, but not every change can be considered as measures that contribute to the development [1].

Y. Pogorelov critically analyses the approaches of researchers to the definition of the term, the types of development, differences between the movement and development, identifies the elements or components of the definition of the enterprise development. The author interprets the «development» as «a set of long-term processes of quantitative and qualitative changes in the company, which determine the improvement of its condition by increasing the capacity of enterprises to adapt to the external environment and internal integration that enhances the ability of the enterprise to counteract the negative effects of the environment and its sustainability».

The components of the concept are: quantitative and qualitative changes, adaptation to the environment, a set of processes, long duration, increase of the capacity of enterprise, etc. [4].

The sign of a balanced financial development is to ensure financial balance of the enterprise, as evidenced by the corresponding values of financial stability, solvency and efficiency of financial and economic activity.

Financial equilibrium is a characteristic of financial activity, in which the needs of increasing company's assets are balanced with its potential for the formation of his funds from their own sources.

Therefore, a balanced financial development enterprise consists of the following elements: balancing financial and general corporate strategies; balance of assets and capital; balance of the level of assets profitability and the cost of capital; balance of cash flows; balance of the level of assets profitability and the level of financial risk.

Ways of financial development are ensured by certain functions. They are:

- development of the financial strategy of the enterprise;
- creation of organizational structures to ensure the adoption and implementation of management decisions in all aspects of financial activity;
- developing effective information systems that provide justification for alternatives of administrative decisions;
- analysis of various aspects of financial activity;
- implementation of planning financial activity;
- development of the current system of incentives implementing the management decisions in the financial sector;
- effective monitoring of the implementation of management decisions in the financial sector [1].

Thus, the financial development of the company is an important part of its development, because all development processes require adequate funding. In turn, this requires the introduction of the financial support of development, which is realized through carrying out special functions described above. The target function of the management is to increase the market value of the company.

REFERENCES:

1. Фінансове забезпечення розвитку підприємств: монографія / [І.О. Бланк, Л.О. Лігоненко, Н.М. Гуляєва та ін.]; за ред. І.О. Бланка. — К.: Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2011. — 344 с.
2. Кучин Б.Л. Управление развитием экономических систем: технический прогресс, устойчивость / Б.Л. Кучин, Е.В. Якушева. — М.: Экономика, 1990. — 157 с.
3. Лігоненко Л.О. Антикризове управління підприємством: підручник / Л.О. Лігоненко. — К.: Київ нац. торг.-екон. ун-т, 2005. — С.444.
4. Погорелов Ю.С. Развитие предприятия: понятия та виды. Проблемы материальной культуры / Ю.С. Погорелов // <http://www.nbu.gov.ua/>

Scientific supervisor: Galynska O.M.

ADVANTAGES AND DISADVANTAGES OF FORENSIC AUDIT

Postnikova V.

National University of Food Technologies

While a forensic audit may sound like something exciting you hear about on crime dramas like Law and order or CSI, the truth is a little more mundane. A forensic audit is the process of reviewing a person's or company's financial statements to determine if they are accurate and lawful. Forensic accounting is most commonly associated with tax audits, but it may also be commissioned by private companies to establish a complete view of a single entity's finances [2].

Forensic audits are used wherever an entity's finances present a legal concern. For instance, it is used in cases of suspected embezzlement or fraud, to determine tax liability, to investigate a spouse during divorce proceedings or to investigate allegations of bribery, among other reasons.

Forensic audits are performed by a class of professionals with skill sets in both criminology and accounting who specialize in following a money trail, keeping track of fraudulent and actual balance sheets and checking for inaccuracies in overall and detailed reports of income or expenditures. If they find discrepancies, it may be the auditor's job to investigate and determine the reason for it, or it may be the job of a separate financial investigator. Let's consider the advantages.

Forensic auditing strengthens control mechanisms, with the objective of protecting the business against financial crimes, be they potentially catastrophic one-off events that could threaten the viability of the business, or smaller-scale but repetitive misappropriations of company assets over a number of years.

Forensic auditing can help protect organizations from the long-term damage to reputation caused by the publicity associated with insider crimes. A forensic audit also provides a sound base of factual information that can be used to help resolve disputes, and can be used in court should the victim seek legal redress.

Forensic auditing can improve efficiency by identifying areas of waste.

Forensic auditing can help with the detection and recording of potential conflicts of interest for executives by improving transparency and probity in the way resources are used, in both private and public entities.

Among disadvantages we can trace the following.

A poorly managed forensic audit could consume excessive management time and could become an unwelcome distraction for the business.

Forensic audits can have wide-ranging scope across the business. Under certain circumstances, the scope of the audit may need to be extended, with an increase in its budget.

Some employees can interpret a proactive forensic audit as a slight on their integrity, rather than as a means to improve control procedures for the benefit of the business

Foreign literature, especially American and British, has a large amount of works about forensic audit and accounting. This issue was considered by many foreign theorists and practitioners such as Steven L.Skalak, Thomas W.Golden, Mona M.Clayton, S.Howard, M. Sheetz, G. Subbotin and others.

Forensic accounting, forensic accountancy or financial forensics is the specialty practice area of accounting that describes engagements that result from actual or anticipated disputes or litigation. «Forensic» means «suitable for use in a court of law», and it is to that standard and potential outcome that forensic accountants generally have to work. Forensic accountants, also referred to as forensic auditors or investigative auditors, often have to give expert evidence at the eventual trial.

Financial forensic engagements may fall into several categories. For example: economic damages calculations, whether suffered through tort or breach of contract; post-acquisition disputes such as turnouts or breaches of warranties; bankruptcy, insolvency, and reorganization; securities fraud; business valuation and Computer forensics/e-discovery.

Forensic accounting or auditing is very important in our cruel and fierce world. It aims to protect, to prove, to defend the interests of organizations in courts. In Ukraine forensic audit is not well-developed, so our experts should adopt the experience of foreign counterparts.

REFERENCES:

1. Charrier E., Pelisse J., «Conventions at Work: on Forensic Accountant's Intermediation», ESEEN, 2012, 14(1), 31.

2. How Forensic Accounting Works [Electronic Source] // Mode of access: <http://science.howstuffworks.com/forensic-accounting.htm>

3. What is a forensic audit? The Law Dictionary [Electronic source] // Mode of access: <http://thelawdictionary.org/article/what-is-a-forensic-audit/>

Scientific supervisor: Nikitenko O.V.

EFFICIENCY OF USING LABOUR RESOURCES OF ENTERPRISE

Potapenko V.

National University of Food Technologies

The issue of efficient using of labour resources is especially important in current economic conditions. Sufficient staffing with necessary human resources, their rational use, high level of productivity are essential to improve the efficiency of operation of any enterprise.

In conditions of formation of market mechanisms, enterprises of different forms of ownership and forms of organization need to adopt new economic behaviour, considering the laws and the needs of the market and adapting all production activities to current market conditions. In this regard, the contribution of each employee in the output of the enterprise increases and the main task for all organizations, institutions and enterprises becomes searching for effective methods of labour management and

those ways that can lead to the activation of human factor in production of certain products (goods and services) [3, p.321].

The decisive factor in the effectiveness of labour activity is employee motivation. Without determination and implementation of motivational policies at the enterprise is not possible to effectively use labour resources, because only if each employee is interested in final results and in the labour process, the enterprise can achieve high levels of productivity and efficient using of labour resources [3, p.323].

The problem of improving the efficient use of labour resources must be considered from different angles.

First of all, through the creation of motivational system, which could be an internal impetus for the employee to decently carry out his duties, let through all company problems and perceive them as their own ones in order to optimize their solution [1, p.82].

