

Харківський національний  
економічний університет

**Управління  
розвитком**

*Збірник наукових робіт*

№ **1**(141) 2013

*видається щомісячно*

*Харків · ХНЕУ · 2013*

*Засновник і видавець ХНЕУ.  
Свідоцтво про державну реєстрацію  
друкованого засобу масової інформації  
КВ № 16779–5351 ПР. від 21.05.2010 р.*

*Затверджено на засіданні  
вченої ради університету,  
протокол № 5 від 27.12.2012 р.*

**Редакційна колегія**

**Пономаренко В. С.** — докт. екон. наук, професор (головний редактор)

**Афанасьєв М. В.** — канд. екон. наук, професор ХНЕУ

**Внукова Н. М.** — докт. екон. наук, професор ХНЕУ

**Гришова В. М.** — докт. екон. наук, професор ХНЕУ

**Дікань Л. В.** — канд. екон. наук, професор ХНЕУ

**Дороніна М. С.** — докт. екон. наук, професор ХНЕУ

**Дорохов О. В.** — канд. техн. наук, доцент ХНЕУ

**Іванов Ю. Б.** — докт. екон. наук, професор

Науково-дослідного центру індустріальних

проблем розвитку НАН України

**Кизим М. О.** — докт. екон. наук, професор

Науково-дослідного центру індустріальних

проблем розвитку НАН України

**Клебанова Т. С.** — докт. екон. наук, професор ХНЕУ

**Козьменко О. В.** — докт. екон. наук, професор

Української академії банківської справи

Національного банку України

**Криворотов В. В.** — докт. екон. наук, професор

Уральського федерального університета

імені першого Президента Росії Б. Н. Ельцина

**Левикін В. М.** — докт. техн. наук, професор

Харківського національного університету

радіоелектроніки

**Лутай Л. А.** — докт. екон. наук, професор

Донецького національного університету економіки

і торгівлі імені Михайла Туган-Барановського

**Малярець Л. М.** — докт. екон. наук, професор ХНЕУ

**Назарова Г. В.** — докт. екон. наук, професор ХНЕУ

**Орлов П. А.** — докт. екон. наук, професор ХНЕУ

**Пилипенко А. А.** — докт. екон. наук, професор ХНЕУ

(заступник головного редактора)

**Попов О. Є.** — докт. екон. наук, професор ХНЕУ

**Пушкар О. І.** — докт. екон. наук, професор ХНЕУ

**Сєдова Л. М.** — відповідальний секретар

**Чернов В. Г.** — докт. екон. наук, професор

Владимирського державного університету (Росія)

**Чухрай Н. І.** — докт. екон. наук, професор

Національного університету "Львівська політехніка"

**Ястремська О. М.** — докт. екон. наук, професор ХНЕУ

**Chauchat Jean-Hugues** — Professeur (HdR)

de l'Université Lumière Lyon2

**Chen Wei** — PhD, Professor, Hebei University

of Science and Technology (China)

**Gang Fan** — Dr., Professor, Graduate School of Chinese

Academy of Social Sciences; Director of China's National

Economic Research Institute (China)

**Hofshtabler Hannes** — Professor, Upper Austria

University of Applied Sciences (Austria)

**Hollner Helmut** — FH-Prof. DL Dr Techn University

of Applied Sciences FH "Technikum Wienn" (Austria)

**Kalashnikov Vitaliy** — Economy Doctor (ED), Assistant

Professor, Universidad Autonoma de Nuevo Leon (Mexico)

**Ohrimenco Serghei** — Dr. Sc. (Econ.), Professor, Academy

of Economic Studies (Moldova)

**Pucher Robert** — FH-Prof. DL Dr Techn, University

of Applied Sciences FH "Technikum Wienn" (Austria)

**Sarkisyan Agop** — PhD, D.A., Tsenov Academy

of Economics (Bulgaria)

**Solarz Jan Krzysztof** — Prof. nadzw.dr hab. Akademia

finansów, Warszawa

**Vulanovic Milos** — PhD, Assistant Professor of Finance,

Western New England University (USA)

**Wackowski Kazimierz** — Prof. nzw. dr hab.

Politechnika Warszawska

**John (Jack) William McNeill** — PhD, Professor of

Anthropology and Intercultural Studies, Providence

University College

**Поштова адреса**

**засновника і видавця:**

61166, Україна, м. Харків, пр. Леніна, 9а

Головний редактор **Пономаренко В. С.**

Конт. телефон: (057)702-03-04

**Поштова адреса редакції:**

61166, Україна, м. Харків,  
пров. Інженерний, 1а, 1 під'їзд

Зав. редакції **Сєдова Л. М.** (057)758-77-05

Редакція (057)758-77-04

Редактори: **Новицька О. С., Бутенко В. О.,**

**Лященко Т. О., Пушкар І. П.,**

**Семенова І. М.**

Комп'ютерна верстка — **Самойленко Т. О.**

**E-mail:** vydav@ksue.edu.ua

Відповідальність за достовірність фактів, дат, назв, імен, прізвищ, цифрових даних, які наводяться, несуть автори статей.

Рішення про публікацію статті приймає редакційна колегія. У текст статті без узгодження з автором можуть бути внесені редакційні виправлення або скорочення.

Редакція залишає за собою право їх опублікування у вигляді коротких повідомлень і рефератів.

При передрукуванні матеріалів посилання на збірник обов'язкове.

Підписано до друку 14.01.2013 р.

Формат 84×108 1/16. Папір MultiCopy.

Ум.-друку. арк. 21,0. Обл.-вуд. арк. 26,46. Зам. № 8.

Ціна договірною.

Видавець і виготівник — видавництво ХНЕУ, 61166, м. Харків, пр. Леніна, 9а.

Свідоцтво про внесення до Державного реєстру суб'єктів видавничої справи  
Дк № 481 від 13.06.2001 р.

© Харківський національний економічний університет, 2013.

© Видавництво ХНЕУ,  
дизайн обкладинки, 2013.

Магістр 2 курсу  
факультету економіки і права ХНЕУ

## ОСОБЛИВОСТІ СПРОЩЕНОЇ СИСТЕМИ ОПОДАТКУВАННЯ

*Анотація. Розглянуто роль спрощеної системи оподаткування в системі оподаткування України, її переваги та недоліки порівняно із зарубіжними країнами, оптимальні варіанти стабілізації ситуації у сфері оподаткування малого бізнесу.*

*Аннотация. Рассмотрены роль упрощенной системы налогообложения в системе налогообложения Украины, ее преимущества и недостатки в сравнении с зарубежными странами, оптимальные варианты стабилизации ситуации в сфере налогообложения малого бизнеса.*

*Annotation. This article describes the role of simplified taxation system in the tax system of Ukraine, its advantages and disadvantages in comparison with foreign countries, the best options for stabilizing the situation in the field of taxation of small business are considered.*

*Ключові слова: податок, спрощена система оподаткування, фізична особа-підприємець.*

У країнах із ринковою економікою мале підприємництво визнане одним із головних факторів політичної та соціальної стабільності суспільства й національної економіки, оскільки на ньому ґрунтуються великі підприємства державного значення. Фінансова підтримка малого бізнесу з боку держави охоплює, насамперед, фінансові методи впливу, які здійснюються, безпосередньо, через систему оподаткування. На перших етапах становлення системи оподаткування в Україні малому підприємству надавалися певні пільги, зокрема під час оподаткування прибутку. Проте через деякий час почали вводити обмеження на використання спрощеної системи.

Таким чином, дослідження розвитку малого підприємництва в Україні та порівняння з іншими країнами світу, а також огляд міжнародної практики застосування спрощених режимів оподаткування, обліку та звітності малого підприємництва й аналіз необхідності її адаптації й застосування в Україні є актуальними.

Питання оподаткування, обліку та звітності за спрощеною системою досліджували такі науковці, як: А. Василенко, Є. Губар, І. Зоріна, І. Шершун та ін. Зокрема, А. Василенко досліджував вигоди та переваги застосування єдиного податку [1, с. 4], а І. Шершун – питання обліку доходів, витрат і формування звітності за єдиним податком.

Метою статті є ознайомлення з перевагами та недоліками спрощеної системи оподаткування малих підприємств, дослідження досвіду успішного застосування спрощених режимів оподаткування малого підприємництва в міжнародній практиці та можливостей її адаптації й застосування в Україні.

Завданнями дослідження є розгляд переваг і недоліків спрощеної системи оподаткування в Україні та інших країнах, розгляд можливостей застосування міжнародної практики в нашій країні.

Об'єктом дослідження виступає спрощена система оподаткування.

Предметом є методи оцінки доцільності використання спрощеної системи оподаткування.

Одним із напрямів стимулювання розвитку малого підприємництва в Україні є вдосконалення спрощеної системи оподаткування та звітності. Від розвитку малого підприємництва залежать відродження вітчизняного товаровиробника, активізація внутрішнього ринку товарів і послуг, створення нових робочих місць, що сприятиме зростанню податкових надходжень до державного та місцевих бюджетів унаслідок розширення кола платоспроможних осіб.

Спрощену систему оподаткування можуть обрати юридичні та фізичні особи, які відповідають декільком критеріям. До цих критеріїв належать обсяг доходу платника єдиного податку за календарний рік і кількість найманих працівників:

для фізичних осіб-підприємців – кількість працівників, із якими одночасно укладено трудові договори, не може перевищувати 20 осіб, а обсяг доходів платника єдиного податку за поточний календарний рік – не має перевищувати 20 млн грн;

для юридичних осіб середньооблікова чисельність працівників не має перевищувати 50 осіб, а обсяг доходу платника єдиного податку за поточний календарний рік не може бути більшим за 20 млн грн.



Мале підприємництво – дуже делікатний і чутливий сектор економіки, який є найвразливішим для таких несприятливих чинників, як фінансові труднощі, циклічні коливання, інфляція, податковий тиск тощо. Особливого значення слід надавати формуванню малого підприємництва з огляду на його специфічну та фундаментальну роль у ринковій економіці. У сталій ринковій економіці частка малого й середнього підприємництва в ВВП ринкових країн становить: Великобританії – 50 – 54 %, Німеччини – 50 – 53 %, Італії – 57 – 60 %, Франції – 55 – 62 %, США – 50 – 52 %, Японії – 52 – 55 %, України – 10 – 15 %. На підприємствах малого й середнього підприємництва зайнято у США 70,2 млн осіб, у ФРН – 18,5 млн, в Італії – 16,8 млн, у Франції – 15,2 млн, в Японії – 39,5 млн, в Україні – 1,7 млн [2]. Оцінюючи стан розвитку малого підприємництва України порівняно з іншими країнами із розвинутою ринковою економікою, слід зауважити, що зі 180 країн Україна перебуває на 145-му місці за умовами розвитку малого та середнього бізнесу.

Характеризуючи нинішню ситуацію, необхідно проаналізувати динаміку чисельності суб'єктів малого підприємництва, які застосовують спрощену систему оподаткування на всій території України. Тут відстежується збільшення кількості платників податку. У 2006 році частка підприємців, які діяли за спрощеною системою, в Україні нараховувала 133,2 тис. осіб. Уже в 2007 році вона збільшилась на 2,27 тис. осіб. У 2007 р. та 2008 р. чітко виражене значне збільшення кількості юридичних осіб-платників єдиного податку на 18,29 тис. осіб. А у 2009 р. порівняно із 2008 р. цей показник збільшився на 8,52 тис. осіб і на наступний 2010 рік становив уже 171,1 тис. осіб.

У країнах Європейського Союзу склалася інша ситуація. Однією з найпоширеніших форм стимулювання розвитку сектору малого підприємництва в розвинутих країнах Європи є створення для них преференцій в оподаткуванні шляхом введення спеціальних податкових правил (Франція) або застосування загальних правил з окремими пільгами для малих підприємств (Великобританія).

У країнах ЄС спрощені системи оподаткування суб'єктів малого підприємництва, аналогічні до єдиного податку в Україні, не використовуються. Натомість набули поширення інші форми державної підтримки цього типу підприємств [3]:

- звільнення деяких видів підприємств від необхідності ведення звітності про результати господарської діяльності й запровадження спрощеної системи бухгалтерського обліку та звітності;

- запровадження спеціальних режимів оподаткування податком на додану вартість деяких видів операцій, характерних для фермерських господарств і сільськогосподарських кооперативів; використання податків на оцінний дохід і мінімальні податки.

Отже, застосування спрощеної системи оподаткування, обліку та звітності надає суб'єкту малого підприємництва низку переваг:

- спрощення процедури і порядку реєстрації платника податку. Суб'єкти малого підприємництва можуть перейти на сплату єдиного податку як із початку року, так і з початку будь-якого кварталу; значно спрощуються розрахунки, пов'язані з визначенням сум податків;

- замість різноманітних форм податкової звітності за податками та зборами, що заміщуються єдиним податком, заповнюється одна форма звітності – розрахунок сплати єдиного податку суб'єктом малого підприємництва – юридичною особою, що подається до податкового органу раз на квартал;

- спрощується ведення поточного бухгалтерського обліку та форм фінансової звітності, що передбачена Положеннями (стандартами) бухгалтерського обліку;

- надається право вибору сплати ПДВ [4].

Проте поряд із перевагами спрощеної системи оподаткування суб'єктів малого підприємництва існують і певні вади, що стримують розвиток малого підприємництва в Україні, зокрема:

- обмеження обсягів виручки суб'єктів малого бізнесу, які дають право використовувати спрощену систему оподаткування;

- суми єдиного податку фізичної особи-платника податку сплачуються авансом за звітний період (квартал); при цьому не враховують, чи буде фактично отримано дохід від здійснення такої діяльності за звітний період;

- елемент подвійного оподаткування в спрощеній системі за ставками 3 та 7 % за умови сплати ПДВ, оскільки 3 і 6 % податку нараховується виходячи з виторгу, включаючи ПДВ, що надходить від покупців на поточний рахунок чи в касу підприємства, а це економічно неправильно [5].

Отже, однією з найвагоміших переваг вітчизняної спрощеної системи оподаткування є спеціальний порядок податкового обліку, який: по-перше, дає змогу істотно знизити трудомісткість обліково-аналітичних процедур і, по-друге, зменшити ризик податкових помилок і відповідних штрафних санкцій. Але основною перевагою використання спрощеної системи оподаткування для платників податків є звільнення їх від сплати багатьох податків, зборів і внесків до Пенсійного фонду [6].

Оптимальним варіантом стабілізації ситуації у сфері оподаткування є збереження та значне вдосконалення спрощеної системи оподаткування малого підприємництва, зокрема за такими напрямками:

- удосконалення законодавчої бази;

- поліпшення економічного регулювання системи спрощеного оподаткування, усунення подвійного оподаткування;

- покращення системи адміністрування податків за спрощеною системою;

- збільшення максимально допустимої кількості працівників, що сприятиме підвищенню рівня зайнятості, тощо.

Як напрями подальших досліджень можна виділити внесення пропозицій щодо подальшого вдосконалення спрощеної системи оподаткування, а також оцінку загальної системи оподаткування для малого підприємництва в Україні.

Наук. керівн. Часовнікова Ю. С.

**Література:** 1. Василенко А. Вигоди та переваги єдиного податку / А. Василенко // Все про бухгалтерський облік. – 2008. – № 70. – С. 3–6. 2. Європейський комітет статистики. – Режим доступу : <http://err.eurostat.ec.eu.int>. 3. Варналій З. С. Податкова політика України: стан, проблеми та перспективи : монографія / З. С. Варналій, П. В. Мельник ; за ред. З. С. Варналія. – К. : Вид-во "Знання України", 2005. – 675 с. 4. Коваленко Г. М. Вдосконалення оподаткування малого бізнесу : дис. на здобуття наук. ступеня канд. екон. наук : спец. 08.04.01 / Г. М. Коваленко ; Черкаський державний технологічний університет. – Черкаси, 2008. – 23 с. 5. Матвіїв М. Я. Бухгалтерський облік на малих підприємствах за різними формами : навч. посібн. / М. Я. Матвіїв, П. Я. Хомин. – К. : Центр навчальної літератури, 2004. – 352 с. 6. Брижань І. А. Реформування системи оподаткування суб'єктів малого підприємництва як один із заходів державної підтримки їх розвитку / І. А. Брижань, О. О. Олійник // Економіка і регіони. – 2009. – № 2. – С. 3–6.

УДК 336.221(477)

**Сторожко О. О.**

Магістр 2 курсу  
факультету економіки і права ХНЕУ

## **ВИБІР СИСТЕМИ ОПОДАТКУВАННЯ В УКРАЇНІ ДЛЯ ФІЗИЧНИХ ТА ЮРИДИЧНИХ ОСІБ**

*Анотація. Розглянуто наявні види систем оподаткування в Україні, їх особливості та відмінні риси, визначено переваги та недоліки загальної та спрощеної систем оподаткування, що дозволить визначитися з вибором системи оподаткування у процесі створення суб'єкта господарської діяльності.*

*Аннотация. Рассмотрены существующие виды систем налогообложения в Украине, их особенности и отличительные черты, определены преимущества и недостатки общей и упрощенной систем налогообложения, что позволит определиться с выбором системы налогообложения при создании субъекта хозяйственной деятельности.*

*Annotation. The existing types of tax systems in Ukraine are considered, their characteristics and distinctive features, the advantages and disadvantages of general and simplified tax systems are defined that will help to determine the choice of the tax system to create a business entity.*

*Ключові слова: система оподаткування, фізична особа, юридична особа.*

Актуальність обраної теми полягає в тому, що правильно обрана система оподаткування підприємства, особливо малого, значною мірою визначає кінцевий результат його підприємницької діяльності.

Даній темі було присвячено багато наукових робіт таких вчених, як: Кузьмініч А. Є., Зозуля С. Л., Кадебська Є. В., Юткін Т. Ф. [1 – 3].

Податкова система України становить сукупність загальнодержавних та місцевих податків і зборів, які вилучаються в порядку, встановленому законом.

Звід законів та підзаконних актів, що регулюють оподаткування України, називається Податковим кодексом [4].

Податкова система – це сукупність податків, встановлюваних державною владою, а також методи і принципи побудови податків.

Метою даної роботи є аналіз позитивних і негативних сторін застосування спрощеної системи оподаткування та обґрунтування вибору оптимальної системи оподаткування з метою мінімізації податкового навантаження для підприємств малого бізнесу.

Предметом дослідження є правильний вибір системи оподаткування з урахуванням недоліків, переваг та специфіки діяльності юридичних осіб чи фізичних осіб-підприємців.



Об'єкт дослідження – загальна та спрощена системи оподаткування, їх переваги та недоліки.

Першочерговим завданням у процесі створення суб'єкта підприємницької діяльності є вибір системи оподаткування з метою ведення ефективної господарської діяльності, оптимізації оподаткування й отримання економічної вигоди.

На даний момент в Україні чинним законодавством закріплені дві системи оподаткування: загальна та спрощена, вибір яких доступний як юридичним, так і фізичним особам-підприємцям.

Юридичні особи та фізичні особи-підприємці на загальній системі оподаткування мають право займатися будь-яким видом діяльності (природно, за умови отримання відповідних дозвілних документів), можуть мати необмежену суму доходу та кількість співробітників.

Характеризуючи загальну систему оподаткування, можна сказати, що остання максимально враховує економічні показники діяльності підприємства – у більшості випадків у платника податків з невисокими показниками доходу не виникає великих податкових зобов'язань. Підприємства, що мають збитки у звітному періоді, часто взагалі не сплачують основних податків (для порівняння: якби такі підприємства знаходилися на єдиному податку, то зобов'язання б наставало незалежно від наявності чи відсутності збитків, а залежно від обсягу виручки).

Юридичні особи та фізичні особи-підприємці на спрощеній системі оподаткування мають деякі обмеження у видах діяльності (наприклад, обмін валюти, реалізація коштовних металів і каменів, діяльність у сфері фінансового посередництва тощо згідно з п. 291.5 ПКУ), також законодавством обмежено кількість працівників і дохід таких суб'єктів підприємницької діяльності.

Особливості оподаткування фізичної особи-підприємця, що перебуває на звичайній системі оподаткування, встановлено ст. 177 Податкового кодексу, згідно з яким підприємці повинні вести облік власних доходів та витрат у Книзі обліку доходів і витрат, а також мати документи, що підтверджують походження товару.

Об'єкт оподаткування підприємця визначають як:

Чистий дохід (об'єкт оподаткування) = Оподатковуваний дохід (виручка у грошовій та негрошовій формах) – Витрати (документально підтверджені, пов'язані з господарською діяльністю підприємця та які безпосередньо стосуються отриманого доходу), тобто за касовим методом. Витрати визначають так само, але до формули їх включають у разі отримання доходу, якого дані витрати стосуються. Причому якщо підприємець є платником ПДВ, то як у доходах, так і у витратах ПДВ не враховують.

У цілому до переваг загальної системи оподаткування, як для юридичних, так і для фізичних осіб-підприємців, належать [1]:

відсутність обмежень у видах діяльності;

відсутність обмежень обсягу доходу й кількості працівників;

більш широка можливість планування та оптимізації оподаткування (внаслідок впливу обсягу видатків на базу оподаткування);

для фізичних осіб – можливість несплати ЄСВ за відсутності чистого доходу;

розмір сплачуваних податків, який прямо залежить від обсягу доходів за звітний період.

У той же час загальна система оподаткування має істотні недоліки:

складність адміністрування (більш суворі вимоги до ведення обліку та складання звітності);

досить високе податкове навантаження, особливо за наявності найманих працівників;

обов'язкова реєстрація платником ПДВ у разі перевищення обороту в 300 000 грн за 12 місяців.

Перевагами спрощеної системи оподаткування для юридичних та фізичних осіб-підприємців є:

простота нарахування єдиного податку;

спрощене ведення обліку і відносна простота заповнення звітності;

звільнення від сплати платником єдиного податку низки податків і обов'язкових платежів;

можливість не використовувати реєстратори розрахункових операцій (для ФОП);

можливість бути платником ПДВ за власним бажанням у разі перевищення обороту в 300 000 грн за 12 місяців (природно, за умовами дотримання максимального обсягу доходу для платника єдиного податку);

скасування доплати 50 % єдиного податку для ФОП за кожного співробітника.

Недоліками спрощеної системи оподаткування є:

обмеження у видах діяльності, обсязі доходу й кількості працівників;

відсутність можливості добровільної реєстрації платником ПДВ у фізичних осіб-підприємців;

негативні нюанси роботи ФОП з юридичними особами на загальній системі (платники єдиного податку 2-ї групи мають право продавати товари юридичним особам на загальній системі, але надавати послуги тільки платникам єдиного податку; тому складність і трудомісткість відстеження не тільки системи оподаткування, але й групи платника, провокує підприємство шукати контрагентів із "загальним" статусом);

розмір податку для платників 1-ї і 2-ї груп не залежить від результатів діяльності;

обов'язкова сплата ЄСВ у мінімальному розмірі для 1-ї та 2-ї груп платників єдиного податку незалежно від результату діяльності. При цьому сплата мінімального ЄСВ платниками 3-ї групи, які сам податок платять залежно від обсягу доходу, є для них перевагою порівняно із системою оплати ЄСВ ФОП на загальній системі оподаткування.

У цілому вищеперераховані особливості, переваги й недоліки загальної та спрощеної систем оподаткування для юридичних та фізичних осіб-підприємців, безсумнівно, допомагають визначитися з вибором системи оподаткування під час створення суб'єкта господарської діяльності або прийняття рішення про її перегляд, але в кожному конкретному випадку залежно від особливостей і

цілей діяльності існує маса нюансів і моментів, розібратися в яких може допомогти лише кваліфікований фахівець.

У подальших дослідженнях автор статті планує зосередити увагу на процесі вибору системи оподаткування з урахуванням специфіки діяльності фізичних та юридичних осіб.

Наук. керівн. Часовнікова Ю. С.

**Література:** 1. Кадебская Е. В. Особенности налогообложения / Е. В. Кадебская // Наука и экономика. – 2009. – Вып. 2 (10). – С. 22–26. 2. Юткина Т. Ф. Налоги и налогообложение : учебник / Т. Ф. Юткина. – М. : ИНФРА-М, 2010. – С. 158–160. 3. Загальна та спрощена система оподаткування [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://agrocart.com/1725/obshhaya-i-uproshhennaya-sistemy-nalogooblozheniya/>. 4. Податковий кодекс України // Офіційний вісник України від 10.08.2012 р. – № 203. – С. 52–53.

УДК 657.44

**Чуприна В. Ю.**

Студент 4 курсу  
факультету обліку і аудиту ХНЕУ

## **ФІНАНСОВИЙ РЕЗУЛЬТАТ ЯК ОБЛІКОВА ТА ЕКОНОМІЧНА КАТЕГОРІЯ**

*Анотация. Розглянуто економічну та облікову сутність складної категорії фінансового результату, а також виражено основні характеристики його обліку та визначено залежність фінансового стану підприємства від цього показника.*

*Аннотация. Рассмотрены экономическая и учетная сущность сложной категории финансового результата, а также выражены основные характеристики его учета и определена зависимость финансового состояния предприятия от этого показателя.*

*Annotation. The article examines the economic and accounting essence of complex category of financial result, the main characteristics of its accounting are expressed, the dependence of the financial state of the company on this value is determined.*

*Ключові слова: доходи, витрати, внутрішньогосподарський облік, фінансовий результат, прибуток, збиток, Звіт про фінансові результати.*

Одержання високих фінансових результатів є основною метою діяльності кожного суб'єкта господарювання. У фінансових результатах знаходять пряме відображення всі сторони діяльності підприємства: рівень його технології та організації виробництва, ефективність системи управління, контролю за рівнем витрат та рівнем реалізаційних цін, особливості господарського механізму та державне регулювання розвитку певної галузі, виходячи з її значення для розвитку економіки країни. Фінансовий результат, за умови його позитивного значення, є джерелом платежів до бюджету, а також розширеного відтворення виробництва. З його допомогою створюється стимул для підвищення ефективності діяльності підприємства.

За ринкових умов суттєво зростають роль і значення фінансових результатів у розвитку підприємства, докорінно змінюються як порядок, так і обґрунтованість їх визначення як у системі фінансового, так і в системі внутрішньогосподарського обліку. Будь-яка економічна категорія має велику кількість визначень. Це пояснюється існуванням різних наукових шкіл та напрямів, які мають власні точки зору. Чітке визначення сутності та змісту понять є запорукою запобігання помилкам під час прийняття важливих управлінських рішень. Особливо це стосується такої складної категорії, як фінансовий результат. Тому дослідження теоретичної бази категорії фінансових результатів є досить актуальним.

Сутність категорії "фінансовий результат" хвилює без винятку вчених усього світу. Питання про економічну природу фінансових результатів розглядали І. Бланк, С. Нікітін, В. Палій, Я. Соколов, Хендріксен Е. С. і Ван Бреда М. Ф., М. Чумаченко та ін. Ці вчені акцентують увагу на дослідженні сутності фінансових результатів з точки зору різних наукових шкіл. Але це питання потребує подальшого розгляду й уточнення.

© Чуприна В. Ю., 2013



Систематизація поглядів учених-економістів на визначення сутності фінансових результатів дозволить чітко визначити їх місце та роль в економіці, а також виділити основні напрями подальших досліджень. У зв'язку з цим метою даної роботи є дослідження сутності фінансових результатів як економічної категорії та об'єкта бухгалтерського обліку для усунення помилок в їх трактуванні та практичному використанні. Об'єктом дослідження є фінансовий результат діяльності підприємств, а предметом – визначення фінансового результату як облікової та економічної категорії.

Головною метою створення та подальшої діяльності будь-якого суб'єкта господарювання, незалежно від виду його діяльності чи форми власності, є отримання кінцевого фінансового результату. Фінансовий результат діяльності підприємства характеризується показником прибутку або збитку. Від розміру отриманого прибутку залежать формування власного капіталу, виконання зобов'язань перед бюджетом, фінансування інвестицій, а також платоспроможність підприємства. Прибуток як головний показник ефективності діяльності підприємства виступає і як критерій визначення рівня виплат дивідендів, і як вирішальний фактор у процесі встановлення рівня заробітної плати і винагороди адміністрації. Обсяг прибутку підприємство одержує від основної діяльності, фінансових операцій, іншої звичайної діяльності та надзвичайних подій.

Завдання бухгалтерського обліку фінансових результатів полягає у визначенні кількісних і якісних параметрів фінансового результату: прибуток чи збиток; формування даних щодо фінансових результатів для потреб складання фінансової звітності й податкових декларацій; інформаційне забезпечення порядку розподілу прибутку та здійснення операцій щодо розрахунків за сумами належних до бюджету податків та обов'язкових платежів, з акціонерами та засновниками за нарахованими їм дивідендами, формування резервів власного капіталу тощо. Фінансовий результат виступає як узагальнюючий показник, що інтегрує в собі вплив усієї фінансово-господарської діяльності підприємства. Він дає можливість встановити взаємозв'язок між усіма іншими економічними показниками та узагальнити результати діяльності підприємства.

Відповідно до П(С)БО 3 "Звіт про фінансові результати" [1], прибуток – це сума, на яку доходи перевищують пов'язані з ними витрати, а збиток – перевищення суми витрат над сумою доходу, для отримання якого вони понесені. Тобто у фінансовому обліку фінансовий результат (прибуток або збиток) розраховується як різниця між доходами та витратами. Так, наприклад, Хендріксен Е. С. і Ван Бреда М. Ф. вважають, що прибуток і капітал безпосередньо пов'язані з грошовими коштами і тому в аналізі результатів діяльності підприємства надходження та вибуття грошових коштів виступають головними факторами господарської діяльності [2]. Бернстайн Л. А. зазначає, що оскільки капітал – це перевищення активів над пасивами, проблема визначення фінансового результату невіддільна від проблеми вимірювання активів і пасивів. Соколов Я. В. наводить важливе для розуміння сутності фінансового результату у вигляді прибутку поняття потенційності. Відповідно до нього, прибуток підприємства може бути як реальною величиною (забезпечений грошовими та матеріальними цінностями), так і потенційною (прибуток існує тільки на папері). Тому на практиці часто виникають ситуації, коли підприємство працює прибутково, а в підсумку не може розрахуватися за своїми боргами, тому що не має реальних грошових коштів. Часто спостерігається і протилежна картина. Ці випадки у різних варіаціях становлять парадоксальність категорії прибутку.

Ковальов В. В. акцентує увагу на тому, що фінансовий результат – це умовний розрахунковий показник, а не реальні грошові кошти, які можна використати [3]. Саме так автор пропонує інтерпретувати й термін "капітал", розглядаючи його як джерело коштів, а не власне грошові кошти.

Кінцевий фінансовий результат діяльності підприємств є предметом дослідження багатьох авторів. Їхнє розуміння сутності цього поняття далеко не однозначне. Так, наприклад, Козлова Е. П., Парашутин Н. В. вважають, що зведеним (інтегральним) показником, який характеризує фінансовий результат діяльності підприємства, є балансовий (валовий) прибуток або збиток. Камишанов П. І. вважає, що кінцевий фінансовий результат діяльності підприємства виражається в показнику прибутку і збитку. Литвиненко М. І. вважає, що в нормативних документах, які регулюють оподаткування, прибуток отожднюється з доходом. Автор пише, що це не одне й те ж. Адже дохід трактується як потік грошових коштів, що надходять у резерв держави, підприємства або окремої особи в процесі розподілу національного доходу.

Досить цікавим у розгляді сутності поняття фінансового результату є підхід Бреславцевої Н. А. [4]. Вона зазначає, що практикою продиктована необхідність пошуку більш загального показника, ніж фінансовий результат, який відображав би стан майна і динаміку статутного капіталу, що дає цілісну картину фінансової спроможності інституційної одиниці. Вона називає таким показником глобальної фінансової результативності.

На основі розглянутих теорій та визначень можна узагальнити всі підходи й надати своє бачення цій категорії. Отже, фінансовий результат як облікова категорія визначається різницею між доходами і витратами або приростом (зменшенням) власного капіталу підприємства, створеним у процесі підприємницької діяльності за звітний період за винятком зміни капіталу за рахунок внесків або вилучення власниками. Автор статті вважає, що таке визначення найбільш повно розкриває сутність фінансових результатів і підтверджується під час формування фінансової звітності.

Проведене дослідження визначає категорію фінансових результатів як дуже складну та суперечливу. Тому чітке розуміння мети й алгоритму її визначення надасть можливість уникнути багатьох помилок у трактуванні фінансових результатів та їх практичному використанні.



Перспективи подальших досліджень фінансових результатів пов'язані з розвитком основних положень концепції взаємозв'язку капіталу, прибутку та активів, у яких вони втілюються. Це дасть можливість системно осмислити цю категорію та виявити потенційні резерви її поліпшення, розглянути питання відмінностей визначення доходів, фінансових результатів та прибутку в обліку за П(С)БО й податкових розрахунків.

Наук. керівн. Глебова Н. В.

**Література:** 1. Положення (стандарт) бухгалтерського обліку 3 "Звіт про фінансові результати", затверджене Наказом Міністерства фінансів України від 09.12.2011 р. № 1591 [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://zakon.rada.gov.ua/>. 2. Хендриксен Э. С. Теория бухгалтерского учета / Хендриксен Э. С., Ван Бреда М. Ф. ; пер. с англ. ; под ред. проф. Я. В. Соколова. – М. : Финансы и статистика, 2000. – 576 с. 3. Ковалев В. В. Финансовый анализ: методы и процедуры / В. В. Ковалев. – М. : Финансы и статистика, 2001. – 560 с. 4. Бреславцева Н. А. Бухгалтерский учет : учебн. пособ. по направлению "Экономика" / Н. А. Бреславцева. – М. : ИНФРА-М, 2012. – 356 с. 5. Про бухгалтерський облік і фінансову звітність в Україні : Закон України від 12.05.2011 р. № 3332-VI [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://zakon.rada.gov.ua/>.

УДК 657.37(477)

**Лазарева А. С.**

Студент 4 курсу  
факультету обліку і аудиту ХНЕУ

## ПРОБЛЕМИ ОБЛІКУ ФІНАНСОВИХ РЕЗУЛЬТАТІВ В УКРАЇНІ

*Анотація. Охарактеризовано особливості визначення фінансових результатів, наведено модель формування фінансового результату операційної діяльності підприємств, розглянуто основні проблеми обліку фінансових результатів, наведено можливі шляхи їх вирішення.*

*Аннотация. Охарактеризованы особенности определения финансовых результатов, представлена модель формирования финансового результата операционной деятельности предприятий, рассмотрены основные проблемы учета финансовых результатов, приведены возможные пути их решения.*

*Annotation. The features of determination of financial results are described, the model of forming the financial result of operating activity of enterprises is presented, the basic problems of account of financial results are considered, the possible ways of their solving are given.*

*Ключові слова: фінансові результати, прибуток, збиток, Звіт про фінансові результати, бухгалтерський облік, операційна діяльність, облікова політика.*

Кожному підприємству для прийняття ефективних управлінських рішень необхідно спиратися на правдиву інформацію про результати його діяльності. Це стосується в основному об'єктивної інформації про доходи та витрати, які є складовими фінансових результатів. Проблема управління прибутком є непростою, оскільки даний показник впливає на фінансовий стан підприємства. На сьогодні немає однозначного трактування основних понять фінансових результатів, що призводить до викривлення облікових даних, і далі це впливає на результативність управлінських рішень. У величині фінансових результатів безпосередньо відображаються всі аспекти діяльності суб'єкта господарювання. Тому вивчення проблеми обліку фінансових результатів та їх вирішення є актуальним у даний період.

Проблему розвитку і вдосконалення обліку й аналізу фінансових результатів розглядали у своїх працях провідні вчені, такі, як Башнянин Г. І., Бутинець Ф. Ф., Бабіч В. В. та ін. Серед останніх досліджень фінансових результатів підприємств привертають увагу праці таких науковців, як: Червінська С. Л., Янчева Л. М., Гладій І. О., Гарашенко О. В., Шара Є. Ю. Проте на основі проведених досліджень відкритим залишається цілий ряд питань, пов'язаних з обліком фінансових результатів, тому необхідно ще багато працювати в даному напрямі.

Метою дослідження є визначення проблемних аспектів з обліку фінансових результатів підприємства.



Завдання дослідження:

1. Охарактеризувати особливості визначення фінансових результатів.
2. Проаналізувати формування фінансових показників за видами діяльності.
3. Визначити проблеми, які існують в обліку фінансових результатів.

Об'єкт дослідження – фінансові результати підприємства.

Предметом дослідження є етапи обліку фінансових результатів.

Рівень ефективності господарської діяльності будь-якого підприємства характеризують фінансові результати, одержані внаслідок цієї діяльності, якими можуть бути як прибутки, так і збитки [1].

Для визначення фінансового результату підприємства у звіті необхідно порівняти доходи звітного періоду з витратами, що були здійснені для отримання цих доходів. При цьому доходи та витрати відображають у бухгалтерському обліку, а на підставі цього обліку – у Звіті про фінансові результати у момент їх виникнення, а не в момент надходження або сплати грошей (спосіб нарахування) [2].

У бухгалтерському обліку і фінансовій звітності важливим є правильне визначення фінансових результатів за видами діяльності. На сьогодні проблемним залишається питання щодо неузгодженості класифікації видів діяльності та субрахунків бухгалтерського обліку, на яких формуються і визначаються фінансові результати.

Згідно з П(С)БО 3, формування фінансових показників діяльності здійснюється за такими видами діяльності, як: звичайна, основна, операційна, фінансова, інвестиційна, від надзвичайних подій, інша діяльність [3]. Науковці під час розгляду даного питання встановили невідповідність у нормативних документах у визначенні класифікаційних ознак видів діяльності. Було б доцільно зазначити, що автори мають рацію і необхідно подолати невідповідність у віднесенні операцій до певного виду діяльності. Відповідно до П(С)БО 15 "Дохід" [4], доходи, отримані від основної діяльності, обліковують на рахунку 70 "Дохід від реалізації", однак деякі економісти вважають, що рахунок 70 доцільно перейменувати на "Дохід від основної діяльності" [5]. Це запропоновано для того, щоб більш осучаснити план рахунків та, можливо, узагальнити інформацію, яка представлена на субрахунках 701 – 703.

Аналізуючи праці різних авторів [2; 5], можна виділити основні пропозиції, згідно з якими повинні відобразитися доходи: отримані від інвестиційної діяльності доходи слід обліковувати на рахунку 74, який необхідно перейменувати з "Інші доходи" на "Доходи від інвестиційної діяльності", а рахунок 793 "Результат іншої звичайної діяльності" слід назвати "Результат інвестиційних операцій", рахунок 72 "Дохід від участі в капіталі" – назвати "Дохід від фінансової діяльності".

Наведені пропозиції спрямовані на більшу конкретизацію Плану рахунків, відповідно до чого він стане більш зрозумілим для користувачів.

Формування фінансових результатів операційної діяльності можна подати у вигляді схеми, яка наведена на рисунку [6].

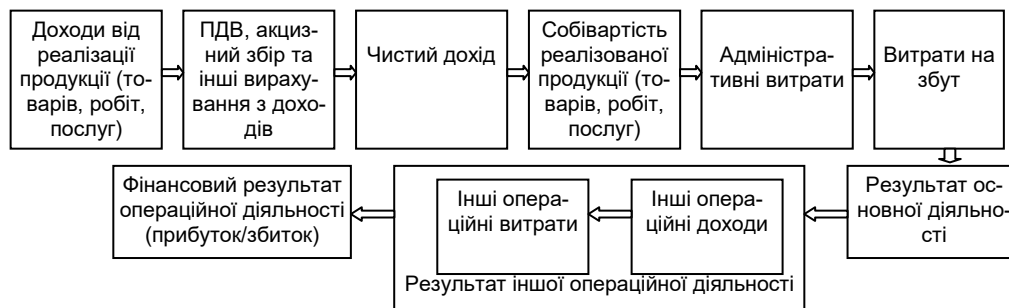


Рис. Модель формування фінансового результату операційної діяльності підприємств

Відповідно до моделі формування фінансових результатів (див. рисунок) постає потреба у розмежованому відображенні фінансових результатів в обліку. Для вирішення поставленого завдання вчені пропонують введення відповідних аналітичних рахунків до рахунку 791 "Результат операційної діяльності", а саме: 7911 "Результат основної діяльності" і 7912 "Результат іншої операційної діяльності". Відображення господарських операцій на аналітичних рахунках 7911 і 7912 дозволить без додаткових трудових і часових затрат отримати інформацію стосовно результатів основної й іншої операційної діяльності, а також динаміки їх показників для забезпечення потреб ефективного менеджменту, це необхідно зробити для більшого розуміння інформації та ефективнішого її використання.

Ще доцільно визначити таку важливу проблему обліку і звітності фінансових результатів, як вплив облікової політики та облікових оцінок на фінансовий результат підприємства, яка також потребує вирішення.

Проблему під час формування фінансових результатів становить те, що багато підприємств не створюють резерву сумнівних боргів за дебіторською заборгованістю, що також перекручує звітність. Формуючи цю суму, підприємство може бачити загальну фінансову картину роботи підприємства за звітний період.

Становлення та розвиток ринкових відносин суттєво змінили порядок формування доходів, включаючи прибуток підприємств. Фінансові результати як окрема категорія залежать від впливу цілого ряду факторів, які необхідно враховувати в процесі планування їх розміру, управління та контролю.

Для повного та достовірного відображення результатів операційної діяльності підприємств доцільно вдосконалити порядок їх визначення, що діє на основі П(С)БО 3 "Звіт про фінансові результати" відповідно до вищенаведених пропозицій.

З метою управління формуванням і розподілом прибутку вчені пропонують налагодити систему фінансового контролю й аналізу фінансових результатів, що дозволить виявляти та впроваджувати резерви господарювання з метою забезпечення фінансової безпеки підприємства. Доцільно виконати дану пропозицію у першу чергу, оскільки це допоможе стабілізувати фінансовий стан підприємства. Проведені дослідження з удосконалення обліку і відображення у звітності інформації про результати діяльності підтверджують необхідність запровадження єдиних класифікаційних ознак, а це потребує зміни у формі Звіту про фінансові результати і методичних засадах формування інформації за показниками Звіту в системі рахунків бухгалтерського обліку. Такий підхід виправданий з економічної точки зору, оскільки зіставлення показників доходів і витрат за джерелами та напрямками їх утворення дає можливість виявити найбільш прибуткові господарські операції. Тому далі необхідно досліджувати дане питання в цьому напрямі для того, щоб більш конкретизувати облік доходів і витрат, та й узагалі підвищити рівень організації визначення фінансових результатів. Тому дуже важливо вирішувати проблеми, які були названі в даній роботі, оскільки підприємству необхідно мати правдиві дані щодо своєї діяльності, а саме правильне визначення фінансових результатів і їх відображення в обліку, а також працювати у напрямі подолання всіх проблем.

Наук. керівн. Глебова Н. В.

**Література:** 1. Параскевич Л. В. Проблеми фінансового результату промислового підприємства [Електронний ресурс] / Л. В. Параскевич. – Режим доступу : [http://www.nbu.gov.ua/portal/soc\\_gum/sre/2010\\_1/123.pdf](http://www.nbu.gov.ua/portal/soc_gum/sre/2010_1/123.pdf). 2. Фісун Л. В. Методика визначення фінансових результатів на підприємстві [Електронний ресурс] / Л. В. Фісун. – Режим доступу : <http://dspace.hneu.edu.ua/jspui/bitstream>. 3. П(С)БО 3 "Звіт про фінансові результати" [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://zakon1.rada.gov.ua/laws/show/z0397-99>. 4. П(С)БО 15 "Дохід" [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://zakon1.rada.gov.ua/laws/show/z0860-99>. 5. Ковальчук О. В. Удосконалення методики обліку фінансових результатів [Електронний ресурс] / О. В. Ковальчук. – Режим доступу : <http://zakon1.rada.gov.ua/laws/show/z0397-99>. 6. Олійничук О. І. Організаційно-методичні аспекти обліку фінансового результату операційної діяльності підприємства [Електронний ресурс] / О. І. Олійничук. – Режим доступу : [http://www.nbu.gov.ua/portal/Soc\\_Gum/inek/2010\\_2/114.pdf](http://www.nbu.gov.ua/portal/Soc_Gum/inek/2010_2/114.pdf).

УДК 657.44:005.591.6

**Сукачова М. М.**

Студент 4 курсу  
факультету обліку і аудиту ХНЕУ

## **ПРОБЛЕМИ ОБЛІКУ ВИТРАТ, ДОХОДІВ ТА ФІНАНСОВИХ РЕЗУЛЬТАТІВ ІННОВАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ**

*Анотація. Розглянуто основні аспекти та проаналізовано ключові проблеми обліку й відображення у фінансовій звітності витрат, доходів та фінансових результатів інноваційної діяльності суб'єктів господарювання. Надано рекомендації щодо покращення їх аналітичного обліку.*

*Анотация. Рассмотрены основные аспекты и проанализированы ключевые проблемы учета и отражения в финансовой отчетности затрат, доходов и финансовых результатов инновационной деятельности субъектов хозяйствования. Предложены рекомендации по улучшению их аналитического учета.*

*Annotation. The main aspects and key problems of cost accounting, revenues and financial results of business entities innovative activity are considered and analysed. Recommendations as for improving their analytical accounting are provided.*

*Ключові слова: облік інноваційної діяльності, витрати, доходи, фінансовий результат.*

© Сукачова М. М., 2013



Становлення України як повноправної європейської держави неможливе без ефективного розвитку національної економіки. Одним із пріоритетних напрямів такого розвитку є інноваційний, який передбачає використання високих технологій для створення принципово нової продукції.

В умовах сучасного розвитку ринкових відносин і посилення конкуренції суб'єктам господарювання необхідно швидко реагувати на зміни, що відбуваються в зовнішньому середовищі, та оперативно трансформувати власну економіку, щоб пристосуватися до мінливого зовнішнього середовища. Основною умовою досягнення позитивних темпів економічного зростання та конкурентних переваг на світовому ринку як реального сектору економіки, так і окремих підприємств є активна інноваційна діяльність.

Проте для забезпечення ефективного впровадження інноваційних процесів на підприємствах необхідна адекватна, науково обґрунтована система бухгалтерського обліку та аналізу. Формування теоретико-методологічної бази та проблеми обліку інноваційної діяльності у вітчизняній науці й практиці залишаються донині найменш вивченими та особливо актуальними.

Особливостями обліку інноваційної діяльності є відмінності у відображенні витрат, що становить основу управлінського обліку. Провідними вітчизняними вченими здійснено ряд доробків щодо уточнення методу бухгалтерського обліку відносно інновацій та методичних рекомендацій до групування витрат. До найґрунтовніших із них можна віднести праці І. Бланка, О. Бродкіна, В. Василенко, О. Волкова, Л. Гнилицької, А. Гречан, О. Грицай, А. Єфремова, Я. Крупки, Ф. Бутинця, Карпової Н. Т., В. Палияч, В. Ткач та ін.

Значну увагу вдосконаленню обліку витрат на інновації приділила у своїх дослідженнях О. Грицай, яка запропонувала використовувати окремий рахунок для відображення інноваційної діяльності [1].

Метою даної статті є аналіз проблем обліку та відображення у фінансовій звітності витрат, доходів і фінансових результатів інноваційної діяльності.

Для цього у статті були поставлені такі завдання:

визначити сутність понять інновацій та інноваційної діяльності;

розглянути проблеми обліку інноваційної діяльності;

надати рекомендації щодо аналітичного обліку витрат, доходів та фінансових результатів інноваційної діяльності.

Об'єктом роботи виступає інноваційна діяльність суб'єктів господарювання.

Предметом – облік доходів, витрат та фінансових результатів інноваційної діяльності.

Згідно зі статтю 325 Господарського кодексу України інноваційною діяльністю у сфері господарювання є діяльність учасників господарських відносин, що здійснюються на основі реалізації інвестицій з метою виконання довгострокових науково-технічних програм з тривалими строками окупності витрат і впровадження нових науково-технічних досягнень у виробництво та інші сфери суспільного життя [2].

Згідно із Законом України "Про інноваційну діяльність", інновації – новостворені (застосовані) і (або) вдосконалені конкурентоспроможні технології, продукція або послуги, а також організаційно-технічні рішення виробничого, адміністративного, комерційного або іншого характеру, що поліпшують структуру та якість виробництва і (або) соціальної сфери [3].

В економічній теорії обліку та аналізу інноваційної діяльності проблема полягає в тому, що в основу інноваційної освіти в Україні покладено зарубіжний досвід, запропонований у вигляді кількох подібних перекладних і вітчизняних підручників у галузі інновацій, які слабо враховують специфіку переходу України до ринкової економіки. Облік об'єктів інноваційної діяльності характеризується недостатнім методичним забезпеченням, зокрема відсутні методичні рекомендації щодо відображення на рахунках обліку і в облікових реєстрах витрат, доходів та фінансових результатів інноваційної діяльності. Чинні облікові моделі не відповідають різновидам інноваційних процесів і не надають достатніх та достовірних даних для проведення економічного аналізу у сфері інновацій. Відсутність методичних рекомендацій щодо бухгалтерського обліку витрат інноваційної діяльності призвела до диференціації витрат з освоєння нової продукції на різних рахунках витрат, що ускладнює визначення собівартості кожного етапу робіт і формування загальної суми цих витрат [4]. У зв'язку з цим необхідно розробити науково обґрунтовану систему обліку й аналізу витрат, доходів і результатів інноваційної діяльності суб'єктів господарювання. Це полегшить пошук необхідних даних для оперативного управління інноваційною діяльністю та визначення її ефективності.

Різноманітність і зміст процесів інноваційної діяльності роблять практично неможливою її оцінку за натуральними або будь-якими іншими показниками. Єдиним показником, що дає змогу звести воедино та визначити загальний обсяг цього виду діяльності, можуть бути тільки витрати на проект, продукт, процес та їх загальна величина [1].

У практичній діяльності використовують такі варіанти відображення інновацій у бухгалтерському обліку:

1. Здійснення капітальних інновацій у створення нових видів основних засобів:

Д-т 151 – К-т 20, 22, 23, 661, 65, 131, 372, 631, 685 – відображено первинну вартість створеного інвестиційного об'єкта основних засобів.

Д-т 10 – К-т 151 – введено в експлуатацію створений інноваційний об'єкт.

2. Здійснення інтелектуальних і капітальних інновацій у створення нематеріальних активів:

Д-т 151 – К-т 20, 22, 23, 661, 65, 13, 372, 631, 685 – відображено первинну вартість створеного інвестиційного об'єкта нематеріальних активів.



Д-т 12 – К-т 152 – введено в експлуатацію створений інноваційний об'єкт.

3. Здійснення оборотних інновацій у створення нових видів готової продукції, товарів, робіт і послуг:

1) із включенням до виробничої собівартості продукції:

Д-т 23 – К-т 20, 22, 661, 65, 13, 372, 631, 685 – включено в собівартість витрати, пов'язані з підготовкою й освоєнням виробництва нової продукції або нових видів робіт і послуг;

2) із включенням до витрат на дослідження та розробки у складі інших витрат операційної діяльності:

Д-т 941 – К-т 20, 22, 23, 661, 65, 13, 372, 631, 685 – відображено витрати на дослідження та розробку інноваційного продукту в складі інших витрат операційної діяльності.

4. Накопичення витрат на підготовку й освоєння виробництва нової продукції на рахунку 39 "Витрати майбутніх періодів":

Д-т 39 – К-т 20, 22, 661, 65, 13, 685 – відображено виробничі витрати на підготовку й освоєння нових видів продукції;

Д-т 23 – К-т 39 – часткове списання виробничих витрат майбутніх періодів на витрати.

5. Ведення окремого балансового рахунку "Витрати на підготовку й освоєння нової продукції й виробництва".

За дебетом цього рахунку із кредиту різних рахунків протягом періоду освоєння продукції мають відобразитися:

витрачені матеріали;

заробітна плата з нарахуваннями;

амортизація основних засобів;

надані послуги тощо.

6. Внесення об'єктів інтелектуальної власності до статутного фонду підприємства за справедливою вартістю:

Д-т 46 – К-т 40 – відображено зміну статутного фонду після державної реєстрації запатентованого об'єкта інтелектуальної власності та внесення змін до установчих документів;

Д-т 12 – К-т 46 – об'єкт інтелектуальної власності внесено до статутного фонду підприємства.

7. Створення резерву забезпечення витрат інноваційної діяльності.

Д-т 23, 91-94 – К-т 474 – створення резерву для фінансування витрат інноваційної діяльності, в тому числі соціальних і кадрових інновацій;

Д-т 474 – К-т 20, 22, 23, 661, 65, 372, 631, 685 – списання витрат інноваційної діяльності за рахунок раніше створеного резерву [5].

Використання широкого ряду бухгалтерських субрахунків для відображення операцій інноваційної діяльності ускладнює розмежування витрат інноваційної діяльності і є не досить зручним.

Тому для вирішення даної проблеми було запропоновано О. Грицай виокремлення конкретного рахунку для обліку витрат на інноваційні процеси, на якому б накопичувалися усі витрати підприємства, пов'язані з інноваційною діяльністю. Витрати на інноваційні процеси визнаватимуть витратами певного періоду одночасно з визнанням доходу, для отримання якого вони здійснені [1].

Даний підхід є досить зручним, тому що він дасть можливість відобразити всі витрати інноваційної діяльності на одному рахунку, що полегшить визначення собівартості інноваційних проєктів, та надалі відіграватиме важливу роль і під час визначення фінансових результатів. Тому доцільніше відобразити інноваційні витрати на окремому рахунку і закрити його рахунком 79 "Фінансові результати" для визначення фінансового результату.

Упровадження субрахунків буде сприяти потребам визначення підприємства як інноваційного.

Таким чином, інноваційний напрям діяльності підприємства є багатограним і потребує різнобічного висвітлення в системі бухгалтерського обліку. Отже, можна зробити висновок, що раціональна організація бухгалтерського обліку та економічного аналізу витрат інноваційної діяльності, включаючи вибір облікової методики, що відповідає особливостям діяльності підприємства, має створити необхідні умови для розширення, прискорення й підвищення ефективності процесів створення та реалізації різних видів інновацій, спрямованих на створення конкурентоспроможної продукції на рівні міжнародних стандартів.

*Наук. керівн. Часовнікова Ю. С.*

**Література:** 1. Грицай О. І. Напрями удосконалення обліку витрат на інноваційні процеси / О. І. Грицай // Проблеми економіки та менеджменту : Вісник Національного університету "Львівська політехніка". – 2010. 2. Господарський кодекс України від 16.01.2003 № 436-IV із змінами та доповненнями [Електронний ресурс]. – Режим доступу : [www.rada.gov.ua](http://www.rada.gov.ua). 3. Про інноваційну діяльність : Закон України від 04.07.2002 р. № 40-IV із змінами та доповненнями [Електронний ресурс]. – Режим доступу : [www.rada.gov.ua](http://www.rada.gov.ua). 4. Нанівська Н. М. Механізм ведення обліку та аналізу інноваційної діяльності підприємств / Н. М. Нанівська, І. О. Селіверстова // Збірник наукових праць. – К. : НАУ, 2010. – Вип. 25. – 220 с. 5. Кантаєва О. В. Щодо методології обліку та аналізу інноваційної діяльності підприємств // Економіст. – 2009. – № 3. – С. 24–30.

Студенти 4 курсу  
факультету обліку і аудиту ХНЕУ

## **КОШТОРИС ДОХОДІВ І ВИТРАТ БЮДЖЕТНОЇ ОРГАНІЗАЦІЇ**

*Анотація. Розглянуто складові частини кошторису, значення та роль кошторису для бюджетної установи, а також його особливості. Проведено аналіз кошторису бюджетної установи, правильності його формування та внесення змін у процесі виконання.*

*Аннотация. Рассмотрены составные части сметы, значение и роль сметы для бюджетного учреждения, а также ее особенности. Проведен анализ сметы бюджетного учреждения, правильности ее формирования и внесения изменений в процессе выполнения.*

*Annotation. The article describes the components of the budget, the importance and role of the budget estimates for the budgetary institution, as well as its features. The analysis of estimates of the budgetary institution, the correctness of its formation and changes in the process of implementation is carried out.*

*Ключові слова: кошторис, штатний розпис, спеціальний та загальний фонди, план асигнувань, бюджетна класифікація.*

Актуальність даної теми полягає в тому, що бюджетна система та бюджетний процес відіграють важливу роль в економіці держави і значно впливають на її внутрішній та зовнішній баланс, стан розвитку економічних процесів і стан сучасного забезпечення громадян.

Для забезпечення своєчасного і повного надходження бюджету, своєчасного асигнування заходів, передбачених у бюджеті, цільового напрямку та ефективного використання засобів бюджету як у сфері матеріального виробництва, так і у невиробничій сфері, потрібна правильна організація обліку виконання бюджету і кошторису доходів та витрат бюджетних установ.

Питанню обліку та аналізу доходів і витрат кошторису бюджетних установ присвячені праці Атамаса П. Й., Голікова В. І., Гуцайлюк Л. П., Джози Р. Т., Зіміної І. А., Ю. Іванечко, Канєвої І. Т., Матвєєвої В. О., Сідень О. І., Ткаченко І. Т., В. Сопка, Фатєєва М. В. та інших, однак питання цієї теми є досі актуальним і потребує глибокого вивчення.

Метою дослідження є вивчення порядку та обліку у бюджетних установах, особливостей складання кошторису і розробка рекомендацій та висновків. Об'єктом дослідження даної роботи є кошторис бюджетної установи.

Для того щоб бюджетна установа виконувала свої функції, визначені її Положенням чи Статутом, їй, у першу чергу, необхідний план, у якому повинні бути визначені доходи, які вона має отримати протягом бюджетного періоду, та відповідні видатки, які будуть спрямовані на утримання установи і здійснення нею своїх повноважень.

Кошторис бюджетних установ (далі – кошторис) є основним плановим документом, який надає повноваження бюджетній установі щодо отримання доходів і здійснення видатків, визначає обсяг і спрямування коштів для виконання бюджетною установою своїх функцій та досягнення цілей, визначених на рік відповідно до бюджетних призначень.

Отже, забезпечення бюджетних установ грошовими ресурсами називається кошторисно-бюджетним фінансуванням, що становить систему науково та економічно обґрунтованих заходів щодо визначення критеріїв розподілу коштів і напрямів використання фінансових ресурсів, а також визначення їх оптимальних обсягів для кожного об'єкта, що утримується за рахунок бюджетних коштів.

Невід'ємною частиною кошторису є план асигнувань, що становить помісячний розподіл видатків, затверджених у кошторисі. На відміну від кошторису, план асигнувань складається за скороченою формою економічної класифікації видатків: 1110 "Оплата праці працівників бюджетних установ", 1120 "Нарахування на заробітну плату", 1160 "Оплата комунальних послуг та енергоносіїв", 1340 "Поточні трансферти населенню", 5000 "Інші витрати". Форма кошторису і плану асигнувань затверджені Наказом Міністерства фінансів України від 28.01.2002 р. № 57 "Про затвердження документів, що застосовуються в процесі виконання бюджету" [1].

Кошториси поділяються на: індивідуальні, зведені та кошториси на централізовані заходи.



Індивідуальний кошторис складає кожна бюджетна організація і подає його безпосередньо своїй вищій організації. При цьому індивідуальні кошториси складають усі бюджетні установи, незалежно від того, ведуть вони облік самостійно чи обслуговуються централізованою бухгалтерією.

Враховуючи цю вимогу, бюджетні установи, що ведуть облік самостійно, індивідуальні кошториси подають своїй вищій організації, а установи, які обслуговуються централізованою бухгалтерією, індивідуальні кошториси подають безпосередньо у централізовану бухгалтерію.

Зведені кошториси та плани асигнувань становлять звіт показників, наведених в індивідуальних кошторисах і планах асигнувань розпорядника бюджетних коштів нижчого рівня, а також коштів, передбачених для одержувачів згідно із функціональною класифікацією. Такі кошториси складаються головними розпорядниками бюджетних коштів, розпорядниками коштів вищого рівня для надання їх до Міністерства фінансів України та Міністерства фінансів Автономної Республіки Крим.

Наприклад, зведений кошторис складає централізована бухгалтерія за всіма обслуговуваними установами на підставі показників, наведених в індивідуальних кошторисах цих установ, і направляє до своєї вищої організації.

Кошторис на централізовані заходи складається міністерством, відомством, органом виконавчої влади або органом місцевого самоуправління для фінансування витрат на разові заходи (наприклад, наради, конференції тощо).

Бухгалтер бюджетної установи має безпосереднє відношення до кошторису, як до його планування, надаючи звітні дані за попередній період фінансовому підрозділу, так і до контролю за його виконанням, адже бухгалтер відповідає за всі фінансові операції, які будуть здійснені бюджетною установою протягом бюджетного періоду.

Кошторис бюджетної організації складається з двох частин: загального та спеціального фондів.

Загальний фонд кошторису включає в себе надходження із загального фонду бюджету і розподіл витрат, складений відповідно до повної економічної класифікації видатків для виконання бюджетною організацією своїх основних функцій.

Плануючи видатки за загальним фондом, беруть до уваги основні виробничі показники та контингенти, матеріально-технічну базу, обсяги обслуговування населення тощо. Розраховують чисельність штатних працівників відповідно до нормативів, фонд оплати праці, відрахування на соціальні заходи, матеріальні видатки, капітальні видатки та інші, що необхідні для виконання поставлених завдань. При цьому використовують інструкції та вказівки Держказначейства, Мінфіну, вищого розпорядника щодо розрахунків кожного виду видатків.

Для обґрунтування фонду оплати праці складають штатний розпис – це документ, у якому наводиться перелік штатних працівників бюджетної установи, їх посадові оклади, доплати, надбавки та їх запланований фонд оплати праці на місяць і рік. Він є невід'ємним додатком до кошторису.

Спеціальний фонд кошторису включає надходження зі спеціального фонду бюджету та розподіл видатків, складений відповідно до повної економічної класифікації на здійснення видатків спеціального призначення, а також на реалізацію пріоритетних заходів, пов'язаних із виконанням даною організацією своїх основних функцій.

До спеціальних коштів відносять кошти, отримані в результаті дозволеної законодавством господарської діяльності бюджетних установ, а саме: платні послуги, виробнича діяльність і науково-дослідні роботи.

У процесі планування доходів від надання платних послуг важливо правильно визначити вартість наданих послуг.

Для бюджетних установ вартість платних послуг формується відповідно до нормативних актів. Так, наприклад, порядок формування вартості освітніх платних послуг встановлений "Порядком надання платних послуг державними навчальними закладами", що затверджений наказом Міносвіти, Мінфіну, Мінекономіки України № 383/239/131 від 27.10.1997 р.

Якщо ж законодавчих актів для певних видів послуг не затверджено, то слід керуватися Законом "Про ціни та ціноутворення" від 03.12.1990 р. № 507-XII.

Планування дохідної частини спеціального фонду проводиться на підставі розрахункових даних про доходи, які очікується отримати в наступному році.

Загальний і спеціальний фонди кошторису складаються з дохідної та видаткової частин. У дохідній частині кошторису зазначаються заплановані обсяги надходження коштів, які передбачається спрямовувати на покриття видатків установи. У видатковій частині – загальна сума видатків, які заплановано здійснити протягом року даною бюджетною організацією, з розподілом їх за кодами економічної класифікації видатків.

Щоб згрупувати доходи, видатки та фінансування бюджету за економічними ознаками, функціональною діяльністю, організаційним устроєм відповідно до чинного законодавства та міжнародних стандартів, Мінфіном України розроблено бюджетну класифікацію, яка знайшла своє відображення в наказі МФУ від 27.12.2001 р. № 604 [2].

Бюджетна класифікація становить єдине систематизоване угруповання доходів, витрат і фінансування бюджету за ознаками економічної сутності, функціональної діяльності, організаційного устрою та іншими ознаками.

Згідно з Бюджетним кодексом України, бюджетна класифікація складається із [3]:

- класифікації доходів бюджету;
- класифікації видатків бюджету, в тому числі кредитування за вирахуванням погашення;
- класифікації фінансування;
- класифікації боргу.

Класифікація необхідна для того, щоб бухгалтер зміг достовірно проконтролювати надходження та використання коштів відповідно до кошторису.



Наприклад, надійшли кошти від вищої установи і в платіжному дорученні зазначено: КФК 0900, КЕКВ 1110 на суму 20 000 грн. Отже, бухгалтеру необхідно знати, що КФК 0900 (код функціональної класифікації) – освіта, КЕКВ 1110 (код економічної класифікації видатків) – видатки на оплату праці. Тобто установі надійшли кошти від головного розпорядника на галузь освіти на виплату заробітної плати працівникам.

Під час розрахунків видаткової частини кошторису обов'язковим є виконання вимоги щодо першочергового забезпечення бюджетними коштами видатків на оплату праці і відповідних відрахувань, а також на господарське утримання установ. При цьому видатки на придбання обладнання, капітальний ремонт приміщень тощо, які не є першочерговими, можуть передбачатися лише за умови забезпечення коштами невідкладних витрат та відсутності заборгованості.

Розрахунки доходів та видатків установи подаються на розгляд керівнику установи, який своїм підписом затверджує дані розрахунки, і вони є основою для складання проекту кошторису.

Порядок планування, розгляду та затвердження кошторису установи регулюється такими нормативними актами, як Бюджетний кодекс, "Порядок обслуговування державного бюджету за видатками" (наказ ДКУ № 89 від 25.05.2004 р.), "Порядок складання, розгляду, затвердження та основні вимоги до виконання кошторисів бюджетних установ" (постанова КМУ № 228 від 28.02.2002 р.).

Розглянувши складові кошторису, можна зробити висновок, що кошторис є основою грамотного планування бюджету витрат з метою його подальшого аналізу, а також забезпечує його функціонування, для виконання своїх функцій та досягнення цілей, визначених на рік бюджетного періоду, чітко визначає й розподіляє функції між учасниками бюджетного процесу. Проте за наявності певних переваг кошторис має свої недоліки: особливого вміння та копійки роботи вимагає складання кошторису. Отже, кошторис є невід'ємною складовою всіх бюджетних установ.

Незважаючи на проведення дослідження з питань дослідження кошторису доходів і витрат бюджетної організації, необхідне більш конкретне подальше вивчення доходів та видатків бюджетної організації.

*Наук. керівн. Часовнікова Ю. С.*

**Література:** 1. Наказ МФУ від 27.12.2001 р. № 604 [Електронний ресурс]. – Режим доступу : [www.minfin.gov.ua](http://www.minfin.gov.ua). 2. Слипачук А. Учет в бюджетных учреждениях [Электронный ресурс] / А. Слипачук // Украинский бухгалтерский еженедельник "Дебет-Кредит". – Режим доступа : [www.dkt.com.ua/](http://www.dkt.com.ua/). 3. Бюджетный кодекс Украины // Відомості Верховної Ради. – 2001. – № 37–38. 4. Ткаченко І. Т. Звітність бюджетних установ / І. Т. Ткаченко. – К. : КНЕУ, 2005. – 548 с. 5. Сахорцева І. І. Бухгалтерський учет в бюджетных учреждениях и организациях / І. І. Сахорцева, Т. П. Романенко. – К., 2003. – 328 с. 6. Тютюнник П. С. Бухгалтерський облік : конспект лекцій / П. С. Тютюнник, М. М. Жовтопуп. – Х. : Вид. ХНЕУ, 2010. – 111 с. 7. Про затвердження форми єдиного кошторису доходів і видатків, штатного розпису бюджетної установи, організації та лімітної довідки про витрати з бюджету : Наказ МФУ від 19.02.98 № 38 [Електронний ресурс]. – Режим доступу : [www.minfin.gov.ua](http://www.minfin.gov.ua). 8. Об утверждении Порядка составления, рассмотрения, утверждения и основных требований к исполнению смет бюджетных учреждений : Постановление КМУ от 28.02.2002 г. № 228 [Электронный ресурс]. – Режим доступа : [www.rada.gov.ua](http://www.rada.gov.ua). 9. О порядке составления, рассмотрения, утверждения и основных требований к исполнению смет доходов и расходов бюджетных учреждений и организаций : Постановление КМУ от 09.01.2000 г. № 17 [Электронный ресурс]. – Режим доступа : [www.rada.gov.ua](http://www.rada.gov.ua). 10. О бухгалтерском учете средств специального фонда сметы : Приказ Главного управления Государственного казначейства Украины от 04.04.2000 г. № 07-06/264-42356. 11. Про затвердження документів, що застосовуються в процесі виконання бюджету : Наказ Міністерства фінансів України від 28.01.2002 р. № 57.

---

**Туленцева Ю. О.**

УДК 336.774

Магістр 2 курсу  
факультету обліку і аудиту ХНЕУ

## **КРЕДИТОСПРОМОЖНІСТЬ ПОЗИЧАЛЬНИКА: СУТНІСТЬ І ЗМІСТ**

*Анотація. Проведено детальний аналіз наявних тлумачень поняття "кредитоспроможність позичальника", з визначенням характерних ознак, узагальнено підходи вчених щодо визначення поняття та виявлено його характерні риси, запропоноване власне бачення визначення поняття.*

---

© Туленцева Ю. О., 2013



*Аннотация. Проведен детальный анализ существующих толкований понятия "кредитоспособность заемщика", с определением характерных признаков, обобщены подходы ученых относительно определения понятия и обнаружены его характерные черты, предложено собственное видение определения понятия.*

*Annotation. The detailed analysis of existing interpretations of the concept "creditworthiness of borrower" is conducted, with determination of characteristic signs, the approaches of scientists in relation to the determination of the concept are generalized, its characteristic features are found out, author's own vision of determination of the concept is offered.*

*Ключові слова: кредитоспроможність, платоспроможність, ризик, позичальник, банк.*

Практика господарювання свідчить, що на сьогодні рівень неповернення кредитів банкам залишається достатньо високим. Причиною цього є неплатоспроможність позичальників, а наслідками – підвищення фінансової ризикованості та зменшення ефективності господарської діяльності кредиторів. Одним із виходів з цієї ситуації є вдосконалення методичного забезпечення щодо оцінювання кредитоспроможності позичальника, яке б мінімізувало втрати банків і давало гарантії, що кредитні зобов'язання будуть вчасно повернені.

Вчені, а саме: М. Сахарова, Д. Кумурчук, Ю. Коган, Н. Бурне і т. д. [1 – 11], по-різному трактують це поняття і внаслідок цього по-різному підходять до його оцінювання.

Мета статті – огляд та вдосконалення визначення поняття "кредитоспроможність позичальника", узагальнення підходів вчених до визначення поняття "кредитоспроможність позичальника" та виявлення його характерних рис.

Об'єктом дослідження є діяльність суб'єктів господарювання.

Предмет дослідження – кредитоспроможність позичальника.

Згідно з Положенням НБУ "Про кредитування" № 186 від 7 травня 2001 року, кредитоспроможність – це здатність позичальника в повному обсязі і у визначений кредитною угодою термін розрахуватися за своїми борговими зобов'язаннями [9].

М. Сахарова [10] вважає, що характерною ознакою кредитоспроможності позичальника є його фінансовий стан. Це пояснюється тим, що фінансова стійкість позичальника дає впевненість в ефективності використання позикових коштів та визначає здатність й готовність позичальника повернути кредит відповідно до умов кредитного договору. Д. Кумурчук [6] стверджує, що визначення поняття "кредитоспроможність позичальника" полягає в його правовому забезпеченні та фінансовому стані, за результатами аналізу яких банк ухвалює рішення про початок (розвиток) або припинення кредитних відносин із позичальником. На думку Ю. Когана [5], характерними рисами кредитоспроможності позичальника є: довіра до позичальника; чесність і порядність позичальника; компетентність позичальника; уміння передбачати зміни економічної кон'юнктури і користуватися ними; спроможність своєчасно перебудовувати виробництво продукції (товарів, робіт, послуг) тощо.

На думку автора, підхід Ю. Когана до визначення поняття "кредитоспроможність позичальника" має певні недоліки, основними з яких є такі: найвагомішою характерною рисою кредитоспроможності позичальника є наявність матеріального забезпечення, а не рівень довіри до нього; неможливість кількісно визначити рівень чесності позичальника, його порядність, компетентність тощо.

Н. Бунге [1] пов'язує кредитоспроможність позичальника з нерухомістю капіталу. Він стверджує, що в умовах мінливості та невизначеності ринкового середовища найкращою гарантією з боку позичальника щодо надання йому кредитних ресурсів є нерухоме майно.

Автори роботи [2] зазначають, що в основі кредитоспроможності позичальника лежить його здатність генерувати SC-потіки. Причому вони акцентують увагу на тому, що SC-потік (solely cash flow) складається винятково з грошових коштів, на відміну від CF-потіку (cash flow), який є сумою грошових коштів та їх еквівалентів.

Я. Чайковський схиляється до думки, що в процесі визначення кредитоспроможності позичальника основну увагу слід приділяти аналізу його операційної діяльності. Він пояснює це тим, що операційна діяльність підприємства, яке нормально функціонує, забезпечує притік грошових коштів, а інвестиційна та фінансова діяльність, як правило, пов'язана з відтоком грошових коштів. Окрім того, О. Кононенко відзначає, що в результаті операційної діяльності, зокрема від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг), підприємство одержує достатньо грошових коштів, щоб мати можливість їх інвестувати, а також виплачувати відсотки за залученими кредитами. На думку І. Гуцала [3] і В. Коваленко [4], кредитоспроможність, перш за все, пов'язана з ефективним процесом виробництва та реалізації продукції (товарів, робіт, послуг), і платоспроможністю як позичальника, так і його гаранта. О. Носова [8] в процесі визначення поняття "кредитоспроможність" зосереджується на інвестиційній привабливості та репутації позичальника, його фінансовій позиції, розмірі капіталу та кредитній історії.

О. Левченко [7] наголошує на тому, що складниками кредитоспроможності позичальника є: матеріальні та фінансові можливості позичальника, репутація позичальника; гарантія іншої юридичної (фізичної) особи; бажання і здатність позичальника своєчасно та в повному обсязі розрахуватися за своїми коротко- та довгостроковими зобов'язаннями; платоспроможність та фінансова стійкість позичальника.



У своїй роботі Г. Табачук [11] розглядає кредитоспроможність як рух грошових коштів, який забезпечує розвиток позичальника переважно за рахунок власних коштів, зважаючи при цьому на такі ознаки цього поняття, як платоспроможність і мінімальний рівень підприємницького ризику.

Л. Яструбецька також наголошує на тому, що в основі кредитоспроможності знаходиться рух грошових коштів позичальника, який забезпечує не лише його платоспроможність та фінансову незалежність, а й рентабельність, ділову активність тощо.

На основі викладеного автором цієї роботи було виконане узагальнення підходів вчених до визначення поняття "кредитоспроможність позичальника", що дозволило виявити такі його характерні риси (таблиця).

Таблиця

#### Характерні риси кредитоспроможності позичальника

Характерна риса кредитоспроможності позичальника	Джерело інформації	Характерна риса кредитоспроможності позичальника	Джерело інформації
Репутація (персональні якості позичальника)	[7]	Засновницькі документи позичальника	[8]
Зовнішні та внутрішні умови господарської діяльності позичальника	[7; 8]	Кредитна історія позичальника	[8]
Забезпечення кредиту заставою як вихід кредитора із ситуації проблемного кредиту	[1]	Здатність позичальника генерувати SC-потік	[2]
Інвестиційна привабливість позичальника	[8]	Отримання достатньої виручки від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг) та прибутку від операційної діяльності	[3; 10]
Фінансова позиція позичальника та перспективи її зміни	[7]		
Експозиція грошових потоків на період кредиту (можливості позичальника)	[11]		
Мета кредитування і спрямування кредитних коштів	[4]	Матеріальне забезпечення, фінансові можливості	[7]
Платоспроможність позичальника і гаранта	[7; 9; 10]	Правове становище позичальника	[6]
Капітал позичальника	[1]	Рентабельність позичальника	[3]

Таким чином, слід зазначити, що до характерних рис кредитоспроможності позичальника можна віднести такі: фінансові можливості позичальника; платоспроможність позичальника і гаранта; рентабельність позичальника.

Автор роботи під кредитоспроможністю розуміє безперервний та адаптований до просторово-часових змін процес трансформації капіталу (джерел фінансування господарської діяльності) в капітальні блага (матеріальні ресурси, готову продукцію, грошові кошти тощо), який здатен забезпечити інвестиційну привабливість позичальника, його фінансову безпеку, фінансову стійкість, фінансовий розвиток тощо.

Поняття "кредитоспроможність позичальника" потребує розробки відповідного методичного забезпечення щодо його оцінювання, що може бути предметом подальшого дослідження автора цієї статті.

*Наук. керівн. Писарчук О. В.*

**Література:** 1. Бунге Н. Особливості регулювання та аналіз діяльності комерційних банків / Н. Бунге // Банківська справа. – 2003. – № 2. – С. 43–45. 2. Галасюк В. В. Методика оцінки кредитоспроможності позичальників / В. В. Галасюк // Вісник НБУ. – 2002. – № 2. – С. 39–45. 3. Гуцал І. Мотиваційні фактори у забезпеченні ефективності кредитування / І. Гуцал // Банківська справа. – 2002. – № 3. – С. 38–45. 4. Коваленко В. Роль банківських формувань у розвитку малого та середнього бізнесу / В. Коваленко // Регіональна економіка. – 2002. – № 4. – С. 179–186. 5. Коган Ю. Регулирование деятельности коммерческих банков в современных условиях / Ю. Коган // Культура народов Причерноморья. – 2007. – № 97. – С. 55–58. 6. Кумурчук Д. И. Оценка кредитоспособности заемщика, кредитные риски в украинских банках / Д. И. Кумурчук // Культура народов Причерноморья. – 2007. – № 97. – С. 65–70. 7. Левченко О. М. Оцінка кредитоспроможності позичальників / О. М. Левченко // Економіка: проблеми теорії та практики. – 2001. – № 94. – С. 26–34. 8. Носова О. В. Оцінка інвестиційної привабливості України: основні підходи / О. В. Носова // Економіка і прогнозування. – 2003. – № 3. – С. 119–137. 9. Про кредитування: Положення Національного Банку України № 186 від 7 травня 2001 р. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [www.gada.gov.ua](http://www.gada.gov.ua). 10. Сахарова М. О. Фінансова стійкість комерційного банку: проблеми регулювання / М. О. Сахарова // Банківська справа. – 1996. – № 1. – С. 23–25. 11. Табачук Г. П. Механізм забезпечення кредитоспроможності підприємницьких структур / Г. П. Табачук // Фінанси України. – 2006. – № 5. – С. 36–45.

Студент 4 курсу  
факультету обліку і аудиту ХНЕУ

## ПРОБЛЕМИ І ПЕРСПЕКТИВИ СКЛАДАННЯ ФІНАНСОВОЇ ЗВІТНОСТІ ВІДПОВІДНО ДО МІЖНАРОДНИХ СТАНДАРТІВ ОБЛІКУ ТА ЗВІТНОСТІ

*Анотація. Розглянуто проблеми та визначено перспективи складання фінансової звітності підприємств України відповідно до Міжнародних стандартів обліку та звітності. Проведено порівняльний аналіз складання фінансової звітності за міжнародними та національними стандартами.*

*Аннотация. Рассмотрены проблемы и определены перспективы составления финансовой отчетности предприятий Украины в соответствии с Международными стандартами учета и отчетности. Проведен сравнительный анализ составления финансовой отчетности по международным и национальным стандартам.*

*Annotation. The problems and perspectives of the financial statements of Ukrainian enterprises in accordance with International Standards of Accounting and Reporting are considered. A comparative analysis of the financial statements according to international and national standards has been held.*

*Ключові слова: фінансова звітність, Міжнародні стандарти фінансової звітності (МСФЗ), Положення (стандарти) бухгалтерського обліку (П(С)БО).*

Розвиток бізнесу, що супроводжується зростанням ролі міжнародної інтеграції у сфері економіки, висуває певні вимоги до ідентичності та зрозумілості застосовуваних у різних країнах принципів формування й алгоритмів обчислення прибутку, оподаткованої бази, умов інвестування, капіталізації зароблених коштів тощо.

Питання, пов'язані з реалізацією ефективної системи бухгалтерського обліку та переходом на міжнародні стандарти звітності, є найбільш значущими у вирішенні проблеми міжнародної уніфікації бухгалтерського обліку і розповсюдження в усьому цивілізованому світі єдиної мови грошей, зрозумілої для всіх представників сучасного бізнесу.

Важливий внесок у розгляд питання доцільності формування фінансової звітності підприємств відповідно до вимог Міжнародних стандартів фінансової звітності (МСФЗ) зробили сучасні вітчизняні та зарубіжні економісти, зокрема: Бутинець Ф. Ф., Герасименко С. С., Голов С. Ф., Костюченко В. М., А. Твердомед, І. Чалій, Часовнікова Ю. С., Ткач В. Н. та ін. Однак у наукових дослідженнях вітчизняних економістів не існує єдиної думки щодо питань формування найбільш оптимальної системи обліку та переходу українських підприємств на МСФЗ.

Метою роботи є узагальнення проблемних питань щодо перспектив інтеграції системи вітчизняного бухгалтерського обліку та міжнародних стандартів обліку та фінансової звітності.

З 1 січня 2012 р., згідно із Законом України "Про бухгалтерський облік та фінансову звітність в Україні" та відповідно до внесених змін від 12.05.2011 р., усі публічні акціонерні товариства, банки, страховики, підприємства, що здійснюють господарську діяльність за видами, перелік яких установлюється Кабінетом Міністрів України, зобов'язані складати фінансову звітність та консолідовану фінансову звітність безпосередньо за МСФЗ. Такий крок є необхідним, оскільки фінансова звітність як джерело інформації про економічний розвиток підприємства вимагає постійної гармонізації для входження України до числа стабільних і надійних партнерів світового спільного співробітництва [1; 2].

Слід зазначити, що Міжнародні стандарти фінансової звітності – це прийняті Радою з міжнародних стандартів бухгалтерського обліку документи, якими визначено порядок складання фінансової звітності [1].

Істотне значення для України і тих країн СНД, які роблять сьогодні вибір на користь МСФЗ, має процес освоєння міжнародних стандартів фінансової звітності, що відбувається в Європейському Союзі.

Позитивні сторони застосування МСФЗ як для суб'єктів господарювання, що складають фінансову звітність, так і для зовнішніх користувачів такі:

- 1) можливість отримання необхідної інформації для прийняття управлінських рішень;



- 2) забезпечення порівнянності звітності з іншими організаціями, незалежно від того, резидентом якої країни вони є і на якій території здійснюють господарську діяльність;
- 3) можливість залучення іноземних інвестицій і позик, а також виходу на зарубіжні ринки;
- 4) престижність, забезпечення більшої довіри з боку потенційних партнерів;
- 5) у багатьох випадках велика надійність інформації;
- 6) прозорість інформації, що забезпечується шляхом дотримання правил її складання, а також численними поясненнями до звітності.

Однак аналіз національних систем бухгалтерського обліку і звітності різних країн виявляє розбіжності щодо:

- обсягу та змісту фінансової інформації у звітах;
- структури фінансових звітів;
- підходів до оцінювання статей фінансових звітів.

Пристосування вітчизняних форм звітності до вимог МСФЗ має безліч проблемних моментів, незважаючи на те, що в Наказі МФУ "Про внесення змін до деяких нормативно-правових актів Міністерства фінансів України з бухгалтерського обліку" була здійснена спроба "узгодити" МСФЗ та вітчизняні форми фінансової звітності шляхом внесення в українські форми № 1, 2, 3 і 4 реквізитів, призначених для ідентифікації їх як звітів, складених за МСФЗ [3].

Насамперед, це пов'язано з тим, що за деякими аспектами форми фінансової звітності за П(С)БО суперечать МСФЗ. Так, згідно з п. 90 МСБО 1, "суб'єкт господарювання повинен розкривати суму податку на прибуток, пов'язану з кожним компонентом іншого сукупного прибутку, включаючи коригування перекласифікації, або у звіті про сукупні доходи, або у примітках" [4]. Форма ж № 2 містить у статті "Податки на прибуток" (р. 180) загальну суму податків на прибуток від звичайної діяльності.

Така несумісність стосується також відображення у звітності надзвичайних витрат і доходів. Форма № 2 містить у рядках 200 і 205 статті надзвичайних доходів і витрат, у той же час згідно з п. 87 МСБО 1 "суб'єкт господарювання не повинен подавати будь-які статті доходу або витрат у вигляді надзвичайних статей у звіті про сукупні доходи". Якщо залишити ці рядки у формі № 2 і поставити хрестик у МСФЗ-квадратику, то такий звіт з погляду самих МСФЗ не буде відповідати МСФЗ. Якщо ж із форми № 2 забрати рядки 200 і 205, то ця форма просто перестане бути власною формою № 2.

Відповідно до ст. 5 Закону України "Про бухгалтерський облік та фінансову звітність в Україні" підприємства ведуть бухгалтерський облік і складають фінансову звітність у грошовій одиниці України. Це означає, що фінансову звітність за МСФЗ в Україні можна складати лише у гривнях. Виходячи з цього, по суті, вітчизняним підприємствам заборонено застосовувати положення МСБО 21 "Вплив змін валютних курсів" щодо переведення статей фінансової звітності в іноземну валюту або з однієї іноземної валюти в іншу [5].

Суперечність вбачається й у складі та порядку подання фінансової звітності за національними і міжнародними стандартами. Так, п. 2 ст. 11 Закону України "Про бухгалтерський облік та фінансову звітність в Україні" передбачає, що фінансова звітність підприємства включає: баланс, звіт про фінансові результати, звіт про рух грошових коштів, звіт про власний капітал та примітки до звітів [1].

Згідно з п. 10 МСБО 1, повний комплект фінансової звітності включає [3]:

- 1) звіт про фінансовий стан на кінець періоду;
- 2) звіт про сукупні доходи за період;
- 3) звіт про зміни у власному капіталі за період;
- 4) звіт про рух грошових коштів за період;
- 5) примітки, що містять стислий виклад суттєвих облікових політик та інші пояснення;
- 6) звіт про фінансовий стан на початок найбільш давнього порівняльного періоду, коли суб'єкт господарювання застосовує облікову політику ретроспективно або здійснює ретроспективний перерахунок статей своєї фінансової звітності, або коли він перекласифікує статті своєї фінансової звітності.

У ст. 13 Закону України "Про бухгалтерський облік та фінансову звітність в Україні" зазначено, що проміжна звітність складається щоквартально наростаючим підсумком з початку звітного року в складі балансу та звіту про фінансові результати [1]. Згідно з МСБО 34 "Проміжна фінансова звітність", проміжний фінансовий звіт має включати, як мінімум, такі компоненти [3]:

- 1) стислий звіт про фінансовий стан;
- 2) стислий звіт про сукупні доходи, поданий як:
  - 2.1) стислий єдиний звіт;
  - 2.2) стислий окремих звітів про прибутки та збитки і стислий звіт про сукупні доходи;
- 3) стислий звіт про зміни у власному капіталі;
- 4) стислий звіт про рух грошових коштів;
- 5) деякі пояснювальні примітки.

Крім того, МСФЗ використовують дещо інший підхід до складання проміжного звіту про сукупні прибутки: його подають у двох форматах – наростаючим підсумком та за останній проміжний період.

Відмінною рисою МСФЗ від національної системи бухгалтерського обліку є те, що звітність за МСФЗ формується, не ґрунтуючись на законодавчих нормах, а виходячи з конкретних фінансових реалій. Таким чином, пріоритет віддається економічному змісту, а не формі, що нівелює принцип превалювання сутності над формою, задекларований у концептуальних основах МСФЗ.

Таким чином, міжнародні стандарти фінансової звітності виступають ефективним інструментом отримання повної і зрозумілої для всіх інформації про господарську діяльність суб'єктів господарювання, порівняння результатів їх діяльності з метою забезпечення адекватної оцінки їх потенціалу та ухвалення відповідних управлінських рішень у світлі інтеграції України до світової економіки.

Успішна імплементація МСФЗ в Україні можлива лише за умови адекватних та виважених дій органів державної влади, міжнародної співпраці у рамках спеціалізованих професійних організацій, зокрема, з питань опрацювання проектів міжнародних стандартів фінансової звітності, створення системи підготовки, перепідготовки та підвищення кваліфікації бухгалтерів з питань використання міжнародних стандартів фінансової звітності.

Незважаючи на велику кількість праць із питань проблем застосування суб'єктами господарювання України МСФЗ, дослідження передумов створення ефективного та дієвого механізму гармонізації національної системи бухгалтерського обліку з міжнародними стандартами фінансової звітності не знайшло достатнього висвітлення та практичного застосування, а тому потребує подальшого вивчення.

*Наук. керівн. Часовнікова Ю. С.*

**Література:** 1. Про бухгалтерський облік та фінансову звітність в Україні : Закон України від 16.07.99 р. № 996-XIV зі змінами і доповненнями [Електронний ресурс]. – Режим доступу : [www.zakon2.rada.gov.ua](http://www.zakon2.rada.gov.ua). 2. Про застосування міжнародних стандартів фінансової звітності : Лист Національного банку України, Міністерства фінансів України, Державної служби статистики від 07.12.2011 р. № 12-208/1757-14830, № 31-08410-06-5/30523, № 04/4-07/702 [Електронний ресурс]. – Режим доступу : [www.zakon2.rada.gov.ua](http://www.zakon2.rada.gov.ua). 3. Про внесення змін до деяких нормативно-правових актів Міністерства фінансів України з бухгалтерського обліку : Наказ Міністерства фінансів України від 09.12.2011 р. № 1591 [Електронний ресурс]. – Режим доступу : [www.zakon2.rada.gov.ua](http://www.zakon2.rada.gov.ua). 4. Міжнародні стандарти фінансової звітності [Електронний ресурс]. – Режим доступу : [www.minfin.gov.ua](http://www.minfin.gov.ua). 5. Голов С. МСФЗ у законі / С. Голов // Бухгалтерський облік і аудит. – 2011. – № 9. – С. 3–9.

УДК [336.21:005.51]:005.412

**Несвітайло М. А.**

Магістр 2 курсу  
факультету економіки і права ХНЕУ

## **ПОДАТКОВЕ ПЛАНУВАННЯ ТА ПОДАТКОВИЙ ПОТЕНЦІАЛ ЯК ФАКТОРИ ВПЛИВУ НА РОЗВИТОК ПІДПРИЄМСТВА**

*Анотація. Проаналізовано поняття податкового планування та виділені основні елементи, методи й етапи податкового планування на підприємстві, що дає можливість їх використання для організації й здійснення управління податковим потенціалом та, як наслідок, управління розвитком підприємства в цілому.*

*Аннотация. Проанализировано понятие налогового планирования и выделены основные элементы, методы и этапы налогового планирования на предприятии, что дает возможность их использования для организации и осуществления управления налоговым потенциалом и, как следствие, управления развитием предприятия в целом.*

*Annotation. The article analyses the concept of tax planning; the basic elements, methods and stages of tax planning at the enterprise are singled out enabling to use them for organizing and managing tax potential and as a result development management of the whole enterprise.*

*Ключові слова: податкове планування, податковий потенціал, податковий паспорт підприємства.*

В умовах нестабільного податкового середовища, що зумовлено загальною економічною нестабільністю і мінливістю податкового законодавства України, досить актуальною є проблема



податкового планування господарської діяльності, як однієї з умов ефективного використання потенціалу підприємства та його розвитку. Об'єктом дослідження є процес податкового планування та податковий потенціал, а предметом дослідження – розгляд цих понять у розрізі впливу на розвиток підприємства.

Вирішенню проблем податкового планування господарської діяльності в Україні приділено значну увагу в працях як вітчизняних, так і зарубіжних вчених, таких, як: Вишневецький В. П., Д. Липницький [1], Іванов Ю. Б., Карпова В. В., Попов Б. А., Рева Т. М. [2], та інших, однак вивченню впливу податкового планування на розвиток підприємства належної уваги приділено не було.

Податкове планування становить процес визначення сум податкових платежів на основі аналізу та вибору різних об'єктів оподаткування, пріоритетних видів підприємницької діяльності, конкретних операцій, можливостей підприємства для досягнення заданих результатів фінансово-господарської діяльності як у короткотерміновому, так і в довготерміновому періоді в умовах чинної податкової системи [2].

Для вітчизняних підприємств податкове планування виступає необхідним засобом адаптації до мінливості зовнішнього середовища. Складання прогнозу податкових платежів, виявлення та аналіз факторів, які впливають на рівень оподаткування, оцінка економічної діяльності вкладання коштів у бізнес за наявного рівня податкового навантаження створюють підґрунтя для обрання підприємствами найбільш оптимального варіанта здійснення фінансово-господарської діяльності в умовах чинної податкової системи України. Податкове планування дозволяє підприємству уникнути багатьох складних ситуацій, частково усуває негативний ефект невизначеності середовища функціонування, поліпшує координацію дій, сприяє більш раціональному використанню фінансових ресурсів, дозволяє керівництву ухвалювати більш обґрунтовані управлінські рішення.

З метою проведення моніторингу та прогнозу ефективності податкового планування з точки зору внутрішнього податкового адміністрування, оцінки реального податкового потенціалу як складової частини потенціалу підприємства підприємствам пропонується складання податкового паспорта суб'єкта господарювання.

У податковий паспорт підприємства варто включити такі розділи [3]:

Загальна характеристика підприємства.

Основні показники фінансово-господарської діяльності підприємства.

Відомості про рахунки в банках та інших кредитних установах.

Доходи, що не підлягають оподаткуванню.

Дані про перевірки платника податків.

Зовнішньоекономічна діяльність.

Заборгованість за податками та зборами до бюджетної системи України.

Основні показники податкового навантаження на організацію.

Ефективність податкового потенціалу підприємства.

Слід зазначити, що крім створення адекватної сьогодишнім економічним реаліям структури податкового планування, визначення повноважень і вимог до учасників процесу планування податкових платежів, для успішного налагодження діяльності щодо планування податків необхідна наявність фінансових, матеріально-технічних та інтелектуальних ресурсів, які формуються в процесі складання щорічного податкового плану. Далі буде розглянуто податковий потенціал підприємства, який значною мірою впливає на розвиток підприємства.

Методологічною основою дослідження явища податкового потенціалу є гносеологічні принципи [3]: системності, причинності, збереження та перетворення енергії, спостереження. В результаті встановлено, що складовими податкового потенціалу є актуальний податковий потенціал із наявними відомими резервами, з одного боку, та приховані резерви, з іншого. Джерелами походження цих складових податкового потенціалу є офіційна та тіньова економіка, в яких відповідно також знаходяться наявна та прихована бази оподаткування.

Оцінка податкового потенціалу для підприємства пов'язана з податкоспроможністю і може бути визначена як потенціал з урахуванням ефективних податкових зусиль за оптимального співвідношення темпів економічного зростання підприємства та виконання зобов'язань перед бюджетом.

Із загальних груп потенціалів слід виділити основні чинники, які впливатимуть на податковий потенціал:

технології;

рівень кваліфікації персоналу;

якість виробленої продукції;

якісні характеристики основних засобів;

цінова політика;

величина власного капіталу.

Оцінка податкового потенціалу дозволяє, з одного боку, визначити обсяг фінансових ресурсів, які трансформуються в податковий потік, з іншого боку, – це гранично допустима величина податкового навантаження.

Державні органи пропонують такі критерії оцінки податкового потенціалу:

рентабельність продажів;

рентабельність активів;

середнє податкове навантаження;

заробітна платня;

ризики.

Податковий потенціал може бути оцінений через розмір недоїмки та штрафні санкції, тобто через ризики. На думку автора, податковий потенціал слід оцінювати через критерії співвідношення платежу. Оцінити співвідношення найбільш об'єктивно можна за умови використання підприємством природних ресурсів.

Податкова система через елементи податку, такі, як ставка податку та оподатковувана база, встановлює взаємозв'язок між бізнесом і податковим навантаженням. І якщо розширення бізнесу тягне за собою зниження величини податкового навантаження, то в цих умовах бізнес слід розширювати. У процесі розширення непрямі податки – ПДВ і акцизи – слід розглядати як податки на ділову активність, оскільки, в частині ПДВ, в додану вартість вже увійшли такі економічні категорії, як: заробітна плата, страхові внески і прибуток [2].

Таким чином, можна дійти висновку, що податкове планування дає змогу значною мірою вдосконалити управління податковим потенціалом підприємства, що, у свою чергу, сприяє розвитку підприємства.

Наук. керівн. Часовнікова Ю. С.

**Література:** 1. Вишнеvский В. П. Оценка возможностей снижения налогового бремени в переходной экономике / В. Вишнеvский, Д. Липницкий // Вопросы экономики. – 2000. – № 2. – С. 107–116. 2. Иванов Ю. Б. Налоговое планирование: принципы, методы, инструменты / Ю. Б. Иванов, В. В. Карпова, Л. Н. Карпов. – X. : ИД "ИНЖЭК", 2006. – 272 с. 3. Кізим А. Я. Податковий менеджмент : навч.-метод. посібн. / А. Я. Кізим. – Тернопіль : Астон, 2004. – 166 с.

УДК 336.226.11

**Штонда Г. А.**

Магістр 2 курсу  
факультету економіки і права ХНЕУ

## **ДОСЛІДЖЕННЯ ПРОБЛЕМ, ЩО ВИНИКАЮТЬ У ФІЗИЧНИХ ОСІБ-ПІДПРИЄМЦІВ, ЯКІ ПОВ'ЯЗАНІ З ОПОДАТКУВАННЯМ ОТРИМАНИХ НИМИ ДОХОДІВ**

*Анотація. Досліджено проблемні питання оподаткування доходів, отриманих суб'єктом підприємницької діяльності – фізичною особою – від ведення господарської діяльності, визначено порядок сплати податку на доходи фізичних осіб та запропоновано напрями щодо його вдосконалення.*

*Аннотация. Исследованы проблемные вопросы налогообложения доходов, полученных субъектом предпринимательской деятельности – физическим лицом – от ведения хозяйственной деятельности, определен порядок уплаты налога на доходы физических лиц и предложены направления по его усовершенствованию.*

*Annotation. The problematic issues of taxation of income received by a business entity – an individual – from his business activity, the procedure for payment of the tax on personal income, and directions for its improvement are investigated.*

*Ключові слова: оподаткування, суб'єкт підприємницької діяльності, податок на доходи фізичних осіб, авансові платежі.*

З 1.01.2011 р. набрав чинності Податковий кодекс України (далі ПКУ) [1], внаслідок чого відбулися істотні зміни в правилах оподаткування доходів від підприємницької діяльності фізичних осіб на загальній системі оподаткування, проте деякі положення чинного законодавства потребують доопрацювання, а саме:

механізм застосування ставок податку на доходи фізичних осіб;  
порядок сплати авансових платежів з податку на доходи фізичних осіб.

Питання розвитку та оподаткування суб'єктів малого підприємництва досліджувалося в наукових працях Галь В. М. [2], Гнатцова О. Г. [3], Збарського В. К. [4], Лайка П. А. [5] та інших.

На думку Максименко І. А., система податкового регулювання суб'єктів малого підприємництва повинна сприяти розвитку економічної системи в цілому, тобто забезпечувати формування оп-



тимальних сум податкових надходжень до різних рівнів сектору загального державного управління для виконання них своїх функцій і, одночасно, не зменшувати стимулів щодо отримання суб'єктами малого бізнесу високих доходів [6].