Secondly, the problem of increasing the efficiency of using labour resources can be considered through the development of such a management structure, which would facilitate the allocation of manpower for those positions, where employees could fully use their knowledge, skills and experience to avoid inefficient use of work time as the fault both of an employee (unwillingness to work) and a manager (not enough responsibilities) [1, p.85].

Ukrainian legislation states that enterprises, institutions and organizations can define by themselves the forms and systems of payment, salary, bonuses, rewards and other motivational and guaranteed payments. That is, we can say that the law provides that each company can use specific motivational model, which is voluntarily chosen by the owner of the company (the manager) and fixed in the collective agreement with the observance of standards and warranties, provided by law, statutory, general and sectorial (regional) agreement.

Analysis of the impact of labour factors on economic activities of any enterprise begins with the study of the company staffing according to their number, structure, qualifications, cultural and educational level and characteristics of labour movement. The purpose of this analysis is to identify internal labour-saving resources through more rational distribution of employees, their loading and use according to their profession, speciality and qualifications [2, p.295].

Analysis of the number of staff is conducted generally and separately for each category, as the role and importance of certain staff categories is different in production activity of the enterprise [2, p.292].

By analysing the number of employees, we can determine the absolute and relative staffing of the enterprise and the impact of changes in the number of workers on the implementation of production program. Absolute staffing of the enterprise is defined while comparing the actual and planned number of workers. The relative deviation of the number of workers is detected by comparing the actual and planned number adjusted by the percentage of increase in output due to changes in the number of workers. This percentage is calculated by the ratio of the value of the products obtained by changing the number of workers to the planned volume of production.

Staff reduction, while achieving the planned production, is seen as a positive factor. Positive factor is also reducing in the number of management, if it does not lead to the worsening of the organization of production process and labour discipline, delay in mastering new technologies, workshop automation, etc. [1, p.88].

REFERENCES:

1. Кудінова А. Аналіз продуктивності праці / А. Кудінова, Д. Верба // Довідник економіста, 2009. — №6. — С. 79-88
2. Мельник Т.Г. Ефективність праці: методи вимірювання продуктивності праці та її оплати / Т.Г. Мельник // Теоретичні та прикладні питання економіки: Збірник наукових праць. — К.: Видавничо-поліграфічний центр «Київський університет», 2005. — Вип.7. — С.291-296
3. Слободчикова Ю.В. Методичні аспекти контролю і підвищення продуктивності праці на підприємствах. / Ю.В. Слободчикова // Держава та регіони. Серія: Економіка та підприємництво, 2007. — №1. — С. 321-326.

Scientific supervisor: Shapran L.Y.

PR ACTIVITIES OF COCA-COLA COMPANY

Radchuk T.

National University of Food Technologies

It is difficult to find someone who does not know this popular logo: round white letters on a red background, consisting of words, sacred to all Americans — Coca-Cola. This is one of the most successful and recognizable brands, experts estimate that more than 80 billion dollars. It's odd, but the first year of the most popular carbonated beverage was unprofitable. We know that the proceeds of the sale in the first year were only \$ 50, while the production of the drink was spent \$ 70.

Coca-Cola history began in 1886 when the curiosity of an Atlanta pharmacist, Dr. John S. Pemberton, led him to create a distinctive tasting soft drink that could be sold at soda fountains. The main ingredients were: coca leaves, which is also used as a drug and nuts of the tropical tree cola. The resulting drink is patented as a medicine «from any nervous disorders.» The name Coca-Cola and unique stylized font of this trademark invented by Frank Robinson, who mastered the art of calligraphy. The first servings of Coca-Cola were sold for 5 cents per glass. During the first year, sales averaged a modest nine servings per day in Atlanta. Today, daily servings of Coca-Cola beverages are estimated at 1.9 billion globally.

Over the course of three years, between 1888 — 1891, Atlanta businessman Asa Griggs Candler secured rights to the business for a total of about \$2,300 (about £1,500). Candler would become Coca-Cola's first president, and the first to bring real vision to the business and the brand. Asa Candler, a natural born salesman, transformed Coca-Cola from an invention into a business. He knew there were thirsty people out there, and Candler found brilliant and innovative ways to introduce them to this exciting new refreshment. He gave away coupons for complimentary first tastes of Coca-Cola, and outfitted distributing pharmacists with clocks, urns, calendars and apothecary scales bearing the Coca-Cola brand.

Company budget dedicated to advertising in 1892 was \$ 11,000. In 1901, the company's advertising budget exceeded \$ 100,000, and in 1911 it was about \$ 1 million. As you can see, every year public relations activities coca-cola increases. Successful advertising and marketing is a competent first reason wins Coca-Cola.

Company is focused on initiatives that reduce environmental footprint, support active, healthy living, create a safe, inclusive work environment for associates, and enhance the economic development. So, PR activities of Coca-Cola Company include social, culture, humanitarian and environmental aspects.

Social aspect. Coca-Cola operates in more than 200 countries. Company actively cooperates with the UN. Together with the United Nations Programme on HIV — AIDS — UNAIDS, Coca-Cola joins the fight against AIDS. In 1976 was signed the world's first commercial agreement between the company and international sports organizations — «The sponsorship between Coca-Cola and FIFA» (International Football Federation).

Culture aspect. Coca-Cola Company is the sponsor of world art exhibitions. For example, it sponsored placement pavilion at the Brussels World Exhibition in 1958. In 2007, Coca-Cola Ukraine joined the organization in Lviv Publishers' Forum, which is a unique social, cultural and intellectual event of the year. During the Olympic Games in Atlanta, Coca-Cola has organized the exhibition, where the main exhibits were bottles with ethnic ornaments of different nations of the world. In 2007, Coca-Cola Ukraine became a partner of the festival «Dream Land». Its goal is to revive old Ukrainian tradition, folklore, and acquaint the audience with elements of ethnic nations.

Humanitarian aspect. Labour relations in the Coca-Cola built in strict accordance with the laws of Ukraine, as well as international standards and corporate policies. Development workers are one of the main priorities of Coca-Cola. From the company's budget allocated large investments in staff training. Coca-Cola promotes active lifestyles among their employees. The company regularly organizes sports events for employees, such as championship indoor soccer. Coca-Cola adheres to the principle of freedom of association: the worker has the right to join or not to join trade unions, to participate in meetings and collective disputes. As you can see, the company takes into account the opinion of workers in making strategic decisions.

Environmental aspects. Company is working to create plastic bottles with clean plastic for his drink. Plans for the future is to create plastic bottles that will be no less than 30 per cent consist of plant material. For the sixth consecutive year the company conducts KIEV Green Day — June 4, on the eve of World Environment Day. Traditionally, companies Coca-Cola Ukraine gather its employees with families to «Green Day» — an environmental initiative, Coca-Cola, which aims to raise awareness of environmental issues.

Coca-Cola takes measures to reduce the amount of water used in the manufacturing process. Implementation of new technology reduces the amount of water consumption. Coca-Cola introduces energy efficient technologies to reduce CO2 emissions per litter of produced beverage. All kinds of wrappers used by Coca-Cola, mainly composed of materials suitable for recycling: plastic (PET), glass, aluminium. The company is promoting the collection and recycling.

REFERENCES:

1. Bodden, V. (2008). The Story of Coca-Cola. Creative Co.
2. Coca-Cola. (2011). Marketing. Retrived April 18, 2011
3. Coca-Cola, Corporate. (2011, March 1).One Band. 24 Hours. A Brand New Song Inspired By Fans Across The World.
4. Katz, E., Blumer, J. G.,(1974). Uses and Gratifications Research. Public Opinion Quarterly, 37(4), 509-524.
5. Kirkby, J. (2006). Viral Marketing. Connected Marketing (pp. 87-107). Oxford: Elsevier

Scientific supervisor: Okopna J.V.