Водночас у зв'язку з прийняттям ПКУ, механізм застосування загальної системи оподаткування фізичними особами-суб'єктами підприємницької діяльності містить положення, які спонукатимуть підприємців приховувати свої доходи, а тому потребує більш детального вивчення.

Метою статті є дослідження загальної системи оподаткування суб'єктів підприємницької діяльності – фізичних осіб, виявлення її недоліків та окреслення шляхів удосконалення порядку нарахування та сплати податку на доходи фізичних осіб суб'єктами підприємницької діяльності.

Згідно з пп. 171.1 ПКУ, доходи фізичних осіб-підприємців на загальній системі оподаткування, отримані протягом календарного року від господарської діяльності, оподатковують за ставками 15 та 17 % [1].

Об'єктами оподаткування, згідно з ПКУ, є чистий річний оподатковуваний дохід, тобто різниця між загальним оподатковуваним доходом (виручкою в грошовій та негрошовій формі) і документально підтвердженими витратами, пов'язаними з господарською діяльністю підприємця відповідно до п. 177.2 ПКУ. Проте, згідно з п. 167.1 ПКУ, ставки 15 та 17 % застосовуються до місячного оподаткування доходів [1].

Остаточний (річний) розрахунок податку на доходи фізичних осіб за звітний податковий рік підприємець робить самостійно згідно з даними, зазначеними в річній податковій декларації, з урахуванням сплаченого ним авансом протягом року податку на доходи та плати за торговий патент на підставі документального їх підтвердження.

Отже, щоб застосовувати прогресивну шкалу, підприємцю слід протягом року вести облік своїх чистих місячних доходів від підприємницької діяльності, а також облік загальних місячних оподатковуваних доходів, які складатимуться з чистого місячного доходу від підприємницької діяльності та всіх інших оподатковуваних доходів, одержаних протягом звітного місяця.

Ще більше ситуація з річного оподаткування підприємця може ускладнитися, якщо фізична особа-підприємець отримала інші доходи, які мають оподатковуватися за загальними правилами, встановленими ПКУ для платників фізичних осіб та підприємців.

Тут слід урахувати те, що коли обчислюється сума податку на доходи для річної декларації та остаточного розрахунку, ставку 15 % (17 %) застосовують до всіх одержаних доходів (окрім випадків, визначених у пунктах 167.2 – 167.4 ПКУ), тобто не лише у формі зарплати, заохочувальних, компенсаційних чи інших виплат і винагород, які надають платнику у зв'язку трудовими відносинами та за цивільно-правовими договорами. Отже, якщо загальна сума отриманих у звітному податковому місяці доходів перевищує 10-кратний розмір мінімальної зарплати, встановленої законом на 1 січня звітного податкового року, то сума перевищення потрапить під оподаткування за ставкою 17 %.

Знову ж таки виникає необхідність в обліку та розрахунку місячного доходу. Але підприємцям-загальносистемникам виконати такі вимоги вкрай важко і навіть технічно неможливо. Адже звітний період у підприємців-загальносистемників – це рік. Як правило, час (місяць) одержання доходів не збігається за датою (місяцем) понесення витрат. Тому якщо підприємець і виведе підсумки чистого доходу за місяць, то вони не будуть відображати реальних результатів діяльності за цей місяць (вони можуть бути значно меншими, скажімо, за рахунок витрат, які підприємець поніс у попередніх періодах). Усю річну виручку можна отримати за один день, проте витрати у зв'язку з виконанням умов договору потрібно нести протягом року. Таким чином, розрахункова сума загального місячного доходу підприємця за кожен із місяців звітного року може бути більшою, ніж 10-кратний розмір мінімальної зарплати, але реально значно меншою за рахунок витрат.

Для виходу з цієї ситуації необхідно розглянути з метою оподаткування усереднений у розрахунок на місяць чистий річний дохід підприємця. Але зараз в ПКУ немає норми щодо розрахунку та оподаткування середньомісячного чистого доходу із суми річного.

Виправити цю ситуацію можна через внесення змін до Податкового кодексу України.

Щодо порядку сплати податку на доходи фізичних осіб, у пп. 177.5.1 ПКУ для підприємців на загальній системі оподаткування сформульовано загальне правило нарахування авансових платежів із податку на доходи фізичних осіб. Згідно з ними суми авансових платежів підприємець розраховує самостійно, але не менше 100 % податку на доходи, обчисленого від річної сум податку з оподаткованого доходу за минулий рік. До бюджету від отриманої суми перераховують по 25 % щоквартально: до 15 березня, 15 травня, 15 серпня та 15 листопада.

Сплачені протягом року авансові платежі враховуються підприємцем під час проведення остаточного розрахунку з податку на доходи за підсумками року. Переплату з податку на доходи підприємцю можуть повернути на поточний банківський рахунок або, за бажанням підприємця, врахувати в рахунок сплати податку на доходи в майбутніх періодах.

Порядок сплати податку на доходи фізичних осіб авансовими платежами викликає багато запитань, адже сплачувати його необхідно навіть за умови отримання підприємцем збитків, а в разі його несплати в терміни, встановлені законодавством, до підприємця будуть застосовуватися штрафні санкції.

Згідно зі ст. 126 ПКУ, за несплату (несвоєчасну сплату) авансових платежів застосовуються такі штрафні санкції:

в разі затримки до 30 календарних днів включно, що настають за останнім календарним днем сплати, – 10 % від погашеної суми податкового боргу;

в разі затримки понад 30 календарних днів, що настають за останнім календарним днем сплати, – 20 % від погашеної суми податкового боргу.



Подальше вдосконалення порядку нарахування та сплати податку на доходи фізичних осіб суб'єктами підприємницької діяльності – фізичними особами – має вирішуватися шляхом розв'язання проблеми за сплатою цього податку за умови збитковості підприємницької діяльності чи зниження її дохідності.

Одним зі шляхів вирішення цієї проблем може бути внесення в ПКУ норми, згідно з якою у випадку значного зменшення в податковому періоді очікуваного доходу платник податків може надати податкову декларацію із сумою фактичного доходу від здійснення підприємницької діяльності за півроку та зменшити авансові платежі.

Наук. керівн. Часовнікова Ю. С.

**Література:** 1. Податковий кодекс України [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/2755-17>. 2. Галь В. М. Розвиток малого та середнього бізнесу в Україні / В. М. Галь // Вісник Національного банку України. – 2011. – № 1. – С. 13–15. 3. Гнаговський О. П. Ефективність запровадження та розвиток малого підприємництва в Україні / О. П. Гнаговський // Фінансист. – 2011. – № 5. – С. 17–19. 4. Збарський В. К. Тенденції розвитку малого підприємництва / В. К. Збарський // Економіка АПК. – 2011. – № 8. – С. 50–53. 5. Лайко П. А. Податкове регулювання підприємницької діяльності: монографія / П. А. Лайко, Р. П. Жарко. – К. : ННЦ ІАЕ, 2012. – 254 с. 6. Максименко І. А. Діяльність суб'єктів національного підприємництва в умовах фінансової кризи / І. А. Максименко // Економіка та держава. – 2012. – № 7. – С. 18–26.

УДК 657.44:336.713

**Хворостовська М. В.**

Студент 4 курсу  
факультету обліку і аудиту ХНЕУ

## **ВИЗНАЧЕННЯ ОСОБЛИВОСТЕЙ ОБЛІКУ ДОХОДІВ І ВИТРАТ КОМЕРЦІЙНОГО БАНКУ**

*Анотація. Розглянуто специфіку обліку доходів і витрат комерційного банку України та наведено рекомендації щодо її вдосконалення. Запропоноване доцільне розширення класифікації доходів і витрат банку за різними ознаками з метою підвищення ефективності управління.*

*Аннотация. Рассмотрена специфика учета доходов и расходов коммерческого банка Украины и приведены рекомендации по ее усовершенствованию. Предложено целесообразное расширение классификации доходов и расходов банка по различным признакам с целью повышения эффективности управления.*

*Annotation. The specificity of accounting of income and expenses of the commercial bank of Ukraine is considered and recommendations for its improvement are provided. The expedient expansion of classification of income and expenses of the bank by various characteristics is proposed to improve management efficiency.*

*Ключові слова: банківська система, комерційний банк, бухгалтерський облік, управлінський облік, доходи, витрати, прибуток.*

Сучасний стан розвитку економіки в державі потребує постійної уваги до банківської системи, проведення політики, спрямованої на створення сприятливих умов для її стабільного та ефективного функціонування. Основною ланкою дворівневої банківської системи України є комерційні банки. Метою діяльності комерційного банку є отримання прибутку. Тому дуже важливо правильно та своєчасно відображати облікові операції в банку, зокрема безпомилково вести обліково-аналітичну роботу з відображення доходів банку, своєчасно складати та подавати звітність.

Дослідженню проблем організації та методології управлінського обліку присвячені праці таких видатних вчених та фахівців: Бутинця Ф. Ф., Кіндрацької Л. М. [1], Пушкаря М. С., Ричаківської В. І., Савлука М. І., Нападівської Л. В. [2], Сопка В. В., Чумаченка М. Г., Білухи М. Т., Герасимовича А. М. [3], Гуцайлюк З. В., Зубілевич С. Я., Кирейцева Г. Г., Примостки Л. О., Снігурської Л. П. [4] та ін.

Мета дослідження – розгляд та визначення особливостей відображення в бухгалтерському обліку доходів і витрат банку, удосконалення методики бухгалтерського обліку доходів і витрат банку.



Відповідно до поставленої мети визначено основні завдання, спрямовані на її досягнення:  
розглянути поняття обліку доходів та витрат комерційних банків;  
дослідити принципи обліку доходів комерційних банків;  
дослідити принципи обліку видатків комерційних банків;  
запропонувати методи вдосконалення обліку.

Об'єктом дослідження є доходи і витрати комерційного банку.

Предмет дослідження становить облік доходів та витрат комерційних банків.

У міжнародній практиці бухгалтерського обліку підходи до визначення категорій бухгалтерських доходів і витрат не завжди були однаковими. Досі не існує єдиної думки щодо їх трактування. Останнім часом чітко простежується тенденція до визначення в бухгалтерському обліку економічних доходів, витрат і прибутку. За національними стандартами обліку доходами вважається збільшення економічних вигід протягом звітного періоду у формі припливу або зростання активів, або зменшення зобов'язань, що зумовлюють збільшення капіталу і не є внесками акціонерів [5]. Витратами вважається зменшення економічної вигоди банку у звітному періоді у формі відпливу або використання активів, або виникнення заборгованості, що призводить до зменшення власного капіталу і не є розподіленням між акціонерами [6].

Визнані доходи класифікуються в бухгалтерському обліку за такими групами: дохід (виручка) від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг); інші операційні доходи; фінансові доходи та інші доходи [5].

До складу витрат включаються загальновиробничі витрати; витрати, пов'язані з операційною діяльністю; адміністративні витрати; витрати на збут; інші операційні витрати; прямі матеріальні витрати; витрати, пов'язані з інвестиційною та фінансовою діяльністю [6].

Необхідно розширити прийняту класифікацію доходів і витрат банку. Нормативними документами НБУ детально опрацьовано базову класифікацію, яку покладено в основу побудови Плану рахунків бухгалтерського обліку банків України. Проте для підвищення ефективності управління класифікувати доходи і витрати важливо також і за іншими ознаками, наприклад, такими, як аналіз динаміки і структури доходів і витрат за укрупненими, а далі – деталізованими групами; факторний аналіз найвпливовіших груп доходів (витрат); "дзеркальний" аналіз; коефіцієнтний аналіз.

Розширюючи класифікацію доходів і витрат за іншими ознаками, треба зберегти відповідність цих класифікацій чинному Плану рахунків бухгалтерського обліку комерційних банків України. Це створить вагомі передумови для організації ефективного управлінського обліку та аналізу. Важливим є питання тлумачення сутності категорій "внутрішній облік" та "управлінський облік".

Внутрішній облік – облік доходів і витрат та калькулювання собівартості банківських продуктів, а також визначення ефективності різних рівнів банківської діяльності.

Управлінський облік – система управління доходами і витратами банку, елементами якої є внутрішній облік, планування, аналіз доходів і витрат, контроль за виконанням планів, підготовка проектів управлінських рішень, розроблення класифікації доходів і витрат та відповідних методик реалізації елементів системи, а також сукупність причинно-наслідкових зв'язків між ними.

В організації управлінського обліку важливо правильно поділяти доходи і витрати банку на прямі та непрямі. Як базову основу обліковування прямих доходів (витрат) необхідно використовувати трансфертне ціноутворення. У процесі розподілу непрямих доходів (витрат) доцільно використовувати елементи операційно-вартісного підходу. З огляду на це у структурі банку слід виокремити центри відповідальності, а саме: центри прибутку, центри послуг і центри підтримки.

Механізм трансфертного ціноутворення визначає такі процедури: перерозподіл комісійних та інших банківських непроцентних доходів і витрат; розрахунок внутрішніх цін на ресурси шляхом формування процентних доходів і витрат, їх розподіл між центрами відповідальності проводиться з урахуванням різних критеріїв. Надзвичайно важливо правильно обрати базу розподілу витрат центрів підтримки та центрів послуг між центрами прибутку. Для цього в багатьох працях пропонується використовувати критерій затраченого робочого часу (на обслуговування конкретного центру прибутку). Для обліку робочого часу передбачаються "Табелі обліку робочого часу", у яких кожний робочий день розписується за годинами, затраченими на роботу за запитом конкретного підрозділу, а за можливості – за кожним клієнтом (табелі заповнюються працівниками конкретного підрозділу) [7].

Проведення різних видів аналізу витрат комерційного банку дозволяє з'ясувати причини зміни витрат, простежувати тенденцію цих змін тощо. Це, у свою чергу, допоможе раціонально управляти витратами банківських установ. Управління витратами є досить об'ємним і складним процесом. Головною метою управління витратами є зменшення рівня витрат комерційного банку, що, зі свого боку, приведе до підвищення рівня прибутку комерційного банку. Також можна зробити прогноз та виявити чинники, які впливають на обсяг витрат комерційного банку.

Достатньо вагомим напрямом зниження витрат комерційних банків зарубіжні фахівці вважають запровадження системи страхування кредитів. Крім того, до складу основних методів оптимізації витрат комерційного банку можна включити: планування витрат; управління тарифною політикою; пряме скорочення витрат; проведення банківського моніторингу та оптимізацію податкової бази шляхом планування.

Подальше вдосконалення методики обліку доходів і витрат можливе шляхом безпосереднього використання основоположних принципів обліку доходів і витрат, а саме: принципів нарахування та відповідності витрат, обачності та ін. [8].

Принцип нарахування є одним з основних принципів, які використовуються під час процедури обліку доходів і витрат за міжнародними стандартами бухгалтерського обліку. Відповідно до нормативної бази бухгалтерський облік на базі нарахування означає, що всі завершені операції реєструються тоді, коли вони мали місце незалежно від часу отримання або сплати грошей, тобто



вони враховуються й оцінюються в тому періоді, до якого відноситься момент їх економічного виникнення [1]. Незважаючи на дію методу нарахування, касовий метод не відмінено за умови, що момент отримання доходів (сплати витрат) співпадає з моментом їх економічного виникнення. На противагу цьому, бухгалтерський облік на грошовій основі означає, що всі завершені операції реструкуються лише тоді, коли відповідні гроші отримуються або сплачуються.

МСБО 12 "Податки на прибуток" чітко визначає різницю між економічним (обліковим) прибутком і прибутком до оподаткування. Так, обліковий прибуток – це чистий прибуток або збиток до врахування податкових витрат.

МСБО 12 визначає термін "податкові витрати" ("податковий дохід") як загальну суму, що включається відповідно до поточних податків та відстрочених податків під час визначення чистого прибутку або збитку за певний період. Тому податкові витрати слід розраховувати як суму двох компонентів: поточних податкових витрат і відстрочених податкових витрат [9].

Загальна методика фінансового обліку доходів і витрат банку сформована відповідно до міжнародних та національних стандартів положень бухгалтерського обліку. Прибутковість і ефективність діяльності банків є основними складовими процесу формування фінансово стійкої банківської системи. Дослідження сутності доходів і витрат банківської установи як основних чинників впливу на обсяг отриманого банком прибутку – необхідна умова подальшого вдосконалення системи їх обліку, аналізу й управління. Для вдосконалення методики обліку доходів та витрат комерційних банків необхідно:

1) визначити роль і значення бухгалтерського обліку як функції управління комерційним банком, що постійно зростає, через що важливо й необхідно виділити у сучасній системі бухгалтерського обліку три взаємопов'язані підсистеми фінансового, управлінського обліку, а також обліку з метою оподаткування;

2) вдосконалити організацію управлінського обліку з використанням трансфертного ціноутворення і елементів операційно-вартісного підходу з упровадженням центрів відповідальності для здійснення самого процесу обліку доходів та витрат;

3) на базі основоположних принципів обліку доходів та витрат розширити прийняту класифікацію доходів та витрат банку за такими ознаками, як факторний аналіз найвпливовіших груп доходів (витрат); "дзеркальний" аналіз; коефіцієнтний аналіз.

Дослідженню цього питання присвячено велику кількість робіт, але все ж це дослідження показує, що облік доходів та витрат комерційних банків України потребує подальшого вдосконалення.

*Наук. керівн. Глебова Н. В.*

**Література:** 1. Кіндрацька Л. М. Впровадження міжнародних стандартів бухгалтерського обліку в Україні / Л. М. Кіндрацька // Фінанси України. – 2000. – № 1. – С. 29–35. 2. Нападівська Л. В. Управлінський облік : монографія / Л. В. Нападівська. – Дніпропетровськ, 2000. – 450 с. 3. Герасимович А. М. Облік і аудит у банках / А. М. Герасимович. – К. : КНЕУ, 2004. – 536 с. 4. Снігурська Л. П. Методичні підходи до аналізу доходів і витрат банку / Л. П. Снігурська // Економіст. – 2002. – № 12. – С. 61–63. 5. Положення (стандарт) бухгалтерського обліку 15 "Дохід" [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/z0860-99>. 6. Положення (стандарт) бухгалтерського обліку 16 "Витрати" [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/z0027-00>. 7. Снігурська Л. П. Облік та аналіз доходів і витрат комерційного банку : дисертація на здобуття наукового ступеня кандидата економічних наук за спеціальністю 08.06.04 – бухгалтерський облік, аналіз та аудит / Л. П. Снігурська. – К. : КНЕУ, 2004. – С. 6–9. 8. Правила бухгалтерського обліку доходів і витрат банків України : затв. Постановою Правління НБУ від 18.06.03 № 255 [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/z0583-03>. 9. Міжнародні стандарти бухгалтерського обліку 12 "Податки на прибуток" [Електронний ресурс]. – Режим доступу : [http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/929\\_012](http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/929_012).

УДК 657.21

**Арцих М. Р.**

Магістр 2 курсу  
факультету економіки і права ХНЕУ

## **ВИБІР ОБЛІКОВОЇ ПОЛІТИКИ НА ПІДПРИЄМСТВІ**

*Анотація. Розглянуто теоретичні основи вибору облікової політики на підприємстві відповідно до Закону України "Про бухгалтерський облік і фінансову звітність в Україні" та Положень (стандартів) бухгалтерського обліку, і запропоновано альтернативний підхід до її формування.*

© Арцих М. Р., 2013



*Аннотация. Рассмотрены теоретические основы выбора учетной политики на предприятии в соответствии с Законом Украины "О бухгалтерском учете и финансовой отчетности в Украине" и Положениями (стандартами) бухгалтерского учета, и предложен альтернативный подход к ее формированию.*

*Annotation. The theoretical basis of accounting policy choice at the enterprises are considered in accordance with the Law of Ukraine "On Accounting and Financial Reporting in Ukraine" and the Regulations (Standards) of Accounting, and an alternative approach to its formation is offered.*

*Ключові слова: облікова політика підприємства, бухгалтерський облік, фінансова звітність.*

Основа інформаційного забезпечення управління підприємством є бухгалтерський облік. Кожне підприємство має прийняти правила та методи організації і ведення обліку, за допомогою яких можна отримати найбільш об'єктивну, корисну і своєчасну інформацію про його діяльність з метою внутрішнього управлінського використання. Облікова політика підприємства є тим важливим засобом, завдяки якому існує можливість розумного поєднання державного регулювання і власної ініціативи підприємства в питаннях організації та ведення бухгалтерського обліку.

Актуальність цієї теми полягає в тому, що створення цілісної системи обліку передбачає активне застосування специфічного елемента регулювання бухгалтерського обліку та звітності – облікової політики підприємства, завдяки цьому внутрішні та зовнішні її користувачі мають уявлення про реальний стан справ на підприємстві.

Питання формування та реалізації облікової політики підприємств знайшли відображення в працях українських вчених: Білухи М. Т., Бутинця Ф. Ф., Кірейцева Г. Г., Лінка В. Г., Пушкара М. С., Сопка В. В., Швеця В. Г. та інших, проте в них немає достатнього відображення критеріїв вибору облікової політики на підприємстві.

Метою статті є відображення критеріїв вибору облікової політики на підприємстві, що передбачає вибір комплексу методичних прийомів, способів та процедур організації та ведення бухгалтерського обліку підприємством.

Облікова політика – це вибрана підприємством, з урахуванням встановлених норм та особливостей, методологія бухгалтерського обліку, яка спрямована на досягнення його цілей і завдань та використовується з метою забезпечення надійності фінансової звітності та якісної системи управління.

За чинним нині законодавством підприємствам надане право самостійно визначати облікову політику [1].

Підприємство самостійно:

обирає форму бухгалтерського обліку як певну систему реєстрів обліку, порядку і способу реєстрації та узагальнення інформації в них із дотриманням єдиних засад, встановлених Законом України "Про бухгалтерський облік і фінансову звітність в Україні", та із урахуванням особливостей своєї діяльності й технології обробки облікових даних;

розробляє систему і норми внутрішньогосподарського (управлінського) обліку, звітності та контролю за господарськими операціями, визначає права працівників на підписання бухгалтерських документів;

затверджує правила документообігу й технологію обробки облікової інформації, додаткову систему рахунків і реєстрів аналітичного обліку;

може виділяти на окремий баланс філії, представництва, відділення та інші відокремлені підрозділи, які зобов'язані вести бухгалтерський облік, із подальшим включенням їх показників до фінансової звітності підприємства.

Необхідно також мати на увазі, що облікова політика є складовою частиною фінансової звітності підприємства та повинна відображатися у примітках до фінансових звітів [2].

Отже, саме вона дозволяє поєднати ведення бухгалтерських операцій та складання фінансової звітності. Без такого регламентуючого розпорядчого документа та його додержання бухгалтерський облік не відповідатиме принципу послідовності, а фінансова звітність не буде зрозуміла користувачам. Тож вибір облікової політики на підприємстві є дуже важливим чинником для діяльності підприємства.

На вибір облікової політики підприємства впливають такі фактори:

галузеві особливості або вид діяльності;

організаційно-правова форма;

обсяги виробництва (кількість працюючих);

рівень кваліфікації облікового апарату та забезпеченість його комп'ютерною технікою;

взаємовідносини з податковою системою (які податки сплачує підприємство);

стратегія фінансово-господарської діяльності підприємства [3].

Раніше, до речі, система ведення бухгалтерського обліку в Україні також передбачала створення та дотримання на підприємстві певної облікової політики, але ці вимоги мали формальний характер.

Часи, коли визначення облікової політики на підприємстві обмежувалось комплексом основних (стандартних) параметрів обліку і звітності, механічно переписаних із законодавчих циркулярів (таких, як порядок нарахування зносу основних засобів, порядок звітності підзвітних осіб тощо). Ринкові методи господарювання вимагають досконаліх, конкретних і незмінних правил ведення



бухгалтерського обліку та звітності на підприємстві. А встановлення таких правил, в свою чергу, потребує наукового аналітичного підходу, глибоких маркетингових досліджень, зваженої і далекоглядної кадрової політики, поєднання інтелекту та досвіду працівників підприємства [4].

Сучасний ринок поставив перед підприємством нові вимоги, часом досить складні, розв'язання яких потребує ґрунтовних знань економічних процесів (що відбуваються як на самому підприємстві, так і за його межами), чинного законодавства України (особливо щодо обліку і звітності).

Суттєвим моментом для підприємства є співвідношення організаційних завдань та питань, які безпосередньо стосується облікової політики. Дехто вважає, що це різні речі, які потребують окремих рішень (наказів). На думку автора, встановлення облікової політики є складовою частиною організації і ведення обліку та звітності на підприємстві. Це підтверджується тим, що п. 5 Закону про бухгалтерський облік є невід'ємною частиною, логічним продовженням статті 8 Закону, яка так і називається: "Організація бухгалтерського обліку на підприємстві" [1]. Вважаємо, що розв'язувати такі питання потрібно не окремо, а комплексно.

Облікова політика може формуватися на двох рівнях: макрорівень – політика державних органів щодо розвитку обліку в Україні, мікрорівень – політика конкретного підприємства з метою забезпечення надійності фінансової звітності [5].

Законом України "Про бухгалтерський облік та фінансову звітність в Україні" передбачено застосування такого принципу як постійність [1]. Він означає тривале застосування обраної облікової політики. Її зміна можлива лише у випадках, передбачених п. 9 П(С)БО 6 "Виправлення помилок і зміни у фінансових звітах":

зміна статутних вимог;

зміна вимог органу, який затверджує П(С)БО;

зміни, які забезпечать достовірне відображення подій або операцій у фінансовій звітності підприємства [2].

Треба відзначити, що законодавством не визначено кількість наказів (один чи два), на основі яких формується облікова політика і організовується бухгалтерський облік на підприємстві. Тому, на підприємствах можуть видаватися два окремих накази, один з яких встановлює принципи формування облікової політики, а інший – порядок організації бухгалтерського обліку.

Отже, вибір облікової політики є запорукою успіху організованої та ефективної роботи підприємства.

*Наук. керівн. Часовнікова Ю. С.*

**Література:** 1. Про бухгалтерський облік і фінансову звітність в Україні : від 16.07.1999 р. – № 996-XIV. 2. П(С)БО 1 "Загальні вимоги до фінансової звітності", затверджено наказом Міністерства фінансів України від 31.03.1999 р. – № 87. 3. Бундур Т. О. Роль облікової політики підприємства в організації обліку виробництва продукції рослинництва / Т. О. Бундур // Економіка АПК. – № 10. – 2008. – С. 81–84. 4. Костенко О. М. Облікова політика як внутрішньогосподарський інструмент впливу на формування прибутковості підприємства / О. М. Костенко // Економіка та держава. – № 6. – 2009. – С. 71–72. 5. Кучуренко Т. Регламентування облікової політики фінансової звітності / Т. Кучуренко // Бухгалтерський облік і аудит. – 2009. – № 5. – С. 24–334.

УДК 657.3:658.15

***Зав'ялова О. Ю.***

Магістр 2 курсу  
факультету обліку і аудиту ХНЕУ

## **ОБЛІКОВО-АНАЛІТИЧНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ В УПРАВЛІННІ ФІНАНСОВИМ СТАНОМ ПІДПРИЄМСТВА**

*Анотація. Розглянуто зміст поняття та функції обліково-аналітичного забезпечення в управлінні діяльністю підприємства, необхідність, основні елементи та вимоги до формування обліково-аналітичного забезпечення управління фінансовим станом підприємства, алгоритм його організації.*

*Аннотация. Рассмотрено содержание понятия и функции учетно-аналитического обеспечения в управлении деятельностью предприятия, необходимость, основные элементы и требования к формированию учетно-аналитического обеспечения управления финансовым состоянием предприятия, алгоритм его организации.*

© Зав'ялова О. Ю., 2013



*Annotation. The content and functions of accounting and analytical support in the management of enterprises, the need, the basic elements and the requirements to forming the accounting and analytical support of the financial state of an enterprise, its organization algorithm are considered.*

*Ключові слова: бухгалтерський облік, обліково-аналітичне забезпечення, фінансовий стан підприємства, система управління.*

Стабільна діяльність підприємства прямо пропорційно залежить від його системи управління в цілому та від управління фінансовим станом. Необхідність підтримки ефективного функціонування підприємства потребують володіння якісною інформацією щодо його фінансового стану.

На підприємстві переважна більшість інформаційних потоків пов'язана із системою бухгалтерського обліку, тому виникає необхідність формування обліково-аналітичного забезпечення для прийняття обґрунтованих управлінських рішень.

Суттєвий внесок у розвиток даної проблеми зробили Т. Берднікова [1], А. Пилипенко [2], М. Пушкар [3], Т. Безродна [4], Ф. Бутинець [5] та ін. Однак дане питання потребує подальшого розгляду.

Мета статті полягає у визначенні основних елементів та вимог до формування обліково-аналітичного забезпечення управління фінансовим станом підприємства. Для досягнення поставленої мети були вирішені такі завдання: розглянуто зміст поняття та функції обліково-аналітичного забезпечення в управлінні фінансовим станом підприємства, виділено його основні елементи, визначено алгоритм організації та вимоги до формування.

Об'єкт дослідження – система управління підприємством.

Предмет дослідження – елементи обліково-аналітичного забезпечення управління фінансовим станом підприємства.

Фінансовий стан підприємства – це здатність підприємства фінансувати свою діяльність. Він характеризується забезпеченістю фінансовими ресурсами, необхідними для нормального функціонування підприємства, потребою в їх розміщенні і ефективністю використання, фінансовими взаємовідносинами з іншими юридичними особами, платоспроможністю і фінансовою стійкістю [1, с. 55].

Управління фінансовим станом дає можливість керівництву спрогнозувати, спланувати роботу таким чином, щоб досягти найкращих результатів у діяльності підприємства. Оцінка та аналіз, прогнозування фінансового стану є його основними складовими.

Система бухгалтерського обліку є основою всього інформаційного забезпечення системи управління господарською одиницею. Поряд із бухгалтерським обліком існує й економічний аналіз. У поєднанні їх можна назвати системою обліково-аналітичного забезпечення управління підприємством.

Обліково-аналітичне забезпечення присутнє на будь-якому підприємстві, що веде бухгалтерський облік згідно із законодавством України, але нерідко рівень такого забезпечення не є достатнім для повноцінного інформаційного забезпечення управління діяльністю.

Бухгалтерська облікова інформація формується на таких стадіях: виявлення, вимірювання, реєстрації, накопичення, узагальнення. Вона містить відомості про активи організації, про стан майна, джерела його утворення, про зобов'язання, відносини з контрагентами, про формування фінансових результатів, про прибуток та його використання за певний період.

Аналітична інформація становить вид економічної інформації, отриманої із облікової інформації в результаті дій функцій управління: аналізу та синтезу [2, с. 22–39].

Таким чином, поняття "обліково-аналітична інформація" включає інформацію, яку продукує бухгалтерський облік, та інформацію, яка готується методами економічного аналізу.

Обліково-аналітичне забезпечення управління фінансовим станом підприємства – це процес підготовки обліково-аналітичної інформації щодо фінансового стану, забезпечення її кількості та якості.

Таким чином, поняття обліково-аналітичного забезпечення постає у двох значеннях:

1) діяльність, пов'язана зі збором, реєстрацією, узагальненням, збереженням, передачею та аналітичним опрацюванням інформації;

2) забезпечення системи управління відповідною кількістю необхідної якісної інформації.

Метою формування обліково-аналітичного забезпечення в управлінні фінансовим станом має стати поєднанням процедур бухгалтерського обліку і економічного аналізу формування інформації такого характеру: історичного, що узагальнює результати діяльності; аналітичного, що передувє прийняттю обґрунтованого управлінського рішення.

Звідси можна сформулювати основні функції обліково-аналітичного забезпечення системи управління:

1) інформаційна – забезпечення системи управління інформацією про діяльність підприємства внутрішніх і зовнішніх користувачів;

2) облікова – відображення фактів господарської діяльності підприємств;

3) аналітична – здійснення на підставі первинних аналітичних даних економічного аналізу діяльності підприємств.

Щоб мати належне інформаційне забезпечення управління фінансовим станом засобами обліку і аналізу, доцільно сформулювати комплекс завдань для досягнення ефективного обліково-аналітичного забезпечення реалізації управлінської функції [3].

Отже, обліково-аналітичне забезпечення управління фінансовим станом має відповідати таким вимогам:

1) цілісність та ідентичність: однаковий підхід до визначення понять і змісту показників;

2) практична спрямованість: документи створюються для вирішення конкретних управлінських завдань;

- 3) стабільність: документообіг розрахований на тривалий період часу;  
 4) економічність: витрати на підготовку інформації не повинні перевищувати ефекти від її використання;  
 5) адресність: обліковий документ готується для конкретного працівника підприємства;  
 6) конфіденційність: зміст облікових документів, порядок їх формування і використання є комерційною таємницею.

Алгоритм організації інформаційної бази щодо управління фінансовим станом можна подати у вигляді 4 етапів: збору й систематизації інформації про обсяги діяльності, про формування і розміщення майна та капіталу підприємства, про результати діяльності; складання звітності; аналіз інформації; прийняття управлінських рішень щодо управління фінансовим станом підприємства, прогнозування діяльності [4].

Інформаційно-аналітичне забезпечення управління фінансовим станом – це поєднання всієї використовуваної в ній інформації, специфічних засобів і методів її аналітичної обробки [5, с. 65].

Отже, обліково-аналітичне забезпечення управління фінансовим станом підприємства автором зображено за допомогою рисунка.

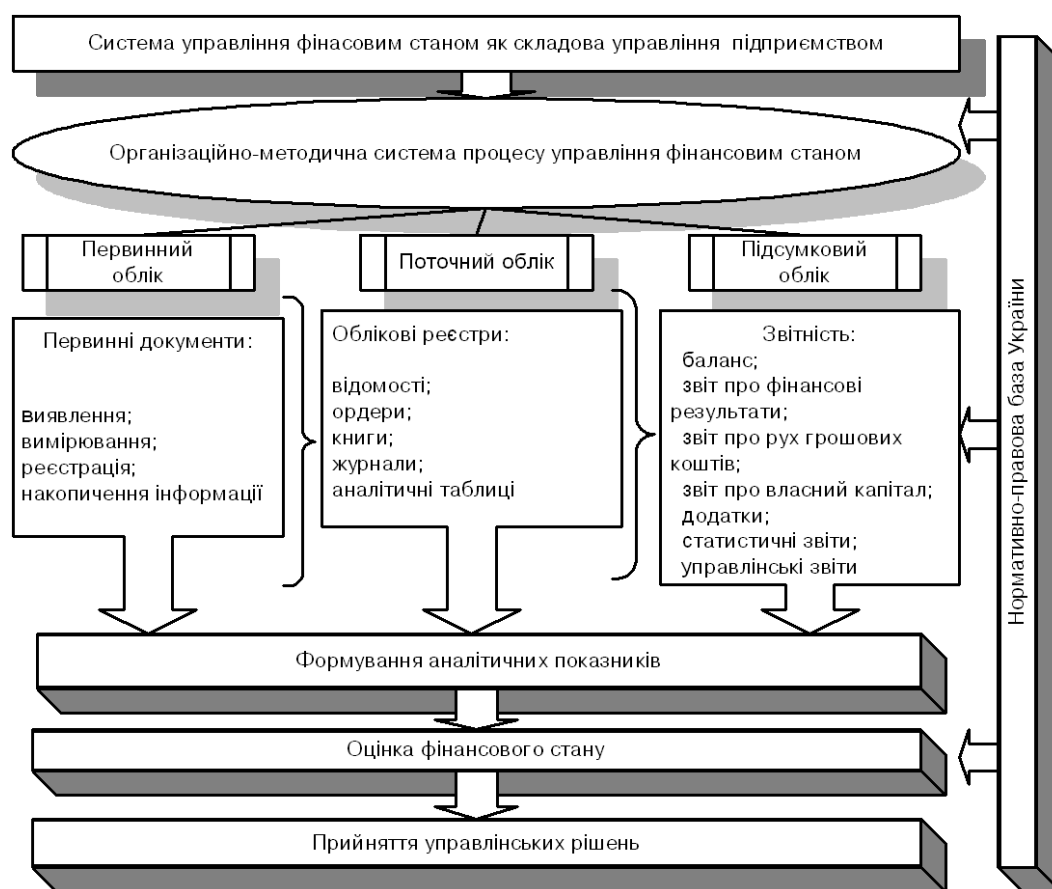


Рис. Елементи обліково-аналітичного забезпечення в управлінні фінансовим станом підприємства

Таким чином, можна зробити висновок, що нормативно-правова база України, яка включає юридичні аспекти здійснення діяльності підприємства, справляє вплив на кожен елемент обліково-аналітичного забезпечення в управлінні фінансовим станом. У тому числі на складання звітності; формування аналітичних показників; оцінку фінансового стану, що проводиться відповідно до обраної методики та за допомогою методичних прийомів і способів; подання результатів аналізу для прийняття управлінських рішень.

Наукові дослідження з цієї проблеми сприятимуть підвищенню інформативності облікових даних, які б давали змогу керівництву формувати управлінські рішення.

Наук. керівн. Писарчук О. В.

**Література:** 1. Бердникова Т. Б. Анализ и диагностика финансово-хозяйственной деятельности предприятия : учебн. пособ. / Т. Б. Бердникова. – М. : ИНФРА-М, 2007. – 215 с. 2. Пилипенко А. А. Організація обліково-аналітичного забезпечення стратегічного розвитку підприємства / А. А. Пилипенко. – Х. : Вид. ХНЕУ, 2007. –



276 с. 3. Пушкар М. С. Система обліку як генератор інформаційних ресурсів / М. С. Пушкар // Фінанси, облік і аудит. Зб. наукових праць. Спец. випуск. – К., 2006. – С. 355–363. 4. Безродна Т. М. Обліково-аналітичне забезпечення управління підприємством: визначення поняття / Т. М. Безродна // Вісн. Східноукр. нац. ун-ту ім. В. Даля. Ч. 2. – 2008. – № 10(128). – С. 35–38. 5. Бутинець Ф. Ф. Проблеми науки бухгалтерського обліку: реалії : монографія / Ф. Ф. Бутинець. – Житомир : ПП "Рута", 2005. – 324 с.

---

**Буряк О. О.**

УДК [657.2:006.35](477+100)

Студент 4 курсу  
факультету обліку і аудиту ХНЕУ

## **ПОРІВНЯЛЬНА ХАРАКТЕРИСТИКА ВИМОГ ДО ВВЕДЕННЯ БУХГАЛТЕРСЬКОГО ОБЛІКУ ВІДПОВІДНО ДО УКРАЇНСЬКИХ ТА МІЖНАРОДНИХ СТАНДАРТІВ**

*Анотація. Проведено порівняльну характеристику міжнародних стандартів бухгалтерського обліку і національних стандартів, встановлено відмінності, а також обґрунтовано доцільність користування міжнародними стандартами бухгалтерського обліку в Україні. Акцентовано увагу на змісті та складі стандартів.*

*Анотация. Проведена сравнительная характеристика международных стандартов бухгалтерского учета и национальных стандартов, определены различия, а также обоснована целесообразность использования международных стандартов бухгалтерского учета в Украине. Акцентируется внимание на содержании и составе стандартов.*

*Annotation. The comparative analysis of international accounting standards and national standards is carried out, the differences are defined, and the efficiency of using the international accounting standards in Ukraine is grounded. The content and composition of standards are emphasized.*

*Ключові слова: бухгалтерський облік, фінансовий облік, фінансова звітність, положення (стандарти) бухгалтерського обліку, міжнародні стандарти бухгалтерського обліку.*

Незважаючи на те що всі національні Положення (стандарти) бухгалтерського обліку України (П(С)БО) [1] значною мірою ґрунтуються на міжнародних стандартах бухгалтерського обліку (МСБО) [2], вони не тотожні. Значні зміни, внесені до чинних міжнародних стандартів Радою з МСБО у грудні 2003 року, поглибили наявні розбіжності, тому сьогодні актуальним є вирішення проблеми уніфікації української системи бухгалтерського обліку та фінансової звітності з міжнародною. У національних П(С)БО дотримано вимоги МСБО з урахуванням економічних, правових, податкових особливостей та традицій нашої держави. П(С)БО охоплюють усі чинні МСБО (крім стандартів, які стосуються звітності банків і пенсійних фондів), але не копіюють їх [3].

Вирішенню цієї проблеми приділяють увагу вітчизняні вчені та практики: Ф. Бутинець, С. Голов, О. Губачова, В. Костюченко, Ю. Кузьмінський, В. Пархоменко, В. Сопко, В. Швець та ін. Серед найбільш відомих зарубіжних дослідників слід назвати Р. Антоні, А. Афанасьєва, Дж. Блейка, Я. Вільямса, Г. Гернона, Ж. Дішара, В. Ковальова, Д. Мітчела, Б. Нідлза, Я. Соколова. Однак ряд важливих питань методології й організації бухгалтерського обліку в сучасних умовах залишаються дотепер невирішеними. Це стосується насамперед гармонізації бухгалтерського обліку й фінансової звітності, а також визначення основних шляхів удосконалення бухгалтерського обліку в Україні на основі міжнародного досвіду.

Метою проведеного дослідження є визначення розбіжностей між існуючими вимогами до введення бухгалтерського обліку П(С)БО.

Для цього вирішено такі завдання:

розглянуто законодавчу та нормативну базу за національним та міжнародним стандартами бухгалтерського обліку;

визначено основні принципи та наведено порівняльну характеристику;

зазначено концептуальні відмінності згідно з українським та міжнародним стандартами бухгалтерського обліку;

виділено переваги складання фінансової звітності.

---

© Буряк О. О., 2013





Предметом дослідження є процес встановлення основних розбіжностей між міжнародним та національним стандартами бухгалтерського обліку, а об'єктом є сама фінансова звітність.

Деякі національні стандарти об'єднують положення кількох МСБО, а в деяких випадках передбачаються національні стандарти, які не мають аналогічного міжнародного. Усі національні стандарти базуються на МСБО та не суперечать їм. Таким чином, усі П(С)БО в основному відповідають міжнародним стандартам фінансової звітності за назвою й змістом. Однак є такі, які відображають потреби практики обліку в Україні. Між національними та міжнародними стандартами обліку існує такий зв'язок: у процесі розробки міжнародних аналізуються національні стандарти, вивчається практика ведення обліку того чи іншого об'єкта і тільки після цього формуються рекомендації міжнародного характеру. Хоча стандарти в різних країнах мають різні назви (в США та Японії – система загальноприйнятих принципів, у Великобританії – документи про стандарти фінансової звітності, у Франції – норми, а в Україні та Росії – положення), їх структура й призначення в цілому однакові [4].

Структура стандарту визначається обсягом та змістом питань, які він розглядає. Національні П(С)БО, так само як і МСБО, складаються структурно з таких частин:

загальні положення, де визначаються методологічні засади формування в бухгалтерському обліку інформації про об'єкти обліку, наводиться короткий глосарій уживаних термінів та їх тлумачення, що сприяє кращому розумінню змісту положення (стандарту);

визнання та класифікація об'єкта бухгалтерського обліку;

оцінка об'єкта бухгалтерського обліку, її складові та порядок визначення із зазначенням прийнятих методів оцінювання;

характеристика обліку об'єкта бухгалтерського обліку, виходячи із загальноприйнятих за МСБО принципів;

розкриття інформації про об'єкти бухгалтерського обліку у фінансовій звітності та примітках до звіту;

додатки (у разі необхідності), де наводяться форми фінансової звітності, методи та приклади розрахунків показників, різні переліки.

Змістовна частина національних Положень (стандартів) бухгалтерського обліку здебільшого містить норми, які добре знайомі фахівцям за нормативною базою. Водночас їх доповнено деякими новими методами оцінювання, розподілу, складання річної фінансової звітності. Збережені національні традиції щодо затвердження уніфікованих форм фінансової звітності. Разом із тим П(С)БО мають деякі концептуальні відмінності від МСБО (таблиця).

Таблиця

**Визначення відмінностей між П(С)БО та МСБО**

Принципи та припущення	МСБО	П(С)БО
Безперервність	Припускається, що в підприємства немає ні наміру, ні необхідності припиняти або істотно скорочувати свою діяльність у недалекому майбутньому	Не всі підприємства реально використовують принцип безперервності в процесі підготовки фінансових звітів: частина з них – на межі банкрутства, інші не можуть гарантувати стабільності діяльності підприємства в майбутньому
Стабільність облікової політики	Облікова політика підприємства не зазнає будь-яких змін без явної необхідності	Звітність ведеться відповідно до чинних законодавчих положень та норм, які постійно змінюються
Метод нарахування	Доходи (витрати) підприємства відносяться на той період, у якому вони були фактично отримані (понесені)	Доходи та витрати підприємства не завжди відносяться на ті періоди, у яких вони реально мали місце. Наприклад, П(С)БО не дозволяє оцінювати витрати, не підтвержені документально, незважаючи на те, що економічні вигоди, пов'язані з такими витратами, було вже отримано
Суттєвість	У звітність включаються тільки ті облікові позиції, які можуть вплинути на прийняття рішень	Перелік статей звітності визначається Міністерством фінансів України. Процедура обліку деяких несуттєвих елементів є складними та обтяжливими для системи бухгалтерського обліку
Перевага сутності над формою	Результати операцій та угод відображаються відповідно до реального стану речей	Відображення операцій та угод підпорядковується нормативним вимогам, таким чином, форма переважає над змістом
Обачність (консервативність)	Вживаються всі необхідні заходи для зняття невизначеності, аби уникнути завищення активів чи доходів або заниження зобов'язань та витрат	Принцип обачності використовується не завжди



Переваги складання фінансової звітності за міжнародними стандартами дійсно є, і вони незаперечні для більшості користувачів фінансової звітності. МСБО можна розцінювати як інструмент глобалізації економіки й світових господарських зв'язків. Принципи, закладені в порядок формування звітності згідно з МСБО, роблять її адекватнішою і здатною відобразити справжній майновий і діловий стан організації. У зв'язку із цим цінність МСБО важлива не тільки для іноземних, але й для національних інвесторів [5].

МСБО постійно змінюються, усе більше спостерігається розбіжностей між ними й П(С)БО. Оскільки згідно із Законом України "Про бухгалтерський облік і фінансову звітність в Україні" П(С)БО не можуть суперечити міжнародним стандартам, у майбутньому слід очікувати внесення відповідних змін в наявні, а також створення нових стандартів. На законодавчому рівні слід установити передбачені Директивами ЄС мінімальні вимоги до складу фінансової звітності суб'єктів господарювання, які не зобов'язані оприлюднювати фінансову звітність згідно з МСБО. Крім того, необхідно сприяти кадровому забезпеченню практичного застосування результатів реформи бухгалтерського обліку й фінансової звітності в Україні, тобто підготовці й підвищенню кваліфікації спеціалістів бухгалтерського обліку шляхом проведення атестації професійних бухгалтерів.

*Наук. керівн. Глебова Н. В.*

**Література:** 1. Положення (стандарт) бухгалтерського обліку (П(С)БО) [Електронний ресурс]. – Режим доступу : [www.zakon.rada.gov.ua](http://www.zakon.rada.gov.ua). 2. Міжнародний стандарт бухгалтерського обліку (МСБО) [Електронний ресурс]. – Режим доступу : [www.zakon.rada.gov.ua](http://www.zakon.rada.gov.ua). 3. Бутинець Ф. Ф. Бухгалтерський облік у зарубіжних країнах / Ф. Ф. Бутинець, Л. Л. Горецька. – Житомир : Рута, 2003. – 544 с. 4. Чайка В. Сравнительная характеристика мировых моделей бухгалтерского учета и финансовой отчетности / В. Чайка // Бухгалтерский учет и аудит. – 2005. – № 3. – С. 49–54. 5. Голов С. Международные стандарты финансовой отчетности: современное состояние и применение / С. Голов // Бухгалтерский учет и аудит. – 2005. – № 8–9. – С. 88–100.

---

**Марунич А. В.**

УДК 657.47

Студент 4 курсу  
факультету обліку і аудиту ХНЕУ

## **МЕТОДИЧНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ФУНКЦІОНУВАННЯ СИСТЕМИ ОБЛІКУ ВИТРАТ НА ПІДПРИЄМСТВІ**

*Анотація. Узагальнено методичні засади побудови системи обліку витрат на підприємстві. Розроблено рекомендації щодо обґрунтування вибору методів обліку витрат та подолання негативних наслідків, що можуть виникнути на підприємстві в разі здійснення спроб оптимізації витрат.*

*Анотация. Обобщены методические основы построения системы учета затрат на предприятии. Разработаны рекомендации по обоснованию выбора методов учета затрат и преодоления негативных последствий, которые могут возникнуть на предприятии при попытках оптимизации расходов.*

*Annotation. The methodological foundations for constructing the cost accounting systems at the enterprise are summarized. The recommendations for justifying the choice of cost accounting methods and overcoming the negative consequences that could arise in the company when trying to optimize costs are developed.*

*Ключові слова: витрати, система обліку витрат, метод обліку витрат, реструктуризація управління, собівартість, управлінська система.*

Витрати підприємства та собівартість продукції (послуг), що виробляється, є найважливішими узагальнюючими показниками використання всіх видів ресурсів, необхідних для здійснення господарської діяльності. Саме на основі економічно обґрунтованих розрахунків цих показників забезпечується повне відшкодування спожитих ресурсів, що є вкрай необхідним для успішного продовження виробничого процесу. Рівень і динаміка витрат дозволяють також оцінити доцільність, раціональність і економічну ефективність використання ресурсів, які перебувають у розпорядженні підприємства. Рівень витрат підприємства та собівартості продукції є також об'єктивним відобра-

женням досягнутого технічного та організаційного рівня виробництва, ефективності господарювання в цілому. Отже, повнота обліку витрат на підприємстві є одним із найважливіших чинників економічного обґрунтування широкого кола управлінських рішень, пов'язаних із розподілом усіх видів ресурсів.

Сучасний економічний стан на більшості українських підприємств потребує постійних удосконалень щодо методів та техніки управління бізнесом. Це пов'язано зі складністю, динамізмом, високим рівнем конкуренції та глобалізації підприємницького середовища. В таких умовах набуває актуальності проблема управління витратами на підприємстві. Економічно обґрунтоване управління витратами, у свою чергу, дає можливість регулювати собівартість продукції даного підприємства. Інструментом управління при цьому виступає облік витрат як одна з головних функцій економічного механізму.

Вивчення теоретичних та практичних аспектів обліку та контролю витрат суб'єктів господарювання, формування собівартості продукції та послуг здійснювалося в наукових працях багатьох відомих вітчизняних та зарубіжних дослідників, таких, як Н. Агеєва, Ф. Бутинець, Д. Гаврилов, Н. Герасимчук, С. Голов, К. Друрі, С. Денісов, О. Жданов, О. Кармінський, В. Крилов, Е. Мінаєв, М. Оленев, А. Примак, С. Фалько, Л. Чижевський [1 – 4], та інших. Слід, проте, зазначити, що на вітчизняних підприємствах донині найбільш широкого використання набув нормативний метод обліку витрат, особливість якого полягає насамперед в орієнтації на відносно сталі, незмінні умови.

Метою написання статті є вивчення та узагальнення характеристики методичного забезпечення функціонування системи обліку витрат на підприємстві, а також розробка рекомендацій щодо обґрунтування вибору методів обліку витрат.

Об'єктом дослідження є виробничі витрати підприємства.

Предметом дослідження виступають теоретико-методологічні та організаційно-методичні питання побудови обліку, аналізу й аудиту витрат на виробництво продукції підприємства.

Облік витрат на підприємстві є важливою складовою комплексу процедур планування та контролю споживання ресурсів. Облікові відомості про обсяги витрат стають нормативною та інформаційною базою для розробки низки планів, узгодження матеріальних та фінансових потоків підприємства, а також використовуються для аналізу причин відхилень фактичних витрат від планових показників. Отже, широта та складність управлінських завдань, що вирішуються на основі використання облікових відомостей, обумовлюють необхідність формування належного цілісного підходу до побудови безперервного процесу обліку та контролю витрат на засадах створення відповідної управлінської системи. Крім того, методичне забезпечення обліку витрат у сучасних мінливих господарських умовах обов'язково має зосереджуватися не тільки на ретроспективному підрахунку фактичних обсягів витрат виробничих ресурсів і встановленні причин викривлення планових показників, але й на вирішенні питань контролю за ефективністю понесених витрат. Розв'язання низки зазначених управлінських завдань може здійснюватися на основі вибору однієї з двох можливих альтернатив побудови системи обліку витрат (СОВ) – системи обліку повних або системи обліку неповних витрат [1].

Характерна відмінність між згаданими альтернативами формування СОВ на підприємстві полягає в різному ступені уваги до врахування закономірностей, наявних у динаміці змін витрат залежно від умов господарювання, насамперед – від обсягів діяльності.

Для системи обліку повних витрат притаманним є вивчення більш глибоких відмінностей, що існують між різними видами витрат залежно від економічної природи операцій, пов'язаних зі споживанням ресурсів, що витрачаються [4].

До складу безумовних переваг системи повного обліку витрат (СПОВ) насамперед належать наступні: простота побудови СОВ та методична прозорість аналітичних процедур; можливість оперативного корегування широкого кола економічних рішень у різних сферах (від закупівель ресурсів до ціноутворення на готову продукцію) відповідно до результатів аналізу відхилень фактичних витрат від передбаченого нормативного рівня, що дозволяє уникнути врахування впливу випадкових коливань собівартості. Слід, проте, зазначити, що у мінливих ринкових умовах методичне забезпечення системи повного обліку витрат характеризується також вагомими недоліками, такими, як повторювані запізнення у наданні належної інформації про коливання споживання ресурсів, відсутність уваги до зв'язку між витратами та обсягами діяльності, скорочення точності функціонування облікової системи через можливе спотворення економічних відомостей, що відбувається внаслідок непрямого розподілу великої кількості прямих і непрямих (загальних) витрат. Отже, використання СПОВ є цілком доцільним за умови сталого виробничого процесу, відносно незмінних цін на більшість видів ресурсів та на вироблені товари (послуги), за наявності високих вимог до якості готової продукції.

Зростання мінливості господарського середовища обумовлює необхідність ускладнення облікових процедур, зокрема, шляхом побудови системи неповного обліку витрат (СНОВ), до позитивних характеристик якої слід віднести такі: широкі можливості для отримання своєчасного інформаційного забезпечення управлінських рішень, спрямованих на пристосування підприємства до змін ринкового середовища (у т. ч. – корегування товарної та цінової політики, визначення наслідків змін рівня використання виробничої потужності); підвищення рівня відповідальності та мотивації виконавців за дотримання встановлених планових показників діяльності; економічне обґрунтування резервів підвищення ефективності господарювання та економії витрат та ін. З іншого боку, практичне впровадження методичних засад розбудови СНОВ звичайно ускладнюється через відсутність єдиної економічно обґрунтованої бази, необхідної для об'єктивного розмежування витрат відповід-



но до характеру їхнього зв'язку з умовами діяльності підприємства, що, у свою чергу, часто може призводити до певного спотворення результатів обліково-аналітичних процедур [4].

Крім того, побудова СНОВ звичайно має бути організаційно підкріплена реалізацією низки заходів щодо певної децентралізації управління, спрямованих на розширення сфери відповідальності виконавців (насамперед – у виробничих підрозділах) щодо регулювання рівня витрат ресурсів. Проте до складу негативних наслідків здійснення організаційних перетворень такого роду слід віднести зростання небезпеки виникнення структурних (між різними структурно-організаційними ланками – функціональними сферами діяльності підприємства) суперечностей у разі здійснення спроб локальної (в межах окремої структурно-організаційної ланки) оптимізації витрат.

Виникнення різного роду суперечностей звичайно буде зумовлюватися об'єктивними розбіжностями між економічними інтересами працівників різних підрозділів у сфері скорочення витрат, а також між інтересами окремих підрозділів та ефективністю господарської діяльності підприємства в цілому. Розв'язання економічних проблем такого роду звичайно вимагатиме належного доопрацювання методичної бази побудов СНОВ, необхідного для запобігання загостренню структурних конфліктів, що звичайно має здійснюватися на засадах використання методів обліку прямої собівартості або функціонального обліку у процесі здійснення заходів щодо реструктуризації управління підприємством за принципом виділення центрів відповідальності [4].

Отже, в процесі розбудови системи управління витратами неодмінно мають бути взяті до уваги характерні ознаки витрат, що певною мірою знаходять відображення у специфіці генерації відповідних управлінських впливів. З метою інтеграції розподілу витрат до структурної побудови СОВ пропонується проводити диференціацію за ознакою відношення витрат до певного елемента (рівня) системи управління витратами.

Перехід на нові моделі розвитку для України є пріоритетним та стратегічним напрямком розвитку, який передбачає реалізацію таких етапів:

по-перше удосконалення загальної методології обліку виробничих витрат, а також дослідження особливостей виробничої системи витрат;

по-друге, надання підприємствам рекомендацій щодо найраціональніших підходів до складання внутрішньої звітності, яка б надавала в систематизованому вигляді інформацію для оперативного управління витратами на інноваційні процеси.

*Наук. керівн. Часовнікова Ю. С.*

**Література:** 1. Бухгалтерський управлінський облік : навч. посібн. для студентів спеціальності 7.050106 "Облік і аудит" / Ф. Ф. Бутинець, Л. В. Чижевські, Н. В. Герасимчук. – Житомир : ЖІТІ, 2010. – 448 с. 2. Друри К. Введение в управленческий и производственный учет : учебн. пособ. для вузов / К. Друри ; пер. с англ. под ред. Н. Д. Эриашвили ; предисл. проф. П. С. Безруких. – 3-е изд., перераб. и доп. – М. : Аудит, ЮНИТИ, 2009. – 783 с. 3. Жданов А. Ю. Экономическое управление предприятием и корпорацией / А. Ю. Жданов, С. А. Денисов. – М. : Изд. "Дело и Сервис", 2010. – 416 с. – Библиогр. : с. 409–410. 4. Масленщиков В. В. Процессно-стоимостное управление бизнесом / В. В. Масленщиков, В. Г. Крылов. – М. : ИНФРА-М, 2010. – 285 с. – Библиогр. : с. 260–266.

---

**Пересічанська А. С.**

УДК 334.722-051:657.425

Студент 4 курсу  
факультету обліку і аудиту ХНЕУ

## **ОСОБЛИВОСТІ ВІДНЕСЕННЯ АМОРТИЗАЦІЇ ДО СКЛАДУ ВИТРАТ ФІЗИЧНОЇ ОСОБИ-ПІДПРИЄМЦЯ**

*Анотація. Розглянуто проблему визнання витрат фізичної особи-підприємця на загальній системі оподаткування, зокрема питання віднесення амортизації основних засобів до витратної частини діяльності суб'єкта, а також позицію податкових органів щодо даного питання.*

*Анотация. Рассмотрена проблема признания расходов физического лица-предпринимателя на общей системе налогообложения, в частности вопрос отнесения амортизации основных средств к расходной части деятельности субъекта, а также позиция налоговых органов по данному вопросу.*

---

© Пересічанська А. С., 2013

*Annotation. The problem of recognizing the expenses of individual entrepreneur on a common system of taxation, in particular the inclusion of depreciation to the expenditure side of the subject as well as the position of tax institutions concerning this issue are considered.*

*Ключові слова: фізична особа-підприємець, витрати, амортизація основних засобів.*

В Україні для фізичної особи-підприємця передбачено дві форми оподаткування – загальну та спрощену. Основним податком для підприємця на загальній системі є податок на доходи фізичних осіб. Для його розрахунку необхідно, перш за все, визначити чистий оподатковуваний дохід. Для цього розраховується різниця між загальним оподатковуваним доходом та витратами, що безпосередньо пов'язані з господарською діяльністю такої особи. Саме з визначенням витратної частини у фізичних осіб часто виникають проблеми, що супроводжуються надалі розбіжностями в процесі спілкування з податковими органами.

Розробкою даного питання займалися такі вчені, як Атамас П. Й., Дробязко С. І., Козир Т. М., Холод С. Б., Часовнікова Ю. С. та інші, але у працях даних авторів не було чіткого висвітлення саме запропонованого аспекту питання. До того ж слід враховувати часту зміну законодавчої бази, що фізично не здатна повноцінно висвітлюватись у друкованих виданнях та враховуватись у розробках учених.

Метою даної статті є уточнення та роз'яснення визначення та віднесення тих чи інших сум, витрачених підприємцем, до статті витрат за певний звітний період. Зокрема, буде висвітлено питання, що стосується віднесення амортизації до складу витрат фізичної особи-підприємця.

Відповідно до зазначеної мети дослідження автором були поставлені наступні завдання: аналіз сучасної нормативно-правової бази щодо досліджуваного питання, розробка власної точки зору з даної проблеми та її мотивація, розробка напрямів подальших досліджень.

Об'єктом дослідження даної статті є витрати фізичної особи-підприємця на загальній системі оподаткування, предметом – амортизація основних засобів як стаття витрат суб'єкта підприємницької діяльності.

Перш за все, слід зауважити, що згідно з Податковим кодексом України (ст. 177) [1], до складу витрат фізичної особи-підприємця відносяться ті, що відповідають наступним умовам:

- 1) відповідають переліку витрат, зазначених у Розділі III ПКУ;
- 2) документально підтверджені первинними документами;
- 3) безпосередньо пов'язані з отриманням доходу;
- 4) пов'язані з господарською діяльністю фізичної особи.

Відповідно до підпункту 139.1.5 статті 139 ПКУ, до складу витрат не можуть відноситися "витрати на придбання, виготовлення, будівництво, реконструкцію, модернізацію та інше поліпшення основних засобів ..., які підлягають амортизації". У свою чергу, стаття 144 ПКУ дозволяє амортизувати "витрати на придбання основних засобів, нематеріальних активів ... для використання в господарській діяльності". До того ж у Податковому кодексі чітко прописані наступні види амортизаційних витрат:

- 1) амортизація виробничих основних засобів та нематеріальних активів, безпосередньо пов'язаних із виробництвом товарів, виконанням робіт, наданням послуг (стаття 138.8);
- 2) витрати на утримання основних засобів, інших необоротних матеріальних активів загальногосподарського використання (оперативна оренда (в тому числі оренда легкових автомобілів), придбання паливно-мастильних матеріалів, стоянка, паркування легкових автомобілів, страхування майна, амортизація, ремонт, опалення, освітлення, водопостачання, водовідведення, охорона) (стаття 138.10.2, абзац "в");
- 3) амортизація наданих в оперативну оренду необоротних активів (стаття 138.10.4, абзац "б") [1].

Однак податкові органи не визнають амортизацію основних засобів фізичної-особи підприємця понесеними витратами, що впливають на загальний обсяг оподаткованого чистого доходу. Зокрема, в Єдиній базі податкових знань в підкатегорії "180.04 витрати" [2] наведено трактування даної позиції податкових органів. Загалом останні мотивують свої дії тим, що відповідно до статті 2 Закону "Про бухгалтерський облік та фінансову звітність в Україні" [3] ведення бухгалтерського обліку та складання відповідної фінансової звітності передбачені для юридичних осіб та суб'єктів підприємницької діяльності, яким відповідно до законодавства надано дозвіл на ведення спрощеного обліку доходів і витрат, та тих, що ведуть бухгалтерський облік і подають фінансову звітність у порядку, встановленому законодавством про спрощену систему обліку і звітності. Тим самим на фізичних осіб-підприємців, що працюють на загальній системі оподаткування, дія закону не поширюється. Це означає, що фізичні особи не можуть належним чином задокументувати витрати, пов'язані з придбанням та утриманням основних засобів, які підлягають амортизації. З даної точки зору підприємець на загальній системі не може включити до складу валових витрат суму амортизації власних основних засобів, що безпосередньо беруть участь у господарській діяльності.

Незважаючи на мотивовану позицію податкових органів, стаття 177 ПКУ не вимагає від підприємця на загальній системі ведення повноцінного бухгалтерського обліку задля документального підтвердження витратної частини діяльності. І взагалі жоден нормативно-правовий акт не забороняє фізичній особі вести подібний облік. До того ж у процесі заповнення Книги доходів та витрат підприємця застосовує деякі навички ведення обліку та звітності.

Для підтвердження сум амортизації фізична особа-підприємець може використовувати типові форми первинної документації обліку основних засобів, заповнюючи лише необхідні графи.



Альтернативним варіантом вирішення даної проблеми є доопрацювання або ж створення нових форм необхідних первинних документів. При цьому потрібно враховувати вимоги Закону України "Про бухгалтерський облік та фінансову звітність в Україні" [3], які передбачають наявність наступних реквізитів:

- 1) назви документа;
- 2) дати та місця складання;
- 3) прізвища, імені, по батькові підприємця, від імені якого складено документ;
- 4) змісту та об'єму господарської операції, одиниці вимірювання господарської операції;
- 5) посад осіб, відповідальних за проведення господарської операції та правильність її оформлення;
- 6) підпису особи або ж інших даних, що дозволяють ідентифікувати особу, яка брала участь

у здійсненні господарської операції.

Окрім вищезазначених обов'язкових реквізитів новостворений документ може також містити наступні відомості:

- 1) найменування об'єкта основних засобів;
- 2) інвентарний номер;
- 3) період нарахування амортизації;
- 4) групу основних засобів;
- 5) метод нарахування амортизації;
- 6) дату введення в експлуатацію;
- 7) місячну суму нарахованої амортизації та інші.

Таким чином, автор вважає, що дана категорія підприємців заслуговує на визнання дійсно понесених витрат, пов'язаних з основними засобами, що безпосередньо беруть участь у створенні доходу, так само, як і решта категорій фізичних та юридичних осіб. І до таких витрат слід відносити не лише звичні видатки на матеріали, заробітну плату та інші, але й амортизацію як компенсацію витрачених коштів на придбання або ж модернізацію основного засобу.

Задля врегулювання цього питання необхідно звернутися до вдосконалення ведення документації, зокрема до використання певних форм первинної документації (вимога статті 177 ПКУ). Даний напрям проблеми є перспективним для подальших розробок та досліджень, що може включати наступні аспекти:

- 1) вдосконалення або ж пристосування наявних форм первинної документації обліку основних засобів до діяльності саме фізичної особи-підприємця на загальній системі оподаткування;
- 2) розробка принципово нових форм первинної документації з обліку нарахування амортизації основних засобів з урахуванням особливостей діяльності саме даної категорії суб'єктів;
- 3) вдосконалення Книги обліку доходів та витрат фізичної особи-підприємця, що передбачатиме наявність окремої графи (граф) для відображення амортизаційних нарахувань.

*Наук. керівн. Часовнікова Ю. С.*

---

**Література:** 1. Податковий кодекс України № 2756 від 02.12.2010 р. (зі змінами і доповненнями) [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://zakon1.rada.gov.ua>. 2. Єдина база податкових знань [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://sts.gov.ua/ebpz/>. 3. Закон України "Про бухгалтерський облік та фінансову звітність в Україні" від 16.07.99 № 996-XIV [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://zakon1.rada.gov.ua/laws/show/996-14>.

---

**Марченко Н. М.**

УДК 336.71:005.332.4

Магістр 2 курсу  
факультету обліку і аудиту ХНЕУ

## КОНКУРЕНТНІ ПЕРЕВАГИ БАНКУ В СУЧАСНИХ УМОВАХ

*Анотація. Розглянуто класифікації, запропоновані вітчизняними та світовими науковцями, визначено науково-методичні підходи до розподілу видів можливих конкурентних переваг банків. Розглянуто цінові та нецінові методи конкурентної боротьби на сучасному етапі розвитку банківської системи.*

*Анотация. Рассмотрены классификации, предложенные отечественными и мировыми учеными, определены научно-методические подходы к распределению видов возможных конкурентных преимуществ банков. Рассмотрены ценовые и неценовые методы конкурентной борьбы на современном этапе развития банковской системы.*

---

© Марченко Н. М., 2013

*Annotation. The classifications proposed by national and foreign scientists are considered, scientific and methodological approaches to the distribution of types of banks' possible competitive advantages are identified. The price and non-price methods of competition at present stage of banking system development are considered.*

*Ключові слова: конкурентні переваги, банківська конкуренція, ринок послуг, цінові фактори, нецінові фактори.*

Ринок фінансових послуг України характеризується наявністю великої кількості учасників економічних відносин. Безумовно, значну частку цього ринку займають банки. Так, на сьогодні в країні функціонує 194 банки. Проте особливістю вітчизняної банківської системи є те, що найбільші 10 банків контролюють близько 75 % усього ринку послуг. В умовах високої конкуренції іншим банкам важко отримати великий ступінь контролю над більш-менш суттєвою часткою ринку. Кожен із великих банків відчутно реагує на стратегію конкурентів, особливо в умовах фінансової кризи. Крім того, ліберальні вимоги НБУ до створення та функціонування банків, спрощення умов отримання прибутку призвели до створення великої кількості нових банків, а також ще значнішого посилення конкуренції між ними. У таких умовах актуальним стає питання дослідження особливостей конкуренції та конкурентних переваг у банківській системі.

Дослідженням конкурентних переваг у системі забезпечення конкурентоспроможності тих чи інших суб'єктів конкурентної боротьби займалися ряд вітчизняних та закордонних вчених, а саме: Д. Рікардо [1, с. 234], М. Портер [2, с. 675], Р. Фатхутдінов [3, с. 124], Г. Азоєв [4, с. 256], І. Отенко, Є. Полтавська [5, с. 118] та ін.

Метою дослідження є визначення особливості конкурентних переваг банків, об'єктом дослідження – конкурентні переваги банку, а предметом дослідження – особливості конкурентних переваг банку на сучасному етапі розвитку банківської системи.

Широко визнаним є той факт, що банки та банківська система посідають особливе місце в економіці, значною мірою через їх вразливість до нестабільності порівняно з іншими сферами та суб'єктами господарювання. Розвиток фінансово-кредитних установ призвів до посилення банківської конкуренції на сучасному етапі.

Конкуренція у банківській сфері може проявлятися у видах і формах, аналогічних конкуренції між іншими суб'єктами господарювання.

Останні події світової фінансової кризи наклали суттєвий негативний відбиток на звичний процес діяльності банківських установ України. У таких умовах методи конкурентної боротьби та види конкурентних переваг значно варіюються з огляду на жорстку конкуренцію на ринку банківських послуг.

Параметри та характеристики продукту або послуги, які створюють для банку певні переваги над конкурентами, є конкурентними перевагами [5, с. 134]. Класифікувати їх можна за різними параметрами. Найчастіше дослідники виділяють цінові та нецінові конкурентні переваги комерційних банків. Так, до чинників цінних конкурентних переваг відносять:

- ціну банківського продукту;
- умови його оплати;
- витрати, пов'язані з експлуатацією та використанням продукту.

У сучасних умовах кризового становища банки активно використовують дані методи конкурентних переваг. Так, із метою залучення грошових ресурсів клієнтів як основного джерела поповнення ліквідності середня відсоткова ставка за депозитами у національній валюті зросла до 20,3 % (з 16,4 %) [6]. Подальше збільшення ставки стає вже економічно необґрунтованим, а отже, використання цінних конкурентних переваг виявилось обмеженим.

У таких умовах банки почали активно застосовувати нецінові методи конкурентної боротьби. Серед основних факторів нецінових конкурентних переваг слід відзначити такі:

- якість банківських послуг;
- організаційно-комерційні умови;
- пропозицію вигідних умов депозитних або кредитних угод із банком;
- імідж банку.

Наприклад, під час кризи банки пропонували короткострокові депозити терміном до одного місяця з можливістю продовження строку.

Необхідно сказати про взаємозв'язок між цінними та неціновими факторами конкурентних переваг, оскільки банківський продукт має дві основні характеристики – вартість та споживчу вартість. Ціна є грошовим еквівалентом вартості продукту на ринку, а якість послуги банку обумовлює споживчу вартість.

Деякі дослідники розподіляють конкурентні переваги залежно від стадій життєвого циклу, методів конкурентної боротьби, інші пов'язують їх із факторами виробництва. На думку автора, серед усього різноманіття найбільш релевантними є ціна та якість, які в комплексі формують сукупність інших взаємообумовлених чинників.

Так, у контексті банку доцільним вбачається поділ на переваги в ресурсах та переваги в умінні (рисунок).

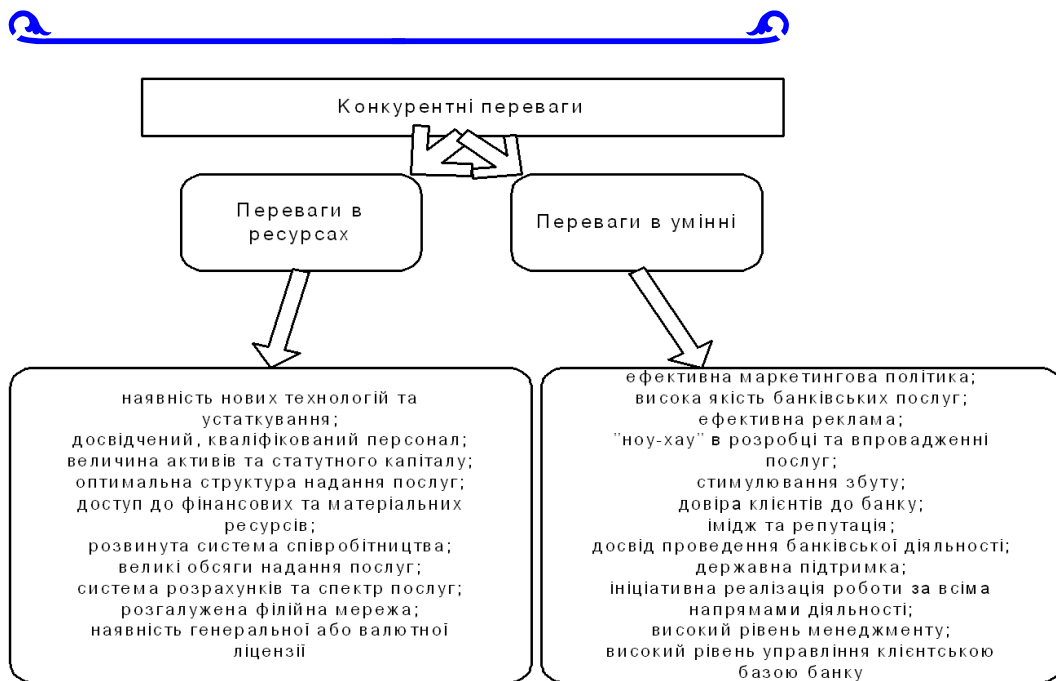


Рис. Види конкурентних переваг банків

Слід зауважити, що для досягнення успіху у своєму секторі діяльності суб'єкту господарювання не обов'язково володіти всіма конкурентними перевагами. Наявність конкурентних переваг у суб'єкта господарювання визначає його конкурентоспроможність, що є однією з найважливіших характеристик, у якій відображається сутність конкуренції.

Оскільки конкурентні позиції суб'єктів господарювання на ринку визначають їх конкурентні переваги, то в результаті розгляду класифікацій, запропонованих вітчизняними та світовими науковцями, автором було систематизовано науково-методичні підходи до розподілу видів можливих конкурентних переваг. Визначальними факторами конкурентних переваг є ціна та якість банківських продуктів. В умовах широкого вибору та конкуренції тільки вартість послуг не є достатнім стимулом для клієнтів – необхідно застосовувати всі можливі конкурентні переваги банку для отримання провідних позицій на ринку. Ця тема потребує подальшого розвитку в дослідженні методів кількісної оцінки конкурентних переваг банків.

Наук. керівн. Писарчук О. В.

**Література:** 1. Рікардо Д. Початок політичної економії та оподаткування / Д. Рікардо. – М. : ИНФРА-М, 1993. – 473 с. 2. Портер М. Конкурентное преимущество: Как достичь высокого результата и обеспечить его устойчивость / М. Портер. – М. : Альпина Бизнес Букс, 2008. – 715 с. 3. Фатхутдинов Р. А. Конкурентоспособность: экономика, стратегия, управление организации / Р. А. Фатхутдинов. – М. : ИНФРА-М, 2000. – 312 с. 4. Азоев Г. Л. Конкуренция: анализ, стратегия и практика / Г. Л. Азоев. – М. : ИНФРА-М, 1996. – 387 с. 5. Отенко І. П. Управління конкурентними перевагами підприємства / І. П. Отенко, Є. О. Полтавська. – Х. : Вид. ХНЕУ, 2005. – 212 с. 6. Корнилюк Р. Рейтинг надійності банківських вкладів [Електронний ресурс] / Р. Корнилюк, Є. Шпитко // Економічна правда. – 2009. – 06.11.2009 р. – Режим доступу : <http://www.epravda.com.ua/publications/4af3e780ef277/>.

**Різник І. В.**

УДК 657.36

Студент 4 курсу  
факультету обліку і аудиту ХНЕУ

## ПРОБЛЕМИ УПРАВЛІННЯ ДЕБІТОРСЬКОЮ ЗАБОРГОВАНІСТЮ

*Анотація. Виявлено та узагальнено основні проблеми, пов'язані з обліком та управлінням дебіторською заборгованістю. Зроблено загальні висновки та розроблено рекомендації щодо усунення основних проблемних аспектів обліку та управління дебіторською заборгованістю.*

© Різник І. В., 2013



*Аннотация. Выявлены и обобщены основные проблемы, связанные с учетом и управлением дебиторской задолженностью. Сделаны общие выводы и разработаны рекомендации по устранению основных проблемных аспектов учета и управления дебиторской задолженностью.*

*Annotation. The main issues of accounting and management of receivables are identified and summarized. General conclusions are drawn and recommendations for eliminating the problem aspects of accounting and accounts receivable management are developed.*

*Ключові слова: дебіторська заборгованість, довгострокова та поточна дебіторська заборгованість, резерв сумнівних боргів.*

Одним із найбільш актуальних і складних питань бухгалтерського обліку є облік дебіторської заборгованості, що пов'язаний з існуванням проблеми неплатежів. У процесі господарювання практично в кожного підприємства виникає дебіторська заборгованість. Наявна нестабільність економічної ситуації України призводить до значного збільшення ризиків у процесі продажу товарів, робіт, послуг з відстрочкою оплати. Незалежно від причин виникнення дебіторської заборгованості, уникнути її неможливо, тому важливо мати навички управління боргами, оскільки кожна гривня заборгованості за конкретним рахунком, контрагентом є складовою фінансового стану підприємства в цілому.

Огляд численних публікацій щодо питань дебіторської заборгованості в економічній пресі, наукових статтях та спеціальних виданнях дозволяє говорити про актуальність цього питання.

Проблемам дебіторської заборгованості присвячено ряд праць учених-економістів: Берези С. Л., Білика М. Д., Бутинця Ф. Ф., Єднака Т. С., Заруби О. Д., Ковальова В. В., В. Костюченко, Савицької Г. В., Чумаченка М. Г. та ін.

Мета написання даної статті – виявлення нагальних проблем, пов'язаних з обліком, управлінням та контролем за розрахунками із дебіторами, запропонування шляхів їх вирішення.

Об'єкт дослідження – дебіторська заборгованість.

Предмет – проблеми управління дебіторською заборгованістю.

Облік дебіторської заборгованості регулюється П(С)БО 10 "Дебіторська заборгованість", П(С)БО 13 "Фінансові інструменти", П(С)БО 2 "Баланс", але, незважаючи на такий контроль із боку держави, в обліку дебіторської заборгованості існує ряд проблем [1 – 3].

У результаті дослідження було визначено найбільш актуальні проблеми в обліку та управлінні дебіторською заборгованістю (рисунок).

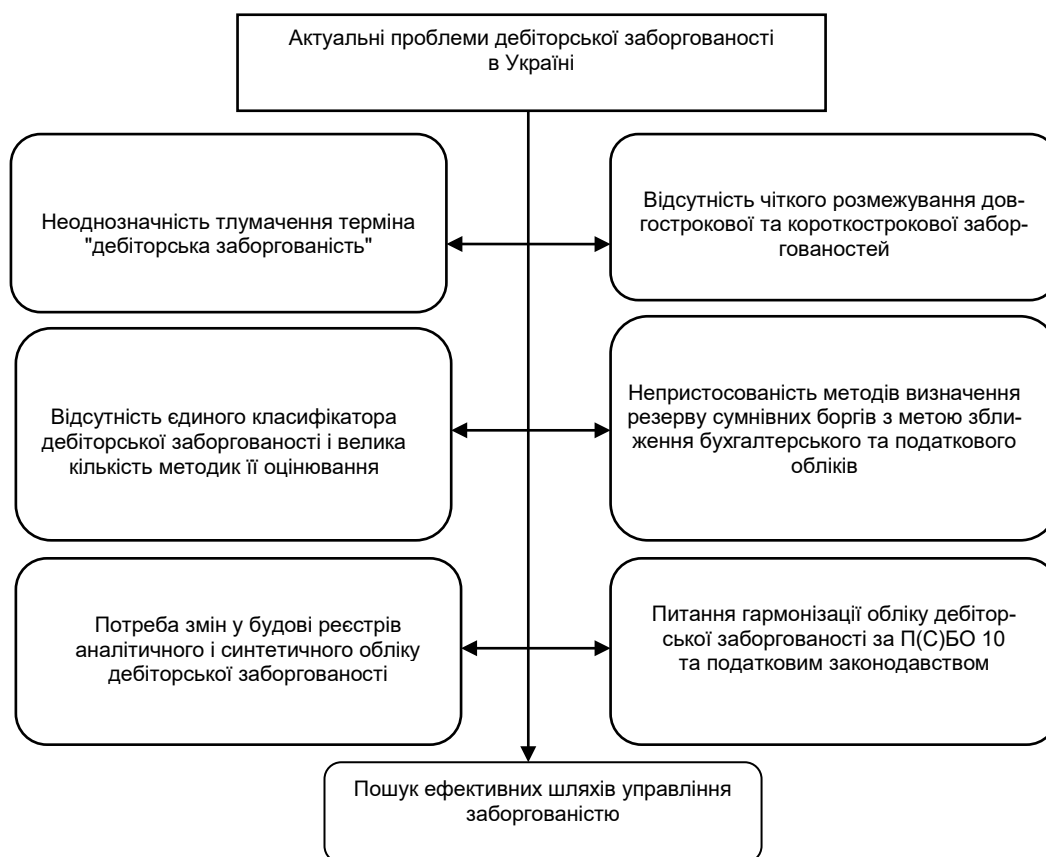


Рис. Актуальні проблеми дебіторської заборгованості



В економічно розвинених країнах Заходу нормальною вважають частку дебіторської заборгованості в активах підприємства близько 20 %. Такі показники для підприємств України не актуальні. Як свідчать статистичні дані, фактичний розмір дебіторської заборгованості на більшості вітчизняних підприємств не менший за 50 %. Зрозуміло, що на тлі зростання загальної суми дебіторської заборгованості, а у 2012 році обсяг дебіторської заборгованості збільшився на 13 % порівняно з 2011 роком, і на 1 січня 2012 року становив 16 млрд 289,6 млн грн [4], ситуація критична.

Щоб покращити методіку обліку розрахунків з дебіторами, передусім необхідно внести зміни у П(С)БО 10 "Дебіторська заборгованість" [1], у яких чітко були б розмежовані поняття довгострокової та короткострокової дебіторських заборгованостей. Їх облік нині ведеться на різних рахунках бухгалтерського обліку, що не відзначено у вищезазначеному стандарті. Разом із тим слід вказати, що поточна дебіторська заборгованість є оборотним активом, а довгострокова – необоротним, і вони обліковуються на різних рахунках.

Потрібно зробити уточнення визначення поточної дебіторської заборгованості, оскільки згідно з П(С)БО 10 поточна дебіторська заборгованість за продукцію, товари, послуги визначається активом одночасно з визнанням доходу від реалізації продукції, товарів і послуг та оцінюється за первинною вартістю. Але утворення поточної дебіторської заборгованості не завжди слід пов'язувати з доходом, оскільки дохід вимірюється сумою очікуваних грошових надходжень, тому якщо не очікується погашення дебіторської заборгованості у звітному періоді, то наступні надходження коштів або певних матеріальних цінностей не можна вважати доходом.

Слід зазначити, що класифікація дебіторської заборгованості, яка запропонована чинним в Україні Планом рахунків та П(С)БО 10 "Дебіторська заборгованість" [1], є суперечливою та не задовольняє в повному обсязі потреб користувачів під час складання фінансової звітності. Тому необхідно створити системний класифікатор дебіторської заборгованості.

Необхідно також зазначити, що в літературі зустрічаються суперечливі роз'яснення щодо вибору методу формування резерву сумнівних боргів. Тому шляхом удосконалення методів визначення резерву сумнівних боргів є затвердження переліку документів, що підтверджують і обґрунтовують визнання заборгованості сумнівною (безнадійною) [5].

Не менш важливою проблемою є співвідношення дебіторської та кредиторської заборгованостей у загальній їх структурі. Як відомо, бажаним є співвідношення, коли кредиторська заборгованість переважає дебіторську на 10 – 12 %. Однак, як показують дослідження, на деяких підприємствах кредиторська заборгованість переважає зобов'язання у 10 і більше разів [6].

Існує необхідність змін у побудові реєстрів аналітичного та синтетичного обліку дебіторської заборгованості. Сьогодні облік дебіторської та кредиторської заборгованостей ведеться в одному реєстрі – Журналі № 3, а це зовсім різні об'єкти бухгалтерського обліку, які лише частково пов'язані між собою, тому пропонується вести синтетичний облік цих заборгованостей у різних реєстрах [7].

Для вдосконалення системи обліку та контролю дебіторської заборгованості можна рекомендувати:

1. Розробити комплекс заходів щодо:
  - збільшення кількості покупців і замовників підприємства з метою зменшення масштабу ризику несплати боргів;
  - постійного моніторингу потенційних дебіторів (оцінювання фінансового стану та платоспроможності, ринкової репутації, іміджу).
2. Створити резерв сумнівних боргів та встановити порядок його визначення в обліковій політиці підприємства.
3. Своєчасно контролювати співвідношення дебіторської і кредиторської заборгованостей. Значне перевищення фактичної дебіторської заборгованості створює загрозу фінансовій стабільності підприємства і робить необхідним залучення додаткових джерел фінансування.
4. Контролювати стан розрахунків із дебіторами, зокрема за простроченими заборгованостями, своєчасно виявляючи такі види дебіторської заборгованості, які є недопустимими для підприємства (наприклад, прострочена заборгованість контрагентів понад три місяці).
5. Створення відділу внутрішнього контролю (аудиту) чи, якщо він наявний, то відокремлення особи (сектору) у відділі, в обов'язки якої входив би контроль за сумнівною та безнадійною заборгованістю [8].

Важливу роль у управлінні дебіторською заборгованістю відіграють планування, організація та контроль за роботою з дебіторами. Отже, правильно організований облік та проведений аналіз дебіторської заборгованості повинен зменшити її розмір. А створення ефективної моделі обліку дебіторської заборгованості дозволить уникнути ризиків неплатоспроможності і зниження показників ліквідності внаслідок отримання об'єктивної та своєчасної інформації для прийняття оптимальних управлінських рішень.

Під час написання даної статті було виявлено багато проблемних аспектів у процесі обліку та управління дебіторською заборгованістю. Відкритими залишається чимало питань: розробка єдиного класифікатора дебіторської заборгованості, удосконалення методів розрахунку сумнівних боргів та інші.

*Наук. керівн. Часовнікова Ю. С.*

**Література:** 1. Положення (стандарт) бухгалтерського обліку 10 "Дебіторська заборгованість", затверджене наказом Міністерства фінансів України від 08.10.99 р., зі змінами та доповненнями [Електронний ресурс]. – Режим доступу : [www.minfin.ua](http://www.minfin.ua). 2. П(с)БО 13 "Фінансові інструменти", зі змінами та доповненнями [Елек-

тронний ресурс]. – Режим доступу : [www.minfin.ua](http://www.minfin.ua). 3. П(С)БО 2 "Баланс" зі змінами та доповненнями [Електронний ресурс]. – Режим доступу : [www.minfin.ua](http://www.minfin.ua). 4. Висновки щодо виконання державного бюджету України за 2011 рік. – К. : Рахункова палата України, 2012. 5. Білик М. Д. Управління дебіторською заборгованістю підприємств / М. Д. Білик // Фінанси України. – 2005. – № 12. – С. 24–36. 6. Бутинець Ф. Ф. Організація бухгалтерського обліку : підручник / Ф. Ф. Бутинець, О. П. Войналович, І. Л. Томашевська. – 4-те вид. – Житомир : ПП "Рута", 2005. – 528 с. 7. Береза С. Л. Класифікація дебіторської заборгованості: нові підходи / С. Л. Береза // Вісник ЖІТІ. – 2007. – № 14. – С. 156. 8. Єдинак Т. С. Проблеми управління дебіторською заборгованістю підприємств в умовах фінансово-економічної кризи / Т. С. Єдинак // Держава та регіони. Серія : Економіка та підприємництво. – 2009. – № 3. – С. 54–57. 9. Офіційний сайт Державного комітету статистики України. – Режим доступу : <http://www.ukrstat.gov.ua>.

УДК 657.21

**Літвін О. М.**

Магістр 2 курсу  
факультету обліку і аудиту ХНЕУ

## **УПРОВАДЖЕННЯ ЗБАЛАНСОВАНОЇ СИСТЕМИ ПОКАЗНИКІВ У ДІЯЛЬНІСТЬ ПІДПРИЄМСТВ У СИСТЕМІ КОНКУРЕНТНОЇ РОЗВІДКИ**

*Анотація. Розглянуто головні елементи та стандарти збалансованої системи показників, узагальнено переваги та недоліки, виявлено особливості стратегічного контролю та управління діяльністю підприємства за допомогою системи конкурентної розвідки.*

*Аннотация. Рассмотрены основные элементы и стандарты сбалансированной системы показателей, обобщены преимущества и недостатки, выявлены особенности стратегического контроля и управления деятельностью предприятия с помощью системы конкурентной разведки.*

*Annotation. The main elements and standards of balanced scorecard are considered, the advantages and disadvantages are summarized and the particularities of strategic control and enterprise management by means of a system of competitive intelligence are defined.*

*Ключові слова: збалансована система показників, стратегічне управління, стратегічний контроль, система конкурентної розвідки.*

Управління підприємством передбачає багато інструментів. Один із них – це збалансована система показників у системі конкурентної розвідки. Вона потребує детального розгляду. В цьому і полягає актуальність дослідження.

Дослідженням даних питань займалися провідні українські та зарубіжні вчені: Ніфаєва О. В., Фоміна О. В., Редченко К. І., О. Мельник, Малицький А. А., Д. Нортон, Хьюберт Р. К., Е. Нілі, Р. Каплан [1; 2], але ця тема й досі залишається відкритою для подальшого розгляду.

Метою дослідження є розкриття суті і понять збалансованої системи показників як інструменту управління підприємства в системі конкурентної розвідки, аналізу плюсів та мінусів збалансованої системи показників

Об'єкт дослідження – фінансово-господарська діяльність підприємства.

Предмет дослідження – збалансована система показників на підприємстві.

Найвідомішою системою показників оцінювання та стратегічного управління діяльністю організації, яка поєднує фінансові та нефінансові індикатори, є збалансована система показників (Balanced Scorecard – BSC) Нортон – Каплана. Він зумовив концепцію збалансованої системи індикаторів, яка мала вигляд своєрідної панелі управління, заповненої чотирма групами індикаторів, серед яких: фінансові індикатори, індикатори споживачів, індикатори бізнес-процесів, індикатори кадрового потенціалу. BSC розглядається як система стратегічного управління діяльністю підприємства в системі конкурентної розвідки, що дозволяє доводити до нижчих рівнів стратегічні показники вищого рівня управління. У процесі впровадження системи збалансованих індикаторів на підприємстві необхідно формувати критерії відбору ключових показників:

зв'язок індикаторів зі стратегією розвитку організації у довгостроковій перспективі;  
кількісне вираження індикаторів;



доступність;  
інформаційна прозорість;  
релевантність (індикатори повинні чітко відображати мету організації);  
єдине тлумачення індикаторів.

Узагальнити переваги та недоліки, які мають українські підприємства в процесі впровадження збалансованої системи показників за допомогою системи консолідованої інформації, пропонується у вигляді таблиці.

Таблиця

**Переваги та недоліки в процесі впровадження збалансованої системи показників**

Переваги	Недоліки
1. Прискорення та спрощення процесу планування. 2. Надання можливості постійно контролювати зміну факторів та гнучко реагувати на них. 3. Можливість якісно описати стратегію. 4. Узгодження окремих цілей та сприяння їх досягненню. 5. Поєднання фінансових і нефінансових показників. 6. Удосконалення системи звітності	1. Технічна складність ЗСП. 2. Довгостроковість реалізації. 3. Складність у визначенні ефективності запровадження. 4. Нестача інформації для окремих ключових параметрів. 5. Лише лінійний характер зв'язків та співвідношень. 6. Складність у відборі ключових показників діяльності. 7. Серйозна переоцінка цінностей

Проаналізувавши дану таблицю, можна зробити висновок про те, що на українських підприємствах є всі можливості запроваджувати збалансовану систему показників. Хоча мінуси переважають плюси, їх суть не така значна, як у сильної сторони. Треба усвідомити, що впровадження збалансованої системи показників не вирішить всієї проблеми суб'єкта господарювання, особливо якщо вона впроваджується за відсутності стратегії.

Існує ще така система показників, як Tableau de bord. Вона розглядається як інструмент управління, що використовується для вибору, документування та інтерпретації об'єднаних причинно-наслідковими зв'язками фінансових та нефінансових показників. Система Tableau de bord враховує численні взаємозв'язки між стратегічними (цільовими) та функціональними показниками на всіх рівнях управління та у функціональних сферах, тобто вона передбачає високий рівень узгодження визначених заходів для досягнення цільових показників, ітеративний характер формування, високий рівень порівневої деталізації, відсутність чіткої структурованості. Така система найбільш ефективна на невеликих підприємствах та підприємствах середніх розмірів. Складність формування системи полягає в досить великій кількості індикаторів і обмеженості можливостей підприємства щодо моніторингу як зовнішнього, так і внутрішнього середовища. Тому з великої кількості індикаторів, що обумовлюють необхідність застосування певних заходів, спроможних забезпечити ефективність управління, підприємства повинні обрати оптимальну кількість, яка дозволить підприємству задовольнити потреби керівництва в інформації, яка необхідна для прийняття управлінських рішень, що повинні стати своєрідною відповіддю на стан системи управління підприємством та його зовнішнього середовища. Збалансована система показників повинна включати показники, що характеризують чотири основні напрямки оцінювання ефективності управління, а саме: фінанси, внутрішні бізнес-процеси, клієнтів та ринок, персонал підприємства. Для того щоб показник був включений до системи збалансованих показників, він повинен відповідати таким вимогам, як: забезпечення зв'язку зі стратегією діяльності підприємства, можливість кількісного визначення, доступність, зрозумілість, збалансованість (взаємопов'язаність з іншими показниками системи), релевантність (можливість визначення необхідних коректив у разі відхилення від запланованої траєкторії). Стратегічне управління як процес передбачає визначення цільових орієнтирів організації, здійснення стратегічного аналізу (зовнішнього та внутрішнього середовища організації), розробку й реалізацію стратегії та здійснення стратегічного контролю. Системою, спроможною подолати вищевказані проблеми, є збалансована система показників, що вміщує індикатори стратегічного управління, котрі характеризують вимір та оцінювання ефективності за всіма аспектами діяльності підприємства – фінансовими, виробничими, маркетинговими та ін. У процесі застосування збалансованої системи показників стратегія зазвичай характеризується чотирма аспектами, такими як: фінансовий, відносин з клієнтами, організації внутрішнього бізнес-процесу, навчання та розвитку. Стратегічні ініціативи мають бути визначені для кожного показника та сприяти досягненню цільового призначення показника.

Таким чином, збалансована система показників допомагає виявити причини багатьох критичних управлінських рішень, дозволяє підвищити ефективність стратегічного управління на всіх його етапах: починаючи від здійснення стратегічного аналізу, розробки та реалізації стратегії й закінчуючи здійсненням стратегічного контролю.

*Наук. керівн. Лучанінова Г. С.*

**Література:** 1. Каплан Роберт С. Сбалансированная система показателей. От стратегии к действию / Каплан Роберт С., Нортон Дейвид П. ; пер. с англ. – 2-е изд., испр. и доп. – М. : ЗАО "Олимп-Бизнес", 2004. – 320 с.  
2. Стефанишин В. Збалансована система показників – інструмент стратегічного управління підприємством / В. Стефанишин // Маркетинг в Україні. – 2010. – № 2. – С. 4–9.

Магістр 2 курсу  
факультету економіки і права ХНЕУ

## ПРОБЛЕМИ ОПОДАТКУВАННЯ МАЛОГО ТА СЕРЕДЬОГО БІЗНЕСУ В УКРАЇНІ

*Анотація. Розглянуто теоретичні засади, проблеми й особливості системи оподаткування малого та середнього підприємництва в Україні, визначено її переваги та недоліки в сучасних ринкових умовах. Визначена необхідність створення сприятливого податкового клімату для стимулювання покращення стану суб'єктів малого бізнесу.*

*Аннотация. Рассмотрены теоретические основы, проблемы и особенности системы налогообложения малого и среднего предпринимательства в Украине, определены ее преимущества и недостатки в современных рыночных условиях. Определена необходимость создания благоприятного налогового климата для стимулирования улучшения состояния субъектов малого бизнеса.*

*Annotation. The theoretical basis, problems and features of Ukrainian taxation system of the small and medium enterprises are considered, its advantages and disadvantages in modern market conditions are determined. The need for creating favourable tax climate to encourage the improvement of small businesses is identified.*

*Ключові слова: малий та середній бізнес, спрощена система оподаткування, Податковий кодекс, ринкова економіка.*

Малий та середній бізнес – основа економіки сучасної держави. В основі економічної політики більшості розвинутих країн лежить необхідність створення сприятливого макроекономічного середовища для підприємств малого та середнього бізнесу будь-якої організаційної форми. Оподаткування підприємств малого та середнього бізнесу є головним чинником зовнішнього середовища, який суттєво впливає на їхню діяльність.

Значний внесок у вирішення складних проблем фінансової підтримки підприємництва в період ринкових перетворень зробили вітчизняні вчені Андрущенко В. Л., Василик О. Д., Даниленко А. І., Крисоватий А. І., Соколовська А. М., Шабліста Л. М., Десятнюк О. М. та ін. Однак і сьогодні існує об'єктивна необхідність аналізу оподаткування сфери малого та середнього бізнесу, визначення її переваг та недоліків.

Актуальність дослідження проблем оподаткування малого та середнього бізнесу в Україні визначається провідною роллю підприємництва в економічному зростанні країни, активізації ринкової кон'юнктури, зниженні рівня безробіття, створенні суспільного продукту.

Удосконалення системи оподаткування малих підприємств України в сучасних умовах дуже важливою проблемою. Її вирішення суттєво вплине на поповнення державного бюджету, подальший розвиток підприємництва, інвестування галузей національної економіки та соціальний захист населення.

Метою статті є теоретичне обґрунтування проблем малого та середнього бізнесу й розробка практичних рекомендацій щодо їх вирішення в умовах нового податкового законодавства України.

Основними завданнями дослідження є визначення особливостей оподаткування малого та середнього бізнесу в Україні; оцінка ефективності державної політики підтримки малого бізнесу в Україні; надання конкретних рекомендацій щодо підвищення її дієвості.