THE USING OF MARKETING MIX TO IMPROVE THE MARKETING ACTIVITY O THE ENTERPRISE

Riabtseva S.

National University of Food Technologies

With the development of market relations, the establishment and functioning of the economy, which is based on the principles of marketing, much attention should be given to «Rosynka» for forming integrated and scientifically based system of organization, its development and management current conditions.

In general, «Rosynka» has developed the marketing mix (4P), which can allow regulating the primary purposes of marketing service.

At the same time improving the marketing of «Rosynka» company should include the improvement of its product policy. Accordingly, such measures should include:

- Improving the quality of finished products;
- Increasing the number of customers: searching for new buyers; different actions for sales promotion (advertising, tastings of consumers);
- Improvement of technical production of goods: the replacement of equipment; improving the base of the enterprise;

To improve the pricing policy, «Rosynka» must:

- To develop the level of trade allowances and prices which can cover costs and allow receiving profit;
- Use discount. It is very appropriate, due to the presence of elastic demand to products for which they are used;
- To make negotiations with suppliers to reduce prices for their resources.
- Change the distribution margin, which will increase the physical trade, increasing the velocity of inventory and working capital, earnings growth and profitability of the company;
- Creation of a single system of discounts for distributors.

Also, to improve sales operations the enterprise should:

- Diversify consumers (identifying target market segments or sales);
- Establish a mechanism for personal interest of workers in the supply system sales;
- Realize of its products through the network of established branches which will provide stability of financial flows;
- Explore the tastes and preferences of target customers and maximum incorporation wishes in the production.

Therefore, an appropriate marketing mix should include: exploration and evaluation of the external and the internal environments of the company; create new products that fully conform to the consumer requirements; definition of pricing policies; promotion of goods; service organization, in order to organize the collection and analysis of complaints and claims, recommendations to improve product quality and to monitor the quality of the new product.

REFERENCES:

1. Комплекс маркетинга «4P» // Document HTML. — <http://sales-doc.org.ua>
2. Маркетинг: Підручник/ А.Ф. Павленко, І.Л. Решетнікова, А.В. Войчак та ін.; За наук. ред. А.Ф. Павленка –К.: КНЕУ, 2008. -600с.
3. <http://rosinka.ua/>

Scientific supervisor: Vlasenko L.V.

THE MAIN FACTORS OF POVERTY IN UKRAINE

Savchenko V.

National University of Food Technologies

Kovalchuk O.

Department of Foreign Languages for

Business and International Communication

The problem of wages is the most important problem of the Ukrainian economy, because the level of labour determines the basic macroeconomic parameters such as standards of social protection, the combined purchasing power and pace of economic transformation. Salary is an indicator that determines the overall standard of workers' living. The development of the economy as a whole depends on its level and the share of gross domestic product. Worthy is the basis of wages of worker's welfare.

As you know the gross domestic product is created mainly at the enterprise level. Improvement of enterprises is supported by positive trends in key indicators of companies' finance. In such conditions, the possibilities of companies for increasing spending on salaries and other important social goals are expanding greatly. It should be noted that the share of wages in total income for the population in 2007-2012 was the largest among all income groups and was within 44,0-42,0%. Thus, the standard of living of the population in general and poverty in particular greatly depends on the wage.

The differentiation in wages by sector, is unjustified. This is still largely associated with varying degrees of adaptation to the fields of market conditions. Average wages vary considerably by regions. Thus, the difference in wages by sector is almost 4 times, and by regions — 3 times. Herewith there is a wage arrears in Ukraine. Underestimated minimum wage and the phenomenon of large-scale wages «in envelopes» primarily affect average wage. Ukraine is 10-15 times lagging behind wages in the developed countries.

In general, further increasing of wage indexes depends on the dynamics of labour productivity. In Ukraine, this trend is not observed. Since 2001, the growth rate of real wages has been higher than the growth rate of labour productivity.

Labour productivity in Ukraine is much lower than in developed countries, because of particular using. Today, many businesses are not interested in increasing productivity and prefer maintaining the competitiveness of their enterprises only through cheap labour, not by upgrading production. However, in recent years wage increases have been achieved by adequate productivity growth in the private sector of the national economy.

Increased spending on wages and a market increase in their share in GDP have led to the increase in wages. The average salary for 2007-2012 increased more than 2 times. Under these conditions social guarantees for workers has been significantly improved. The minimum wage during this time increased on 2.5 times. Value of the minimum wage and living wage in the 2007-2012 has increased significantly: from 77.7% to 96.6%. The ratio of the minimum wage and limits of the official poverty line, during 2007 — 2012 have also increased — from 81.1% to 97.8%.

Thus, we can summarise that wages play a critical role in ensuring the normal life of people. In 2012, a large number of employees received wages that were less than the subsistence minimum. This situation has not been changed although there is the practice of establishing the minimum wage at the statutory cost of living.

Priorities in improving financial support for poverty reduction, are necessity to solve the problem of inconsistencies between the minimum wage and subsistence level. For this purpose we should take into consideration scientifically grounded position on wage. The International Labour Organization recommends to set up the minimum wage at a level that exceeds the cost of living by 25%.

Raising wages should be done by implementing measures to increase real wages not lower than the growth rate of real GDP, providing support for purchasing power due to the indexation of its income, strengthening the protection of employees in wages, particularly through the development of social partnership and contractual regulation of labour relations, the implementation of measures to promote the legalization of unregistered employment, ensuring optimal interprofessional, interqualificational, interpositional and inter-sectoral wage differentiation of all categories of employees.

The important financial instrument for poverty are social benefits.

Particular attention should be paid to the wages of Ukraine's population. Only the increase in wages will increase satisfaction of physiological, social and cultural needs of the population. In order to increase the share of wages in GDP and income structure it is necessary to increase labour productivity. This can be achieved through innovative economic development.

Thus, the urgent need is to transfer focus from social assistance to vulnerable sections of society in the development of the labour market and maximize employment, decent remuneration, promote economic activity, aspiration level of vocational and educational training. Using the proposed ways of overcoming poverty, we will reduce the number of poor people in Ukraine and improve living conditions of the Ukrainians. In the future it will become possible to reduce poverty and its depth in Ukraine.

REFERENCES:

1. Angelenko I.V. Shadow activities of households Ukraine in transforming economy / Angelenko I.V. // Bulletin Khmelnytsky National University: Economics — № 3, T. 3. — 2011. — S.194 — 200.

2. Employers: wage growth can not exceed the growth rate of labor productivity and GDP // Confederation of Trade Unions of Ukraine. [Electronic resource]. — Mode of access: <http://www.confue.org.ua/presscentre/news/1659.html>

3. Krasun A. Poverty in Ukraine and ways to overcome / A. Krasun, J. Turchin // — Ukrainian national idea: reality and prospects. — 2008. — № 20. — S. 81-85.

4. Miserable week. Where is the limit? // Trade Union News. [Electronic resource]. — Mode of access: www.psv.org.ua/arts/Tema/view-1247.html

CONSIDERATION OF ECONOMIC RISK IN MANAGEMENT OF ENTERPRISES

Shevchenko Y.

National University of Food Technologies

Economic risk is an ambiguous term with a variety of definitions. In short, it is the risk that efforts will be economically unstable for a variety of reasons beginning from a change in economic trends to fraudulent activities which ruin the outcome of the project [1, c.12].