Предметом дослідження є мале та середнє підприємництво в Україні, а об'єктом дослідження виступає стан його оподаткування, підтримка державою розвитку малого бізнесу та шляхи вдосконалення.

Мале та середнє підприємництво – дуже тонкий і чутливий сектор економіки, який є найвразливішим для таких несприятливих чинників, як фінансові труднощі, циклічні коливання, інфляція, податкове навантаження тощо.

Найбільшою перевагою малих та середніх підприємств порівняно із великими є те, що вони мобільніші до змін в економіці, здатні швидко реагувати на вимоги ринку та оперативно освоювати випуск нових видів продукції. Малі підприємства забезпечують більшу ефективність капіталовкладень у виробництво як за обсягом коштів, так і за терміном їх віддачі та серед усіх суб'єктів господарювання мають найнижчі інвестиційні потреби [1].

Проте існує багато чинників, які не дають змоги ефективно працювати і розвиватися малому та середньому бізнесу, серед них:

недостатність фінансових ресурсів;

труднощі з придбанням необхідного обладнання, виробничих площ;



вузьке коло постачальників сировини, матеріалів, комплектуючих;  
недостатній розвиток ринку збуту продукції;  
недосконала податкова політика.

Аналіз стану і проблем розвитку малого та середнього підприємництва в Україні вказує на те, що подальший розвиток ситуації без активного та позитивного втручання держави може призвести до згорання цього сектору економіки. Через це й виникає необхідність ефективної державної політики підтримки малого та середнього підприємництва [2].

Стрімке зниження темпів приросту суб'єктів малого бізнесу й уповільнене нарощування критичної маси підприємницького сектору свідчить про неповне використання державою стимулювальної функції оподаткування. Це пояснюється недосконалістю теоретичних і нормативних положень щодо оподаткування сфери малого бізнесу, відсутністю цілісної науково обґрунтованої концепції податкової політики в цьому секторі економіки. На наявному рівні державою були зроблені кроки до регулювання підприємницької діяльності за допомогою оподаткування, але цього недостатньо. Пріоритетним науковим завданням є створення раціональної системи оподаткування суб'єктів малого бізнесу з урахування особливостей розвитку економіки України [3].

Податкова система України є однією з найгірших у світі – непрозора, з дуже неефективним адмініструванням та великою часткою корупційних схем. Як підтверджують міжнародні експерти, серед 183 держав, які були досліджені за такими показниками, податкова система України має антирейтинг за номером 181.

Згідно з рейтингом Світового банку та компанії PricewaterhouseCoopers, за підсумками 2011 року Україна посіла перше місце у світі за кількістю сплачених податків. Світовий банк підрахував, що український бізнес у тій чи іншій формі виплачує 135 різних податків. Це абсолютний світовий рекорд. При цьому в європейських країнах кількість податків не перевищує 10.

Щоправда, вітчизняні податкові експерти, які вивчили методологію розрахунків рейтингу Світового банку, виявили безліч застарілих даних і неточностей у розрахунках. За даними вітчизняної податкової служби, кількість податків торік зменшилася майже наполовину, порівняно з 2010 роком. Загальнодержавних поменшало на третину, замість 29 – всього 19, а місцевих залишилося всього чотири замість 14. Більше того, всього за рік удвічі зменшилася й кількість відрахувань, які платять середньостатистичне українське підприємство. Раніше їх було понад 120, тепер же, разом із соціальними виплатами, – всього 71 на рік [4].

Надмірний податковий тиск є одним із негативних чинників, бо примушує підприємців переходити в тіньову економіку, тобто приховувати результати своєї діяльності.

У межах податкової реформи необхідно здійснити такі заходи:

систематизувати нормативно-правову базу щодо чинної системи оподаткування доходів суб'єктів малого та середнього підприємництва;

усунути недоліки спрощеної системи оподаткування, тобто потрібно відмінити сплату певних податків та зборів;

вирішити проблеми, пов'язані з нерівномірністю розподілу та надмірністю податкового навантаження на підприємницьку діяльність;

переймати позитивний досвід країн ЄС, пов'язаний із "м'якою" підтримкою малого підприємництва у формі консультативних послуг, поєднаних із загальним зниженням податкового тиску у формі податкових пільг [5].

Отже, справедлива податкова політика, надійність законодавчої бази та ефективна діяльність виконавчих органів влади повинні в кінцевому результаті розбудувати економіку України і розширювати можливості її інтеграції до Європейського Союзу, використовуючи малий та середній бізнес як важіль цієї розбудови.

Система оподаткування суб'єктів малого бізнесу має сприяти розвитку економічної системи в цілому, тобто забезпечувати створення оптимальних сум податкових надходжень до різних рівнів сектору загального державного управління для забезпечення виконання ним відповідних функцій і водночас не зменшувати стимулів для отримання суб'єктом малого бізнесу високих доходів. Для досягнення цієї мети необхідно розробити сприятливий податковий клімат як для поповнення державної скарбниці, так і для стимулювання нарощування та покращення стану суб'єктів малого бізнесу.

*Наук. керівн. Часовнікова Ю. С.*

---

**Література:** 1. Кредісов В. А. Підприємництво – вирішальний фактор розвитку країн з перехідною економікою / В. А. Кредісов. – К. : Знання України, 2003. – 327 с. – С. 28. 2. Фетисов А. Будуть брати. Перші підсумки застосування Податкового кодексу [Електронний ресурс] / А. Фетисов. – Режим доступу : <http://bank-ua.com/article/1062/>. 3. Супруненко С. А. Податкове планування на підприємствах малого та середнього бізнесу / С. А. Супруненко // Актуальні проблеми економіки. – 2010. – № 4(94). – С. 135–143. 4. Лук'яничук С. Податковий кодекс: хроніка мутацій [Електронний ресурс] / С. Лук'яничук. – Режим доступу : <http://polit.ua/articles/2010/12/10/nk.html>. 5. Лавренчук Е. О. Обличчям до малого бізнесу / Е. О. Лавренчук // Дзеркало тижня. Україна. – 2012. – № 10. – С. 32–33.

Студент 4 курсу  
факультету обліку і аудиту ХНЕУ

## **ОСОБЛИВОСТІ ОБЛІКУ ДЕБІТОРСЬКОЇ ЗАБОРГОВАНОСТІ НА МАЛИХ ПІДПРИЄМСТВАХ**

*Анотація. Досліджено теоретичні, методичні та практичні аспекти організації та ведення обліку дебіторської заборгованості суб'єктами малого підприємництва. Визначено особливості обліку дебіторської заборгованості на підприємствах малого підприємництва.*

*Аннотация. Исследованы теоретические, методические и практические аспекты организации и ведения учета дебиторской задолженности субъектами малого предпринимательства. Определены особенности учета дебиторской задолженности на предприятиях малого предпринимательства.*

*Annotation. The theoretical, methodological and practical aspects of organizing and keeping the records of the accounts receivable by the small businesses are investigated. The specific features of the accounts receivable management at the small enterprises are defined.*

*Ключові слова: дебіторська заборгованість, суб'єкт малого підприємництва, спрощений План рахунків, резерв сумнівних боргів, векселі отримані, підзвітні кошти, безнадійна дебіторська заборгованість, облікові реєстри.*

Одним із найбільш складних питань вітчизняних малих підприємств є дебіторська заборгованість та проблеми неплатежів, пов'язаних з її існуванням. Більшість підприємств практично не мають можливості нормально функціонувати у зв'язку з наявністю дебіторської заборгованості, адже це відволікає кошти з обороту. У таких умовах особливо зростає роль правильної організації бухгалтерського обліку, а також ефективного управління дебіторською заборгованістю, своєчасного її повернення та попередження виникнення безнадійних боргів.

Особливості обліку дебіторської заборгованості на малих підприємствах всебічно висвітлено в працях: Атамаса П. Й., Сурніної К. С., Герасима П. М., Сук Л. К. та ін. Проте важливі питання щодо методології та організації бухгалтерського обліку дебіторської заборгованості суб'єктами малого підприємництва залишаються відкритими й потребують подальшого розгляду.

Мета дослідження – вивчення теоретичних, методичних та практичних аспектів обліку дебіторської заборгованості на малих підприємствах та визначення його особливостей.

Завдання дослідження – на основі вивчення організації обліку дебіторської заборгованості на малих підприємствах визначити його особливості.

Об'єкт дослідження – дебіторська заборгованість суб'єктів малого підприємництва.

Предметом дослідження є основні теоретичні, методичні та практичні аспекти обліку дебіторської заборгованості на малих підприємствах.

У процесі діяльності підприємство не завжди здійснює розрахунки з іншими підприємствами або фізичними особами одночасно з передачею майна, виконанням робіт, наданням послуг тощо. У зв'язку із цим у нього виникає дебіторська заборгованість.

У підприємницькій діяльності некерована дебіторська заборгованість є однією з причин кризового стану. Одним із напрямів управління дебіторською заборгованістю, що сприятиме її зменшенню, має стати посилення контролю за нею через створення на кожному підприємстві спеціальних підрозділів. На малих підприємствах це зазвичай особа, на яку покладені такі обов'язки [1].

Згідно із П(С)БО-10, дебіторська заборгованість – це сума заборгованості дебіторів підприємству на відповідну дату [2].

Однією з особливостей організації обліку дебіторської заборгованості суб'єктами малого підприємництва є можливість застосовувати для обліку господарських операцій спрощений План рахунків [3].

Спрощеним Планом рахунків для обліку і узагальнення інформації про розрахунки з покупцями і замовниками, з підзвітними особами, з іншими дебіторами, з використанням короткострокових отриманих векселів, а також інформації про створення і використання резерву сумнівних боргів передбачений один рахунок 37 "Розрахунки з різними дебіторами". За дебетом рахунку 37 (окрім



резерву сумнівних боргів) відображається виникнення дебіторської заборгованості, за кредитом – її погашення або списання.

З метою деталізації обліково-економічної інформації для узагальнення інформації про розрахунки з дебіторами підприємство на власний вибір може відкрити наступні субрахунки: "Розрахунки з покупцями і замовниками", "Розрахунки з підзвітними особами", "Короткострокові векселі отримані", "Резерв сумнівних боргів" [4].

У процесі відображення в обліку розрахунків з покупцями і замовниками за дебетом рахунку 37 відображається купівельна вартість реалізованої продукції, товарів, виконаних робіт, наданих послуг, інших активів, яка включає ПДВ, акцизи й інші податки, збори (обов'язкові платежі), що підлягають перерахуванню до бюджету та позабюджетних фондів і включені у вартість реалізації. За кредитом даного рахунку відображається сума платежів, що надійшла на банківські рахунки підприємства, в касу та інші види розрахунків (наприклад, векселями) за відвантажені товари, продукцію (виконані роботи, надані послуги).

У процесі відображення в обліку розрахунків з підзвітними особами за дебетом рахунку 37 відображається видача грошових коштів під звіт і погашення заборгованості підприємства перед підзвітною особою, а за кредитом – списання витрат на відрядження, оприбуткованих куплених підзвітною особою матеріальних цінностей (робіт, послуг), суми податкового кредиту з ПДВ у складі куплених матеріальних цінностей (робіт, послуг), а також повернення невикористаних підзвітних грошових коштів підприємству.

На рахунку 37 відображається також нарахування і використання (корегування) резерву сумнівних боргів. За кредитом даного рахунку відображається створення резерву на дату балансу, а за дебетом – списання за рахунок створеного резерву визнаної безнадійної поточної дебіторської заборгованості або зменшення надмірно нарахованого резерву.

Сальдо на рахунку 37 може бути як дебетовим, так і кредитовим. Дебетове сальдо вказує на залишки одержаних під звіт авансів, з яких ще не надано звіти, тобто заборгованість підзвітних осіб перед підприємством. Кредитове сальдо відображає величину за авансовим звітом, тобто заборгованість підприємства підзвітній особі [4].

Особливими в обліку дебіторської заборгованості малих підприємств є також облікові регістри, що використовуються під час ведення обліку. Облік розрахунків з дебіторами ведеться у Відомості 3-м, у розділі I.

Записи у відомості групуються за зазначеними рахунками шляхом вписування перед початком записів у графі 3 коду і назви відповідного рахунку бухгалтерського обліку. Для заповнення граф 7 "Усього за дебетом (кореспондуючий рахунок)" і 8 "Усього за дебетом (сума)" використовуються дані Відомості 3-м.

Записи здійснюються протягом місяця на підставі первинних документів. Якщо первинні документи використані для записів в інших регістрах і додані до них (наприклад, документи з погашення дебіторської заборгованості для ведення записів у Відомості 1-м), відповідні суми господарських операцій заносяться до Відомості 3-м за даними цих регістрів.

У процесі відображення розрахунків з дебіторами у відомості відводиться необхідна кількість рядків для впорядкованих записів за кожним із них з продовженням записів на вкладних аркушах. Сальдо на кінець місяця визначається за кожним дебітором розгорнуто і переноситься у графу 5 "Сальдо на початок місяця (дебет)" (з графі 21 "Сальдо на кінець місяця (дебет)") розділу I Відомості 3-м на наступний місяць [1].

Отже, успішне функціонування будь-якого підприємства, в тому числі й малого, забезпечення рентабельної діяльності в умовах ринкових взаємовідносин з дебіторами вимагає організації в них чіткої системи бухгалтерського обліку з урахуванням його особливостей організації на підприємствах малого підприємництва. Це, у свою чергу, підвищує вимоги до якості інформаційного середовища діяльності малого підприємництва, передумовою якого є вдосконалення методики формування та обробки облікової інформації.

Напрями подальших досліджень полягають у поліпшенні та вдосконаленні бухгалтерського обліку дебіторської заборгованості на малих підприємствах з урахуванням усіх його особливостей.

*Наук. керівн. Часовнікова Ю. С.*

**Література:** 1. Дробязко С. І. Облік та оподаткування підприємств малого бізнесу : навч. посіб. / С. І. Дробязко, Т. М. Козир, С. Б. Холод ; за заг. ред. П. Й. Атамаса. – К. : Центр учбової літератури, 2012. – 416 с. 2. Положення (стандарт) бухгалтерського обліку 10 "Дебіторська заборгованість". Затверджено Наказом Міністерства фінансів України № 237 від 08.10.99. 3. Про затвердження спрощеного Плану рахунків бухгалтерського обліку : Наказ Міністерства фінансів України № 186 від 19.04.2001. 4. Михайлов М. Г. Організація бухгалтерського обліку на підприємствах малого бізнесу : навч. посібн. / М. Г. Михайлов, Л. І. Полятикіна, О. П. Славкова. – К. : Центр учбової літератури, 2008. – 320 с. 5. Маляревський Ю. Д. Облік і оподаткування суб'єктів малого підприємництва : конспект лекцій / Ю. Д. Маляревський, Ю. С. Горайнова. – Х. : ХНЕУ, 2007. – 167 с.



Студент 4 курсу  
факультету обліку і аудиту ХНЕУ

## УДОСКОНАЛЕННЯ СИСТЕМИ ОБЛІКУ ОСНОВНИХ ЗАСОБІВ ДЛЯ ПОКРАЩЕННЯ ФІНАНСОВОГО СТАНУ ПІДПРИЄМСТВА

*Анотація. Виділені та розглянуті як основні методи забезпечення ефективної діяльності суб'єктів підприємницької діяльності: метод нарахування амортизації основних засобів, методи обліку надходження основних засобів та методика обліку витрат на ремонт основних засобів.*

*Аннотация. Выделены и рассмотрены как основные методы обеспечения эффективной деятельности субъектов предпринимательской деятельности: метод начисления амортизации основных средств, методы учета поступления основных средств и методика учета затрат на ремонт основных средств.*

*Annotation. The method of depreciation of fixed assets, accounting methods of core funding and methodology of the cost of repairs of fixed assets as the main methods of ensuring efficient operation of businesses are identified and considered.*

*Ключові слова: активи, основні засоби, амортизація витрат на ремонт, фінансовий стан підприємства, первинна вартість, переоцінена вартість, ліквідаційна вартість, залишкова вартість, справедлива вартість.*

На сьогодні в умовах розвитку ринкових відносин постає питання необхідності вдосконалення методики ведення бухгалтерського обліку на підприємствах різних галузей та форм власності. Це, насамперед, пов'язано з розвитком міжнародних відносин та зв'язків: багато українських підприємств вступають у міжнародні торговельні відносини для розширення ринку споживачів, можливості укладення нових вигідних угод, що на кінцевому етапі впливає на очікування збільшення прибутку. Саме останнє є основним фактором для вдосконалення облікової політики підприємства, а особливо для підвищення якості обліку й аналізу основних засобів.

Досить вагоме значення даного питання було висвітлене в різноманітних працях як вітчизняних, так і зарубіжних авторів, а саме: Білухи М. Т., Бутинця Ф. Ф., Валуєва Б. І., Виговської Н. Г., Кірейцева Г. Г., Кузьмінського А. М., Огічук Н. Ф., Пушкаря М. С., Туякова З. С., Швець В. Г., Шеремета А. Д. та інших.

Мета дослідження – розкрити основні методи та методики, що сприяють забезпеченню ефективності діяльності суб'єктів підприємницької діяльності.

Завдання дослідження – розкрити сутність основних засобів та з'ясувати важливість для фінансового стану підприємства; розглянути основні методи облікової політики, які повинен обрати суб'єкт підприємницької діяльності для подальшого ефективного функціонування.

Об'єкт дослідження – діяльність суб'єктів малого підприємництва України.

Предметом дослідження є система обліку основних засобів.

Фінансовий стан підприємства відображається в обліку та аналізі активів (як однієї зі складових фінансового стану) підприємства і їх ефективному використанні. Однією зі складових активів ресурсів, що використовуються суб'єктами підприємницької діяльності, є основні засоби. Основні засоби – 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 перевищує один рік (або операційного циклу, якщо він довший за рік) [1]. Головними показниками, які визначають рівень озброєності виробничого підприємства, є наявність та стан основних засобів. Тому такі активи заслуговують на особливо дбайливе ставлення та правильно організований облік. Саме правильність організації обліку й обрання ефективної облікової політики є провідними факторами, визначальними для фінансового стану підприємства. Отже, основою забезпечення ефективності діяльності підприємства є прийняття правильних рішень щодо: визначення методу нарахування амортизації основних засобів; методики обліку надходження основних засобів; методики обліку витрат на ремонт основних засобів.

Вибір суб'єктом підприємницької діяльності амортизаційної політики є чи не найголовнішою складовою облікової політики. У процесі експлуатації та під впливом часу основні засоби та нематеріальні активи зношуються, тобто втрачають свої початкові технічні можливості та властивості. Щоб компенсувати знос, здійснюється нарахування амортизації основних засобів. Амортизація –



систематичний розподіл вартості необоротних активів, що амортизуються, протягом строку їх корисного використання (експлуатації) [2]. У процесі діяльності підприємства формується амортизаційний фонд. Це відбувається за рахунок перенесення частини вартості основних засобів на собівартість готової продукції, товарів, робіт та послуг шляхом нарахування амортизації. У процесі обміну частина вартості основних засобів (сума амортизаційних відрахувань) через ціну продукції компенсується виручкою, яка отримується після реалізації продукції. В цей момент амортизаційний фонд набуває реального змісту, тобто підприємство отримує гроші (активи). Після закінчення процесу обміну кошти амортизаційного фонду беруть участь у процесі відтворення основних засобів. На цій стадії вони використовуються як джерело інвестицій, купуються основні засоби, тобто кругообіг основного капіталу закінчується: обігові кошти трансформуються в необоротні активи. Отже, функції, які виконує амортизація, досить вагомі. Слід виділити основні з них: забезпечення процесу розширеного відтворення основних засобів, що є одним із найважливіших чинників, адже без них неможливий процес виробництва; є вагомою складовою розрахунку собівартості; є основою для визначення фізичного зносу основних фондів; сприяння кругообігу, відтворенню та оновленню основних засобів; надання можливості змінити суму податкових зобов'язань. Виділяється п'ять методів нарахування амортизації. А саме: прямолінійний метод, зменшення залишкової вартості, прискореного зменшення залишкової вартості, кумулятивний, виробничий метод. Метод амортизації обирається підприємством самостійно з урахуванням очікуваного способу отримання економічних вигід від його використання [1]. Але це питання залишається відкритим для фізичної особи-підприємця, оскільки податкові органи наголошують на тому, що приватні підприємці не мають законних підстав нараховувати амортизацію, тому що вони не зобов'язані вести бухгалтерський облік, для фізичних осіб-підприємців встановлено спрощений порядок ведення обліку доходів і витрат. Але згідно з чинним законодавством амортизації підлягають витрати на придбання, на самостійне виготовлення (створення) основних засобів, нематеріальних активів та довгострокових біологічних активів для використання в господарській діяльності; витрати на проведення ремонту, реконструкції, модернізації та ін. [3]. Таким чином, приватні підприємці можуть нараховувати амортизацію та відносити її на витрати.

Також для успішної діяльності суб'єкт підприємницької діяльності повинен правильно прийняти рішення щодо методики обліку надходження основних засобів. Вартісне оцінювання є складовою методу бухгалтерського обліку та його принципом, за відсутності якого бухгалтерський облік не може здійснюватися. Отже, основні засоби можуть бути оцінені: за первинною вартістю, за переоціненою вартістю, за ліквідаційною вартістю, залишковою та справедливою вартістю [1].

Основні засоби зараховуються на баланс за первинною (фактичною) вартістю, первинна вартість, у свою чергу, залежить від способу надходження основних засобів. Проведена оцінка не повинна збільшувати активи й зменшувати при цьому зобов'язання. Тому в балансі основні засоби відображаються за найменшою із двох вартостей – історичною або фактичною (чистою вартістю реалізації). Основною нерегламентованою проблемою залишається метод оцінювання за справедливою вартістю. Визначення справедливої вартості міститься лише в Положенні (стандарті) бухгалтерського обліку 19 "Об'єднання підприємств". Згідно з ним, це сума, за якою може бути здійснено обмін активу або оплату зобов'язання в результаті операції між обізнаними, зацікавленими та незалежними сторонами [4]. На сьогодні справедливу вартість суб'єкти підприємницької діяльності ототожнюють лише з договірною ціною. При цьому не враховується кон'юнктура ринку, процеси інфляції, ризики, стан економіки в цілому. Загалом це пов'язано з відсутністю видань, які публікують загальнодержавні ціни на відповідні основні засоби, а також інформаційних ресурсів щодо необхідних чинників, які формують справедливу вартість.

Щодо особливостей обліку витрат на ремонт основних засобів, то в бухгалтерському обліку відображення й розподіл витрат на поліпшення і ремонт основних засобів залежить від того, чи приводять такі ремонти й поліпшення до збільшення майбутніх первинно очікуваних економічних вигід від використання об'єкта і чи забезпечують його підтримання в робочому стані. Такі витрати повинні відобразитися в дебеті рахунку 15 "Капітальні інвестиції", а після закінчення всіх робіт списуватись у дебет рахунку 10 "Основні засоби" з кредиту рахунку 15. Суб'єкт підприємницької діяльності повинен прийняти правильне рішення щодо проведення ремонту й розрахувати, чи в майбутньому ці основні засоби будуть давати прибуток. Ремонт основних засобів проводиться за рахунок амортизаційних відрахувань. Але основною проблемою залишається те, що на багатьох підприємствах не формується реальне грошове забезпечення. Також не формується амортизаційний фонд, що негативно впливає на ведення обліку. Отже, для вирішення даного питання необхідно ввести окремий субрахунок, на якому буде відображатися сформований амортизаційний фонд.

Таким чином, вагоме значення в успішності підприємницької діяльності відіграє правильно обрана облікова політика щодо основних засобів, яка базується на підрахунках вигідності обраного методу. Але на сьогодні існує багато недоліків, які потрібно виправляти. Так, можна виділити найголовніший – проблему формування спеціального субрахунку, на якому буде відображатися сума амортизаційного фонду, це дозволить вирішити проблему ремонту основних засобів. Також потрібно вдосконалити документацію для фізичних осіб-підприємців, а саме відображення в ній сум амортизаційних витрат.

*Наук. керівн. Часовнікова Ю. С.*

**Література:** 1. Положення бухгалтерського обліку 7 "Основні засоби", затверджене наказом Міністерства фінансів України від 27.04.2000 р. № 92 [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/z-0288-00>. 2. Закон України "Про оподаткування прибутку підприємств". Ст. 8. Амортизація [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.ukr-law.com.ua/oblik/taxation/13-pribyl?start=7>. 3. Подат-

ковий кодекс України. Ст. 144 "Об'єкти амортизації" [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/2755-17/page15>. 4. Положення (стандарт) бухгалтерського обліку 19 "Об'єднання підприємств", затверджене Наказом Міністерства фінансів України від 07 липня 1999 р. № 163 [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://zakon1.rada.gov.ua/laws/show/z0499-99>. 5. Положення бухгалтерського обліку "Загальні вимоги до фінансової звітності", затверджене наказом Міністерства фінансів України від 27.04.2000 р. № 92 [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.nibu.factor.ua/ukr/info/instrbuh/psbu1/>.

УДК 005.591.6

**Білецька М. В.**

Магістр 2 курсу  
факультету економіки і права ХНЕУ

## СТИМУЛЮВАННЯ ІННОВАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ

*Анотація. Розглянуто основні економічні труднощі в процесі здійснення інноваційної діяльності, висвітлено питання стимулювання інноваційної діяльності на прикладі різних країн, а також особливості стимулювання в Україні, розроблено систему заходів підтримки та стимулювання інноваційної діяльності підприємств.*

*Аннотация. Рассмотрены основные экономические трудности при осуществлении инновационной деятельности, освещены вопросы стимулирования инновационной деятельности на примере различных стран, а также особенности стимулирования в Украине, разработана система мер поддержки и стимулирования инновационной деятельности предпринимателей.*

*Annotation. The main economic difficulties in the implementation of innovation are considered, the issues of "promoting innovation" in various countries, and peculiarities of stimulating in Ukraine are highlighted, the system of measures to support and stimulate innovative activity of entrepreneurs has been developed.*

*Ключові слова: інноваційний розвиток, стимулювання, державне регулювання інноваційної діяльності.*

Актуальність даної теми полягає в тому, що на сьогодні формується нова парадигма економічного зростання на базі використання нових знань та інновацій. Тобто відбувається усвідомлення того, що наука як головне джерело нововведень – не замкнена система, а галузь, органічно пов'язана з економічними процесами, які відбуваються в країні.

Для розвитку інноваційної діяльності держава повинна створити сприятливе інноваційне середовище, що формує цивілізовані ринкові відносини у сфері обігу об'єктів інтелектуальної власності, сприяє концентрації фінансових ресурсів на пріоритетних напрямках науково-технічного розвитку, створенню певних організаційно-правових умов для інноваційного підприємництва.

Метою даної роботи є опрацювання питань щодо стимулювання інноваційної діяльності підприємств в Україні з точки зору ефективної податкової політики, яка б сприяла активізації інноваційних процесів у державі.

Об'єктом дослідження є процес формування ефективного механізму стимулювання діяльності у сфері інновацій. Предметом даного дослідження виступає організаційно-методичне забезпечення процесу формування такого механізму.

На думку Краснокутської Н. В., "державне регулювання інноваційного процесу на сучасному етапі є головною умовою розвитку економіки" [1].

Аналіз реальних проблем підприємств є орієнтиром під час обґрунтування перспектив інноваційного розвитку країни в цілому. Проблеми, які виникають у процесі ведення інноваційної діяльності, виявляються під час аналізу факторів, що стримують впровадження інновацій. Фактори поділяють на економічні та виробничі [2]. Перш за все, підприємства в процесі здійснення інноваційної діяльності стикаються з економічними труднощами.

Найбільш значущим економічним чинником виступає нестача власних коштів, на це вказали 81,7 % респондентів промислових підприємств України [2]. Були зазначені й інші: недостатня фінансова підтримка держави (59,9 %), великі витрати на нововведення (49,3 %), високий економічний ризик (32,5 %) і тривалий термін окупності нововведень (29,5 %), низький платоспроможний попит на продукцію (25,5 %).



Серед виробничих факторів, що стримують інноваційну діяльність, зазначають: недостатність інформації про нові технології (17,1 %), відсутність можливості для кооперації з іншими підприємствами і науковими організаціями (16,7 %), недостатність інформації про ринки збуту (15,2 %).

Останнім часом в Україні недостатньо уваги приділяється проблемам фінансово-кредитної підтримки та стимулювання розвитку інноваційних процесів, розширення інноваційної діяльності й створення інноваційного продукту. Підприємство повинне бути об'єктом не тільки регулювання з боку органів державної і місцевої влади, але й стимулювання інноваційної діяльності для забезпечення економічного зростання в регіоні та країні [2].

З метою стимулювання інноваційної діяльності в країнах, які входять у технологічне ядро світового розвитку, застосовується такий вид податкових пільг, як надання дослідного та інвестиційного податкового кредиту, тобто відстрочка податкових платежів у частині витрат з прибутку на інноваційну діяльність, що доцільно застосовувати в процесі технологічної модернізації виробництва з метою підвищення його конкурентоспроможності [2].

Так, Великобританія ще в середині 1940-х рр. ввела "першочергові знижки", які надавалися підприємствам у перший рік експлуатації машин, устаткування і промислових споруд. У Канаді розмір інвестиційної знижки коливається від 10 до 15 %. Малі інноваційні підприємства в США платять податки, на 25 % нижчі, ніж інші малі підприємства [3].

Однак інвестиційна податкова пільга недостатня для того, щоб підштовхнути підприємства до створення і фінансування власних наукових програм, результати яких не окупуються протягом короткого терміну. Саме таку функцію і виконує спеціальна пільга – "податковий кредит на приріст НДДКР" (дослідницький податковий кредит), під якою мається на увазі право віднімати від суми податку на прибуток певну частку, величина якої залежить від суми приросту нинішніх власних витрат на НДДКР [2].

Крім надання дослідницького та інвестиційного податкового кредиту, світова практика застосовує такі види податкових пільг, які стимулюють інноваційну діяльність: зменшення податку на приріст інноваційних витрат; "податкові канікули" протягом декількох років на прибуток, отриманий від реалізації інноваційних проектів; зниження ставок податку на прибуток, спрямований на проведення замовних та загальних НДДКР; пільгове оподаткування прибутку, отриманого від використання патентів, ліцензій, ноу-хау та інших нематеріальних активів, які входять до складу інтелектуальної власності; зарахування частини прибутку інноваційної організації на спеціальні рахунки з наступним пільговим оподаткуванням у разі використання його на інноваційні цілі [3].

Українська практика господарювання також виробила ряд податкових пільг, мета яких – сприяти активізації інноваційних процесів в економіці країни. Зокрема, державні навчально-виховні заклади, наукові установи та організації, діяльність яких повністю або частково фінансується з бюджету, звільнені від сплати податків. Податкові пільги суб'єктам інноваційної діяльності в нашій країні, які надаються інноваційним підприємствам на сьогодні, викладені в Законі України "Про інноваційну діяльність" [4]. Найважливішими з них є можливість:

повного безвідсоткового кредитування (на умовах інфляційної індексації) пріоритетних інноваційних проектів за рахунок коштів Державного бюджету України;

часткового (до 50 %) безвідсоткового кредитування інноваційних проектів за рахунок коштів Державного бюджету України за умови залучення до фінансування проекту решти необхідних коштів виконавця проекту і (або) інших суб'єктів інноваційної діяльності;

повної чи часткової компенсації (за рахунок коштів Державного бюджету України) відсотків, сплачених суб'єктами інноваційної діяльності комерційним банкам та іншим фінансово-кредитним установам за кредитування інноваційних проектів;

надання державних гарантій комерційним банкам, що здійснюють кредитування пріоритетних інноваційних проектів;

майнового страхування реалізації інноваційних проектів у страховиків відповідно до Закону України "Про страхування".

Виходячи з аналізу особливостей податкового стимулювання інноваційних процесів, можна зробити висновок про те, що в Україні ще недостатньо відпрацьований механізм ефективної податкової політики сприяння активізації інноваційних процесів, здатних забезпечити технологічне оновлення національної економіки та перевести її на рейки інноваційну модель розвитку.

Ураховуючи наведені дані, була зроблена спроба формування системи заходів підтримки та стимулювання інноваційної діяльності підприємств.

Позитивну роль у створенні сприятливої ділової атмосфери може відіграти державна підтримка забезпечення базових умов відкриття, організації і стимулювання середнього та малого бізнесу за такими напрямками: проведення регулярного регіонального прогнозу для інвесторів за номенклатурою позицій виробництва товарів і послуг; моніторинг стану ділового клімату та рівня життя населення; надання консультаційної допомоги та даних за фактичною правозастосовною практикою вирішення господарських спорів; оцінка стану сучасної інфраструктури регіону з позиції сприяння господарюванню; забезпечення наступності планів регіонального розвитку та перспективних планів роботи підприємницьких структур.

Таким чином, можна зробити висновок, що активізація інноваційної діяльності підприємницьких структур може принести значний позитивний результат у становленні та розвитку інноваційної економіки держави. Його можна досягти в результаті змінених функцій малого бізнесу в нових умовах трансформації економічної системи. На ранньому етапі товарного капіталістичного виробництва, як наголошується в класичній економічній теорії, підприємство було виключним видом діяльності найбільш талановитих, здатних піти на новаторський ризик з метою отримання

прибутку, підприємливих людей. З їх числа формувалася новий прошарок власників і менеджерів бізнесу. Вони склали підприємницький ресурс економічного прогресу суспільства.

Стабілізація економічної системи та її перехід до формування високотехнологічної, інформаційної економічної моделі поставили перед підприємницькими структурами нові функціональні завдання. Вони полягають у пошуку, апробації та поширенні передових інноваційних технологій, здатних підняти конкурентоспроможність національної економіки, трансформувати її модель з ресурсозабезпечувальної в інноваційну модель високотехнологічного виробництва готової конкурентної продукції. Тільки така економічна система зможе використовувати переваги міжнародної інтеграції та об'єктивного процесу глобалізації.

Наук. керівн. Часовнікова Ю. С.

**Література:** 1. Краснокутська Н. В. Інноваційний менеджмент : навч. посібн. / Н. В. Краснокутська. – К. : КНЕУ, 2008. – 504 с. 2. Філіпенко С. В. Стимулювання інноваційної діяльності підприємців / С. В. Філіпенко // Економіка Криму. – 2011. – № 23. – С. 62–65. 3. Журко Т. О. Особливості податкового стимулювання інноваційної діяльності в Україні / Т. О. Журко // Вісник Київського національного університету імені Тараса Шевченка. Економіка. – 2009. – № 70. – С. 44–47. 4. Про інноваційну діяльність : Закон України від 02.10.2011 р. [Електронний ресурс]. – Режим доступу : rada.gov.ua. 5. Галан Н. І. Система державної підтримки малих та середніх підприємств у США / Н. І. Галан // Фінанси України. – 2008. – № 1. – С. 142–150. 6. Галан Н. І. Державна підтримка малих та середніх підприємств в Європейському Союзі / Н. І. Галан // Фінанси України. – 2009. – № 5. – С. 147–154. 7. Долгоруков Ю. Про розвиток малого підприємництва / Ю. Долгоруков, О. Кужман // Економіка України. – 2010. – № 12. – С. 11–18. 8. Долгоруков Ю. Збільшення частки сучасних підприємств – напрям промислової політики / Ю. Долгоруков, І. Падерін // Економіка України. – 2009. – № 2. – С. 24–28.

УДК 005.412:005.21

**Столяревська К. В.**

Магістр 2 курсу  
факультету менеджменту та маркетингу ХНЕУ

## **ВИЗНАЧЕННЯ ПОНЯТТЯ СТРАТЕГІЇ РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВА**

*Анотація. Розглянуто підходи до визначення сутності поняття стратегії, виділені її основні складові, досліджено групи правил прийняття рішення щодо поведінки організації, визначено особливості та проблеми стратегії розвитку на підприємствах, запропоновано напрямки подальшого використання.*

*Аннотация. Рассмотрены подходы к определению сущности понятия стратегии, выделены ее основные составляющие, исследованы группы правил принятия решения относительно поведения организации, определены особенности и проблемы стратегии развития на предприятиях, предложены направления дальнейшего использования.*

*Annotation. The article describes the approaches to the definition of the concept of strategy, its main components are highlighted, the groups of decision-making rules on the behaviour of the organization are studied, the features and problems of the development strategy for enterprises are defined, the areas for further use are proposed.*

*Ключові слова: стратегія, стратегія розвитку підприємства, стратегічне планування, конкуренція.*

Поняття стратегії є базовим у теорії стратегічного управління, оскільки саме вона є об'єднувальним механізмом цілей, можливостей (потенціалу) та умов (зовнішнього середовища).

Базуючись на цілях бізнесу, вона визначає засоби, за допомогою яких підприємство може перетворити свої стратегічні наміри на ринкові переваги, взаємодіючи з факторами зовнішнього впливу, без цього його ефективна адаптація до стратегічних змін в умовах невизначеності і мінливості середовища неможлива. Ситуація також ускладнюється неузгодженістю процесів, які відбуваються всередині підприємств.



Стратегія допомагає підприємству вибрати свій раціональний шлях розвитку і створити найважливіші переваги у його функціонуванні: готує його до змін у зовнішньому середовищі; пов'язує його ресурси зі змінами зовнішнього середовища; прояснює проблеми, які виникають; координує роботу різних структурних підрозділів; покращує контроль на підприємстві. Для забезпечення ефективного функціонування підприємств виникає необхідність наукового обґрунтування стратегій їх розвитку.

Відносно змісту та різновидів стратегій організації в літературі зі стратегічного менеджменту існують різні погляди. Поняття "стратегія" використовується в науці та практиці управління з 50-х років ХХ ст.

Концепцію стратегії вперше було розроблено в 60-ті роки А. Чандлером, К. Ендрюсом, І. Ансоффом. Вони давали перші визначення основних положень стратегічного планування, хоча й прив'язувались до теорії інституціоналізму. Зміст поняття стратегії змінювався під впливом економічного розвитку суспільства. Переглянути традиційні підходи до розуміння стратегії змусив економістів високий рівень конкуренції, який невпинно зростав.

Метою статті є визначення поняття стратегії та виявлення основних її характеристик, що мають вплив на ефективність діяльності організації.

Розгляд наявних концепцій стратегії дозволяє виділити декілька підходів до визначення сутності стратегії. Класичним підходом до визначення стратегії є її ототожнення із засобом досягнення цілей підприємства. Він заснований на тому, що формулювання стратегічних цілей підприємства невід'ємно пов'язане з розробкою шляхів їх досягнення і тому в даному розумінні стратегія визначається як план або модель дій. Так, А. Чандлер розглядав стратегію як визначення основних довгострокових цілей і орієнтирів підприємства, визначення курсу дій і розподіл ресурсів, необхідних для їх досягнення. При цьому основним процесом у виборі та розробці стратегії він визначав раціональне планування.

Б. Карлофф визначив стратегію як узагальнюючу модель дій, необхідних для досягнення встановлених цілей шляхом координації і розподілу ресурсів компанії [1].

Д. Куїнн також, поділяючи їх погляди, визначав стратегію як план, що інтегрує основні організаційні цілі, політику та дії, які можна об'єднувати в єдине ціле [2].

Другим, концептуальним підходом є розуміння стратегії як набору правил прийняття рішень. Він пов'язаний із подальшими дослідженнями в цій галузі таких вчених, як: Г. Мінцберг, І. Ансофф, М. Портер.

Проводячи дослідження стратегічної поведінки великих корпорацій на конкурентних ринках, Г. Мінцберг з'ясував, що стратегія є не тільки планом, а комплексом рішень та дій і є не послідовністю виконання запланованого, а прямо протилежна цьому, це відправна точка [2].

І. Ансофф, використовуючи концепцію стратегічного менеджменту, зазначав, що стратегія – один із декількох наборів правил прийняття рішення щодо поведінки організації, і виділив чотири групи правил:

правила встановлення відносин підприємства із зовнішнім середовищем;

правила встановлення відносин і процесів всередині підприємства;

правила ведення щоденних справ;

засоби вимірювання результатів сьогоденної і майбутньої діяльності компанії.

Він описує стратегію як сукупність правил для прийняття рішень з метою забезпечення стійкого зростання і розвитку підприємства, відокремлюючи дві групи правил: правила взаємовідносин підприємства із зовнішнім середовищем (стратегія бізнесу) і правила встановлення рівноваги між власними внутрішніми змінними (організаційна концепція) [3].

М. Портер, використовуючи ідею ланцюжка цінностей, пропонував стратегію розглядати як аналіз внутрішніх процесів та взаємодій між різними складовими організації для того, щоб визначити, як і де додається цінність. При цьому стратегія – це позиціонування організації щодо галузевого середовища.

Отже, стратегія підприємства складається із запланованих дій (спрямована стратегія) і необхідних поправок у разі виникнення непередбачених обставин (незаплановані стратегічні рішення). Підприємство повинно мати добре обґрунтовану стратегію дій, але повинно також бути готовим адаптуватися до неврахованих обставин, які можуть виникнути в майбутньому. Тенденції сучасного розвитку економічної ситуації в Україні характеризуються високим динамізмом, активізацією структурних зрушень на користь сфери послуг, загостренням конкурентної боротьби, набувають ознак комплексності, взаємодоповнюваності та взаємопричинності процеси у зовнішньому середовищі. Ці явища обумовлюють необхідність наукового пошуку нових механізмів і методів стратегічного управління, стрижнем якого є стратегія розвитку підприємства, що повинна відповідати перетворенням у національній економіці, гармонізувати вплив і взаємозв'язки між факторами внутрішнього та зовнішнього середовища.

*Наук. керівн. Миронова О. М.*

**Література:** 1. Минцберг Г. Стратегический процесс / Г. Минцберг, Дж. Куинн ; пер. с англ. под ред. Ю. Каптуревского. – СПб. : Питер, 2010. – 688 с. 2. Портер М. Стратегия конкуренции / М. Портер ; пер. з англ. – К. : Основи, 2010. – 390 с. 3. Пастухова В. В. Стратегічне управління підприємством: філософія, політика, ефективність / В. В. Пастухова. – К. : КНТЕУ, 2008. – 301 с. 4. Карлофф Б. Деловая стратегия / Б. Карлофф ; пер. с англ. – М. : Экономика, 2011. – 239 с. 5. Ансофф И. Стратегическое управление / И. Ансофф ; пер. с англ. – М. : Прогресс, 2009. – 519 с.

Магістр 1 курсу  
факультету банківської справи ХІБС УБС НБУ

## СИСТЕМА ФІНАНСОВИХ ІНТЕРЕСІВ ПІДПРИЄМСТВА ЯК ОСНОВА ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЙОГО ФІНАНСОВОЇ БЕЗПЕКИ

*Анотація. Досліджено фінансові інтереси як основу фінансової безпеки підприємства і забезпечення його нормального функціонування. Розглянуто і досліджено сукупність наявних проблем, що виникають у процесі функціонування механізму управління фінансовою безпекою підприємств на сучасному етапі розвитку економіки. Розглянуто визначення фінансової безпеки і фінансових інтересів підприємства та їх взаємозалежність.*

*Аннотация. Исследованы финансовые интересы как основа финансовой безопасности предприятия и обеспечения его нормального функционирования. Рассмотрена и исследована совокупность существующих проблем, возникающих в процессе функционирования механизма управления финансовой безопасностью предприятий на современном этапе развития экономики. Рассмотрены определения финансовой безопасности и финансовых интересов предприятия и их взаимозависимость.*

*Annotation. This paper investigates the financial interests as the basis of the financial security of the enterprise and ensuring of its normal functioning. A set of existing problems in the functioning of the mechanism of financial security management at the enterprises at the present stage of economic development is considered and investigated. The article deals with the definition of financial security and financial interests of the company and their interdependence.*

*Ключові слова: фінансова безпека, "дерево" фінансових інтересів.*

Фінансова безпека підприємства є комплексним поняттям і пов'язана не стільки із внутрішнім станом самого підприємства, скільки із впливом зовнішнього середовища, із суб'єктами, з якими підприємство вступає у взаємодію. У зв'язку з дослідженням робіт Єрмошенко М. М. [1], Бланка І. А. [2], Горячевої К. С. [3] можна стверджувати, що фінансова безпека підприємства відображає узгодженість, збалансованість фінансових інтересів підприємства й інтересів суб'єктів зовнішнього середовища. З цих позицій фінансова безпека підприємства може розглядатися як практичне втілення положень теорії ресурсної взаємозалежності, відповідно до якої у своїй діяльності підприємство повинне брати до уваги не тільки свої, але й інтереси партнерів, коло яких може бути дуже широким. Саме узгодження фінансових інтересів підприємства і суб'єктів зовнішнього середовища, які з ним взаємодіють, є однією із сутнісних характеристик досліджуваного поняття.

Ця сутнісна характеристика поняття фінансової безпеки є однією з найважливіших, оскільки фінансові інтереси визначають не тільки основу її побудови, але й напрями розвитку фінансової діяльності, її спонукальні мотиви.

Сучасні економічні словники визначають інтерес як "предмет зацікавленості, бажань та спонукальні мотиви діяльності економічних суб'єктів" [4, с. 159]. Одночасно інтерес тлумачиться як головна рушійна сила економічних суб'єктів, яка виступає у формі матеріальних, духовних, грошових та майнових інтересів. Під час визначення фінансових інтересів дослідники проблем фінансової безпеки акцентують увагу на специфіці фінансових відносин економічних суб'єктів. На їх думку, фінансові інтереси є проявом, з одного боку, економічних відносин підприємства, з іншого – суперечностей фінансової діяльності самого підприємства [1].

Такий погляд поділяє І. Бланк, який вважає, що фінансові інтереси підприємства становлять частку системи економічних інтересів, яка виявляється у сфері фінансових відносин. На думку дослідника, фінансові інтереси є формою прояву об'єктивних потреб підприємства у сфері його фінансової діяльності, збалансованих із потребами інших суб'єктів фінансових відносин, задоволення яких забезпечує реалізацію основних цілей фінансової діяльності на кожному етапі його фінансового розвитку (таблиця) [2].

Одночасно, вказуючи на роль фінансових інтересів у системі фінансової безпеки, І. Бланк зазначає, що фінансові інтереси визначають основу її побудови, формують напрями розвитку фінансової діяльності та найбільш впливові стимули щодо активізації і підвищення ефективності фінансової діяльності підприємства. На його думку, система забезпечення фінансової безпеки підприємства визначається пріоритетними фінансовими інтересами, які, власне, й потребують захисту.



Такий підхід до ролі пріоритетних фінансових інтересів у системі фінансової безпеки підприємства розвиває К. Горячева, яка вважає основним фінансовим інтересом підприємства є отримання прибутку [3]. На її думку, саме на базі цього показника можна будувати всю систему забезпечення фінансової безпеки підприємства. Цю точку зору поділяє Б. Вишнівська, яка вважає головною метою підприємницької діяльності отримання максимальних доходів за мінімальних втрат капіталу в умовах конкурентної боротьби [5].

Таблиця

**Зіставлення основних фінансових інтересів та цілей підприємства**

Основні фінансові інтереси підприємства	Основні цілі підприємства
I. Зростання ринкової вартості підприємства	1) зростання ринкової ціни акцій підприємства; 2) покращення іміджу підприємства і його торгової марки
II. Максимізація прибутку	1) мінімізація відрахувань до бюджету; 2) оптимізація дивідендних виплат; 3) стимулювання праці; 4) розвиток виробництва; 5) своєчасне й повне повернення кредитів
III. Забезпечення основним і оборотним капіталом	1) ефективне ведення комерційної діяльності; 2) зростання прибутку; 3) зростання ліквідності підприємства
IV. Забезпечення інвестиціями	1) розвиток виробництва продукції; 2) впровадження науково-технічних досягнень
V. Оптимізація відрахувань до бюджету	1) зниження відповідно до чинного законодавства обсягів сплати податків до бюджету; 2) зниження обов'язкових платежів до спеціальних державних фондів

Між тим, власники, які інвестують у підприємство свій капітал, тобто забезпечують фінансову основу його створення та функціонування, зацікавлені в ефективності функціонування підприємства, і цей стимул полягає в збільшенні їх добробуту, що відображається в зростанні ринкової вартості підприємства [2]. Саме зростання ринкової вартості підприємства, на думку автора, є пріоритетним фінансовим інтересом будь-якого суб'єкта господарювання.

Спираючись на висвітлені сутнісні характеристики, автор пропонує таке визначення досліджуваного поняття: фінансова безпека підприємства – це стан захищеності фінансових інтересів від реальних та потенційних загроз зовнішнього і внутрішнього характеру, параметри якого створюють передумови генерування, збереження та зростання ринкової вартості підприємства.



Рис. Система управління фінансовою безпекою підприємства



З урахуванням наведеного визначення та спираючись на роботи Єрмошенко М. М., Бланка І. А., Горячевой К. С., можна запропонувати систему управління фінансовою безпекою підприємства, яка наведена на рисунку.

Таким чином, з одного боку, фінансові інтереси підприємства є орієнтиром його розвитку, а з іншого – вони відображають характер його економічних відносин та потребу підприємства у безпечному та перспективному розвитку в нестабільному зовнішньому середовищі. Разом із тим, встановлення рівня якісних та кількісних параметрів захищеності фінансових інтересів повинне відповідати системі визначальних принципів здійснення фінансової діяльності підприємства. При цьому процес здійснення фінансової діяльності базується на менталітеті керівництва підприємства та фінансових менеджерів і характеризується системою засадних принципів фінансування. Керуючись обраними принципами здійснення фінансової діяльності, підприємство самостійно обирає тип формування системи фінансової безпеки та визначає якісні й кількісні параметри захищеності своїх фінансових інтересів.

Наук. керівн. Лепейко Т. І.