Risk on national level can be an important consideration for potentially investing partners and lenders who are reluctant to work with countries which appear to be

economically unstable. In ideal, risk management is accompanied by the identification of priorities where risks with the greatest loss and the greatest probability of occurring are handled first, and risks with lower probability of occurrence and lower loss are handled in descending order.

Some aspects of economic risk management of an enterprise were reflected in scientific research of such economists as T.A.Vasylieva, B.S.Irnazov, V.Yu.Katasonov, T.P.Kurylenko, S.V.Leonov, A.A.Peresada, I.V.Salo, V.V.Sheremet. Works of foreign researchers G.Winter, S.Gatti, J. Delmon, L.Lang, P.Lynch, P. Rose, F.Fabozzi, J. Finnerti and others focus on problems of financial risk [1, c.13].

Certain aspects of risk management standards underwent criticism for having no measurable improvement in risk. For the most part, these methods consist of the elements in the following order: identification, determination of threats; assessment of the vulnerability of assets to specific threats; identification of ways to reduce these risks; prioritizing risk reduction measures based on strategy.

People can try to predict economic risk, but they are not always successful. Economies are notoriously unstable, and they do not necessarily follow patterns which can be followed or mapped out ahead of time. Costs of production, for example, tend to go up, which means that every year a project runs over schedule, and becomes more costly [1, c.89].

Essentially, risk management occurs anytime an investor or fund manager analyzes and attempts to quantify the potential for losses in investments and then takes appropriate action (or inaction) given their investment objectives and risk tolerance.

In enterprise risk management, the risk is defined as a possible event or circumstance that can have negative influence on the enterprise. Its impact can be on its existence, resources (human and capital), products and services, or customers, as well as external impacts on society, markets, or environment. In a financial institution, risk management is normally thought of as a combination of credit risk, interest rate risk or asset and liability management, liquidity risk, market risk, and operational risk [2, c.28].

In the sphere of finance, risk management refers to the practice of identifying potential risks in advance, analyzing them and taking precautionary steps to reduce or curb the risk. More generally, every probable risk can have a pre-formulated plan to deal with its possible consequences.

When an enterprise makes an investment decision, it exposes itself to a number of financial risks. The quantum of such risks depends on the type of financial instrument. These financial risks might occur as high inflation, volatility in capital markets, recession, bankruptcy, etc [3, c.41].

So, there are seven steps to effective risk management : 1) identify management role; 2) establish the context; 3) identify and prioritize enterprise risks/events; 4) choose tools for risk/event identification and assessment; 5) don't forget the growth potential; 6) assess how existing processes mitigate risk and exploit opportunity; 7) link risk management to overall management.

Select appropriate controls or countermeasures to measure each risk. Risk mitigation needs to be approved by the appropriate level of management. For instance, the risk concerning the image of the organization should have top management decision behind it whereas IT management would have the authority to decide on computer virus risks [2, c.84].

The risk management plan should propose applicable and effective security control measures for risk management. For example, observed high risk of computer viruses could be mitigated by buying and implementing antivirus software. A good risk

management plan should contain a schedule for control implementation and responsible persons for those actions [3, c.42].

To prove that enterprise risk management will prevent or mitigate strategic failure may be difficult. But the tools for implementing enterprise risk management are easily available, implementation is not complex and the cost is not high as compared with the cost of failure. Time has come when enterprise risk management should be a standard management practice.

So, most of the administrative decisions of enterprise are taken in conditions of uncertainty and economic risk. To efficiently operate, enterprises should use the identified steps for enterprise risk management.

REFERENCES:

1. Вітлінський В.В., Верченко П.І. Аналіз, моделювання та управління економічним ризиком: Навч.-метод. посібник для самост. вивч. дисц. — К.: КНЕУ, 2000. — 292 с. / В.В.Вітлінський, П.І.Верченко. — К.: КНЕУ, 2006., — 292 с
2. Машина Н.І. Економічний ризик та методи його вимірювання: Навчальний посібник. — К.: Центр навчальної літератури, 2013., — 188с.
3. Федорова В.О., Кондрашихін А.Б. Аналіз, вимірювання, оцінка ризиків підприємницької діяльності. — Севастополь: Підприємство-реєстратор „Світок», 2006, — 99с.

Scientific supervisor: Shapran L.Y.

THE INFLUENCE OF MULTINATIONAL CORPORATIONS ON THE ECONOMY OF UKRAINE

Solovey K.

National University of Food Technologies

In the age of globalization the influence of multinational corporations on the global economy in general and economies of individual countries is becoming more and more deep. That's why sustainable development of a particular country in the current context of globalization is not possible without cooperation with these companies.

According to the official definition of The United Nations Conference on Trade and Development, a multinational corporation is generally regarded as an enterprise comprising entities in more than one country which operate under a system of decision-making that permits coherent policies and a common strategy [1]. By the decision of UN experts, company can be attributed to multinational if annual sales volume of this company exceeds 100 million USD and it has branches in at least six countries [2, p. 15].

The goal of research was to determine advantages and disadvantages of multinational corporations (MNC) in Ukraine and prospects of their development.

A lot of powerful multinational corporations are actively working on the Ukrainian market now, and their activity is regulated by the Law of Ukraine «On the industrial and financial groups in Ukraine», the Law of Ukraine «On Business Associations», the Law of Ukraine «On Foreign Economic Activity», the Law of Ukraine «On investment activity», the Law of Ukraine «On Foreign Investments» [3].

Nowadays we can observe that MNCs are present in almost all sectors of Ukrainian economy. Some of them are Coca-Cola, PepsiCo, McDonalds, Danone, Nestlé, British Petroleum, Huawei, Metro Cash and Carry, Auchan Group, Nokia, Samsung, Toyota etc.

After analysis of multinational corporations' activity in the national economy, it is possible to identify positive and negative factors of influence. First, let's define positive factors:

The inflow of foreign direct investment.

The introduction of scientific and technological progress in the country and new techniques in management. Import of new technologies to the country allows to improve product quality and to increase the level of competitiveness in world markets. And also, innovative technologies lead to improvement of the working conditions and the environmental situation in the country.

Improvement of the manufacturing base by construction of new enterprises, modernization or expansion of existing ones.

The growth of labor productivity and employment.

Stimulation of competition.

Stimulation of economic restructuring. Transnational corporations' activity is in close relations with the world economy, which determines supply and demand for goods and services.

The increase of tax revenues.

Strengthening of internationalization and globalization. Activity of transnational corporations in Ukraine leads to speeding up the involvement of the national economy into global processes.

Besides a number of advantages there are also some negative features of multinational corporations' activity in Ukraine, since the main task of the corporation is to achieve maximum profit rather than social impact. So, it is possible to define such disadvantages as:

In the majority of cases multinational corporations use Ukrainian economy as a source of raw materials and cheap labor force.

Multinational corporations do business in economic sectors, which are more beneficial for them rather than for the economy of Ukraine. MNCs mostly choose industries with rapid turnover of capital and secured markets. That's why there is a lack of investments in others, very important for the Ukrainian economy, business activities.

Big multinationals make it difficult for local firm to survive, since the domestic producers can face with strong competitiveness from foreign multinational companies.

Multinational corporations demonstrate their social responsibility in Ukraine, but in practice they often violate some rights of national labor force, because local workers get a very low pay in comparison with western standards.

MNCs have the ability to influence on the pricing in the country.

As we can see, MNCs have a big bearing on the economic development of Ukraine. In order to minimize the negative aspects, there is a need to take effective actions to improve the investment climate, legal base and to make an attempt to create the own MNC. The creation of such MNC will help to protect national economic interests, it will contribute to further development of Ukrainian business structures, internationalization of production and capital, and also it will facilitate Ukraine's integration into the global economy [4, p. 72]. So, Ukraine should serve not only as a host country, but also conduct policy to create its own MNCs based on available resources.

REFERENCES:

1. Конференція Організації Об'єднаних Націй з торгівлі та розвитку визначення ТНК [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <http://www.unctad.org.html>

2. Рокоча В. Транснаціональні корпорації: навч. посіб. / В. Рокоча, О. Плотніков, В. Новицький. — К.: Таксон, 2001. — С. 15.

3. Офіційний сайт Верховної Ради України — <http://portal.rada.gov.ua>

4. Стасишин А.В. Вплив транснаціональних корпорацій як економічних суб'єктів на конкурентоспроможність національних економік в умовах світової фінансової кризи/ А.В. Стасишин// Економіка та держава. — 2009. — №11. — С. 72.

Scientific supervisor: Galynska O. M.

CONFLICTS IN BUSINESS AND METHODS TO SOLVE THEM

Sylkina D.

National University of Food Technologies

The possibility of conflicts exists in all areas of activity. Conflicts arise from disagreements, disputes and confrontation of different opinions, needs, motives, desires, ways of life, hopes, interests, and personality characteristics.

Workplace conflict is a conflict in labour relations that arises because of wage level, use of professional and intellectual potential, various elements and factors of working process (its organization, content, working conditions, etc.), price-level of various benefits and real access to them and other resources which is caused by opposite interests of employees.

Main causes of conflicts at enterprises are economic forces primarily associated with the delay of wage payment, and also poor working conditions and incompetence of managers.

Ancient philosophers and scientists Heraclitus, Socrates, Plato are considered to be the founders of the conflict study theory.

M. Afzalur Rakhim notes there is no single universally accepted definition of conflict. He notes that one of many issues associated with this problem is whether the conflict is a situation or a type of behaviour. [1, c. 15]

Michael Nicholson defines conflict as an activity which takes place when conscious beings (individuals or groups) wish to carry out mutually inconsistent acts concerning their wants, needs or obligations. Conflict is an escalation of a disagreement, which is its common prerequisite, and is characterized by the existence of conflict behaviour, in which the beings are actively trying to damage one another. [2, c. 11]

Irving Janis proposed that conflict is beneficial in groups and committees to avoid the error of «group think». [3]

Before giving advice on the prevention of disputes at workplace it is necessary to determine which type the team, level of its development, its socio-psychological climate. In general, to prevent workplace disputes, a manager should create a friendly work group. Relationships in the team are largely dependent on team-members themselves, their personal qualities and communication culture, which is manifested in the degree of amiability, sympathy or antipathy. The staff is made up of individual employees who have different mental organisation and social characteristics.

Management style plays an important role in the group formation. In his daily activities, a manager should be aware that his employees have different characters, social and psychological qualities, different general and professional training. Thus, a manager should study the character type of his subordinates, ability to choose

instruments of influence on a person in view of their character traits, nature of their activity, social characteristics. Not every person can be a good leader. To prevent conflicts, it is important to organise proper communication of team members.

Resolution of conflict involves removing the source of conflict and its successful resolution means the end of conflict and hostility actions. This is usually achieved through compromise and persuasion. Conflict resolution is the removal of visual confrontation of parties.

Every conflict gives the opportunity to create improved processes and develop innovative procedures. However, conflict has a positive side with a lot of opportunities. Conflict can foster creativity, thinking, better listening skills, and change, which, in their turn, provide management with the tools for significant improvement. It is inevitable that people conflict with each other. We can choose to deal with it in a negative or positive way, and the way we choose is the key to a long-term growth and success.

Communities, states and businesses incur huge economic and social losses due to workplace conflicts. This causes the need to develop specific solutions to resolve workplace conflicts and it cannot be done without careful analysis of the causes and characteristics of each and every conflict.

REFERENCES:

1. Rahim, M. Afzalur. *Managing Conflict in Organizations.* / M. Afzalur Rahim. — Transaction Publishers, 2011. — 342 p.

2. Nicholson, Michael. *Rationality and the Analysis of International Conflict.* / Michael Nicholson Cambridge University Press, 1992 — 259 p.

3. Janis, I. L. Groupthink. / I. L. Janis. — *Psychology Today*, 1971 (November). — 329 p.

Scientific supervisor: Shapran L.Y.

OPERATING SYSTEMS USED FOR FINANCIAL COSTS REDUCTION

Tobolin O.

National University of Food Technologies

Informational Technologies became an essential part of mostly of all enterprises and allowed to automate many processes and simplified different tasks such as communication, informational storing and exchange. Nowadays, there is a good way to make your organization flourish: organizing an effective information exchange inside your company and beyond it. [1] The main representative of informational technologies is a personal computer (PC). But it can't exist without the operating system and software. Software is an intellectual ownership of different organizations and costs money. It is inevitable, because it's hard to create a high-quality software, but there are some other ways.

To begin with, let's try to take a look at the Microsoft company, which is the most popular software and operating systems developer in the world. It has millions of corporate customers or private users.

The cost of advanced and innovative operating system, Windows 8 Pro is about 2300 uah per one license. [5] Having an operating system, businesses need software to operate with graphics, text, spreadsheets, etc. Microsoft Office Professional 2013 costs «just» 3200 uah per license.[5] So, the basic pack for every personal computer, notebook or tablet costs 5500 uah. But, let me remind one more time, that this is only

basical software, so organizations also need anti-virus software, graphical and video editors, translators and other programs for specific tasks.

To sum up, such costs are essential and too high for most enterprises. But there is a solution: Linux-based operating systems and free software. The most important Linux-based operating system is Ubuntu. [4]

One great example of an enterprise, which made a step towards free software and incredibly lowered its spending, is Ukrainian PrivatBank.

On the 23rd of September 2013, PrivatBank was ranked as the biggest corporate user of Linux operating systems in the world. Nowadays, Ubuntu Linux is installed on more than 36 500 computers in organization in four countries.[2] The second big corporate Linux user is Peugeot Citroen, which has it installed on more than 22 000 computers. It is worth reminding that Linux-based operating systems are recognized as more flexible and secure. Moreover, most software for Linux is free. For example, there are 3 free office suites and graphical editors, which functionally can be compared with Adobe Photoshop.[3]

Easy counting shows that comparing to «windows basic pack», PrivatBank has saved more than 200750000 uah or 25093750\$. In spite of saving 25 million dollars, technical managers really appreciated this experience and don't want to get back to Windows systems and paid software. As a reasons, they named: flexibility, security, easier administration, faster updating system, stability. And the last, but not least benefit is that Linux-based operating system have very low system requirements. [4] It means that it can work properly on old computers which allows to lower investments into physical upgrades and depreciation.

REFERENCES:

1. Dorothy Leidner, «Information Technology for Management: Transforming Organizations in the Digital Economy», 2007
2. <http://privatbank.ua/> — official site of PrivatBank organization.
3. <https://www.suse.com/> — official site of OpenSUSE Linux distro.
4. <http://www.ubuntu.com/> — official site of Ubuntu Linux distro.
5. <http://windows.microsoft.com/ru-RU/windows/download-shop> — official download-shop of Microsoft corporation.

Scientific supervisor: Kiyashko O.V.

FINANCIAL MANAGEMENT IN BUSINESS

Velykyi D.

National University of Food Technology

Financial management refers to the efficient and effective management of money (funds) in such a manner as to accomplish the objectives of the organization. It is the specialized function directly associated with the top management. The significance of this function is not only seen in the 'Line' but also in the capacity of 'Staff' in overall administration of a company. It has been defined differently by different experts in the field.