**Література:** 1. Єрмошенко М. М. Фінансова безпека держави: національні інтереси, реальні загрози, стратегія забезпечення / М. М. Єрмошенко. – К. : КНТЕУ, 2001. – 309 с. 2. Бланк І. А. Управление финансовой безопасностью предприятия / И. А. Бланк. – К. : Эльга ; Ника-Центр, 2004. – 784 с. 3. Горячева К. С. Информационно-аналитическое обеспечение финансовой безопасности предприятия / К. С. Горячева // Актуальные проблемы экономики. – 2003. – № 9(27). – С. 43–49. 4. Современный экономический словарь / сост. Б. А. Райзберг, Л. Ш. Лозовский, Е. Б. Стародубцева. – М. : ИНФРА-М, 2008. – 495 с. 5. Вишнівська Б. Методи мінімізації фінансових ризиків / Б. Вишнівська // Економіст. – 2007. – № 6. – С. 58–59.

УДК 005.412:005.21

**Сінельченко М. В.**

Магістр 2 курсу  
факультету менеджменту та маркетингу ХНЕУ

## **РОЗРОБКА СТРАТЕГІЇ РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВА КОМПЛЕКСНИМ МЕТОДОМ**

*Анотація. Розглянуто ключові елементи розробки стратегії розвитку підприємства комплексним методом, за допомогою якого в якості результативної моделі використовується тривимірний простір, а в якості пояснювальних елементів – чинники впливу на стратегію залежно від сфери діяльності підприємства.*

*Аннотация. Рассмотрены ключевые элементы разработки стратегии развития предприятия комплексным методом, с помощью которого в качестве результирующей модели используется трехмерное пространство, а в качестве объясняющих элементов – факторы влияния на стратегию в зависимости от сфер деятельности предприятия.*

*Annotation. The paper deals with the key elements of developing the enterprise strategy by means of complex method, with the help of which as the resulting model the three-dimensional space, and as the explanatory elements the factors of influence on the strategy depending on the scope of the enterprise are used.*

*Ключові слова: стратегія розвитку підприємства, комплексний метод розробки стратегії розвитку, сфери діяльності підприємства, чинники впливу.*

Конкурентне середовище та науково-технічний прогрес вимагають від керівників підприємства мобільності та стратегічного мислення. З іншого боку, наявність старого обладнання, використання традиційних технологій виробництва, орієнтація на звичні методи управління не дозволяють підприємствам розвиватися та підвищувати свою конкурентоспроможність. Для вирішення цієї актуальної проблеми необхідно створювати системи стратегічного менеджменту, орієнтованого на розвиток підприємства. При цьому важливу роль відіграє стратегія розвитку, яка дозволить ефективно використати наявний потенціал.

Метою статті є аналіз і структурування ключових елементів процесу розробки стратегії розвитку підприємства комплексним методом.



Об'єктом дослідження є стратегія розвитку підприємства, а предметом – комплексний метод розробки стратегії розвитку.

Серед вчених, які досліджували дане питання, можна виділити таких, як: І. Ансофф, П. Дойль, А. Томпсон [1 – 3].

З одного боку, розвиток є результатом стратегії. З іншого боку, стратегія – це інструмент забезпечення розвитку підприємства. У зв'язку з цим можна погодитися з П. Дойлем, що стратегія формує бачення майбутнього розвитку [2]. Отже, сформована стратегія функціонування підприємства дозволяє досягти поставленої мети, тобто перейти від простого до більш складного.

Стратегія розвитку підприємства становить довгостроковий генеральний план дій, що визначає пріоритетні напрями розвитку підприємства, його проблеми та місію, головні цілі та розподіл ресурсів для їх досягнення. Вона повинна забезпечувати більш ефективне використання матеріальних ресурсів підприємства, оптимізацію довгострокової норми прибутку, зміцнення конкурентних позицій підприємства, максимальну віддачу від капіталовкладень та задоволення потреб клієнта. Стратегія розвитку підприємства повинна ґрунтуватися не на положеннях екстенсивного розвитку, а на засадах інтенсивного розвитку, тобто створення якісно нових форм [3].

Стратегія розвитку повинна бути спрямована на комплекс заходів, реалізація яких приведе до збільшення ефективності роботи підприємства. Тому необхідно використовувати декілька напрямів розвитку, щоб усі підсистеми організації розвивалися однаковою мірою. Саме тому розробку стратегії слід здійснювати за трьома основними сферами діяльності підприємства – маркетинговою, фінансовою та організаційно-технічною. Вони відображають основні складові діяльності в стратегічній сфері: маркетингова стратегія спрямована на створення умов функціонування підприємства на ринку та ефективної політики ведення конкурентної боротьби; фінансова стратегія відповідає за регулювання внутрішнього становища фірми, її прибутків і витрат, а також зіставлення вимог підприємства з його реальними можливостями; організаційно-технічна стратегія відповідає за стан технічного й ресурсного забезпечення на підприємстві, а також за створення збалансованої організаційної структури [1].

На стратегію розвитку здійснюють вплив ряд чинників як зовнішнього, так і внутрішнього середовища. Зовнішнє середовище складається з макросередовища (віддалене оточення) та мікросередовища (безпосереднє оточення). Що стосується внутрішнього середовища, то необхідно проаналізувати такі чинники: потенціал підприємства, технічне оснащення, якість, ціна, продукція, обсяг продажів, фінансування, ресурси та персонал.

Таким чином, необхідно здійснити оцінку підприємства за трьома обраними напрямками та звести розрахунки до остаточного висновку про стан підприємства. Відповідно до факторів, які впливають на розробку маркетингової, фінансової та організаційно-технічної стратегій, використовуються матриці, які відображають становище підприємства в тій чи іншій ситуації та допомагають у процесі вибору конкретної стратегії розвитку. Елементом, який об'єднує всі три сфери, є тривимірний простір, який дає повний і загальний результат розробки стратегії розвитку підприємства.

*Наук. керівн. Мазоренко О. В.*

**Література:** 1. Ансофф І. Стратегическое управление / И. Ансофф. – М. : Экономика, 2000. – С. 344. 2. Дойль П. Менеджмент: стратегия и практика / П. Дойль. – СПб. : Питер, 2002. – С. 480. 3. Томпсон А. Стратегический менеджмент: концепции и ситуации для анализа / А. Томпсон, А. Стрикленд ; пер. с англ. под. ред. Н. Д. Эриашвили. – М. : Вильямс, 2002. – С. 576.

---

**Вихованець Т. С.**

УДК 331.101.262:63

Магістр 1 курсу  
факультету менеджменту та маркетингу ХНЕУ

## **ОЦІНКА ПРАЦІ ПЕРСОНАЛУ ПРОМИСЛОВОГО ПІДПРИЄМСТВА**

*Анотація. Розглянуто проблему оцінки праці персоналу, яка набула великого значення, оскільки персонал є головною продуктивною силою, що сприяє високій результативності роботи будь-якого підприємства. Досліджено теоретичні аспекти оцінки праці персоналу.*

*Анотация. Рассмотрена проблема оценки труда персонала, которая приобрела большое значение, поскольку персонал является главной производительной силой, которая способствует высокой результативности работы любого предприятия. Исследованы теоретические аспекты оценки труда персонала.*

---

© Вихованець Т. С., 2013

*Annotation. The problem of evaluation of the personnel's work has acquired great importance, as the staff is the primary productive force, which contributes to the high performance of any enterprise. The article deals with the theoretical aspects of the evaluation of staff.*

*Ключові слова: персонал, оцінка праці, підприємство, атестація кадрів.*

Необхідною умовою успішної діяльності будь-якої організації є ефективна робота персоналу. Найбільш дієвим способом виявити таланти, виміряти результати роботи і рівень професійних компетентностей працівників, а також їх потенціал у розрізі стратегічних завдань компанії є система оцінювання персоналу. Оцінка персоналу розглядається як елемент управління і як система атестації кадрів, що застосовується в організації в тій чи іншій модифікації. Водночас це необхідний засіб вивчення якісного складу кадрового потенціалу організації, його сильних і слабких сторін, а також основа для вдосконалення індивідуальних трудових здібностей працівника і підвищення його кваліфікації.

Оскільки результати оцінки визначають становище працівника на виробництві і перспективу його переміщення, то вони є важливим мотиваційним фактором покращення трудової діяльності і ставлення до праці. Підприємство не може розраховувати на довготривалий розвиток без ефективного управління людьми та організації їх діяльності. Основою забезпечення цього і є оцінювання кадрів як ключова позиція для вдосконалення мотивації персоналу, підвищення якості трудової діяльності.

Метою статті є дослідження сучасних методів оцінювання персоналу підприємства та перспектив їх впровадження на підприємствах України.

У статті розглянуто окремі аспекти оцінювання праці персоналу, що висвітлені в роботах таких вітчизняних вчених, як: Крушельницька О. В., Балабанова Л. В., Данюк В. М., Щегда А. В., Сардак О. В., Кириченко О. А. [1 – 5].

На основі цього було запропоновано загальне визначення терміна "оцінювання праці персоналу".

Оцінювання персоналу – процедура, що здійснюється з метою виявлення ступеня відповідності професійних, ділових та особистих якостей працівника, кількісних і якісних результатів його трудової діяльності встановленим вимогам.

Інструментарій системи оцінки персоналу сформувався під впливом потреб вирішення практичних завдань виробничо-управлінської діяльності на основі певних методів. Методи оцінювання персоналу мають відповідати структурі підприємства, характеру діяльності персоналу, цілям оцінювання, бути простими і зрозумілими, включати 5 – 6 кількісних показників, поєднувати письмові та усні завдання. Вибір системи залежить від рівня зрілості компанії, її завдань і типу корпоративної культури. У фахових джерелах виділяють цілу систему методів, основними з яких є:

1. Атестація – це право адміністрації компанії, що може бути реалізоване відносно всіх або окремих категорій працівників. Усі дані, отримані під час атестації, передаються в комісію, що розглядає їх у присутності працівника й ухвалює рішення про його подальшу долю в організації [4, с. 132].

2. Ассесмент-центр (груповий та індивідуальний) призначений для оцінювання співробітників за компетенціями під конкретне кадрове завдання. Він може включати поведінкове (англ. behaviour – поведінка) інтерв'ю, а також кейси (ігрові ситуації), розроблені спеціально під даний набір компетентностей. Вибір змісту ассесмент-центру обумовлюється метою його проведення. Для відбору кандидатів на високі позиції й оцінювання топ-менеджерів акцент робиться на поведінковому інтерв'ю, для висування співробітників у кадровий резерв – на ділових іграх [4, с. 119].

3. Метод 360° – працівник оцінюється керівником, колегами і своїми підлеглими. Заповнюється загальна та індивідуальна для кожного форма.

4. Метод інтерв'ю – претенденту дається завдання провести співбесіду з декількома кандидатами на робочі місця і самому прийняти рішення. Цей метод зорієнтований на перевірку вмінь правильно оцінювати і підбирати працівників тощо [1, с. 362].

Таким чином, за результатами дослідження методів оцінювання персоналу можна зробити висновок, що їх діапазон дуже широкий. У конкретній ситуації управління персоналу підприємства їх можна застосовувати в довільній чи заданій комбінації. Адже використання видів, прийомів та методів аналізу для конкретних цілей вивчення процесу управління персоналу компанії у сукупності становить методологію та методику його оцінювання. Комплексне використання вищевказаних методів дозволить забезпечити функціонування на підприємстві ефективного механізму оцінювання. Налагоджений механізм оцінювання персоналу позитивно вплине на ефективність праці співробітників підприємств, що, у свою чергу, позначиться на всіх процесах, які відбуваються в організації.

*Наук. керівн. Миронова О. М.*

**Література:** 1. Балабанова А. В. Менеджмент організацій : підручник / А. В. Балабанова. – К. : Центр учбової літератури, 2011. – 468 с. 2. Данюк В. М. Мотивація і стимулювання праці в менеджменті персоналу : навч.-метод. посібн. / В. М. Данюк, А. М. Колот. – К. : Наука, 2000. – 98 с. 3. Кириченко О. А. Менеджмент зовнішньоекономічної діяльності : навчальний посібник / О. А. Кириченко. – 3-тє вид., перероб. і доповн. – К. : Знання-Прес, 2002. – 266 с. 4. Крушельницька О. В. Управління персоналом : навч. посібн. / О. В. Крушельницька. – К. : Кондор, 2003. – 192 с. 5. Сардак О. В. Управління персоналом : підручник / О. В. Сардак. – К. : Центр учбової літератури, 2011. – 468 с.



Магістр 2 курсу  
факультету менеджменту та маркетингу ХНЕУ

## **УДОСКОНАЛЕННЯ УПРАВЛІННЯ МАРКЕТИНГОМ НА ПІДПРИЄМСТВІ**

*Анотація. Надано огляд наявних визначень поняття "маркетинг", запропоновано доповнене визначення маркетингу. Розглянуто процес управління маркетингом на підприємстві та запропоновано модель управління маркетинговою діяльністю на підприємстві.*

*Аннотация. Представлен обзор существующих определений понятия "маркетинг", предложено дополненное определение маркетинга. Рассмотрен процесс управления маркетингом на предприятии и предложена модель управления маркетинговой деятельностью на предприятии.*

*Annotation. The review of existing definitions of the concept "marketing" is given, the complemented definition of marketing is offered. The process of marketing management at an enterprise is considered and the model of marketing activity management at an enterprise is offered.*

*Ключові слова: маркетинг, управління маркетингом на підприємстві, модель управління маркетинговою діяльністю.*

Швидкий розвиток ринкових відносин, який супроводжувався розвитком науково-технічного та технологічного прогресу, змінив уявлення про ринок. Це зумовило появу такої науки, як маркетинг. Зростання конкурентної боротьби, розширення міжнародного поділу праці, нові вимоги споживачів спонукають підприємства використовувати не тільки окремі інструменти маркетингу, а й повний комплекс маркетингової діяльності.

Раніше багато виробників будь-якої продукції чи послуг приділяли увагу переважно фінансам, виробництву, збуту тощо. Але в сучасних ринкових умовах, а тим паче в сьогоднішній нестабільній ситуації, діяльність підприємств має бути гнучкішою і динамічнішою. Тому актуальною стає проблема ефективного управління підприємством, яке було б зорієнтоване виключно на потреби окремого споживача та ринку в цілому. Основною концепцією управління в умовах ринку стає саме маркетинг. У процесі розгляду питання управління маркетингом насамперед необхідно визначитись із поняттям "маркетинг". У таблиці наведені деякі відомі визначення цього поняття [1].

Таблиця

**Визначення маркетингу**

Автор, назва джерела	Визначення
1	2
Котлер Ф. "Основы маркетинга" [2]	вид людської діяльності, спрямований на задоволення потреб за допомогою обміну
Хершген Х. "Маркетинг: основы профессионального успеха"	принцип управління підприємством; засіб отримання конкурентних переваг; метод пошуку рішень
Винкельман П. "Маркетинг и сбыт"	підприємницький стиль мислення; стратегія; метод впливу на ринок і клієнтів; організаційна функція
Ламбен Ж.-Ж. "Менеджмент, ориентированный на рынок"	комплекс агресивного інструментарію збуту для проникнення на наявні ринки; комплекс інструментарію ринкового аналізу; архітектор споживчого суспільства
Багієв Г. Л. "Маркетинг: учебник для ВУЗов"	філософія взаємодії та координування підприємницької діяльності; концепція управління; засіб забезпечення переваг у конкурентному середовищі; метод пошуку рішень
Маслов Т. Д., Божук С. Г., Ковалик Л. Н. "Маркетинг"	вид діяльності з просування товарів від виробника до споживача; система поглядів на суспільне виробництво; наукова дисципліна; концепція управління діяльністю підприємства; розробка на рівні підприємства комплексних програм
Павленко А. Ф., Войчак А. В. "Маркетинг"	концептуальний підхід; функціональний підхід; товарний підхід; системно-поведінковий підхід; інституційний підхід; національний підхід; управлінський підхід

1	2
Гаркавенко С. С. "Маркетинг"	самостійний вид підприємницької діяльності; функція управління; сучасне бачення філософії бізнесу
Стрій Л. О. "Маркетинг: основні тенденції та проблеми розвитку"	економічний процес; система управління; господарська функція; концепція і філософія сучасного бізнесу

Як видно, сьогодні не існує загально визнаного визначення маркетингу, але, на думку автора, саме у визначеннях П. Вінкельмана та Багієва Г. Л. поняття "маркетинг" розглядається ширше та всебічно. Отже, можна сформулювати визначення, яке б глибше розкривало сутність маркетингу: маркетинг – це філософія взаємодії та координування підприємницької діяльності, організаційна функція якої спрямована на розробку нових рішень та методів впливу на ринок і споживачів для забезпечення переваг у конкурентному середовищі. Таким чином, акцентується увага на основній функції управління серед інших – організації. Також вживання поняття "філософія підприємницької діяльності" свідчить про те, що маркетингова діяльність повинна лежати в основі підприємницької діяльності, її місії. Розробка нових рішень та методів дуже важлива для підприємства, тому що не всі наявні методи можуть підходити для конкретного підприємства або вже застаріли.

Для ефективного управління маркетингом на підприємстві необхідно таке:

- надійна, достовірна та своєчасна інформація про ринок, структуру і динаміку попиту, вимоги клієнтів тощо;

- адекватна реакція управлінського персоналу на вхідну інформацію щодо змін на ринку;

- створення такого товару/асортименту, який задовольняв би потреби ринку більш повно, ніж товари конкурентів;

- необхідний вплив на споживачів, їх попит, ринок.

Процес управління маркетингом – це розроблений послідовний комплекс маркетингових дій, спрямованих на реалізацію маркетингових функцій та принципів, у результаті яких мають бути виявлені й задоволені потреби споживачів, а фірма повинна отримати очікуваний прибуток [3].

Для вдосконалення процесу управління маркетингом на підприємстві запропоноване використання системного підходу. Системний підхід – це, перш за все, розуміння того, що весь об'єкт, який розглядається, становить систему, складену з частин, кожна з яких має свої власні інтереси. Таким чином, аналіз літератури за даною тематикою показав, що сьогодні питаннями маркетингу на підприємстві займається багато вчених. Але досі немає єдиного визначення цього поняття. Тому було запропоноване доповнене визначення маркетингу, яке б ширше розкривало це питання. Задля ефективного управління маркетингом керівництву підприємства слід дотримуватися певних вимог. Надана модель управління маркетингом розглядає цей процес з точки зору системного підходу, що дозволяє підприємству контролювати всю вхідну інформацію з ринку та вихідні бізнес-результати.

*Наук. керівн. Гюзіна І. А.*

**Література:** 1. Лаберцева О. Дослідження історичної генези сучасної концепції маркетингу / О. Лаберцева // Маркетинг в Україні. – 2007. – № 6. – С. 57–61. 2. Котлер Ф. Основы маркетинга / Ф. Котлер ; пер. с англ. Е. М. Пеньковой. – М. : Прогресс, 1990. – 736 с. 3. Гірченко Т. Д. Маркетинг : навч. посібн. / Т. Д. Гірченко, О. В. Дубовик. – К. : ІНКІС, 2007. – 255 с. 4. Проблеми і перспективи розвитку підприємництва : збірник матеріалів міжнародної науково-практичної конференції. Ч. 2. – Х. : ХНАДУ, 2007. – 260 с.

УДК 658.8:339.13.017

**Чарыев М. К.**

Магістр 2 курсу  
факультета менеджмента и маркетинга ХНЭУ

## ОСОБЕННОСТИ ПРОВЕДЕНИЯ МАРКЕТИНГОВЫХ ИССЛЕДОВАНИЙ НА СОВРЕМЕННЫХ ПРЕДПРИЯТИЯХ

*Аннотация. Рассмотрены особенности организации и проведения маркетинговых исследований, выделены основные ошибки при проведении собственных исследований, а также проанализированы проблемы маркетинговой стратегии.*

© Чарыев М. К., 2013



*Анотація. Розглянуто особливості організації та проведення маркетингових досліджень на сучасних підприємствах, виділені основні помилки в процесі проведення власних досліджень, а також проаналізовано проблеми маркетингової стратегії.*

*Annotation. This article describes the characteristics of organizing and carrying out the marketing research at the modern enterprises, and the main mistakes in conducting their own researches, as well as analyzing the problems of marketing strategy.*

*Ключевые слова: маркетинг, маркетинговые исследования, организация, исследование рынка.*

Маркетинговые исследования базируются на специальных методах, позволяющих осуществлять изучение спроса и предложений, определять тенденции рынка, потребности и запросы инвесторов, проводить сбор, обработку и анализ информации, необходимой для принятия решений в области маркетинга.

Проблемами проведения маркетинговых исследований на предприятиях занимается много ученых и экономистов: Эванси Дж. Р., Б. Берман, Черчилль Г. А. и др.

Однако до сих пор в практике менеджмента не существует единого мнения по поводу организации и проведения маркетинговых исследований предприятия. Исходя из этого, целью статьи является выявление особенностей проведения маркетинговых исследований в современных условиях.

Следует различать организацию маркетинга и собственно маркетинговые исследования. Для организации и функционирования маркетинга следует разработать:

положение о маркетинге, определяющее стратегию, задачи и функции маркетинга;

положение о маркетинговой структуре, определяющее направленность деятельности в сфере маркетинга;

положение о службе маркетинга, определяющее структуру, внешние и внутренние функции службы маркетинга;

управление маркетинговыми исследованиями, включающее разработку плана, бюджета маркетинговых исследований, выработку форматов исследований и форматов маркетинговых отчетов [1].

Основными вариантами организации маркетинга являются создание собственной службы маркетинга либо заказ маркетинговых исследований независимой консалтинговой фирме.

При организации собственного исследования нередко возникают ошибки, которые можно разделить на две группы. Первая – это системные ошибки, наиболее опасные. Они связаны с недочетом роли исследований в системе предприятия или с их неправильной организацией: в компании нет маркетолога-исследователя или он имеет низкую квалификацию; не организована система маркетинговой информации и маркетинговых исследований, отсутствуют электронные базы сбора и хранения информации, например CRM-система. Кроме того, на таких специалистов, как и на службу маркетинга в целом, возлагается дополнительный объем не свойственных им функций, например сбытовых ("пусть маркетинг не только тратит, но что-то и зарабатывает").

Вторая группа – функциональные ошибки. Это ошибки отдельных функций в построении исследовательских бизнес-процессов в компании. Например, они могут быть связаны с методологической базой или неправильным ее использованием, с разработкой и выведением на рынок новых продуктов или услуг. Эти ошибки, как правило, легко преодолимы. Если проанализировать алгоритм принятия того или иного решения, то можно найти источники этих ошибок, этапы, на которых они совершены, их причины (нехватка персонала, недостаточный уровень квалификации, финансирования и т. д.) и избежать их в дальнейшем [2; 3].

Во избежания появления перечисленных ошибок необходимо пристальное внимание уделить разработке маркетинговой стратегии и тактических ходов по развитию компании. Это позволит впоследствии получить более прочные позиции на рынке, добиться за счет его грамотного изучения и оперативного реагирования перераспределения долей участников рынка в свою пользу. Именно сейчас службе маркетинга необходимо доказать руководству свою состоятельность, только в сложные периоды можно оценить эффективность маркетинга и оптимальность протекающих в компании бизнес-процессов, а значит, пора "творить историю" собственными силами при помощи тех ресурсов, которые есть в наличии.

*Научн. рук. Миронова О. Н.*

**Литература:** 1. Черчилль Г. А. Маркетинговые исследования / Г. А. Черчилль. – СПб. : Питер, 2007. – 269 с. 2. Голубков Е. П. Маркетинговые исследования: теория, методология и практика / Е. П. Голубков. – 2-е изд. – М. : Финпресс, 2008. – 310 с. 3. Иванов Л. А. Исследование рынка собственными силами / Л. А. Иванов. – СПб. : Питер, 2010. – 200 с.

Магістр 2 курсу  
факультету менеджменту та маркетингу ХНЕУ

## СУТНІСТЬ ТА СТРУКТУРА ПОТЕНЦІАЛУ ПІДПРИЄМСТВА

*Анотація. Розглянуто поняття потенціалу підприємства з різних точок зору, надано власне визначення цього поняття. Розглянуто складові потенціалу підприємства. Визначено необхідність у систематичному проведенні на підприємстві моніторингу його потенціалу.*

*Аннотация. Рассмотрено понятие потенциала предприятия с разных точек зрения, предложено собственное определение этого понятия. Рассмотрены составляющие потенциала предприятия. Определена необходимость в систематическом проведении на предприятии мониторинга его потенциала.*

*Annotation. The notion of the company's potential is considered from the different points of view, the author's definition of this notion is provided. The potential's constituents are considered. The need of the systematic monitoring of enterprise's potential is declared.*

*Ключові слова: потенціал підприємства, складові потенціалу підприємства.*

Підприємство, як основна ланка народногосподарського комплексу, концентрує в собі всі ресурси виробництва. Тут розгортаються головні економічні процеси, створюється і примножується народне багатство, формується національний дохід, забезпечується вирішення економічних і соціальних завдань, складаються виробничі і соціальні відносини [1]. У зв'язку із цим формування і розвиток потенціалу підприємства має велике економічне значення, що вимагає, у свою чергу, визначення сутності цієї категорії та виділення складових потенціалу підприємства як окремих об'єктів управління.

У літературі наводяться різні точки зору щодо визначення сутності поняття "потенціал підприємства". Цією проблемою займаються такі автори, як: Лепейко Т. І., Кустова Т. М., Романов О. П., Кузнецов В. В., Арутюнова Л. М., Мінякова Т. Є., Янкевич П. А. та ін.

Метою даної статті є визначення сутності поняття потенціалу підприємства на основі аналізу наявних підходів до вирішення цього питання та виділення його складових.

Для визначення поняття потенціалу підприємства слід ознайомитися з поглядами різних авторів. Кустова Т. М. розглядає потенціал підприємства як джерела, можливості, засоби, запаси, які можуть бути введені в дію, використані для вирішення якого-небудь завдання, досягнення певної мети [2].

Романов О. П. вважає, що під потенціалом підприємства слід розуміти можливості організації, які можуть бути реалізовані лише за наявності ресурсів [3].

Кузнецов В. В., Арутюнова Л. М. та Мінякова Т. Є. розглядають потенціал підприємства як засоби, які можуть бути мобілізовані та використані для досягнення певної мети, вирішення якого-небудь завдання (економічного, військового, інноваційного, наукового і т. д.) [4].

Янкевич П. А. під потенціалом підприємства розуміє здатність підприємства досягати поставлених перед ним цілей, використовуючи наявні в ньому матеріальні, трудові та фінансові ресурси [5].

Також існує трактування поняття потенціалу підприємства як сукупності ресурсів (трудових, матеріальних, нематеріальних, фінансових та інших), що є в розпорядженні підприємства, і здатності його співробітників і менеджерів до використання ресурсів з метою створення товарів, послуг і отримання максимального доходу [6].

Отже, в літературі не існує єдиного визначення поняття "потенціал підприємства", воно розглядається як наявність можливостей, засобів, джерел, ресурсів тощо у підприємства, що використовуються для досягнення певної мети. Таким чином, у даній статті потенціал підприємства автор розглядає як сукупність усіх ресурсів підприємства, що використовуються для досягнення цілей підприємства і реалізації стратегії.

У літературі [2; 3] виділяють такі складові потенціалу підприємства: матеріальну, фінансову, трудову, комерційну та інформаційну. Янкевич П. А. окремо виділяє природничу складову, яку розглядає як сукупність природних ресурсів, що стають частиною ресурсів підприємства в тому випадку, якщо вони залучаються в процесі виробництва [5]. Але її можна розглядати як елемент матеріальної складової потенціалу підприємства. Кустова Т. Н. пропонує окремо виділити науково-технічний потенціал, що також є досить обґрунтованою пропозицією [2].

Таким чином, у рамках даної статті автор пропонує виділення таких складових потенціалу підприємства: матеріальної, фінансової, трудової, комерційної, інформаційної та науково-технічної.

Матеріальна складова потенціалу підприємства характеризується наявністю засобів та предметів праці, обсягами запасів матеріальних ресурсів тощо [5].



Фінансова складова характеризується величиною прибутку (збитків), розміром фонду накопичення, розміром амортизаційних відрахувань, величиною собівартості продукції (робіт, послуг), величиною дебіторської та кредиторської заборгованостей, величиною і структурою капіталу та майна; величиною власного оборотного капіталу тощо.

Трудова складова характеризується кількістю співробітників в цілому та за категоріями, рівнем освіти та кваліфікації персоналу, рівнем заробітної плати, продуктивністю праці, взаєминами між співробітниками, витратами на забезпечення здоров'я працівників тощо [7].

Комерційна складова характеризується обсягом реалізації продукції за вартістю і в асортименті, основними постачальниками сировини, основними маркетинговими показниками (життєвим циклом продукції, цільовою аудиторією споживачів продукції, ринками збуту продукції, часткою ринку в галузі та іншими), залишками готової продукції на складі у вартісному і натуральному виразі і под. [2].

Інформаційна складова характеризується кількістю інформації, що формується в процесі інформаційної діяльності підприємства [8].

Науково-технічна складова характеризується кількістю впроваджених винаходів та раціоналізаторських пропозицій, кількістю освоєних нових технологій та нових видів продукції (робіт, послуг), обсягом НДДКР [2].

Отже, на потенціал підприємства постійно впливають різні чинники, що можуть як позитивно, так і негативно позначитися на результаті роботи підприємства. Таким чином, Лепейко Т. І. вважає, що на підприємстві необхідно систематично проводити моніторинг потенціалу, що забезпечить найкращий рівень управління інформацією про стан і можливі шляхи найбільш ефективного використання потенціалу у часі, що визначатиме не лише напрями стратегії, але й можливості для її реалізації [9].

Розглянувши поняття потенціалу підприємства, визначивши його сутність та складові, можна сказати, що потенціал підприємства є комплексним поняттям, а його оцінка відображає загальний стан підприємства і має використовуватися в процесі розробки його стратегії. Оскільки на потенціал підприємства впливають різні фактори, як внутрішні, так і зовнішні, які мають властивість постійно змінюватися, то необхідним є систематичне проведення моніторингу потенціалу підприємства.

*Наук. керівн. Котлик А. В.*

**Література:** 1. Потенциал предприятия. Сайт "Економукс". – Режим доступа : <http://ekonomyks.ru>. 2. Кустова Т. Н. Анализ и диагностика финансово-хозяйственной деятельности предприятия : учебное пособие / Т. Н. Кустова. – Рыбинск : РГАТА, 2003. – 200 с. 3. Романов А. П. Экономический потенциал предприятия и его связи с ресурсным и производственным потенциалами [Электронный ресурс] / А. П. Романов, М. Н. Губанова // Университет им. В. И. Вернадского. – 2010. – № 7–9(30). – С. 223–228. – Режим доступа : <http://vernadsky.tstu.ru>. 4. Кузнецов В. В. Организационный потенциал предприятия : учебное пособие / В. В. Кузнецов, Л. М. Арутюнова, Т. Е. Минякова. – Ульяновск : УлГТУ, 2007. – 105 с. 5. Янкевич П. А. Экономический потенциал предприятия и методы оценки [Электронный ресурс] / П. А. Янкевич. – М. : МГТУ. – 2006. – Режим доступа : <http://www.giab-online.ru>. 6. Потенциал предприятия (внутренние переменные организации). Сайт "Менеджмент". – Режим доступа : <http://manager-news.in>. 7. Лепейко Т. І. Обґрунтування показників оцінки якості трудового потенціалу / Т. І. Лепейко // Економічний розвиток. – 2005. – № 4(36). – С. 72–74. 8. Королев О. Л. Методика оценки информационного потенциала предприятия / О. Л. Королев // Ученые записки ТНУ им. В. И. Вернадского. Серия "Экономика и управление". Том 24(63). – 2011. – № 1. – С. 109–113. 9. Лепейко Т. И. Управление формированием стратегического потенциала предприятия / Т. И. Лепейко // Экономика развития. – 2004. – № 4(32). – С. 98–101.

---

**Середа Г. І.**

УДК 005.21:658:669

Магістр 2 курсу  
факультету менеджменту та маркетингу ХНЕУ

## **ОБґРУНТУВАННЯ СТРАТЕГІЇ МЕТАЛОТОРГІВЕЛЬНОГО ПІДПРИЄМСТВА**

*Анотація. Проаналізовано тенденції у галузі металоторгівлі; надано практичні рекомендації щодо формування стратегії металоторгівельного підприємства; розглянуто основні напрями формування стратегії на основі дослідження ключових факторів успіху в галузі; обґрунтовано стратегію проникнення на ринок.*

---

© Середа Г. І., 2013



*Аннотация. Проанализированы тенденции в отрасли металлоторговли; представлены практические рекомендации по формированию стратегии металлоторгового предприятия; рассмотрены основные направления формирования стратегии на основе исследования ключевых факторов успеха в отрасли; обоснована стратегия проникновения на рынок.*

*Annotation. The trends of steeltrading are covered; the recommendations concerning a strategy of steeltrading business are given; the main directions developing the strategy based on key success factors investigation are mentioned; a strategy of market penetration is proved.*

*Ключові слова: стратегія, обґрунтування стратегії, ключові фактори успіху галузі.*

Сучасним керівникам необхідно проводити ретельний аналіз зовнішнього середовища, щоб своєчасно вносити зміни в обраний курс підприємства. Також їм необхідно володіти інформацією про сильні та слабкі сторони підприємства, щоб передбачити, які зміни можуть бути використані підприємством на власну користь. Саме впровадження стратегічного управління на підприємстві дозволяє якнайкраще вирішити цю проблему, обумовлену швидкими змінами зовнішнього середовища, необхідністю зменшення його невизначеності, поширенням інтеграційних процесів і глобалізацією бізнесу.

Під стратегічним управлінням розуміють таке управління підприємством, що спирається на людський потенціал як його основу, орієнтує його діяльність на запити споживачів, здійснює гнучке регулювання і своєчасні зміни на підприємстві, адекватні впливу навколишнього середовища і які дозволяють досягти конкурентних переваг [1].

Проте в Україні теорія і практика стратегічного управління ще не посіли належного місця. Довгань Л. Є., Каракай Ю. В., Артеменко Л. П. [1] у своєму дослідженні наводять таку статистику: у практиці сучасного господарювання лише 10 % повністю реалізують власну стратегію, 5 % виконавців розуміють стратегію і пов'язують із власною діяльністю, 15 % підприємств витрачають на обговорення стратегії більше години на місяць, 25 % менеджерів мають стимули, пов'язані зі стратегією, і в 40 % підприємств існує зв'язок між бюджетом і стратегією. Така ситуація незадовільна, і для її покращення керівництву вітчизняних підприємств потрібно переглянути власні погляди на роль стратегічного управління в досягненні успіху їхніх підприємств [1].

На сьогодні стратегічне управління підприємством становить значний науковий і практичний інтерес. Питання стратегічного управління висвітлено в дослідженнях І. Ансоффа, Томпсона А. А. і Дж. Стрікланда, Віханського О. С., Довганя Л. Є., Каракай Ю. В., Артеменка Л. П., Пономаренка В. С., Пушкаря О. І., Тридіда О. М., В. Герасимчука та ін.

Отже, мета дослідження полягає в обґрунтуванні стратегії металоторгівельного підприємства.

Об'єктом дослідження є металоторгівельне підприємство, а предметом дослідження – методологія і методи стратегічного управління, що можуть бути використані підприємством у процесі обґрунтування стратегії.

Задля досягнення поставленої мети проведено комплексний аналіз діяльності металоторгівельного підприємства.

Проведено аналіз зовнішнього середовища непрямого впливу, у результаті якого встановлено, що найбільш негативний вплив на діяльність металоторгівельних підприємств мають політичні та економічні фактори.

У результаті аналізу зовнішнього середовища прямого впливу встановлено, що споживачі й постачальники мають значну торгівельну силу.

Згідно з результатами проведеного аналізу стану галузі торгівлі нержавіючими і спеціальними сталями встановлено, що найближчим часом у зв'язку із кризовими явищами в економіці та похваленням зростання попиту в галузі не з'явиться значна кількість нових конкурентів, можливий вихід з ринку слабких гравців. Цьому може сприяти й дорожчання кредитних ресурсів, що скорочує можливість залучення значних обігових коштів. У такому випадку перевагу матимуть підприємства, які зможуть встановити з постачальниками вигідні умови кредитування. Закордонні виробники у разі виходу на український ринок, швидше за все, шукатимуть співробітництва з діючими гравцями із сильними конкурентними позиціями в галузі.

Оскільки продукція стандартна, а попит високочутливий до ціни, споживачеві досить легко переключатись з одного постачальника на іншого. Таким чином, конкуренція може загостритись між існуючими підприємствами. Щоб утримати споживачів, необхідно розробити ефективну систему стимулювання попиту, поряд із оптимальною ціною забезпечувати надійність поставок, надавати додаткові сервісні послуги. Найближчим часом перевагу матимуть середні й малі підприємства, оскільки вони більш гнучкі й мають менші витрати через оптимальні розміри, або ж підприємства, які мають у своєму портфелі широкий асортимент продукції і діяльність яких диверсифікована.

Виявлено, що для отримання маржі на середньогалузевому рівні підприємствам необхідно активізувати маркетингові зусилля, оптимізувати власні витрати. З метою отримання додаткового прибутку можна розширити спектр сервісних послуг.

У межах аналізу стану галузі виявлено такі ключові фактори успіху, як орієнтація керівництва на потреби споживачів, формування широкого асортименту продукції, розширення переліку сервісних послуг, розвиненість бази споживачів, розвинена складська інфраструктура, рівень взаємовідносин з постачальниками, налагодженість ключових процесів підприємства, персонал [2 – 5].

З метою аналізу ступеня оволодіння металоторгівельним підприємством ключовими факторами успіху запропоновано провести розрахунок інтегрального показника. Для цього попередньо встановлено значущість кожного конкретного фактора успіху за методом попарного порівняння Т. Сааті, а також за десятибальною шкалою надано оцінку ступеня оволодіння підприємством кожним із ключових факторів.



Відповідно до отриманих результатів найбільш вагомі ключові фактори успіху – це орієнтація керівництва на потреби споживача (вага – 0,4), персонал (вага – 0,174), розвиненість власної бази споживачів (0,137). Виявлено слабкі місця підприємства, пов'язані з персоналом і неналагодженістю ключових процесів.

Проведено аналіз внутрішнього середовища підприємства за такими напрямками: стратегія, місія, цілі, базова стратегія, фінанси, маркетинг, інноваційна діяльність, трудові ресурси й система управління. Результати аналізу зовнішнього і внутрішнього середовища узагальнено у SWOT-аналізі.

Беручи до уваги результати аналізу зовнішнього середовища підприємства й цілі, сформовані на стратегічну перспективу, рекомендовано обрати стратегію проникнення на ринок за матрицею І. Ансоффа [6]. Ця стратегія використовується в разі пропозиції старих товарів на старих ринках.

Основна мета стратегії проникнення на ринок – збільшення ринкової частки. Задля досягнення цієї мети необхідно зосередитись на розробці заходів щодо посилення наявних або створення нових ключових компетентностей підприємства. Такі заходи мають бути спрямовані на покращення якості обслуговування або якості продукції і поряд із цим забезпечувати покращення репутації підприємства, помітно виділяючи його серед фірм-конкурентів. Також ця стратегія передбачає акцент на збільшенні продуктивності праці персоналу підприємства, щоб знизити витрати нижче рівня витрат конкурентів [6]. Таким чином, фактично стратегія спрямована на вдосконалення діяльності підприємства з метою формування ключових факторів успіху.

У межах стратегії необхідно передбачити реалізацію таких із переліку сформованих під час SWOT-аналізу заходів: оптимізації і стандартизації процесів підприємства, створення ефективної організаційної культури й активізації маркетингових зусиль.

Враховуючи сформовані цілі на стратегічну перспективу, результати аналізу ключових факторів успіху в галузі і внутрішнього аналізу підприємства, найважливішими функціональними стратегіями металоторгівельного підприємства на сьогодні мають стати стратегія управління персоналом та ІТ-стратегія, оскільки вони сприяють посиленню таких ключових факторів успіху, як персонал і налагодженість ключових процесів підприємства, а отже, підвищують конкурентоспроможність підприємства на ринку. Не можна залишати поза увагою й маркетингову стратегію підприємства, що дозволить керівництву бути більш обізнаним про своїх споживачів, тенденції на ринку, розширити перелік споживачів, а отже – орієнтуватись і задовольняти потреби споживачів.

Обґрунтована стратегія доцільна, оскільки дозволяє отримати значний економічний ефект. У разі оптимізації та стандартизації ключових процесів продуктивність праці зростає на 7 %, обсяги товарно-матеріальних цінностей скоротяться на 7 %, дебіторська заборгованість на 5,5 %, обсяг реалізованої продукції зростає на 4 %. Упровадження організаційної культури підвищить продуктивність праці не менше ніж на 5 %, а активізація маркетингових зусиль у разі проведення рекламної кампанії в Інтернет дозволить підвищити обсяги реалізованої продукції на 5 %. Також обґрунтована стратегія має значні ресурсний, технічний і соціальний ефекти, що сприятимуть підвищенню ефективності діяльності підприємства і зростанню його конкурентоспроможності на ринку.

Таким чином, обрана стратегія проникнення на ринок сприятиме підвищенню конкурентоспроможності підприємства завдяки зосередженню на розвитку ключових факторів успіху, притаманних галузі, зростанню прибутковості діяльності, поліпшенню фінансового становища й формуванню позитивного іміджу підприємства як надійного партнера.

*Наук. керівн. Мазоренко О. В.*

**Література:** 1. Довгань Л. Є. Стратегічне управління : навчальний посібник / Л. Є. Довгань, Ю. В. Каракай, Л. П. Артеменко. – К. : Центр учбової літератури, 2009. – 440 с. 2. <http://www.metalika.ua>. 3. <http://minprom.ua>. 4. <http://www.business.ua>. 5. <http://stainlesssteel.ru>. 6. Ансофф І. Стратегическое управление / И. Ансофф ; сокр. пер. с англ. – М. : Экономика, 1989. – 520 с.

---

**Ільченко Д. П.**

УДК 005.72

Магістр 2 курсу  
факультету менеджменту та маркетингу ХНЕУ

## **УПРОВАДЖЕННЯ НОВИХ МЕТОДІВ ОРГАНІЗАЦІЇ ТА УПРАВЛІННЯ НА ПІДПРИЄМСТВІ**

*Анотація. Розглянуто необхідні параметри ефективного виробництва, критерії виробничої системи, методи управління підприємством у сучасних умовах, автоматизацію виробничих процесів як необхідну складову ведення бізнесу, світові стандарти управління виробництвом і дистрибуцією.*

---

© Ільченко Д. П., 2013

*Аннотация. Рассмотрены необходимые параметры эффективного производства, критерии производственной системы, методы управления предприятием в современных условиях, автоматизация производственных процессов как необходимая составляющая ведения бизнеса, мировые стандарты управления производством и дистрибуцией.*

*Annotation. This article is concerned with the basic parameters of an effective production, criteria of production system, the methods of management in modern conditions, a manufacturing process automation as an essential component of business, global standards of production and distribution.*

**Ключові слова:** *бізнес, виробництво, споживач, підприємство, ефективність, управління, автоматизація.*

Управління сучасним бізнесом – це складний процес, що вимагає ухвалення важливих управлінських рішень у стислі терміни, ґрунтуючись на аналізі великого обсягу фінансової та іншої бізнес-інформації. Актуальність теми дослідження полягає в тому, що ринкові умови, в яких існують сучасні підприємства, – надзвичайно динамічні й конкурентні. У таких умовах значно зростає рівень відповідальності керівника. Питання організації та управління на підприємстві досліджували такі видатні вчені, як: Річард Ньютон, Роберт Кійосакі, Сергій Азімов, Річард Бренсон, Шерон Лектер. На сьогодні тема залишається відкритою, оскільки економічний прогрес постійно потребує інноваційних підходів і обґрунтувань. Для сучасного керівника важливо вміти не тільки швидко вирішувати проблеми, що виникають, але й своєчасно запобігати їм, спрямовуючи бізнес до нових можливостей і сприятливих бізнес-перспектив. Робити це можна тільки з використанням сучасних ефективних управлінських інструментів [1, с. 4].

Правильним критерієм того, наскільки чітко є виробнича система підприємства, є її здатність конкурувати на зовнішньому і внутрішньому ринках. Тому сучасне виробництво на сьогоднішній день повинне мати значну гнучкість, здатність швидко змінювати асортимент відповідно до вимог споживачів, випускати не тільки якісну продукцію, але й організовувати післяпродажне обслуговування, а також дотримуватися абсолютно нових форм контролю й організації в поділі праці [2, с. 89].

Потрібно чітко визначити, які характеристики необхідні сьогодні промислового підприємству. У сучасних умовах йому потрібні організаційні підрозділи з невеликою кількістю працівників, але з більш високим освітнім та кваліфікаційним рівнем, зменшення рівнів управлінської ієрархії, мінімум запасів, швидке втілення новітніх технологій у виробництво, його автоматизація [3, с. 46].

Процес реалізації функцій і принципів управління відбувається за умови застосування багатьох різноманітних методів. На думку українського вченого Сергія Бушуєва [4], методи управління – це, в першу чергу, сукупність усіх правил і засобів, які застосовуються на підприємстві і впливають на керування об'єктами з метою досягнення найбільших показників та отримання ефективних результатів у цілях, що поставлені організацією. Для досягнення максимально ефективної діяльності власного підприємства потрібне економічно грамотне управління його діяльністю. Фінансові методи управління витратами – це те, чим повинен керуватись кваліфікований фінансовий менеджер, у тому числі сучасними методами ефективного розподілу витрат у діяльності організації. У результаті фінансовий менеджер, який добре розбирається в техніці та технології, зможе легко пристосовуватися до змін ринкової ситуації, а також зможе з легкістю знаходити та приймати ефективні рішення.

Метою застосування методів управління витратами є безперервне підтримання на високому рівні конкурентоспроможності продукції, що випускається, і водночас підтримання фінансової стійкості підприємства [3].

У сучасних умовах ведення бізнесу нормальне функціонування великих підприємств неможливе без комплексної автоматизації виробничих процесів. Країни ринкової економіки мають великий досвід у створенні інформаційних технологій для розвитку промислових підприємств. Одними з найбільш поширених методів управління виробництвом і дистрибуцією у світі є стандарти MRP (Material Requirements Planning) – автоматизоване планування потреби сировини і матеріалів для виробництва; MRPII (Manufacturing Resources Planning) – планування і управління всіма виробничими ресурсами підприємства: сировиною, матеріалами, обладнанням, трудовитратами; ERP (Enterprise Resources Planning) – управління корпоративними ресурсами. До властивостей MRPII додалося управління фінансовими ресурсами та маркетинг. ERP концепція спрямована на управління бізнесом, а не тільки виробництвом, на відміну від MRP [4].

Таким чином, ці методи дають змогу автоматизувати роботу підприємства, скоротити бізнес-процеси без якісних втрат, чітко налагодити роботу зі споживачами, скоротити документообіг, контролювати базу запасів. Без сумніву, втілення нових методів організації та виробництва на підприємстві досягається лише у випадку чіткого контролю з боку керівництва. Дотримання вищенаведених методів управління є основою функціонування підприємства, невід'ємним аспектом позиціонування підприємства на ринку.

*Наук. керівн. Близнюк Т. П.*

**Література:** 1. Нісієнен І. Е. Час керівника: ефективність використання : монографія / І. Е. Нісієнен. – М. : Економіка, 2010. – 318 с. 2. Паркінсон С. Н. Мистецтво управління / С. Н. Паркінсон, М. К. Рустамджі ; пер. з англ. – М. : ГРАНД, 2002. – 272 с. 3. Презентація майстер-класу Хіроши Танака та Сергія Бушуєва [Електронний ресурс] / Інформаційно-діловий канал @Sphinx. – Режим доступу : <http://www.sphinx.ua/news>



/?id=67351. 4. Марков С. П. Опис систем автоматизації [Електронний ресурс] / С. П. Марков // Автоматизація в сучасному бізнесі. – 2012. – № 1(21). – Режим доступу : <http://www.iteam.ru/art.php3?artid=21900>. 5. Ліпсіц І. В. Секрети вмілого керівника : монографія / І. В. Ліпсіц. – М. : Економіка, 2009. – 256 с.

**Ганьшина К. О.**

УДК 005.334

Магістр 2 курсу  
факультета менеджмента і маркетингу ХНЭУ

## **ОБОБЩЕНИЕ НАУЧНЫХ ПОДХОДОВ К ОПРЕДЕЛЕНИЮ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ СУЩНОСТИ АНТИКРИЗИСНОГО УПРАВЛЕНИЯ ПРЕДПРИЯТИЕМ**

*Анотація. Розглянуто поняття "кризис" і "антикризисное управление", приведені тлумачення визначень різних авторів, визначено суттєві ознаки аналізованих понять, на основі проведеного аналізу виведено загальне визначення антикризисного управління.*

*Анотація. Розглянуто поняття "криза" і "антикризисное управління", наведено тлумачення визначень різних авторів, визначено суттєві ознаки аналізованих понять, на основі проведеного аналізу виведено загальне визначення антикризисного управління.*

*Annotation. The article describes the concepts of "crisis" and "crisis management", the interpretation of the definitions of different authors is given, the essential features of the given concept are defined, the general definition of crisis management is suggested basing on the analysis.*

*Ключевые слова: кризис, стратегия, развитие, антикризисное управление.*

Динамічність зовнішньої середовища підприємства впливає на його економіко-фінансове становище і може викликати спад виробництва. Наявність на підприємстві тенденцій до зниження економіко-фінансових показників свідчить про необхідність впровадження методів антикризисного управління. Розробкою засобів і методів антикризисного управління займаються як українські, так і зарубіжні вчені, а саме: Юн Г. Б. [1], Райзберг Б. А. [2], Коротков Э. М. [3], Орехов В. И. [4], Ларионов И. К. [5], Круглова Н. Ю. [6], Горфинкель В. Я. [7], Кован С. Е. [8], Жарковская Е. П. [9], Шпак А. С. [10].

Незважаючи на значительне количество работ, написанных на данную тему, ряд вопросов остаются не раскрытыми. Так, автор считает целесообразным провести конкретизацию понятия антикризисного управления.

Так, в словаре по антикризисному управлению данный вид управления рассматривается как совокупность форм и методов реализации антикризисных процедур, применяемых в отношении организации-должника для целей ее финансового оздоровления или ликвидации; процесс реализации антикризисной программы в отношении организации-должника [1, с. 46]. При этом в современном экономическом словаре дается иное определение: "антикризисное управление – это управление предприятием, организацией, ставящее своей задачей преодоление или предотвращение кризисного состояния, проявляющегося в неплатежеспособности, банкротстве, убыточности" [2, с. 27].

Коротков Э. М. высказывает иную точку зрения, утверждая, что антикризисное управление представляет собой тип управления, в котором определенным образом поставлены предвидение опасности кризиса, анализ его симптомов, разработка мер по предотвращению или снижению отрицательных последствий кризиса, а также использованию его отдельных факторов для последующего развития [3, с. 574]. Самое простое определение дают Орехов В. И., Балдин К. В. и Гапоненко Н. П.: "антикризисное управление – это совокупность форм и методов реализации антикризисных процедур применительно к конкретному предприятию" [4, с. 307].

По мнению Татьяны Коробенко, антикризисное управление – это процесс разработки и поддержания стратегического равновесия между целями и возможностями организации в изменяющихся рыночных условиях или в ситуациях кризиса. Антикризисное управление направлено на адаптацию деятельности организации к постоянно меняющимся условиям внешней среды и на извлечение выгод из новой возможности. Цель антикризисного управления – отказаться от перспективных направлений деятельности и определить наиболее перспективные направления деятельности организации, обеспечивающие ее рост и процветание [7, с. 25].

© Ганьшина К. О., 2013

Профессор Уткин Э. А., занимающийся проблемами современного менеджмента, отмечает, что антикризисное управление существенно отличается от обычных приемов, форм и технологий менеджмента, так как:

- главной целью его [антикризисного управления] является обеспечение прочного положения на рынке и стабильно устойчивых финансов компании при любых экономических, политических и социальных метаморфозах в стране;
- в его рамках применяются в основном те управленческие инструменты, которые в российских условиях наиболее эффективны в устранении временных финансовых затруднений и решении других текущих проблем фирмы;
- главное в антикризисном управлении – ускоренная и действенная реакция на существенные изменения внешней среды на основе заранее разработанной тактики альтернативных вариантов, предусматривающих различные трансформации в этой сфере в зависимости от ситуации;
- в основе антикризисного управления лежит процесс постоянных и последовательных инноваций во всех звеньях и областях действий предприятия;
- антикризисное управление нацелено на то, чтобы даже в сложной ситуации, в которой оказалось предприятие (например, на грани банкротства), можно было ввести в действие такие управленческие и финансовые механизмы, которые позволили бы выбраться из трудностей с наименьшими для предприятия потерями [7, с. 11; 8].

Необходимо отметить, что представленный перечень определений является далеко не полным, поскольку каждый автор в своем труде старается раскрыть ту или иную сторону рассматриваемого термина, в зависимости от расставленных акцентов. Вместе с тем на общем фоне многообразия различных точек зрения наиболее полно понятие антикризисного управления раскрывает коллектив авторов (Ларионов И. К., Брагин Н. И., Алиев А. Т.), рассматривающих его в широком и узком значениях. В широком смысле антикризисное управление – это системное управление объектом хозяйствования на том или ином уровне экономики, под углом зрения противодействия кризису. В узком смысле антикризисное управление – это система организационно-управленческих мер в отношении отдельного предприятия, попавшего в состояние кризиса, что обычно выражается в неплатежеспособности, которая в случае ее затяжного непреодолимого характера нейтрализуется через процедуры банкротства. Для антикризисного управления в узком смысле большое значение имеет установление факта финансовой несостоятельности предприятия, официальное установление которого регламентируется законодательно [5, с. 16].

Обобщая вышеуказанные интерпретации экономической сущности антикризисного управления, автор дает собственную трактовку данного понятия: антикризисное управление – это совокупность приемов, методов и средств улучшения финансово-экономического состояния предприятия.

Научн. рук. Шульга А. Ю.

**Литература:** 1. Юн Г. Б. Словарь по антикризисному управлению / Г. Б. Юн, Г. К. Таль, В. В. Григорьев. – М. : Дело, 2003. – 448 с. 2. Райзберг Б. А. Современный экономический словарь / Б. А. Райзберг, Л. Ш. Лозовский, Е. Б. Стародубцева. – 6-е изд., перераб. и доп. – М. : ИНФРА-М, 2008. – 512 с. 3. Коротков Э. М. Антикризисное управление : учебник / Э. М. Коротков. – М. : ИНФРА-М, 2008. – 620 с. 4. Орехов В. И. Антикризисное управление : учебн. пособ. / В. И. Орехов, К. В. Балдин, Н. П. Гапоненко. – М. : ИНФРА-М, 2008. – 544 с. 5. Ларионов И. К. Антикризисное управление : учебн. пособ. / И. К. Ларионов, Н. И. Брагин, А. Т. Алиев. – 3-е изд., перераб. и доп. – М. : Дашков и Ко, 2005. – 292 с. 6. Круглова Н. Ю. Антикризисное управление : учебн. пособ. – М. : КНОРУС, 2009. – 512 с. 7. Горфинкель В. Я. Предпринимательство : учебн. для вузов / В. Я. Горфинкель, Г. Б. Поляков, В. А. Швандар. – 4-е изд., перераб. и доп. – М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2008. – 735 с. 8. Кован С. Е. Теория антикризисного управления предприятием : учебн. пособ. / С. Е. Кован, Л. П. Мокрова, А. Н. Ряховская. – М. : КНОРУС, 2009. – 160 с. 9. Жарковская Е. П. Антикризисное управление : учебник / Е. П. Жарковская, Б. Е. Бродский, И. Б. Бродский. – 6-е изд., испр. и доп. – М. : Омега-Л, 2009. – 456 с. 10. Шпак А. С. Теоретические основы реструктуризации : учебн. пособ. / А. С. Шпак. – Владивосток : ТГЭУ, 2009. – 152 с.

UDC 658.7

**N. Shevyakova**

3rd year student  
of Management and Marketing Faculty of KhNUE

## BRANDING IN THE COMPANY

*Annotation. The features of branding as a marketing tool, the strengths and weakpoints of the brand are considered. Theoretical and methodological features of development of the practical recommendations on brand management, aimed at increasing the competitiveness of enterprises are determined.*

© N. Shevyakova, 2013



*Анотація. Розглянуто особливості брендингу як інструменту маркетингу, визначено сильні та слабкі сторони бренду. Визначено теоретичні та методологічні особливості надання практичних рекомендацій з управління брендами, що спрямовані на підвищення конкурентоспроможності підприємств.*

*Аннотация. Рассмотрены особенности брендинга как инструмента маркетинга, определены сильные и слабые стороны бренда. Определены теоретические и методологические особенности предоставления практических рекомендаций по управлению брендами, направленные на повышение конкурентоспособности предприятий.*

*Key words: brand, branding, marketing strategy.*

The interest in branding has grown dramatically worldwide over the past few decades, and this fact is due to trends in the global economy. Markets are becoming more complex and more competitive, and these figures are growing exponentially. Buyers are becoming increasingly difficult to understand in a growing variety of similar products and services. Currently, the global spread of technology and knowledge enables you to copy the competition and innovation to create products that are not inferior in quality to the best world standards. In the sphere of production, distribution and communications to produce high quality product is much easier than to promote it.

The concept of brand management has been developing since the beginning of the XX century, simultaneously with the appearance of large corporations (Procter & Gamble). Perceptions of the brand and its role in the company developed and specified D. Aaker, Z.-N. Kapferer, T. Nilsson, and E. Rice, J. Trout, C. Keller and many other researchers. In the last decade, the issues of brand management, in particular, the assessment of brand were examined in many studies of domestic and foreign authors. Among the local researchers the greatest contribution to the development of these problems have made V. N. Domnin, A. Dligach, N. Pisarenko, E. Zarkin. In the corporate brand management, in particular in the positioning, promotion, brand audit specialists development are guided by well-known consulting companies Interbrand, BBDO, Yang & Rubicam [1].

The object of the scientific research is the enterprises that produce consumer goods and have a commercial interest in the implementation and management of product and brand.

The subject of the study is the economic relations between market participants, resulting in the formation and brand management as a way to get competitive advantage on the market.

The aim of the thesis is to develop theoretical and methodological provision of practical advice on managing brands, aimed at increasing the competitiveness of enterprises.

The importance of development of the strong branding system in marketing strategy is emphasized and described by all marketing managers. Relying on concept of branding and generalizing its main functions the author offers the following definition of branding: branding is a part of the marketing practice, the process of creating a positive perception of customer name, symbol, design, product, distinguishing it from the others, standing in this series, by creating in the mind a perfect image of given production, goods or services.

The classification of branding is not strictly defined. There are plenty of approaches suggested by different economists. And still it is in continuous improvement and expanding. According to analyzed theoretical material and current practices the author presents the main types of branding such as livestock branding, human branding, co-branding, personal branding, place branding, national branding. This classification does not pretend to be a standard, but nevertheless it reflects the most widespread types nowadays [2].

Construction of branding is a complex economic and analytical process, which consists of several stages. Beginning from primary goal-setting and planning for the project, it is necessary to analyze the current state of the brand (if it is existing brand) and market situation, then relying on it to formulate brand essence and the strategy of brand management, to perform integrated marketing communications (media, promotions, etc.) as a part of brand strategy to promote the brand, and finally to ensure monitoring and evaluation of brand effectiveness to control plan fulfillment and to make adjustments if necessary. Each of these stages requires from a brand manager to solve definite problems and to use available resources in the most effective and efficient way. A brand manager has to be acknowledged about the importance of planning and execution and its order. The logical conclusion of each stage is certain decisions which are the basis for all subsequent stages [3].

Performed examples of the most famous brands and their analysis according to countries help to consolidate the knowledge in the process of study. Statistics shows that top reliable and trusted brands are American, Japanese and German ones. The most successful world experience can be considered as a sample in creating own brand. But still it doesn't guarantee a perfect result in any case.

Recommendations on brand management of the company were suggested. The development of brand requires consistency and systematic approach. The main emphasis was put on the importance of focusing not only on building the brand but also managing and maintaining it in the future. The author defined and considered ten most important approaches to proper brand management to build a successful brand. Starting from the style of the brand where visual perceiving of customers is a way of recognition and creation of lifestyle for them, a consumer brand values which completely fulfill consumer's expectations and needs, positioning of the brand to get into minds of consumers, it is essential to create strong advertising campaign, keep constancy and to set up higher goals further. Concentration of brand strengths requires the presence of unique competitive advantage and consumer loyal to the target consumer group. Ending with brand management the author underlines the complexity of having strong brand image for decades or even hundreds of years [4].

However, to estimate company's environment constantly, to be flexible, to provide changes under unstable conditions and to perform solution as soon as possible are the important features of successful brand manager in the XXI-st century as well.

Analytical information performed in this scientific research work is crucial for future top managers who will perform and develop companies in the future. It gives basic knowledge of how to estimate brand and how to create a strong brand strategy. To catch stable and continuous success it is necessary to understand great importance of building a brand of the company, of the product, of yourself as a professional.

Наук. керівн. Мазоренко О. В.

**References:** 1. Темпорал П. Эффективный бренд-менеджмент / П. Темпорал ; пер. с англ. под ред. С. Г. Божук. – СПб. : Издательский Дом "Нева", 2003. – 320 с. 2. Chasser Anne H. Brand rewired: connecting intellectual property, branding, and creativity strategy / Anne H. Chasser, Jennifer C. Wolfe. – Chichester : Wiley, 2005. – 224 p. 3. Аакер Д. А. Индивидуальность бренда и ее характеристики / Д. А. Аакер // Бренд-менеджмент. – 2001. – № 2. – С. 67. 4. Брендинг [Электронный ресурс]. – Режим доступа : [http://brandbook.elslon.ru/serv\\_idP\\_119\\_idP1\\_1056\\_idP2\\_1172.htm](http://brandbook.elslon.ru/serv_idP_119_idP1_1056_idP2_1172.htm).

УДК 005.32:331.101.3

**Бичік Є. В.**

Магістр 2 курсу  
факультету менеджменту та маркетингу ХНЕУ

## ОБҐРУНТУВАННЯ СИСТЕМИ СТИМУЛЮВАННЯ ПРАЦІ ПЕРСОНАЛУ

*Анотация. Використано поняття "мотивація праці", "стимули", "комплексність" і "збалансованість компонентів системи". Визначено взаємозв'язок між теоріями мотивації праці персоналу та значенням, яке вони мають у процесі стимулювання персоналу підприємства.*

*Аннотация. Используются понятия "мотивация труда", "стимулы", "комплексность" и "сбалансированность компонентов системы". Определена взаимосвязь между теориями мотивации труда персонала и значением, которое они имеют в процессе стимулирования персонала предприятия.*

*Annotation. The article uses the terms "motivation", "incentives", "complexity" and "balance of the system's components". Correlation between the theories of motivation of the personnel and their importance in the process of stimulation of the personnel is considered.*

*Ключові слова: мотивація, праця, заробітна плата.*

Стимулювання відіграє величезну роль в організації діяльності підприємства, воно спрямоване на мотивацію працівника до ефективної та якісної праці, яка не лише покриває витрати працедавця на організацію процесу виробництва, оплату праці, але й дозволяє отримати певний прибуток, оскільки отриманий прибуток йде не лише працедавцеві, а використовується на виплату податків до федерального й місцевого бюджетів, на розширення виробництва. Таким чином, стимулювання праці найнятих робітників не є приватною справою конкретного підприємства й організації, а відіграє важливу роль в економічному розвитку країни, в процвітанні національної економіки.

З розвитком соціальних стосунків у суспільстві змінюються й потреби працівників. У сучасній економіці окрім матеріального чинника велике значення мають моральні стимул-реакції та соціальні пільги.

Еволюціонують і матеріальні форми стимулювання працівників. У матеріальній винагороді збільшується частка виплат за результатами господарської діяльності підприємства, більше значення надається розвитку в найманих працівників корпоративного мислення, розвивається система соціальних пільг [1].

Таким чином, стимулювання найманих працівників є однією зі складових управління персоналом.

У сучасній економіці стимулювання працівників не обмежується лише заходами матеріальної винагороди, а спрямоване на вдосконалення особи працівника, формування в нього зацікавленості в успіху організації в цілому.

Суть стимулювання найнятих працівників полягає в наступному [2].

1. Це стимулювання високих трудових показників найманого працівника.

2. Це формування певної лінії трудової поведінки працівника, спрямованої на процвітання організації.



3. Це спонукання працівника до якнайповнішого використання свого фізичного і розумового потенціалу в процесі здійснення покладених на нього обов'язків.

Метою даного дослідження є пошук шляхів стимулювання різних категорій персоналу торгівельного підприємства.

Для реалізації даної мети необхідно вирішити ряд завдань:

- визначити суть стимулювання праці на підприємстві;
- розглянути наявні системи стимулювання праці на українських і зарубіжних підприємствах;
- розглянути законодавчу базу;
- розглянути питання організації управління системою стимулювання праці на підприємстві.

Стимулювання праці – один із загальних способів соціального керування, впливу на поведінку, діяльність індивідів, соціальних груп, трудових колективів. Важливо також підкреслити, що для працівника необхідна певна свобода вибору тієї чи іншої стратегії й тактики поведінки у сфері праці [1].

Ефективне стимулювання працівника сприяє насамперед підвищенню загальної продуктивності праці, тобто вирішенню економічних завдань. В економічній функції важливо, наскільки ефективно стимулюються категорії працівників, найбільш тісно пов'язані з науково-технічним і соціальним прогресом. Сьогодні не викликає сумнівів пріоритетність стимулювання працівників, які обслуговують інформаційні системи, комп'ютерну техніку. До актуальних проблем, що стосуються економічної функції стимулювання, належать необхідність більш повної реалізації розподільних відносин і, зокрема, диференціації заробітної плати відповідно до реальних розбіжностей у праці та її результатах.

Водночас стимули у вигляді матеріальних, духовних і соціальних благ є додатковим джерелом задоволення численних потреб працівника і його родини, сприяють розвитку особистісних і професійних якостей [3].

Для ефективного стимулювання розглядаються три функції: економічна, соціальна й психологічна, які найбільш повно охоплюють прогресивні соціальні відносини, маючи вплив на об'єкт управління. Воно передбачає створення такої зовнішньої ситуації, яка спонукає особистість або колектив до дій, що відповідають поставленим цілям. При цьому особи самі вибирають саме ці дії, оскільки створені всі необхідні й достатні умови. Поліпшення показників праці спричиняє підвищення ступеня задоволення потреб об'єкта, а погіршення показників погрожує зниженням повноти їхнього задоволення.

Чітко розроблений процес стимулювання дозволяє трудовим колективам тривалий період часу ефективно функціонувати без втручання суб'єкта управління. Стимулювання як спосіб управління передбачає необхідність урахування інтересів особистості, трудового колективу, ступеня їхнього задоволення, тому що саме потреби є найважливішим чинником поведінки соціальних систем. Сама по собі потреба не може спонукати працівника до якихось певних дій. Тільки тоді, коли потреба зустрічається з предметом, здатним її задовольнити, вона може спрямовувати й регулювати діяльність соціальної системи, управляти її поведінкою. Усвідомлення потреб викликає інтенси, бажання, прагнення, потяг до праці [4].

*Наук. керівн. Близнюк Т. П.*

**Література:** 1. Городецька Л. О. Удосконалення систем стимулювання праці персоналу підприємства / Л. О. Городецька, Ю. О. Беженар // Проблеми підвищення інфраструктури : збірник наукових праць. – К. : НАУ – 2007. – № 15. – С. 120–129. 2. Абрамов В. М. Мотивація і стимулювання праці в умовах переходу до ринку / В. М. Абрамов, А. М. Колот, В. М. Данюк. – Одеса, 1995. 3. Степов В. В. Оптимізація методів стимулювання персоналу на основі оцінки особливостей трудової мотивації / В. В. Степов, В. А. Одинцов, С. С. Сергеев // Управління персоналом. – 2005. – № 4. 4. Лукашевич Н. П. Соціологія труда : учебн. посіб. / Н. П. Лукашевич. – К. : МАУП, 2001.

---

**Волобуєв М. О.**

УДК 005.53

Магістр 2 курсу  
факультету менеджменту та маркетингу ХНЕУ

## **ОБҐРУНТУВАННЯ ТЕХНОЛОГІЇ ПРИЙНЯТТЯ УПРАВЛІНСЬКИХ РІШЕНЬ**

*Анотація. Визначено сутність поняття "управлінське рішення", обґрунтовано основні стадії технології прийняття управлінських рішень для кращого застосування їх на підприємстві, особливу увагу приділено реалізації таких рішень.*

---

© Волобуєв М. О., 2013



*Аннотация. Определена сущность понятия "управленческое решение", обоснованы основные стадии технологии принятия управленческих решений для лучшего применения их на предприятии, особое внимание уделено реализации таких решений.*

*Annotation. The article defines the essence of the concept of "management decision", basic stages of decision-making technology for better use of them in the company are given, special attention is paid to the implementation of such decisions.*

*Ключові слова: технологія, технологія управлінських рішень, управлінські рішення.*

На сьогодні в господарській та управлінській діяльності промислових підприємств України одним із головних завдань є визначення проблемних ситуацій та пошук оптимальних шляхів виходу з них. Нераціональні, неоптимальні рішення можуть призвести до втрати стійкості підприємства, банкрутства чи інших, ще більш загрозливих наслідків. Отже, такі процеси набувають сьогодні все більшої актуальності.

Методологічною основою для написання роботи стали праці відомих вчених-економістів, таких як: Балдин К. В., Казначейська Г. Б., Герчикова І. Н., Фатхутдінов Р. А., Кабушкін Н. О. та ін.

Управлінське рішення – це результат аналізу, прогнозування, оптимізації, економічного обґрунтування й вибору альтернативи з безлічі варіантів для досягнення конкретної мети системи менеджменту. Технологія – це сукупність методів, процесів і матеріалів, що використовуються в будь-якій галузі діяльності [1].

Кожне управлінське рішення має свій конкретний результат, тому метою управлінської діяльності є пошук таких форм, методів, засобів та інструментів прийняття рішень, які могли б сприяти досягненню оптимального результату за конкретних умов і обставин.

Технологія розробки, прийняття й реалізації рішень і процедур, здійснення логічних, аналітичних, інформаційно-пошукових, обчислювальних та інших операцій має передбачати їх чітку послідовність. Розробляючи управлінські процедури, встановлюють порядок здійснення окремих операцій, пов'язаних зі збиранням, рухом, зберіганням, обробкою, аналізом інформації, забезпеченням нею структурних підрозділів і окремих робочих місць, а також визначають інші дії, зумовлені потребою розв'язання господарських завдань [2].

Тому технологія прийняття управлінського рішення має охоплювати такі стадії:

- стадія підготовки – проводиться економічний аналіз ситуації на мікро- і макрорівні, що поєднує пошук, збір, опрацювання інформації, виявлення й формулювання проблем, які потребують розв'язання;
- стадія ухвалення – здійснюються розробка та оцінювання альтернативних рішень; добір критеріїв ухвалення оптимального рішення; вибір і ухвалення найкращого рішення;
- стадія реалізації – розробляються заходи для конкретизації рішення й доведення його до виконавців; здійснюється контроль за його виконанням; вносяться необхідні корективи; дається оцінка результату, отриманого від виконання рішення [3].

У найпростішому випадку після виявлення проблеми та встановлення чинників, що призвели до її виникнення, в рамках наявних ресурсних чи інституційних обмежень розробляються рішення, з яких вибирається найкраще – те, яке відповідає обумовленим критеріям вирішення проблеми.

Поряд із прийняттям управлінських рішень не менш важливою ланкою технології управління є їх реалізація. Поки рішення не втілене в життя – це не рішення, а лише добрі наміри. Потрібна велика організаторська робота, аби досягти його реалізації.

*Наук. керієн. Найпак Д. В.*

**Література:** 1. Герчикова И. Н. Менеджмент : учебник для вузов / И. Н. Герчикова. – М. : ЮНИТИ, 2004. – 254 с. 2. Балдин К. В. Управленческие решения / К. В. Балдин, С. Н. Воробьев, Б. В. Уткин. – М. : Юнити-Дана, 2005. – С. 78–95. 3. Кабушкин Н. О. Менеджмент / Н. О. Кабушкин. – К. : Москва ООО "Новое знание", 2006. – С. 197–206.

UDC 005.915:658.15

**I. Slizkaya**

2nd year Master's degree student  
of Management and Marketing Faculty of KhNUE

## **MECHANISMS OF COMPANY'S FINANCIAL STABILIZATION**

*Annotation. The management and financial mechanisms which are used in order to stabilize the company in crisis conditions are described. The definition of the strategic framework of financial stabilization is given. The basic stages of the financial stabilization of the company in a crisis situation are defined.*

© I. Slizkaya, 2013



*Анотація. Розглянуто управлінські та фінансові механізми стабілізації підприємства у кризових умовах. Дано визначення стратегічного механізму фінансової стабілізації. Визначено основні етапи фінансової стабілізації на підприємстві в умовах кризової ситуації.*

*Анотация. Рассмотрены управленческие и финансовые механизмы стабилизации предприятия в кризисных условиях. Дано определение стратегического механизма финансовой стабилизации. Определены основные этапы финансовой стабилизации на предприятии в условиях кризисной ситуации.*

*Key words: crisis management, financial stabilization mechanism, insolvency, financial stability, financial equilibrium.*

In the heart of crisis management there is the process of constant and consistent innovation at all levels and areas of action of the company.

Anti-crisis management is aimed at the fact that even in the most difficult economic situation in which the enterprise has got, it is possible to put in place administrative and financial mechanisms that would get out of the difficulties with the least losses.

Thus, the aim of this research is to develop and validate practical steps in order to create new, user-friendly tools for the implementation of the company's management.

Significant contribution to the development and research of financial arrangements was made by: Sheremet A. D. [1], Brovina T. M. [2], Grigorieva I. L. [3], Sayfulin R. S. [1], Brigham Yu. [4], Form I. A. [5], L. Gapenski [4], Korelsky T. V. [2] and others.

The strategic mechanism of the financial stabilization is a system of measures aimed at maintaining achieved financial balance of the company in the long run. This mechanism based on using a model of sustainable economic growth of the company provides the basic parameters of its financial strategy.

Talking about the models of sustainable economic growth, it is necessary to notice that it is a regulator of the optimal pace of development of operating activities (increase in sales) or its reverse form – the basic parameters of the regulator of the financial development of the company (which reflects the considered system of coefficients). It allows to consolidate financial balance achievements of crisis management which was made in the previous phase in the long term of economic development.

Financial stability of the enterprise in the terms of crisis gradually implemented in three stages:

- elimination of insolvency;
- restoring financial stability;
- ensuring financial balance in the long run.

Thus, strategic financial stabilization mechanism of the enterprise can draw the following conclusions:

1. Maximal crisis period in progress of equilibrium financial conditions of the company is determined by the period of the corresponding growth rates of the sales volume, its values calculated according to a model of sustainable economic growth. Any deviation from the calculated values of this index leads to the loss of the company's financial equilibrium.

2. Steady economic growth of the company provides the following basic parameters of its financial development:

- profit ratio of sales;
- policy of profit distribution (reflecting the capitalization ratio of net income);
- policy of the capital structure formation (which reflects financial leverage ratio) or, respectively, funding policy assets (reflected by leverage ratio of the assets);
- policy formation of the assets composition (reflected by turnover ratio of the assets).

So, changing these parameters, any financial strategy of the company can achieve acceptable rate of economic development in the conditions of financial balance.

3. All parameters of sustainable economic growth model are variable in time, and in order to ensure the financial equilibrium of the company it should be periodically adjusted to the internal conditions of its development, changes in conditions of financial and commodity markets, and other environmental factors.

Basing on these findings, the parameters of the company's financial strategy in the process of crisis management and for its further development it is necessary to make corrections, which are set by potential growth rate of sales.

Thus, the goal of this phase of financial stability is achieved, if the acceleration of sustainable economic growth of the company is provided by the corresponding increase of its market value in the long term.

Considered methods of the crisis management show a wide range of possibilities of financial stabilization of the enterprise through the use of its internal mechanisms.

Thus, as a result of the research the main administrative and financial mechanisms of crisis management were identified. The article reveals the main stages of the financial stabilization of the company, and the main findings of strategic financial stabilization mechanism were made. Further researches may focus on developing the methods of introducing financial stability's mechanisms at the enterprise, and of assessing their effectiveness and use.

*Наук. керівн. Миронова О. М.*

**References:** 1. Шеремет А. Д. Методы финансового анализа компании / А. Д. Шеремет, Р. С. Сайфулин. – М. : Финансы и статистика, 2003. – 245 с. 2. Бровина Т. М. Анализ финансовой устойчивости предприятий : учебн. пособ. / Т. М. Бровина, Т. Корельский. – Архангельск : Архангельский государственный технический

университет, 2003. – 76 с. 3. Григорьева И. Л. Кризис оценки предприятий / И. Л. Григорьева // Финансы предприятия. – 2008. – № 3. – С. 45. 4. Brigham Yu. Financial management: a complete course / Yu. Brigham, L. Garpenki. – St. Petersburg : Finance and Statistics, 2004. – 369 p. 5. Form I. A. Fundamentals of Financial Management / I. A. Form. – K. : NIKA CENTER, 2000. – 592 p.

УДК 339.13

**Корецька О. Б.**

Магістр 2 курсу  
факультету менеджменту та маркетингу ХНЕУ

## **ФОРМУВАННЯ МАРКЕТИНГОВОЇ СТРАТЕГІЇ ПІДПРИЄМСТВА НА ІННОВАЦІЙНІЙ ОСНОВІ**

*Анотація. Розглянуто важливість та необхідність формування маркетингової стратегії сучасних підприємств на інноваційній основі; визначено сутність поняття "інновації"; визначено основні характеристики інновацій та їх вплив на формування маркетингової стратегії.*

*Аннотация. Рассмотрены важность и необходимость формирования маркетинговой стратегии современных предприятий на инновационной основе; определена сущность понятия "инновации"; выделены основные характеристики инноваций и их влияние на формирование маркетинговой стратегии.*

*Annotation. This article describes the importance and the need for developing a marketing strategy of modern enterprises on the basis of innovation, the essence of the concept "innovation" and the main characteristics of innovations and their impact on the marketing strategy are considered.*

*Ключові слова: маркетингова стратегія, сучасне підприємство, конкурентна боротьба, інновація, інноваційний підхід.*

Останнім часом зросло значення стратегічної поведінки, що дозволяє підприємству ефективно функціонувати та приймати виважені рішення в конкурентному середовищі й забезпечувати конкурентні переваги в довгостроковій перспективі. Для ефективного конкурування на ринку сучасному підприємству необхідно впроваджувати розгалужену маркетингову діяльність, в якій визначено чітке майбутнє підприємства на основі виваженої маркетингової стратегії. Саме маркетингові методи управління дозволяють підприємству адаптуватися до умов швидкоплинної зміни ринкової кон'юнктури, вступати у діалог зі споживачем, виявляючи приховані мотиви його поведінки, спрямовувати політику управління підприємством згідно з ринковими тенденціями. І тому дослідження формування ефективної маркетингової стратегії підприємства потребує уваги науковців, фахівців та дослідників як теоретично-прикладного підґрунтя оптимізації маркетингової діяльності сучасних підприємств.

Проблемам формування якісної маркетингової стратегії на теоретичному та методологічному рівні присвячені роботи таких західних та вітчизняних дослідників, як: Ф. Котлер, Г. Ассель, Г. Мінцберг, І. Ансофф, С. Гаркавенко, С. Ілляшенко, Л. Балабанова, Ю. Лапигін, А. Дурович, О. Зозульов та інші. Однак певні науково-практичні аспекти, а саме визначення взаємного впливу інноваційності підприємства та його маркетингової стратегії на основі загальної моделі формування маркетингової стратегії розкриті недостатньо повно. Актуальність подальшого вивчення та уточнення механізму формування маркетингової стратегії на інноваційній основі обумовила вибір теми роботи.

Сучасна непередбачувана економічна ситуація змушує підприємства застосовувати все більш складні механізми конкурентної боротьби для завоювання, утримання та нарощування своєї ринкової позиції. Західні підприємства вже доволі давно усвідомили важливість управління на засадах маркетингу як фактора досягнення успіху, саме тому конкуренція на світовому ринку в період постійних трансформаційних змін є одним із найбільш значущих чинників впровадження маркетингових методів у більшість сфер діяльності підприємства.

Таким чином, створення та впровадження якісної маркетингової стратегії дозволяє підприємству підвищити ефективність та надає конкурентну перевагу порівняно з конкурентами, які нехтують цим інструментом. Для повноцінного ефекту маркетингова стратегія повинна включати інноваційний аспект для стимулювання подальшого розвитку підприємства. Тому доцільним є аналіз впливу інноваційної складової на формування маркетингової стратегії на основі взаємозв'язку між ринковою конкуренцією та впровадженням нововведень.



Для реалізації більшості пріоритетних напрямків у діяльності підприємств (забезпечення ефективності господарської діяльності, створення сильних конкурентних позицій, узгодження ресурсів підприємства із ринковими можливостями тощо) особливого значення набуває використання інноваційного потенціалу як основи стратегічних рішень. Адже сьогодні саме інноваційні процеси охоплюють увесь комплекс економічних відносин.

Водночас розвиток ринкових відносин вимагає постійного проведення комплексних маркетингових досліджень для виявлення потреби споживачів в інноваційній продукції. У результаті однією з важливих складових планування та реалізації маркетингової стратегії підприємства стає інноваційність.

Вважається, що важливість інноваційного процесу для адекватного функціонування економічно активного суб'єкта вперше узагальнив Й. Шумпетер, наголошуючи, що основна причина розвитку економіки – це намагання отримати надприбутки, які утворюються завдяки тимчасовій монополії у зв'язку із впровадженням нововведень. Причому в поняття "нововведення" відкладав декілька аспектів: виготовлення нового продукту, впровадження нового методу виробництва, освоєння нового ринку збуту, отримання нового джерела сировини чи напівфабрикатів та проведення реорганізації підприємства [1, с. 159].

У сучасній літературі [2 – 8] зустрічається кілька підходів до визначення сутності інновації. Найпоширенішими є дві точки зору, коли в одному випадку інновація подається як результат творчого процесу у вигляді нової продукції, технології, методу; а в іншому – як власне процес введення нових виробів (таблиця).

Таблиця

#### Визначення поняття інновації

№	Автор, джерело	Визначення
1	Закон України "Про інноваційну діяльність" [4]	інновації – новостворені (застосовані) і (або) вдосконалені конкурентоспроможні технології, продукція або послуги, а також організаційно-технічні рішення виробничого, адміністративного, комерційного або іншого характеру, що істотно поліпшують структуру та якість виробництва і (або) соціальної сфери
2	Б. Санто [7, с. 24]	інновація – такий суспільно-техніко-економічний процес, що через практичне використання ідей або винаходів приводить до створення кращих за властивостями виробів і технологій, і у випадку якщо інновація орієнтована на економічну вигоду, її поява на ринку зможе принести додатковий дохід
3	В. Гриньов [3, с. 5]	інновація – це використання у сфері суспільної діяльності (виробництві, економічних, правових і соціальних відносинах тощо) результатів інтелектуальної праці, технологічних розробок, спрямованих на вдосконалення діяльності
4	С. Ільєнкова [5, с. 10]	інновація – кінцевий результат інноваційної діяльності, що втілюється у вигляді нового або вдосконаленого продукту, впровадженого на ринку, нового або вдосконаленого технологічного процесу, використовуваного в практичній діяльності або в новому підході до соціальних послуг
5	І. Балабанов [2, с. 8]	інновація є матеріалізованим результатом, отриманим від вкладення капіталу в нову техніку або технологію, у нові форми організації виробництва, праці, обслуговування й управління, включаючи нові форми контролю, обліку тощо
6	Е. Уткін, Н. Морозова [8, с. 10]	під інновацією мається на увазі об'єкт, упроваджений у виробництво в результаті проведеного наукового дослідження або зробленого відкриття, якісно відмінний від попереднього
7	В. Аньшин [6, с. 19]	інновацію (нововведення) можна визначити як перше практичне застосування нового науково-технічного (технологічного), організаційно-економічного, виробничого чи іншого рішення
8	Л. Антонюк [9, с. 15]	інновація – це нове явище, новаторство або будь-яка зміна, яка вноситься суб'єктом господарювання у власну діяльність із метою підвищення своєї конкурентоспроможності як на внутрішньому, так і на зовнішньому ринках

Таким чином, на основі описаних у таблиці авторських визначень можна виділити певні сутнісні аспекти та характеристику інновацій (рисунок).

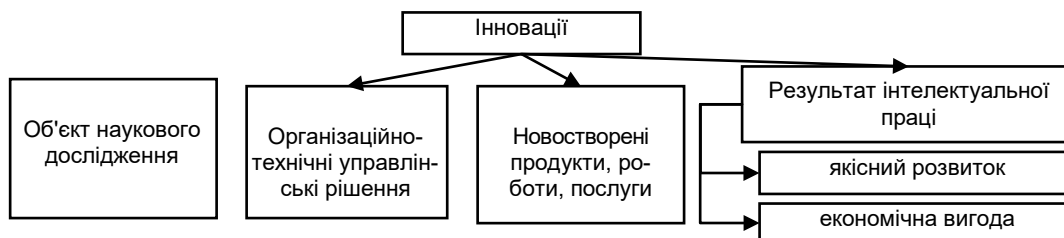


Рис. Суттєві аспекти інновацій та їхня характеристика



Інноваційність як характеристика маркетингової стратегії, у свою чергу, передбачає здатність на основі наявних технологій та комерційних нововведень у галузі збуту й постачання постійно освоювати випуск та продавати нові продукти, які відповідають ринковому попиту, а також можливість освоювати нові технологічні процеси (за необхідності одночасно із новим технологічним обладнанням та устаткуванням), що спираються на пропозицію доступних ресурсів [11]. Таким чином, інноваційний характер в аспекті формування маркетингової стратегії визначає її здатність сприяти формуванню принципово нових творчих ідей в усіх функціональних сферах діяльності підприємства, що потенційно можуть стати в майбутньому його конкурентними перевагами та базуватися на сучасних техніко-технологічних засадах задля постійного моніторингу змін та своєчасного реагування на них [10].

Таким чином, під час формування маркетингової стратегії необхідно приділяти значну увагу інноваційному характеру діяльності. При цьому особливо важливим є також і прогноз реакції ринку на впроваджувану продукцію. Важливо не лише враховувати специфіку інновацій, що лежать в її основі, а й намагатися передбачити можливу реакцію ринку, щоб своєчасно запланувати певний перелік маркетингових заходів щодо майбутніх дій. Саме тому одним із завдань під час формування маркетингової стратегії є оцінювання того, як саме ринок сприйме новий продукт ще на перших етапах його впровадження.

Отже, маркетингова стратегія є комплексним, інтегральним інструментом управління сучасним підприємством. Вона є чітко спрямованим комплексом заходів, що забезпечує реалізацію програмно-цільового управління розвитком підприємства з метою сприяння досягненню оптимального співвідношення потреб ринку з наявним і передбачуваним потенціалом підприємства. При цьому маркетингова стратегія у своїй структурі має певні принципи та ключові характеристики, що й визначають особливості її формування.

Однією з важливих характерних особливостей маркетингової стратегії є інноваційність, що визначає її здатність сприяти формуванню принципово нових творчих ідей в усіх функціональних сферах діяльності підприємства, які потенційно можуть стати в майбутньому його конкурентними перевагами та базуватися на сучасних техніко-технологічних досягненнях. А тому під час формування стратегії на етапі визначення ключової конкурентної переваги необхідно значну увагу приділити саме втіленню інноваційних розробок для формування унікального образу у свідомості споживача.

*Наук. керівн. Лепейко Т. І.*

**Література:** 1. Шумпетер Й. История экономического анализа: в 3-х т. Т. 3 / Й. Шумпетер. – М.: Директ-медиа Паблшинг, 2008. – 494 с. 2. Балабанов И. Т. Инновационный менеджмент: учебник / И. Т. Балабанов. – СПб.: Питер, 2006. – 382 с. 3. Гринев В. Ф. Инновационный менеджмент: учебн. пособ. / В. Ф. Гринев. – К.: МАУП, 2006. – 152 с. 4. Про інноваційну діяльність: Закон України від 4.07.2002 р. №40-IV // Відомості Верховної Ради України. – 2002. – № 36. – С. 266. 5. Ильенкова С. Д. Инновационный менеджмент: учебник / С. Д. Ильенкова. – 3-е изд., перераб. и доп. – М.: Юнити-Дана, 2007. – 335 с. 6. Инновационный менеджмент: Концепции, многоуровневые стратегии и механизмы инновационного развития: учебн. пособ. / под ред. В. М. Аньшина, А. А. Дагаева. – М.: Дело, 2007. – 584 с. 7. Санто Б. Инновация как средство экономического развития / Б. Санто; пер. с венг. – М.: Прогресс, 2000. – 376 с. 8. Уткин Э. А. Инновационный менеджмент / Э. А. Уткин, Н. И. Морозова, Г. И. Морозова. – М.: Акапис, 2009. – 208 с. 9. Антонюк Л. Л. Інновації: теорія, механізм розробки та комерціалізації: монографія / Л. Л. Антонюк, А. М. Поручник, В. С. Савчук. – К.: КНЕУ, 2003. – 394 с. 10. Ващенко В. Практические аспекты инновационной деятельности / В. Ващенко // Маркетинг и реклама. – 2006. – № 11(123). – С. 42–44. 11. Управление инновационными процессами: учебное пособие / В. В. Жариков, И. А. Жариков, В. Г. Однолько и др. – Тамбов: Изд. Тамб. гос. техн. ун-та, 2009. – 180 с.

УДК 338.242.4

**Шевцов О. В.**

Студент 4 курсу  
факультету менеджменту та маркетингу ХНЕУ

## **ОРГАНІЗАЦІЯ ПРОЦЕСУ ТА ЕФЕКТИВНІСТЬ МАРКЕТИНГОВИХ ДОСЛІДЖЕНЬ ПІДПРИЄМСТВ**

*Анотація. Розглянуто основні тенденції еволюції систем маркетингових досліджень, підходи до спеціального науково-практичного моделювання й оцінок параметрів розвитку соціально-економічних явищ, конструктивно опрацьовано актуальні аспекти їх проблематики.*

© Шевцов О. В., 2013



*Аннотация. Рассмотрены основные тенденции эволюции систем маркетинговых исследований, подходы к специальному научно-практическому моделированию и оценкам параметров развития социально-экономических явлений, конструктивно проработаны актуальные аспекты их проблематики.*

*Annotation. The evolution of marketing research systems, the approaches to special scientific and practical modelling and estimations of parameters of development of social and economic phenomena are considered, the topical aspects of their problems are worked out.*

*Ключові слова: ринок, маркетинг, дослідження, процес, ефективність.*

Маркетингові дослідження відіграють важливу роль у діяльності будь-якого підприємства. Саме з них можна отримати інформацію із зовнішнього середовища відносно загального становища ринку, дій основних конкурентів, особливостей уподобань цільових споживачів та ін. Дані, отримані в результаті маркетингових досліджень, використовуються різними підрозділами компанії та вищим керівництвом у повсякденній діяльності з метою досягнення поставлених цілей. У сучасній науковій літературі сутність і проблематика маркетингових досліджень вивчаються більшістю відомих практиків і теоретиків у контексті прийняття ефективних управлінських рішень. Досить важливим моментом маркетингових досліджень є формування певного алгоритму їх проведення на підприємстві. Саме від правильної організації процесу маркетингових досліджень на підприємстві залежить швидкість отримання необхідної інформації, її якість та ефективність роботи відділу маркетингу в цілому. Подолання суперечностей в організації та оцінюванні ефективності маркетингових досліджень, особливо за умов мінливості й непередбачуваності кон'юнктури ринків, потребують розробки нетривіальних рішень теоретичного і методичного характеру.

Серед відомих науковців тенденції розвитку маркетингових досліджень опрацьовували Ф. Котлер, Малхорта Н. К., Федорченко А. В., Войчак А. В., Павленко А. Ф. та ін. [1 – 5].

За результатами теоретичних досліджень у даній статті можна зробити висновок, що за окресленого вище контексту і за сучасних умов господарювання першочергового значення набувають фахові методологічні проблеми забезпечення й оцінювання економічної ефективності в проектному моделюванні маркетингових досліджень.

Маркетингові дослідження включають певний алгоритм дій, якого необхідно дотримуватися для того, щоб отримати потрібну інформацію для прийняття ефективних управлінських рішень. Саме від нього залежить, наскільки ефективно і швидко буде працювати система маркетингових досліджень підприємства. Перш ніж розглянути думки стосовно етапів проведення маркетингових досліджень на підприємстві, варто поцікавитися, як саме визначають поняття "процес маркетингових досліджень" різні автори.

На думку Войчака А. В. та Федорченка А. В., процес маркетингових досліджень – це логічна послідовність дій, що їх необхідно здійснити для досягнення поставлених цілей [1, с. 146–147].

На думку Ванчикової Є. Н., процес маркетингових досліджень – послідовність етапів у розробці, реалізації дослідницького проекту, яка включає визначення проблеми, вибір проекту, визначення методів збору даних, розробку форм, проектування вибірки, збір даних, аналіз та інтерпретацію даних, підготовку звіту про результати дослідження [2, с. 96].

На думку Ф. Котлера, процес маркетингових досліджень має складатися з чотирьох етапів: 1) виявлення проблеми та визначення цілей; 2) розробки плану дослідження; 3) реалізації плану дослідження; 4) обробки та презентації отриманих результатів [3, с. 567–568].

Ф. Котлер надає досить узагальнену схему, яку важко використати в практичній діяльності без попереднього перероблення, оскільки вона є занадто спрощеною.

Визначення Войчака А. В. та Федорченка А. В. є простішим для розуміння.

Актуальність даної статті полягає в тому, що в усіх авторів в алгоритмі немає етапу оцінювання ефективності дослідницьких проектів. Тому не дивно, що дослідницькі агентства і підприємства-клієнти не мають загальноприйнятої та результативної системи оцінювання запропонованих програм вивчення ринку. Про ефективність необхідно подбати заздалегідь.

Процес планування досліджень має включати в себе стадії:

- ситуаційного аналізу (визначення стану підприємства);
- визначення цілей;
- визначення бюджету;
- імплементації рекомендацій;
- контролю за ефективністю.

Оцінювання ефективності є необхідним етапом/елементом дієвих маркетингових досліджень. Подання результатів діяльності підприємства через систему інформаційно-акцентованих функціональних залежностей створює необхідні передумови для реалізації повного спектру економічних розрахунків в обґрунтуваннях господарських рішень. Класифікація можливих ефектів і визначення сутнісної природи кожного з їх типів є важливими завданнями подальших наукових пошуків.

*Наук. керівн. Канова О. А.*

**Література:** 1. Войчак А. В. Маркетингові дослідження : підручник / А. В. Войчак, А. В. Федорченко ; за наук. ред. А. В. Войчака. – К. : КНЕУ, 2007. – 408 с. 2. Ванчикова Е. Н. Маркетинговые исследования : учебн. пособ. / Е. Н. Ванчикова. – Улан-Удэ : Изд. ВСГТУ, 2005. – 160 с. 3. Котлер Ф. Основы маркетинга

/ Ф. Котлер ; пер. с англ. – 2-е европ. изд. – К. ; М. ; СПб. : Издат. дом "Вильямс", 2000. – 1 056 с. 4. Федорченко А. В. Система маркетингових досліджень: монографія / А. В. Федорченко. – К. : КНЕУ, 2009. – 267 с. 5. Олексюк О. І. Економіка результативності діяльності підприємства : [монографія] / О. І. Олексюк. – К. : КНЕУ, 2008. – 362 с.

UDC 658.818

**Iu. Kostenko**

3rd year student  
of Management and Marketing Faculty of KhNUE

## **CUSTOMER SERVICE AS A FACTOR OF PROFIT MAXIMIZATION**

*Annotation. The problems of organising customer service are revealed. The term "customer service" is determined. The process and the ways increasing organizations' profits due to implementing good customer service for customers are considered.*

*Анотація. Висвітлено проблеми організації сервісного обслуговування споживачів. Визначено поняття "обслуговування споживачів". Розглянуто процес і шляхи збільшення прибутку організацій за рахунок надання якісного сервісного обслуговування клієнтам.*

*Аннотация. Освещены проблемы организации сервисного обслуживания потребителей. Определено понятие "обслуживание потребителей". Рассмотрены процесс и пути увеличения прибыли организаций за счет предоставления качественного сервисного обслуживания клиентам.*

*Key words: customer service, profit, satisfaction of a customer, profit maximization.*

Good customer service is the foundation of any business. It provides a platform for continued growth and helps to build the businesses reputation [1]. Customer service is one of the most important ingredients of the marketing mix for products and services. High quality customer service helps to create customer loyalty. Customers today are not only interested in the product they are being offered but all the additional elements of service that they receive from the greeting they receive when they enter a retail outlet, to the refund and help that they receive when they have a complaint about a faulty product that they have paid for [2].

The concept of customer service was explored by Douglas M. Lambert, U. Jay, R. Buchanan, C. Gilles, Robert Horowitz.

The goal of the article is to study and to analyze the information about customer service and to show the influence of good customer satisfaction on change of effectiveness and profitability of an enterprise.

The actuality of the research is great because there is no enough information about the role of customer service in increasing of profit of an enterprise.

Customer service is a set of activities of an enterprise directed to satisfying customer's needs and preferences, conducting after-sale services and technical support during all the period of cooperation with the customer.

According to Buchanan and Gilles (1990), the increased profitability associated with customer retention efforts occurs because of the following reasons:

1. The cost of acquisition occurs only at the beginning of a relationship: the longer the relationship, the lower the amortized cost.
2. Account maintenance costs decline as a percentage of total costs (or as a percentage of revenue).
3. Long-term customers tend to be less inclined to switch and also tend to be less price sensitive. This can result in stable unit sales volume and increases in dollar-sales volume.
4. Long-term customers are more likely to purchase ancillary products and high-margin supplemental products.
5. Long-term customers tend to be satisfied with their relationship with the company and are less likely to switch to competitors, making market entry or competitors' market share gains difficult.
6. Regular customers tend to be less expensive to service because they are familiar with the processes involved, require less "education," and are consistent in their order placement.



Increased customer retention and loyalty make the employees' jobs easier and more satisfying. In turn, happy employees feed back into higher customer satisfaction in a virtuous circle [3].

A good customer service can bring higher efficiencies. When a firm focuses its efforts on the areas that directly affect customer's satisfaction, it will than utilize its resources more efficiently. In result, an effective customer service will provide a pathway for working on those areas that are most important to the customers and will reduce the deviation which distracts the firm from focusing on these areas. A free good customer service can also increase morale and satisfaction of the firm as most of the customers will be happy with the firm [4].

Business owners who make customer service a central guiding principle in their business, then, are far more likely to succeed than those who are indifferent to such practices.