It includes how to raise the capital, how to allocate it i.e. capital budgeting. Not only about long term budgeting but also how to allocate the short term resources like current assets. It also deals with the dividend policies of the share holders.[1]

Financial Management is one of the key disciplines necessary for the successful management of business corporations and other organisations.

In an organisation financial management is split into its two principal roles. These are the accounting function, usually under the direction of the financial controller, and the corporate finance function directed by the treasurer. Accounting is concerned with the provision and interpretation of information for economic decision making.

Accounting is itself split between management accounting — the internal facing function — which services the information needs of the organisation's management and financial accounting — the external facing, highly regulated, function — which provides information for investors, the general public, regulatory bodies etc. The corporate finance function is concerned with managing the finances of the organisation and is involved in cash management, asset allocation, capital structuring and financial risk management in areas such as interest rates, foreign currency exchange rates and commodity trading.[2]

New business leaders and managers have to develop at least basic skills in financial management. Expecting others in the organization to manage finances is clearly asking for trouble. Basic skills in financial management start in the critical areas of cash management and bookkeeping, which should be done according to certain financial controls to ensure integrity in the bookkeeping process. New leaders and managers should soon go on to learn how to generate financial statements (from bookkeeping journals) and analyze those statements to really understand the financial condition of the business. Financial analysis shows the «reality» of the situation of a business — seen as such, financial management is one of the most important practices in management. [3]

Financial management is more than keeping accounting records. It is an essential part of organisational management and cannot be seen as a separate task to be left to finance staff or the honorary treasurer. Financial management involves planning, organising, controlling and monitoring financial resources in order to achieve organisational objectives.

You can only achieve effective financial management if you have a sound organisational plan. A plan in this context means having set objectives and having agreed, developed and evaluated the policies, strategies, tactics and actions to achieve these objectives.

Good financial management will help your organisation to:

- make effective and efficient use of resources
- achieve objectives and fulfil commitments to stakeholders
- become more accountable to donors and other stakeholders
- gain the respect and confidence of funding agencies, partners and beneficiaries
- gain advantage in competition for increasingly scarce resources
- prepare for long-term financial sustainability. [4]

The advantages of financial management include having professional advice on managing a person's finances and investments. Some of the others are accountability, knowledge, confidence, and an offset of the cost of services. In addition, good financial management can help a person create a plan and reach his financial goals.

One of the primary advantages of financial management is access to a professional who is trained in all forms of personal finance. Many financial managers have a degree in finance and years of experience working with and managing the personal finances of their clients.[5]

REFERENCES:

1. http://en.wikipedia.org/wiki/Financial_management
2. <http://www.business-school.ed.ac.uk/msc/financial-management>
3. <http://managementhelp.org/businessfinance/#anchor1873818>

4.<http://knowhownonprofit.org/organisation/operations/financialmanagement/management>

5.<http://www.wisegeek.com/what-are-the-advantages-of-financial-management.htm>

Scientific supervisor: Cherdnichenko H.A.

BASIC WAYS OF MARKETING ACTIVITY IMPROVEMENT OF THE ENTERPRISE OF PUBLIC JOINT STOCK COMPANY «KYIVHLIB»

Verbova A.

National University of Food Technologies

In modern market conditions the marketing activity of the enterprise is quite multifaceted and it involves development, implementation, analysis and control of certain marketing measures, such as complex market research, market segmentation, positioning of product on the market. So the enterprise can develop a marketing complex — «4P» model, which main elements are product, price, place of sale, promotion.

Let us consider the basic directions of the marketing activity improvement on the example of PJSC «Kyivhlib».

On the basis of conducted analysis it is possible to suggest such ways of improving the activity of the enterprise: improvement of the pricing policy is reduction of expenses for production, strengthening control over suppliers and intermediaries to reduce the cost of raw materials and products marketing; improvement of commodity policy is improvement of product quality by some organoleptic and aesthetic parameters, improvement of product packaging, improvement of the structure and composition of the product range of enterprise; improvement of distribution network is opening branded stores, introduction of elements of sensory marketing to increase sales volumes; improvement of policy promoting the application of various promotions at points of sale of the enterprise, stimulation of sales, conduction of powerful advertising campaigns.

The enterprise should pay attention to the improvement of such indicators as shape and design of cakes, bakery products (different interesting, unusual shapes that will impress customers; use color psychology in advertising, etc.), improvement of organoleptic characteristics, development of festive packaging products. Also introduction of a new specific production, for example: products with low content of sugar or with its substitutes, diabetic bread, dietetic small loafs of bread, bread made of a mix of rye and wheat flour. Improvement of the product line «Rusks», which is the smallest product line of a company as it has only 2 positions. There are only classic rusks with a high content of raisins and rusks with the addition of mustard oil, which is very little for powerful enterprise. The company has the ability to develop and introduce into the production several kinds of rusks with different flavors, for example, with dried apricots, cranberries, Greek or hazelnuts. This product is unique, so it will allow the PJSC «Kyivhlib» satisfy different preferences of customers, which will provide the recognition of customers, and the enterprise will receive income and take a niche market with this product. That is why the development of activities in this area will increase the competitiveness of the enterprise. Sales of goods system is one of the most significant in the marketing policy of the enterprise. We are able to increase the volume of sales of the company in several ways: increasing volume of sales on the domestic market. This can be done by increasing supplies across regions. Not all regions of Ukraine are fully saturated by products of PJSC «Kyivhlib». In some regions it is represented by only a small number of items. To increase sales it is required to deliver larger amount of products and

bigger variety of them to these regions. Also are needed: participation in children's, cultural, educational and charitable activities as a sponsor, distribution of pastry gift sets, increment of consumers' awareness about products through mass tastings, consumer surveys, conduction of analysis of sales channels, which will be more effective for the enterprise.

At the present stage of development the PJSC «Kyivhlib» is now a competitive enterprise in the market of confectionery and bakery products in Ukraine. But the company needs to carry out a comprehensive market analysis of modern technologies in the market and develop measures for immediate response to fluctuations in market conditions.

REFERENCES:

1. Гаркавенко С. С. Маркетинг: підруч. [для студ. екон. спец. вищ. навч.закл.]/ С. С. Гаркавенко. — [6-е вид., допов.]. — К.: Лібра, 2010. — 720 с.
2. Плотніков М.Ф. Стратегічні орієнтації підприємств хлібопекарської промисловості / М. Ф. Плотніков, В. В. Мосейчук // Економіка АПК. Міжнародний науково — виробничий журнал. — 2007. — № 12. — С. 35–38.

Scientific supervisor: Vlasenko L.V.

HOW TO MAKE PERSONNEL MORE MOTIVATED

Yakivchyk V.

National University of Food Technologies

Personnel of any organization is its labour and intellectual resource, that is why it is considered to be the main capital of an enterprise and personnel motivation is a key problem of management. Motivation is not a set of general rules, because there are different methods of how to motivate an individual. Therefore, the main aim is to find specific tools of influence on each employee. The main problem embraces different aspects, but most important is to find the right balance between financial and moral personnel motivation [1].

Accordingly, managers should balance between financial and moral personnel motivation, as it is its right balance that can help keep loyalty and efficiency of work, reduce costs and realize company strategy.

Motivation is a theoretical construct, used to explain behaviour. Motives are hypothetical constructs, used to explain why people do what they do, for example, when they use some strategy to achieve a goal. According to Maehr and Meyer, «Motivation is a word that is part of popular culture as few other psychological concepts are». If personnel are motivated, this is a guarantee of successful work and progressive movement of an organisation in order to realize its strategy and fix its position in the market on the whole. The system of stimulus is the hardest and laborious tasks for managers. Do not forget, that motivation system, which is used in an organization, can influence whether this company is successful or not [3].

Increasing motivation at workplace can help improve performance, raise productivity. While different motivators work for different types of employees, there are several common techniques to satisfy employees and energize them, for example:

1. Create positive work environment

Motivate employees by providing positive work environment. Encourage teamwork and idea-sharing, and make sure employees have tools and knowledge to perform their jobs well. Eliminate conflict as it arises, and give employees freedom to work independently.

2. Set Goals

Help employees become self-motivated by helping them establish professional goals and objectives. Make sure goals are reasonable and achievable so employees don't get discouraged. Encourage them when they hit notable milestones.

3. Provide Incentives

You can create individual incentives for each employee or team incentives to motivate employees as a group. Financial incentives can include cash prizes, gift cards or restaurant gift certificates. Nonfinancial incentives can include extra vacation days, compressed work weeks or choice office space or parking spots.

4. Recognize Achievements

Celebrate employee achievements through employee-of-the-month. Make a big deal out of accomplishments by celebrating at personnel meetings. Print certificates or engrave plaques. Recognize team accomplishments as well as individual efforts.

5. Provide Professional Enrichment

Encourage employees to continue their education or participate in industry organizations. If an employee is motivated to an upward career path, offer mentoring to keep them focused.

6. Share Profits

Motivate employees with the incentive of a profit-sharing program. In this way, employees increase their earnings when they help you increase yours. This approach simultaneously promotes collective goal-setting and teamwork. It also gives employees a sense of pride and can improve performance.

7. Communication and Feedback

Questionnaires allow workers to remain anonymous when voicing an opinion on the quality of work life in a business. However, in an environment that encourages open communication, workers may feel comfortable expressing opinions verbally to the business owner. Regular employee meetings can provide information on the prevailing motivation and attitude, and can foster an open, friendship work environment [4].

Questionnaires can provide instant feedback for business owners about the attitudes and motivation of employees. The questionnaire may ask the employees for opinions on work schedules, employee development programs and company policies. Negative answers on a questionnaire can point to a lack of motivation on the part of the workers.

Increases in worker motivation can lead to increases in productivity. Employee development programs, flexible schedules and pay based on performance are investments a business can make in the workers to increase productivity and profit. So, the main principles on which motivation system builds are: feasibility, transparency, flexibility, equilibration, reasonableness [2].

To summarize, it is very important for every enterprise to have a reasonable and logical system of motivation. It should involve all the company's levels and all positions; it should support strategy and company goals.

REFERENCES:

1. Котляренко О. Д. Журнал: Управление человеческим потенциалом, №2, 2012 г.
2. Крячко К. С. Эффективная мотивация персонала. / К. С. Крячко // Экономическая наука и практика: материалы II междунар. науч. конф. (г. Чита, февраль 2013 г.). — Чита: Издательство Молодой ученый, 2013. — С. 65-71.
3. Мансуров Р. Е. Методы нематериальной мотивации персонала. [Электронный ресурс] — Режим доступа. <http://psyfactor.org/lib/hr-director.htm>

4. Стаут Л.У. Управление персоналом. Настольная книга менеджера (пер. с англ. / Л.У Стаут. — М.: ООО «Издательство «Добрая книга», 2007. — 536с.

Scientific supervisor: Shapran L.Y.

EVALUATION OF THE MARKETING POTENTIAL OF THE COMPANY

Zaiets A.

National University of Food Technologies

Kovalchuk O.

Department of Foreign Languages for

Business and International Communication

The marketing potential is an integral part of the overall potential of the company. It is worthwhile to consider narrow and broad senses. In the narrow sense integrated marketing potential is the total potential of marketing resources and potential cumulative marketing efforts of the company, effective use of which will ensure the achievement of corporate goals. In a broad sense marketing potential — a decomposition of marketing resources and marketing efforts on individual potentials.

The essence of the marketing potential of the company is the maximum capacity of enterprises to use all the major achievements in the field of marketing.

The marketing potential of the company should be viewed as series of individual potentials describing: the readiness of marketing resources, organizational mechanism and marketing capacity required to achieve marketing results.

Marketing Resources Company is a part of the enterprise resource aimed at ensuring its effective marketing activities. The structure of marketing resources include: labor, financial, material, information, innovation and time resources. The marketing potential is a series of internal and external opportunities likely to meet the needs of consumers and get on that basis of the maximum economic benefits. This concept denotes ability of the enterprise to effectively identify, formulate and fully meet the needs of consumers [1].

Attention to these issues is generated rather than attempt to copy foreign experience, and the next stage of development of the economy. In modern conditions of formation of market relations in Ukraine marketing potential is a tool by which the company can determine its current status, identify unused reserves and develop effective strategies for its development.

The marketing potential of industrial enterprises is studied by many domestic and foreign scholars, including: B. Adamov, I. Gerasimenko, V. Goncharuk., A. Dzyubina., I. Dolzhanskiy , T. Wrap , R. Mazhynskyy , G. Moiseev , E. Popov , V. Raschupkina , E. Sapronov .

Analysis of the nature of marketing potential shows that there is a number of approaches to the definition of this category, each of which has its advantages and disadvantages. V. Goncharuk [2] classifies potential of the company for a number of components, including highlights and marketing component. However, the scientist does not define the essence of the marketing potential of the company. He only offers a system of factors that must be assessed and provides their brief description.

O.Oleksyuk determines marketing potential as «a set of internal and external opportunities likely to meet the needs of consumers and get on that basis the maximum

economic benefits. This concept denoting ability of the enterprise effectively identify, formulate and fully meet the needs of consumers»[3].

An important process in the management of the marketing potential is evaluation of its use, which results in the company ability to quickly identify new opportunities for improving marketing activities, to assess the efficiency of existing resources and find hidden reserves to increase the efficiency of interaction between marketing company.

Proper marketing potential use as a component of enterprise potential is a key to the success of the enterprise.

The main stages of the evaluation should be added and the effectiveness of marketing activities, as the cost effectiveness of marketing. For this reason, in the implementation of strategic marketing analysis the company offers potential to distinguish the following stages:

1. Determination of the method of evaluating the effectiveness of marketing activities.
2. Evaluation the effectiveness of marketing activities.
3. Investigation of the nature of the impact of micro and macro environment for the formation of marketing potential.
4. Analysis of strategic goals using marketing potential overall strategic goals of the company.
5. Formation of conclusions and recommendations to improve the efficiency of marketing potential as a component of the enterprise potential .

The stages of strategic analysis will allow the company to:

- identify its strengths and weaknesses;
- set goals and create a strategy;
- reduce the impact of negative factors.

Thus, we define that the correct use of marketing potential through clarifying its nature enables enterprises to increase the efficiency of their resources to achieve corporate goals and strengthen market position.

REFERENCES:

- 1.Должанський І.В. Управління потенціалом підприємства.— К.:Центр навчальної літератури. 2006. — с.326.
- 2.Гончарук В.А. Маркетинговое консультирование / В.А.Гончарук // — М. : Дело. 1998. — с. 319.
- 3.Олексюк О.А. Маркетинговий потенціал підприємства / О. А. Олексюк // Маркетинг в Україні. — Київ : Українська асоціація маркетингу. 2001. — №4 — с.12.

FINANCIAL RESOURCES OF ENTERPRISE

Zhad'ko N.

National University of Food Technologies

Kovalchuk O.

*Department of Foreign Languages for
Business and International Communication*

The essence of financial resources is closely linked to the economic category 'finance'. However, despite of the long history of finance as an economic category, the problem of defining the essence of financial resources at the enterprise level in economics remains controversial.

Summarizing scientific research about the nature of the financial resources of enterprises, it should be noted that the majority agrees with the view that financial

resources at the entity level materialize financial relationships. It can be argued that finance as a set of economic relations are shown in financial resources.

Thus, financial resources are funds that are available to businesses and participate in the process of reproduction. The financial resources include cash funds and part of cash, which the company uses as a non-fond form.

Depending on the ownership of financial resources, it can be borrowed and own. Own financial resources are resources that are formed due to the company's financial and economic activity. These include authorized fund, sinking fund, gross income and profits. Borrowed financial resources are resources that are currently held by the company and can be used to achieve the statutory objectives. They include loans received and funds mobilized in the financial market.

Cash funds are a part of cash that have earmarking. An important aspect of financial activity is to develop and use various monetary funds in which the process of expanded reproduction, scientific and technical developments, the development and introduction of new equipment and technology, economic incentives are realized. Cash funds include: share capital (fund), reserves, production development fund, payroll, sinking fund, fund for the payment of dividends, monetary fund and other funds provided by the charter of the company.

The formation of cash funds starts with its organization. Company forms share capital in accordance with an applicable law.

Order and source of a statutory fund depend on the type of enterprise and ownership. Statutory fund characterizes the amount of money invested in the financial and economic activity.

On the basis of the share capital formed fixed and circulating capital, which is in the process of continuous movement, taking different forms depending on the stage of the cycle. The division for fixed and circulating capital is related to the nature of its circulation and form of participation in the creation of the finished product.

The reserve fund is created in the company by deductions from income and used to cover losses and overcome temporary financial difficulties (at least 25% of the share fund and at least 5% of the profits).

Sinking fund is formed in the process of fixed and intangible assets due to depreciation and is used for their reproduction.

Development fund concentrates fund which is used to develop production. Monetary fund is formed in companies which receive revenue in foreign currency from exports or buy currency for import operations. Wage fund is created in the company for cash payments to employees for work performed under the contract of employment. Fund of dividend payments is created in stock companies once a year for dividend payments to shareholders.

Enterprise funds are used not only in fund scheme form. For example, the enterprise fund is used to meet financial obligations to the budget and extra-budgetary funds, banks, insurance companies carried out in the form of non-fond. In this form, the company also receives grants, subsidies, sponsorship and bank loans.

The company uses various sources of financial resources. The financial resources of the enterprise are formed:

- at the time of its foundation (contributions founders of the statutory fund);
- as a result of financial and business activity (retained earnings, depreciation fund, reserve fund);
- as a result of transactions in the financial market (additional and debt capitals);
- in the manner of redistribution of funds (budgetary subsidies, insurance reimbursement, other resources).

The transition to market economy requires new approaches to financial resources of enterprises. For example, an important place in financial resources is occupied by contributions of individuals and entities. At the same time, the volume of budget and departmental grants decreases, and the importance of profit, depreciation and debt increases.

In the process of financial resources of enterprises definition of the optimal structure of their sources plays an important role. Financial resources and their effective use determine the financial health of the company, its solvency, liquidity and financial stability. All these contribute to promote to the fact that companies detect the initiative, responsible for the results of its own financial and business activity.

REFERENCES:

1. Бойчик І.М. Економіка підприємства : навч. посіб. / І.М. Бойчик. — К. : Атіка, 2012. — 543 с.
2. Фінанси підприємств : підручник / А.М. Поддєрьогін, М.Д.Білик, Л.Д. Буряк та ін. : кер. кол. авт. і наук. ред. проф. А.М. Поддєрьогін. — К.: КНЕУ, 2012. — 546 с.

WHY SOME COMPANIES HAVE SUCCESS IN BUSINESS AND OTHERS DON'T

Zhyzhyla B.

National University of Food Technologies

This study of successful for-profit companies contains important lessons for leaders of nonprofit organizations.

To begin the research for the Good-to-Great study, Jim Collins and his research team searched for companies that:

- performed at or below the general stock market for at least fifteen years;
- then at a transition point began to pull away from the competition, and
- sustained returns of at least 3 times the general market for the next fifteen years.

He started out with a list of 1,435 companies and found eleven that met his criteria. These eleven produced, on average, a return of 6.9 times the general stock market during the 15 years following their respective transition points. Collins chose a 15-year span to avoid «one-hit wonders» and lucky breaks.

I. Leadership

Good-to-Great leaders are modest about their achievements, attributing their successes to external factors, sometimes even citing luck. This personal modesty does not imply weakness. On the contrary, they are determined to do what needs to be done, no matter how difficult. They are driven to succeed, and will settle for nothing less. And success means success for the company, not for themselves.

They set high standards for themselves and others. They motivate others not with great visions and charisma, but by demanding excellence and living up to their own standards. The CEO of Circuit City put it this way, when asked to compare himself to the leader of Silo, the comparison company: «He was more of a show horse, whereas I was more of a plow horse.»

In such a case, leaders in another organization might have said: «they don't understand us.» This organization took the stance of saying: «we don't understand them.»

II. First, Get the Right People on the Bus

The first priority of Good-to-Great leaders, before they develop a vision or plan for the organization, is to get the right leadership team on board. In fact, they often say

they themselves are not sure where to take the organization, but that they are confident that the team, collectively, will make the right decisions.

Collins presents three practical disciplines for being rigorous in managing your staff.

When in doubt, don't hire—keep looking.

When you know you need to make a people change, act.

Put your best people on your biggest opportunities, not your biggest problems.

III. Seek the Truth

Good-to-Great companies do not cover up bad news. On the contrary, they seek out the truth about themselves, so that they can learn and improve. Many nonprofit organizations do this as well, but are inconsistent.

Collins offers some suggestions on how to create a climate of truth-seeking in your organization.

Lead with questions, not answers.

Engage in dialogue and debate, not coercion.

Conduct autopsies, without blame.

Build «red flag» mechanisms.

IV. Hedgehog Concept

Collins likens the Good-to-Great companies to hedgehogs: they are very good at doing one big thing. They are able to simplify a complex business into a single organizing concept that guides everything.

Good-to-Great companies, after many iterations, are able to find a simple, three-part formula to drive the business:

What they are passionate about

What they can be best in the world at

A simple financial measurement to track growth.

Most nonprofit leaders know about passion, have some sense of what they do well (although not necessarily what they can be best in the world at), and have developed diverse means of generating revenue. But they have not found a simple way of measuring success. None has a simple formula, like Walgreen's, that says if we have good profit per customer visit, then we know we're making money. Instead, most nonprofit organizations still struggle with detailed spread sheets, without a clear sense of what numbers are most important.

V. Culture of Discipline

Good-to-Great companies have disciplined people, disciplined thinking, and disciplined action. People take responsibility for their performance, and for the performance of the whole organization. They are focused, committed, and they follow through.

Good-to-Great companies also have «stop doing» lists. This is part of the process they go through as they try things, learn from mistakes, and gain a clearer understanding of where they are going.

Lesson: If you have the right people, who want to know the truth and learn from their mistakes, then you have the basis for a culture of discipline. Don't go for quick, dramatic change. Go for continuous, cumulative, incremental improvement, and before you know it you will leap from being a good organization to being a great one.

REFERENCES:

1. Good to Great: Why Some Companies Make the Leap ... and Others Don't (2001), by Jim Collins
2. How to Win Friends and Influence People (1936), by Dale Carnegie
Scientific supervisor: Cheredichenko H.A.

Наукове видання

II Всеукраїнська
науково-практична конференція
молодих вчених і студентів

«Сучасні проблеми
розвитку підприємств
харчової промисловості:
теорія та практика»

13-14 листопада 2014 рік

Відповідальний за випуск О.О. Шеремет