Happy customers tend to buy more from the company and also to refer other customers's to the company more frequently. Thus, customer's satisfaction breeds customer's loyalty. And there is a dramatic cause-and-effect relationship between customer loyalty and profitability: in some industries, a small percentage of a company's most valuable and loyal customers can account for more than half of total profitability [5].

The excellent customer service is a tool for decreasing cost of production or rendering services that leads to maximization of profit.

*Наук. керівн. Мазоренко О. В.*

**References:** 1. Haycox Chris. The Importance of Customer Service [Electronic resource] / Chris Haycox. – 22.02.2011. – Access mode : [www.business\\_toolchest.com/articles/data/20110222/90932.shtml](http://www.business_toolchest.com/articles/data/20110222/90932.shtml). 2. Business case studies [Electronic resource]. – Access mode : [www.businesscasestudies.co.uk](http://www.businesscasestudies.co.uk). 3. Buchanan R. Value managed relationship: The key to customer retention and profitability / Buchanan R., Gilles C. // European Management Journal. – 1990. – Vol 8. – No. 4. – P. 13–17. 4. Schmieg Sebastian. Curriculum for good customer service. March 11, 2008. Pp. 15–20. [Electronic resource]. – Access mode : <http://articlesbasedonseo.wordpress.com/category/customer-service>. 5. The Pert Group. How Does Customer Loyalty Effect Profitability? / The Pert Group // A purple paper. – 2010. – Pp. 2–5.

---

***Ye. Podryadchikov***

UDC 005.72

3rd year student  
of Management and Marketing Faculty of KhNUE

## **IMPROVEMENT OF ORGANIZATIONAL STRUCTURE OF AN ENTERPRISE**

*Annotation. Methods of improving the efficiency of organizational structure of an enterprise are considered. The important place is allocated for "knowledge worker" – the term offered by Peter Drucker – category of workers whose activity is connected with processing of available information and obtaining new data.*

*Анотація. Розглянуто методи підвищення ефективності організаційної структури підприємства. Важливе місце відводиться "інформаційному робітнику" – терміну, запровадженому Пітером Друкером, – категорії працівників, діяльність яких пов'язана з обробкою інформації, що є в наявності, та отриманням нових даних.*

*Анотация. Рассмотрены методы повышения эффективности организационной структуры предприятия. Важное место отводится "информационному работнику" – термину, предложенному Питером Друкером, – категории работников, чья деятельность связана с обработкой имеющейся информации и получением новых данных.*

*Key words: organizational structure, enterprise, "knowledge worker".*

Organizational structure is a consideration of every company. The breadth of products/services offered, the range of markets targeted and the methods by which those markets are targeted are important considerations. A narrow focus can turn out to be a make-or-break venture, while too broad of a focus can erode competencies and brand image. Either extreme can lead to problems for the company.

---

© Ye. Podryadchikov, 2013



The problem of studying the organizational structure of an enterprise, its theoretical and methodological foundations are studied in works of many famous economists, such as H. Fayol, G. Griffiths, S. Sambrook, F. W. Taylor, M. Weber and many others.

The purpose of this article is to show the role of an organizational structure of the enterprise as one of the most essential factors of successful business activities and to describe the methods of improving the organizational structure.

Organizational structure may be defined as a set of activities such as task allocation, coordination and supervision, which are directed towards the achievement of organizational aims [1]. In an organization of any size or complexity, employees' responsibilities typically are defined by what they do, who they report to, and for managers, who reports to them. Over time these definitions are assigned to positions in the organization rather than to specific individuals. The structure of every organization is unique in some respects, but all organizational structures develop or are consciously designed to enable the organization to accomplish its work. Typically, the structure of an organization evolves as the organization grows and changes over time.

Peter Drucker coined the term "knowledge worker" to describe a new class of employee whose basic means of production was no longer capital, land, or labor but, rather, the productive use of knowledge. Today, these knowledge workers, who might better be called professionals, represent a large and growing percentage of the employees of the world's biggest corporations. They make it possible for companies to deal with today's rapidly changing and uncertain business environment, and they produce and manage the intangible assets that are the primary way companies in a wide array of industries create value.

Today's big companies do very little to enhance the productivity of their professionals. In fact, their vertically oriented organizational structures, retrofitted with ad hoc and matrix overlays, nearly always make professional work more complex and inefficient. To raise the productivity of professionals, big corporations must change their organizational structures dramatically, retaining the best of the traditional hierarchy while acknowledging the heightened value of the people who hatch ideas, innovate, and collaborate with peers to generate revenues and create value through intangible assets such as brands and networks.

Companies can not only build this new kind of organization but also reduce the complexity of their interactions and improve the quality of internal collaboration by implementing four interrelated organizational-design principles:

1. Streamlining and simplifying vertical and line-management structures by discarding failed matrix and ad hoc approaches and narrowing the scope of the line manager's role to the creation of current earnings.
2. Deploying off-line teams to discover new wealth-creating opportunities while using a dynamic management process to resolve short- and long-term trade-offs.
3. Developing knowledge marketplaces, talent marketplaces, and formal networks to stimulate the creation and exchange of intangibles.
4. Relying on measurements of performance rather than supervision to get the most from self-directed professionals.

A new organizational model for today's big corporations will not emerge spontaneously from the obsolete legacy structures of the industrial age. Rather, companies must design a new model holistically, using new principles that take into account the way professionals create value. Big companies that follow these principles will get more value, at less cost, from the managers and the professionals they employ. In the process, they can become fundamentally better at overcoming the challenges – and capturing the opportunities – of today's economy.

*Наук. керівн. Миронова О. М.*

**Reference:** 1. Pugh D. S. Organization Theory: Selected Readings / Pugh D. S. – M. : Harmondsworth : Penguin, 1990. – 385 p.

УДК 005.336

**Каменюка Р. Ю.**

Магістр 1 курсу  
факультету економіки і права ХНЕУ

## **СУЧАСНІ ПІДХОДИ ДО ФОРМУВАННЯ ПОТЕНЦІАЛУ ПІДПРИЄМСТВА**

*Анотація. Подано сучасні підходи до формування потенціалу в діяльності підприємства, а саме системний підхід, маркетинговий, функціональний, відтворювальний, інноваційний, нормативний та комплексний. Розглянуто основні принципи і чинники, які допомагають розвитку окремих елементів потенціалу підприємства.*

© Каменюка Р. Ю., 2013



*Аннотация. Представлены современные подходы к формированию потенциала в деятельности предприятия, а именно системный подход, маркетинговый, функциональный, воспроизводственный, инновационный, нормативный и комплексный. Рассмотрены основные принципы и факторы, которые помогают развитию отдельных элементов потенциала предприятия.*

*Annotation. Modern approaches to forming the potential in enterprise activity, namely a systematic approach, marketing, functional, reproduction, innovative, regulatory and complex ones are given. The basic principles and factors that help the development of the individual elements of enterprise potential are considered.*

*Ключові слова: потенціал підприємства, закон синергії, форми прояву закону синергії, принципи та підходи до формування потенціалу підприємства, етапи оптимізації структури потенціалу підприємства.*

Формування потенціалу підприємства – один із найважливіших процесів, які відбуваються в діяльності підприємства, але, на жаль, сьогодні в Україні цьому не приділяють належної уваги. Є багато чинників, які призводять до втрати потенціалу, наприклад, кризовий стан окремих підприємств, зміна суспільно-економічного ладу в країні. І тому дуже важливими й необхідними є розгляд і дослідження процесу та підходів до формування потенціалу підприємства.

Мета дослідження полягає у визначенні підходів до формування потенціалу підприємства.

У широкому розумінні потенціал – це засоби, запаси, джерела, які є та можуть бути використані, приведені в дію для досягнення певної мети, виконання плану, розв'язання завдань, можливості якої-небудь соціальної системи у певній сфері.

Формування потенціалу підприємства – це процес ідентифікації та створення підприємницьких можливостей, його структуризації та побудови певних організаційних форм для стабільного розвитку й ефективного відтворення. З огляду на те, що формування потенціалу підприємства є складним процесом, орієнтованим на максимальну взаємодію із зовнішнім середовищем і забезпеченням високої якості реалізації, важливо визначити, які саме чинники зумовлюють розвиток його елементів і впливають на їхню збалансованість та ефективність використання.

Оскільки необхідно розподілити всі чинники на зовнішні та внутрішні щодо формування й розвитку потенціалу підприємства, то в основі побудови системи цих чинників повинен лежати принцип сфери впливу на елементи потенціалу підприємства, який буде сприяти кращому використанню потенціалу, формуванню потреби фінансування необхідного напрямку діяльності [1, с. 56].

Виділяють такі зовнішні чинники: економічні, соціальні, політичні, юридичні умови, вплив яких визначається обмежувальними і стимулятивними заходами з боку державних органів, банків, суспільних груп, інвестиційних компаній. Основні з цих заходів – це податкові, відсоткові ставки, тиск політичних сил, суспільні та законодавчі норми.

Щодо внутрішніх чинників, то до них потрібно віднести: стратегію підприємства, для реалізації також необхідні досвід і навички менеджерів, сформовані принципи організації та ведення бізнесу, моральні цінності керівників.

Процес формування потенціалу підприємства є одним із напрямів його економічної стратегії, який передбачає створення й організацію системи ресурсів і компетенцій таким чином, щоб результат їхньої взаємодії був чинником успіху в досягненні стратегічних, тактичних і операційних цілей діяльності підприємства [2, с. 65].

Виділяють такі основні наукові підходи до процесу формування потенціалу підприємства:

1) системний – один із основних підходів у процесі формування потенціалу. На основі маркетингових досліджень формують спочатку параметри товару чи послуги: що робити, з якими показниками якості, з якими витратами, для кого, в які терміни, за якою ціною. Параметри виходу повинні бути конкурентоспроможними. Потім визначають параметри входу: які потрібні ресурси й інформація для реалізації внутрішніх бізнес-процесів;

2) маркетинговий – передбачає орієнтацію формування можливостей підприємства на споживача. Критеріями є: підвищення якості кінцевого результату реалізації потенціалу відповідно до потреб споживачів; економія ресурсів споживачів завдяки підвищенню якості всіх елементів потенціалу та, як наслідок, підвищення якості кінцевої продукції чи послуги [3, с. 45];

3) функціональний – передбачає пошук зовсім нових, оригінальних технічних рішень для задоволення наявних або потенційних потреб. Після визначення функцій, які потрібно виконати для задоволення потреби, визначається кілька альтернативних варіантів формування потенціалу для їхнього виконання та вибирається той із них, який забезпечує максимальну ефективність сукупних витрат;

4) відтворювальний – орієнтований на постійне поновлення виробництва продукції з меншою ресурсомісткістю та вищою якістю, порівняно з аналогічною продукцією, на цьому ринку для задоволення потреб клієнтів. Основним елементом є обов'язкове застосування бази порівняння в процесі планування відтворювального процесу;

5) інноваційний – орієнтований на активізацію інноваційної діяльності, засобами якої повинні бути чинники виробництва й інвестиції;

6) нормативний – полягає у встановленні для найважливіших елементів потенціалу нормативів: якості та ресурсомісткості продукції, завантаженості технічних об'єктів, параметрів ринку; ефективності використання ресурсного потенціалу; розроблення й ухвалення управлінських рішень;

7) комплексний – передбачає необхідність урахування технічних, екологічних, економічних, організаційних, соціальних, психологічних та інших аспектів діяльності підприємства.

Формування потенціалу підприємства проводиться за такими принципами:

1) потенціал підприємства – це складна система пересічних характеристик його елементів, причому останні можуть так чи інакше замінювати один одного, тобто є альтернативними [4, с. 76];



2) потенціал підприємства не можна сформувати на базі механічного додавання елементів, оскільки він є динамічним угрупованням;

3) потенціал підприємства у вищих формах його вияву може самостійно трансформуватися з появою нових складових елементів;

4) елементи потенціалу підприємства мають функціонувати одночасно і в сукупності, оскільки закономірності розвитку можливостей підприємства не можуть бути розкриті окремо, а тільки в поєднанні, що потребує досягнення збалансованого оптимального співвідношення між елементами;

5) усі елементи потенціалу об'єктивно пов'язані з функціонуванням і розвитком підприємства, тобто, з одного боку, вони підлягають фізичному та техніко-економічному старінню, з іншого – чутливі до досягнень науково-технічного процесу;

6) складові потенціалу підприємства мають бути адекватними характеристикам продукції та послуг підприємства.

Потенціал підприємства має такі властивості, як цілісність, взаємозв'язок і взаємодія елементів, складність, здатність до розвитку, комунікативність, ієрархічність [5, с. 43]. Така властивість, як цілісність, показує, що внаслідок взаємодії всіх ресурсів, які створюють систему, з'являються нові якості, яких не має кожен окремий вид ресурсу. Одним із найвагоміших загальних законів організації є закон синергії, який звучить так: для будь-якої системи існує такий набір елементів, за якого її потенціал завжди буде або значно більшим, ніж проста сума потенціалів елементів, що до неї входять, або істотно меншим [4, с. 34].

Процес оптимізації структури потенціалу підприємства, зважаючи на ефект синергії, потрібно здійснювати за такими етапами:

1) формування системи цілей підприємства;

2) визначення необхідного для кожної цілі набору стратегічних ресурсів, цей етап обов'язково потрібно узгоджувати з першим;

3) оскільки для задоволення однієї потреби може існувати кілька варіантів наборів ресурсів, то доцільно оцінити альтернативні комбінації і після цього зробити остаточний висновок;

4) враховуючи, що підприємство не володіє всіма видами ресурсів, треба провести раціональний розподіл обмежених ресурсів, визначити, куди найвигідніше їх спрямувати, щоб забезпечити високий рівень конкурентоспроможності потенціалу підприємства;

5) після виконання попередніх етапів необхідно оцінити отриманий результат.

Отже, існування певних організаційно-економічних особливостей формування потенціалу підприємств, залежно від сфери бізнесу, визначає успішність чи, навпаки, крах у довготерміновій перспективі. У структурі кожної соціально-економічної системи треба виокремлювати ключові точки, які зумовлюють розвиток всієї структури внаслідок комплексних зв'язків, мультиплікативних ефектів та ефекту синергії.

*Наук. керівн. Матвієнко-Біляєва Г. Л.*

**Література:** 1. Иванов Н. И. Экономические аспекты производственного потенциала : теория и практика / Н. И. Иванов. – Донецк : ИЭП НАН Украины, 2000. – 420 с. 2. Мескон М. Основы менеджмента / М. Мескон, М. Альберт, Ф. Хедоури. – М. : Изд. "Дело", 1995. – 702 с. 3. Краснокутська Н. С. Потенціал підприємства: формування та оцінка : навч. посібн. / Н. С. Краснокутська. – К. : Центр навчальної літератури, 2005. – 352 с. 4. Управління потенціалом підприємства : навч. посібн. / І. З. Должанський, Т. О. Загорна, О. О. Удалих та ін. – К. : Центр навчальної літератури, 2006. – 362 с. 5. Авдеенко В. Н. Производственный потенциал промышленного предприятия / В. Н. Авдеенко, В. А. Котлов. – М. : Изд-во "Экономика", 1989. – 240 с. 6. Репіна І. М. Потенціал підприємства: формування та оцінка : навч.-метод. посібн. [для самост. вивч.] / І. М. Репіна, О. С. Федонін, О. І. Олексюк. – К. : Вид. КНЕУ, 2005. – 216 с.

УДК 658.264

**Рапава Н. Б.**

Магістр 2 курсу  
факультету економіки і права ХНЕУ

## **УПРОВАДЖЕННЯ ЕНЕРГОЗБЕРІГАЮЧИХ ЗАХОДІВ У СИСТЕМИ ТЕПЛОПОСТАЧАННЯ**

*Анотація. Визначено необхідність раціонального використання енергоресурсів та впровадження енергозберігаючих заходів, підвищення енергоефективності виробництва в системах теплопостачання, сформульовано основні напрями, технології та заходи, спрямовані на збільшення рівня енергозбереження та економію енергетичних витрат.*

© Рапава Н. Б., 2013



*Аннотация. Определена необходимость рационального использования энергоресурсов и внедрения энергосберегающих мероприятий, повышения энергоэффективности производства в системах теплоснабжения, сформулированы основные направления, технологии и мероприятия, направленные на увеличение уровня энергосбережения и экономию энергетических затрат.*

*Annotation. The necessity of rational use of energy resources and introduction of energy-saving measures, increasing energy efficiency of production in heat supply systems, is defined, the main directions, technologies and measures aimed at increasing the level of energy and energy costs saving are formulated.*

*Ключові слова: енергозбереження, ефективність, системи тепlopостачання, житлово-комунальне господарство, комунальна енергетика, енергобезпека, енергозберігаючі технології.*

Ефективне та раціональне використання енергетичних ресурсів у галузі комунальної енергетики, а саме в системах тепlopостачання, набуває великого значення, оскільки дозволяє знизити витрати на виробництво і реалізацію теплових послуг. Зниження витрат на виробництво, у свою чергу, призводить до підвищення рівня прибутковості підприємств житлово-комунального господарства, а також поліпшення якості наданих послуг і термінів надходження теплової енергії.

Актуальність даної теми полягає в тому, що нині, коли постійно зростає вартість теплової енергії, гарячої та холодної води, електроенергії, проблема економії, оплати за фактично спожиту, а не надану теплову енергію, воду виходить на перше місце. У зв'язку із цим впровадження заходів з енергозбереження в системи тепlopостачання є необхідним.

Проблема енергозбереження в системах тепlopостачання неодноразово досліджувалася у науковій літературі і знайшла своє відображення в наукових роботах таких вчених-економістів, як: Данілов О. Л., Дорошенко В. В., Зеркалов Д. В., Чернишов Л. Н. та ін.

Метою написання даної статті є обґрунтування необхідності енергозбереження та визначення наявних напрямів підвищення ефективності енергозбереження в системах тепlopостачання.

Об'єктом дослідження є процес формування та підвищення ефективності впровадження енергозберігаючих заходів у системи тепlopостачання.

Предметом дослідження є теоретичне і методичне обґрунтування впровадження енергозберігаючих заходів в системи тепlopостачання.

На сьогодні енергозбереження у системах тепlopостачання належать до числа найважливіших пріоритетів державної економічної та енергетичної політики. Основною метою енергозбереження в житлово-комунальному господарстві є підвищення ефективності використання паливно-енергетичних ресурсів за рахунок сучасних схем і систем енергопостачання, приладів і пристроїв, які використовують тепло та енергію, зниження витрат енергоносіїв, що забезпечує надання комунальних послуг споживачам на більш високому якісному рівні.

Зростання цін на енергоносії зробило актуальним завдання зі зниження витрат енергетичних ресурсів у системах тепlopостачання. Відмінною рисою підприємств комунальної енергетики є їх висока енергоемність і низька енергоефективність [1].

Низька енергоефективність є однією з головних причин високих витрат у системах тепlopостачання і величезних фінансових зобов'язань держави в комунальному господарстві. Низька енергетична ефективність збільшує витрати, зростання витрат спричиняє зростання соціальної напруженості. Технічна й технологічна відсталість галузі, слабе освоєння високоефективних і ресурсозберігаючих технологій впливають на собівартість і якість реалізації теплових послуг.

Прискорене зростання цін на енергоресурси, а також щораз більші розміри дотацій витрат населення за користування теплом визначають завдання енергозбереження як головний напрям у здійсненні економічної політики підприємства [2].

Основні напрями енергозберігаючих технологій можна розділити на кілька категорій: економія теплової енергії в процесі виробництва, в транспорті та споживанні; економія електричної енергії; економія води під час водозабору, транспортування та споживання; економія палива у виробництві електричної та теплової енергії; облік води, газу, тепла й електрики; енергоаудит, складання енергетичних паспортів, поновлювані джерела теплової та електричної енергії [3].

Заходи з енергозбереження в галузі тепlopостачання подані в таблиці.

Таблица

#### Заходи з енергозбереження в системах тепlopостачання

Напрямок	Мета	Технічне рішення
Модернізація та реконструкція	Удосконалення теплогенераторів і теплоджерел	Заміна морально застарілих та фізично зношених котлів на сучасні котлоагрегати
		Застосування котлів із конденсаційною поверхнею
		Застосування ефективних автоматизованих котлів із вбудованими насосами
		Застосування ефективних теплообмінників і насосів
		Реконструкція центральних теплорозподільчих станцій зі встановленням індивідуальних теплових пунктів у житлових будинках

1	2	3
	Удосконалення теплотрас	Реконструкція теплових мереж із застосуванням попередньо ізольованих у пінополіуретановій оболонці сталевих і неметалевих труб
		Проведення безканальної прокладки теплових мереж
		Заходи з ізоляції традиційних металевих труб
Облік і регулювання	Упровадження засобів автоматизації, контролю та вимірювань	Упровадження систем диспетчеризації
		Установлення більш модернізованих теплолічильників
		Упровадження регуляторів частоти
	Зменшення теплоспоживання в житлових будинках	Упровадження автоматизованих систем управління роботи джерелами тепла
		Установлення лічильників-розподільників у кожного споживача
		Автоматичне регулювання в ІТП
Нетрадиційні джерела	Використання сонячної енергії	Встановлення водолічильників у теплових пунктах будинків
		Пристрої із сезонними теплоакумуляторами
		Цілорічні сонячні системи в поєднанні з тепловими насосами

Сьогодні на багатьох об'єктах теплопостачання теплоенергетичне обладнання більшою мірою фізично й морально застаріле, тому з кожним роком збільшується кількість обладнання, що відпрацювало свій нормативний термін служби. У зв'язку із цим на даний момент на багатьох підприємствах комунальної енергетики проводиться постійна робота з модернізації обладнання та вдосконалення теплових джерел і мереж [3].

Теплові мережі є найбільш слабкою ланкою в системі теплопостачання. У теплових мережах теплові втрати мають значну величину. Це пов'язано з поганим станом теплової ізоляції теплових мереж як у наземному, так і в підземному виконанні. В останньому випадку основною причиною є наявність води в каналах і колодязях тепломереж. Значно скоротити тепловтрати, витрати на будівництво та обслуговування теплових мереж, оперативно встановити і усунути можливі аварії за допомогою системи оперативного дистанційного контролю, яка вбудовується в конструкцію теплопроводів, дозволить безканальна прокладка труб з пінополіуретановою теплоізоляцією в поліетиленовій оболонці, а також застосування сімейства гнучких теплоізольованих труб.

Також важливим аспектом підвищення енергоефективності системи теплопостачання та енергозбереження є здійснення реконструкції теплових розподільчих станцій зі встановленням індивідуальних теплових пунктів. Встановлення ІТП у житлових будинках дозволить скоротити протяжність транспортної системи, розв'яже проблему відновлення рециркуляційних систем і, як наслідок, зменшить експлуатаційні витрати, спрямовані на підтримання в робочому стані квартальних мереж гарячого водопостачання; виключить втрати тепла в процесі транспортування; значно скоротить споживання електричної енергії, що витрачається на роботу насосів.

Питання істотного зниження енерговитрат можуть бути вирішені, коли проблема виділяється в окрему, чітко структуровану систему, локалізується за територіальною ознакою в рамках населеного пункту, вивчається всебічно у взаємозв'язках із факторами зовнішнього середовища, з'ясовуються причини виникнення зайвих енерговитрат та їх джерела, визначаються ключові цілі й формулюються конкретні чіткі рекомендації для їх досягнення [4].

Для того щоб досягти більш високого ефекту від енергозбереження, необхідно розробити та впровадити економічний і правовий механізм, який би стимулював енергозбереження як споживачами, так і виробниками теплової енергії.

За будь-якого варіанту теплопостачання необхідне його систематичне комплексне обстеження і своєчасне впровадження енергозберігаючих заходів, досягнень науки і техніки на всьому шляху від джерела до споживачів теплової енергії та гарячої води включно, що дозволить скоротити вартість теплової енергії.

Виконання перерахованих заходів вимагає вкладення значних матеріальних коштів, проте вони дозволяють максимально ефективно використовувати енергетичні й фінансові ресурси.

Теплопостачання належить до тих галузей, які функціонують і розвиваються за будь-яких економічних і політичних обставин. Особливо актуальним стає перехід на режим найсуворішої економії енергетичних і фінансових ресурсів. Отже, життєво важливо контролювати, щоб ці ресурси використовувалися максимально ефективно [4].

Також необхідно відзначити, що для включення конкретних заходів у стратегію енергозбереження вважається доцільним, якщо нова енергозберігаюча технологія буде перевірена відносно ринкових критеріїв прийняття інвестиційних рішень [5].



Таким чином, виконання комплексу заходів з енергозбереження дозволяє оптимізувати витрати на виробництво та реалізацію теплової енергії в системах тепlopостачання, забезпечувати істотну економію енергоносіїв, води та інвестиційних ресурсів, підвищити ефективність галузі, безпосередньо пов'язану з життєзабезпеченням країни.

Наук. керівн. Мартіянова М. П.

**Література:** 1. Энергосбережение в ЖКХ : учебно-практическое пособие / под. ред. Л. В. Примака, Л. Н. Чернышева. – М. : Академический Проект, 2011. – 622 с. 2. Журнал "Теплоэнергетик" КП "ХТС". – № 10 (27). – С. 23. 3. Энергосбережение в теплоэнергетике и теплотехнологиях : учебное пособие. – Томск : Изд. Томского политехнического университета, 2011. – 205 с. 4. Ратушняк Г. С. Энергозбереження та експлуатація систем тепlopостачання : навч. посібн. / Г. С. Ратушняк, Г. С. Попова. – Вінниця : ВДТУ, 2009. – 120 с. 5. Афанасьев Н. В. Региональные программы энергообеспечения и энергозбереження: Основа устойчивого развития мезосистем / Н. В. Афанасьев, Т. И. Салашенко // БизнесИнформ. – № 12 (1). – 2009.

---

**Клименко Д. С.**

УДК 005.591.3:658.15

Магістр 2 курсу  
факультету економіки і права ХНЕУ

## **НЕОБХІДНІСТЬ СТВОРЕННЯ ОРГАНІЗАЦІЙНО-ЕКОНОМІЧНОГО МЕХАНІЗМУ РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВА**

*Анотація. Сформульовано поняття організаційно-економічного механізму розвитку підприємства, обґрунтовано необхідність його створення та впровадження на підприємствах з точки зору сучасного менеджменту.*

*Аннотация. Сформулировано понятие организационно-экономического механизма развития предприятия, обоснована необходимость его создания и внедрения на предприятиях с точки зрения современного менеджмента.*

*Annotation. The concept of organizational and economic mechanism of development of an enterprise has been formulated, and the necessity of its creation and implementation at the enterprises in terms of modern management has been proved.*

*Ключові слова: система управління, розвиток підприємства, організаційно-економічний механізм, управління розвитком.*

У сучасному ринковому середовищі вітчизняним підприємствам доводиться функціонувати у доволі складних умовах. Раніше для покращення результатів достатньо було покращити якийсь окремий показник чи вплинути на групу показників. Зараз досить багато залежить від здатності підприємства швидко пристосовуватися до мінливого зовнішнього середовища, а саме за цих умов стають наявними проблеми недосконалого менеджменту.

Актуальність розглянутої теми полягає в тому, що успіх діяльності підприємства багато в чому залежить не тільки від правильності прийнятих управлінських рішень, а також від здатності інтегрувати та поєднувати перебіг внутрішніх процесів, підпорядкувати їх досягненню поставленої мети шляхом здійснення перебудови і розвитку всієї системи управління за допомогою побудови організаційно-економічного механізму розвитку підприємства, який буде враховувати індивідуальні особливості економічно-виробничої діяльності, сприятиме реорганізації, координації та оптимізації діяльності всіх функціональних підрозділів і загальному зростанню результативності та ефективності діяльності, а також узгодить якість управління з вимогами сучасного ринкового середовища.

Проблеми науково обґрунтованого управління розвитком підприємства розглянуті у працях як вітчизняних, так і зарубіжних вчених. Значний внесок у розробку цих питань зробили такі дослідники, як Гелбрайт Дж. К., Д. Бел, П. Друкер, М. Мескон, У. Ростоу, Ф. Хедоурі, а також вітчизняні

---

© Клименко Д. С., 2013

вчені-економісти В. Гончаров, Іванов Ю. Б., Кизим М. О., Клебанова Т. С., Козаченко Г. В., Лисенко Ю. Г., Наливайко А. П., Пономаренко В. С., Пушкар О. І., Репін В. В., Русинов Ф. М., Тридід О. М. та багато інших [1 – 5]. Проте певні аспекти розвитку підприємства потребують подальшого розвитку.

Метою даної статті є теоретичне обґрунтування поняття "організаційно-економічний механізм розвитку підприємства" та зазначення необхідності створення організаційно-економічного механізму розвитку підприємства.

Розвиток для організації може розглядатися, з одного боку, як такий тип змін, що підвищує ступінь організованості системи, або – як виділена у складі підприємства система, в якій об'єднані інноваційні процеси. Їх взаємозв'язок та інтеграція з іншими процесами призводять до кількісних та якісних змін у всіх функціональних галузях підприємства, а в контурах її управління на основі зворотних зв'язків розв'язуються завдання стратегічного і тактичного управління й запускаються механізми самоорганізації оперативного управління розвитком.

Необхідність управління розвитком підприємства виникає в таких випадках [6]:

1) докорінна зміна обраної тенденції розвитку підприємства (напряму вектора розвитку), що супроводжується несподіваним переходом в інший аттрактор розвитку. Необхідні дії: перегляд орієнтирів розвитку підприємства, повна діагностика підприємства з метою виявлення потенційних і реальних ресурсів для дифузії підприємства в новий ринковий простір і адаптації до умов внутрішнього та зовнішнього середовища, які змінились;

2) відхилення від орієнтирів розвитку підприємства (комплекс індикаторів) у рамках наявного напряму розвитку. Необхідні дії: перегляд мети, завдань функціонування підприємства, що супроводжуються діагностичним аналізом і коректуванням ресурсів підприємства;

3) докорінна зміна вектора спадного розвитку підприємства на основі виникнення штучної точки біфуркації (кардинальна зміна основного вектора розвитку). Необхідні дії: всебічна оцінка потенційних і реальних можливостей підприємства для виходу з точки біфуркації, розробка механізму управління кризами.

Отже, ефективна трансформація процесів системи управління сприяє загальному розвитку в усіх сферах діяльності підприємства, а саме: призводить до якісної та кількісної зміни всіх аспектів потенціалу підприємства (техніко-технологічного, майнового, організаційного, виробничого, кадрового, маркетингового, інвестиційно-інноваційного, фінансового тощо), реструктуризації функціональних підсистем, упорядкованості реалізації завдань стратегічного, тактичного й оперативного управління та ін.

Окремо також треба зупинитись на значенні механізму управління як базової складової загальної системи управління для підприємства. Але спочатку потрібно визначитись із тлумаченням поняття "механізм" та з'ясувати, яке воно має значення та яку роль відіграє у складі загальної концепції системи управління підприємством.

Словник іншомовних слів дає таке визначення цього терміна: "Механізм – це сукупність проміжних станів або процесів будь-яких явищ" [7, с. 427].

У свою чергу, механізм управління – сукупність органів, засобів і способів (методів, прийомів, технологій) взаємодії між двома підсистемами організації – керівної та керованої [8, с. 134].

Механізм управління розвитком підприємства є найбільш активною частиною системи управління, що забезпечує можливість цілеспрямованого розвитку підприємства і становить сукупність:

1) засобів управління, які включають інструменти й важелі, що відповідають орієнтирам, передбачуваним наслідкам, критеріям вибору й оцінки, обмеженням і вимогам процесу розвитку підприємства з урахуванням певної стадії циклу його розвитку;

2) організаційних і економічних методів управління, що становлять способи, прийоми і технології приведення в дію і використання засобів управління.

Складність та багатогранність цього поняття не тільки як філософської категорії дозволяє використовувати його у різних галузях науки. Своє застосування він знайшов і в економічній науці. Так, поряд із "механізмом управління" широко застосовується поняття "організаційно-економічний механізм". Але, незважаючи на його розповсюдженість, сучасна економічна наука не дає остаточного визначення останнього. Багато авторів у своїх роботах розглядають організаційно-економічний механізм, не роблячи аналізу поняття та інколи по-різному розуміючи його. Це призводить до плутанини та неможливості його чіткого розуміння.

Отже, на основі проведеного аналізу літературних джерел автор пропонує таке визначення організаційно-економічного механізму розвитку підприємства – це активний елемент системи управління підприємством, який за допомогою своїх внутрішніх складових (засобів, методів, прийомів, технологій) та основних функцій управління здатний здійснювати вплив на функціональні підрозділи підприємства, вдосконалювати їх діяльність, оптимізувати, коригувати та покращувати функціонально-процесну взаємодію між ними, а також здійснювати терміновий вплив на стан, структуру та інтеграцію між бізнес-процесами підприємства для досягнення максимальної результативності та ефективності діяльності, що призводить до істотних кількісних та якісних змін на всіх ланках управління підприємством, збільшення ступеня використання наявного потенціалу і зростання якості системи управління.

Таким чином, організаційно-економічний механізм розвитку підприємства передбачає проведення певних перетворень та задає послідовність змін ключових елементів підприємства в процесі розвитку.

Створення дієвого організаційно-економічного механізму дуже важливе та необхідне для багатьох пострадянських вітчизняних промислових підприємств у сформованих в нашій країні рин-



кових умовах для підтримання життєздатності та ефективності діяльності, яка здійснюється в умовах стрімкого прогресу в технологіях, техніці та знаннях. Наявна система управління знаходиться у перехідному стані від адміністративної до ринкової, що й обумовлює ті кризові явища та нестабільність, які можна побачити на даний момент. Уже сформовані певні передумови позитивних зрушень у вітчизняному менеджменті, однак вони недостатні та часто мають ситуаційний несистемний характер втілення. Тому їх реалізація не завжди узгоджена із загальною стратегією розвитку підприємства. Це сприяє виникненню внутрішніх суперечностей та інколи унеможливує впровадження та використання новітніх досягнень управління та інструментів менеджменту в повному обсязі. У свою чергу, доречно сформований організаційно-економічний механізм, який втілює в собі передові знання науки управління, сприяє здійсненню істотних змін у внутрішній структурі підприємства, що впливає на всі без винятку функціональні підсистеми, дозволяє здійснювати гнучке управління процесами, що відбуваються, та поєднувати самопланування й самоуправління у встановлених для цього межах.

Крім того, це дозволить покращити результати діяльності шляхом зміни вектора з поточного функціонування на постійне вдосконалення, тобто розвиток.

Таким чином, новим науковим результатом є уточнення поняття "організаційно-економічний механізм розвитку підприємства", яке, на відміну від наявних визначень, враховує аспект розвитку підприємства.

У подальших дослідженнях автор пропонує зосередити увагу на формуванні цього механізму для досліджуваного підприємства.

*Наук. керівн. Іпполітова І. Я.*

**Література:** 1. Лысенко Ю. Г. Управление крупным промышленным комплексом в транзитивной экономике / Ю. Г. Лысенко, Н. Г. Гузь. – Донецк : Юго-Восток, 2004. – 670 с. 2. Лепа Н. Н. Моделирование процессов управления развитием предприятий : монография / Н. Н. Лепа, Р. Н. Лепа, А. И. Пушкарь. – Донецк : Юго-Восток, 2005. – 348 с. 3. Клебанова Т. С. Модели и методы координации в крупномасштабных системах : монография / Т. С. Клебанова, Ч. Х. Мондована. – Х. : Бизнес-Информ, 2002. – 138 с. 4. Козаченко А. В. Механизм стратегического управления крупными производственно-финансовыми системами промышленности : монография / А. В. Козаченко. – Донецк : ИЭП НАН Украины, 1998. – 348 с. 5. Пономаренко В. С. Стратегия развития предприятия в условиях кризиса : монография / В. С. Пономаренко, О. М. Тридід, М. О. Кизим. – Х. : ІНЖЕК, 2003. – 328 с. 6. Раєвнева О. В. Управління розвитком підприємства: методологія, механізми, моделі : монографія / О. В. Раєвнева. – Х. : ВД "ІНЖЕК", 2003. – 328 с. 7. Словник іншомовних слів / за заг. ред. О. С. Мельничука. – К., 1974. – 776 с. 8. Толковый словарь терминов и понятий. – М. : Нива России, 1996. – 228 с.

---

**Пузина М. К.**

УДК 005.336.2:005.334-051

Магістр 2 курсу  
факультету економіки і права ХНЕУ

## **МОДЕЛЬ ФОРМУВАННЯ ПРОФЕСІЙНИХ КОМПЕТЕНТНОСТЕЙ РИЗИК-МЕНЕДЖЕРА НА ПІДПРИЄМСТВІ**

*Анотація. Визначено необхідність формування вимог та відповідних компетентностей фахівця з управління ризиками на підприємстві. Виділено основні вимоги до професійних якостей ризик-менеджера відповідно до потреб ринку. Сформульовано основні компетентності ризик-менеджера відповідно до вимог різних рівнів кваліфікації у вигляді моделі професійних компетентностей ризик-менеджера.*

*Анотация. Определена необходимость формирования требований и соответствующих компетентностей специалиста по управлению рисками на предприятии. Выделены основные требования к профессиональным качествам риск-менеджера в соответствии с потребностями рынка. Сформулированы основные компетентности риск-менеджера в соответствии с требованиями различных видов квалификации в виде модели профессиональных компетентностей риск-менеджера.*

---

© Пузина М. К., 2013



*Annotation. The article identified the need to create requirements and relevant competencies of risk management at the enterprise. The main requirements for the professional qualities of risk manager were identified in accordance with market demands. The basic competencies of risk manager were formulated in accordance with the requirements of different types of qualifications as a model of professional competencies of risk manager.*

*Ключові слова: ризик-менеджер, компетентності, управління ризиками.*

На сьогодні на українських підприємствах склалася така ситуація: поняття ризик-менеджменту повною мірою сприймають не більше ніж 15 % власників великого та середнього бізнесу [1, с. 157–163; 2, с. 87–89]. В основному керівники підприємств вважають, що проблеми, пов'язані з ризиком, впливають на їхню діяльність лише в момент кризи всієї економіки та пов'язані із зовнішніми чинниками, вони не сприймають недосконалість внутрішньої організації в цілому. В результаті нестабільного розвитку економіки все більше керівників звертають увагу на необхідність повноцінної організації ризик-менеджменту на підприємстві.

У рамках здійснення господарської діяльності на українських підприємствах відбувається процес управління ризиками, яким в основному займаються інженери з техніки безпеки, охоронці (операційні ризики), системні адміністратори (інформаційні ризики), фінансисти (фінансові ризики). Недоліком їхньої діяльності є відсутність системного підходу та чітко визначених обов'язків.

У результаті цього підприємство вимушене звертатись до зовнішніх спеціалістів, в основному до представників консалтингових компаній. Такими фахівцями є ризик-менеджери – спеціалісти, які діагностують діяльність підприємства з метою пошуку ризиків, оцінювання ступеня їхньої небезпеки та визначення очікуваного розміру збитків. При цьому фахівець формулює рекомендації, які допоможуть знизити негативні наслідки або попередити виникнення ризикової ситуації.

Тому актуальним є визначення основних кваліфікаційних компетентностей фахівців з управління ризиками відповідно до основної спрямованості їхньої діяльності.

Питання формування професійних компетентностей менеджера у сфері управління ризиками розглядаються у працях таких науковців: Головач Т. В. [1], Грушевицької А. Б. [1], Прияльчука О. О. [2], Старостіної А. О. [3], Швид В. В. [1] та ін.

Метою даної статті є формування компетентностей ризик-менеджера, що будуть відповідати різним рівням кваліфікації фахівця з управління ризиком на підприємстві.

Ризик на підприємстві – це найчастіше небезпека зниження прибутку, що може вплинути на ефективність діяльності підприємства, а у найгіршому випадку – повне припинення діяльності. Завдання спеціаліста з управління ризиками – за допомогою різних методів провести аналіз можливих ризиків та оцінити їх ступінь, визначити розмір коштів, які необхідно зарезервувати на покриття непередбачених витрат, виявити ризики під час фінансування проекту, провести процедуру страхування, здійснити пошук варіантів уникнення ризику та врахувати психологічні особливості реакції на ризик.

У роботі виділено основні вимоги, що висуваються до ризик-менеджерів, враховуючи пропозиції, представлені на ринку вакансій і стандарти організації процесу управління ризиками на підприємстві [3, с. 38; 4]:

- знання в галузі ризик-менеджменту;
- знання таких галузей, як: макро- і мікроекономіка, банківська справа, державні фінанси, основи функціонування ринку цінних паперів;
- знання особливостей обліку за міжнародними стандартами;
- знання законодавчої та нормативної бази України й основ міжнародного законодавства;
- знання статистики, вищої математики, математичного моделювання;
- укладання договорів відповідно до вимог законодавства України та міжнародних стандартів;
- володіння англійською мовою (конкурентна перевага – знання двох і більше іноземних мов);
- навички програмування;
- володіння інструментами пошуку та збору необхідної інформації всередині і поза підприємством – для визначення заходів, що впливають на управління ризиками;
- навички розробки програми ризик-менеджменту на підприємстві та оцінювання її ефективності;
- відмінні аналітичні здібності;
- аналіз контрактів та документів з погляду ризик-менеджменту;
- знання та навички реалізації методик формування програми запобігання збиткам;
- стійка нервова система (в роботі ризик-менеджера бувають випадки, коли його рекомендації ігнорують як керівництво, так і співробітники);
- проведення тренування та навчання працівників підприємства з питань управління ризиками.

Додатковою перевагою для спеціаліста з управління ризиком, окрім економічної освіти, вважається освіта за такими напрямками, як математичне моделювання, програмування, статистика, технічні спеціальності.

Крім цього необхідно враховувати, що ризик-менеджер є частиною стратегічного управління підприємством, його ефективна діяльність повинна забезпечити постійний та динамічний розвиток господарської діяльності. Тому для спеціаліста з управління ризиком необхідним є знання бізнес-процесів підприємства, що мали місце як у минулому, так і сьогодні.



На основі виділених вимог [3, с. 38; 5, с. 1–14] до фахівця з управління ризиками та вивченої моделі професійного зростання ризик-менеджера [6] в роботі було виділено такі кваліфікаційні рівні: молодший спеціаліст з управління ризиками, ризик-менеджер середнього рівня, старший ризик-менеджер та виконавчий керівник з управління ризиками. Таким чином, відповідно до кваліфікації ризик-менеджера та обсягу його повноважень на підприємстві в статті було розроблено модель, що характеризує галузь знань, основні компетентності, а також інструменти досягнення відповідного професійного рівня (таблиця).

Таблиця

**Модель професійних компетентностей ризик-менеджера**

	Галузь знань	Компетентності	Інструменти досягнення
1	2	3	4
Молодший спеціаліст	Знання особливостей структури підприємства та профілю ризику. Бухгалтерський облік відповідно до українських та міжнародних стандартів. Методи виявлення та аналізу ризику. Методи фінансування ризиків. Страхування, основи формування страхових звітів. Управління витратами. Управління ризиками та методами контролю витрат. Управління ризиками в галузі інформаційних систем та звітності. Законодавча база України та міжнародні стандарти	Мобільність. Етичність. Здатність до навчання та розвитку. Здатність до адаптації. Уміння працювати в команді. Здатність реально оцінювати ситуацію. Уміння працювати з комп'ютером та програмними продуктами. Добре розвинена вербальна комунікація. Грамотне володіння державною мовою (іноземними мовами). Навички ділового листування	Навчання за напрямками "ризик-менеджмент", "страхування", "статистика", "облік та аудит", "фінанси", "право". Бізнес-школи. Відстеження наукових та практичних розробок у сфері ризик-менеджменту. Відстеження профільних курсів, тематичних тренінгів та семінарів. Отримання знань у галузі інформаційних систем
Ризик-менеджер середнього рівня	Особливості розвитку підприємства та галузі. Основи ведення бізнесу (бухгалтерія, фінанси, право, людські ресурси, інформаційні технології). Аудит. Управління проектами та процесами на підприємстві. Знання процедури злиття та поглинання компаній. Страхові процеси. Функціонування інформаційних систем управління ризиками. Законодавча база України та міжнародні стандарти	Уміння вирішувати проблеми. Навички проведення досліджень. Аналітичні здібності. Аналіз деталей. Навички тренера, вміння навчати. Управління змінами. Вільне володіння іноземними мовами, навички спілкування. Навички формування презентацій. Навички проведення переговорів. Навички вербальної комунікації та ділового листування	Економічна освіта за напрямками "бізнес-адміністрування" та "менеджмент". Конференції та виставки різних рівнів. Тренінги з вивчення інструментів відстеження ризиків. Семінари професійного розвитку. Онлайн навчання. Членство в асоціаціях ризик-менеджерів
Старший ризик-менеджер	Специфіка функціонування підприємства та галузі. Стратегічне планування. Управління персоналом (прийом на роботу і розвиток). Управління інформаційними системами ризик-менеджменту. Умови укладання контрактів, права та обов'язки сторін. Функціонування податкової та бюджетної систем. Законодавча база України та міжнародні стандарти	Творче мислення. Уміння мотивувати. Логічність дій. Наставництво. Лідерство. Здатність до командної роботи. Мислення, орієнтоване на майбутнє. Здатність до управління змінами. Навички проведення процесу злиття та поглинання, делегування повноважень. Навички формування контрактів. Уміння моделювати ризики. Розвинені ораторські здібності та знання правил проведення презентацій. Навички проведення переговорів та ведення ділового листування	Членство в промислових групах управління ризиками та галузевих асоціаціях. Відвідування профільних тренінгів (ризик-менеджмент, лідерство, ділове спілкування, ораторське мистецтво). Навчання в Центрах підвищення кваліфікації. Відстеження конференцій та галузевих виставок

1	2	3	4
Виконавчий керівник з управління ризиками	Управління бізнесом. Функціонування промисловості. Експертиза бізнес-процесів. Стратегічне управління ризиками. Управління фінансами. Управління альтернативними можливостями делегування ризику. Системний аналіз. Міжнародні відносини. Етика керування та культура лідерства. Кадрова політика	Вміння переконувати. Проактивний тренер. Високий рівень ділових комунікацій. Ініціація впровадження змін. Фокусування на центрах формування прибутку. Системний підхід до прийняття управлінських рішень. Впровадження передової практики. Динамічний підхід. Професійні навички проведення презентацій та ділових переговорів	Публікація власних досліджень у галузевих та наукових виданнях. Проведення тематичних бізнес-семініарів. Участь у конференціях та виставках. Наявність власних комунікацій

Виходячи з наведеної моделі, можна побачити широке коло компетентностей, яким повинен відповідати кваліфікований спеціаліст. Це, у свою чергу, підкреслює значущість результатів діяльності ризик-менеджера в процесі прийняття управлінських рішень на підприємстві.

Присутність даного фахівця повинна забезпечити безперервний та повноцінний моніторинг господарської діяльності, аналіз зовнішнього і внутрішнього середовища відповідно до напрямку функціонування підприємства та розвитку економіки в цілому, а також обґрунтувати вибір стратегії управління та подальшого розвитку підприємства для його безпечного функціонування.

Сформульовані професійні компетентності не є остаточними та повністю обов'язковими для ризик-менеджера. Наведена модель вказує основний напрям вибору спеціаліста з управління ризиками, а також дає можливість зрозуміти причину необхідності залучення даного фахівця для роботи на підприємстві.

*Наук. керівн. Котельникова Ю. М.*

**Література:** 1. Головач Т. В. Ризик-менеджмент: зміст і організація на підприємстві / Т. В. Головач, А. Б. Грушевицька, В. В. Швид // Вісник Хмельницького національного університету. – 2009. – № 3. – Т. 1. – С. 157–163. 2. Прияльчук О. Формування української системи менеджменту. Міжнародні відносини / О. Прияльчук. – 2006. – № 33–34. – С. 87–89. 3. Старостіна А. О. Ризик-менеджмент: теорія та практика: навч. посібн. / А. О. Старостіна, В. А. Кравченко. – К. : ІВЦ Видавництво "Політехніка", 2004. – 200 с. 4. RIMS Risk Management Professional Growth Model identifies the skills necessary at every level of risk management — from entry to executive [Electronic resource] / RIMS. Risk and Insurance Management Society. – Access mode : <http://www.RIMS.org/Quality>. 5. A Risk Management Standard [Electronic resource] / IRM. The Institute of Risk Management. – Access mode : <http://www.theirm.org>. 6. Donna Rodgers. Financial Risk Management Jobs [Electronic resource] / Financial Risk Manager. – Access mode : <http://financialservices.about.com/od/EducationDesignations/a/Financial-Risk-Manager>.

УДК 005.336.1:658

**Василенко Ю. В.**

Магістр 2 курсу  
факультету економіки і права ХНЕУ

## ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВОМ НА ОСНОВІ ВИКОРИСТАННЯ ПРОЦЕСНОГО ПІДХОДУ

*Анотація. Розглянуто питання актуальності процесного підходу в управлінні діяльністю підприємства, наведено дефініцію терміна "ефективність управління діяльністю підприємства" на основі процесного підходу. Висвітлено переваги й обмеження процесного підходу.*



*Аннотация. Рассмотрен вопрос актуальности процессного подхода в управлении деятельностью предприятия, представлена дефиниция термина "эффективность управления деятельностью предприятия" на основе процессного подхода. Освещены преимущества и недостатки процессного подхода.*

*Annotation. The question of the relevance of the process approach in management of the company, a definition of the term "effectiveness of management activities" on the basis of the process approach are considered. The advantages and drawbacks of the process approach are highlighted.*

*Ключові слова: управління організацією, система управління, процесний підхід.*

Світовий досвід показує, що динамічний розвиток ринку товарів та послуг, постійні зміни в зовнішньому середовищі та зростання конкуренції зумовлюють необхідність пошуку нових інструментів і методів підвищення ефективності управління. Саме тому українські підприємства змушені приділяти особливу увагу процесно-орієнтованому підходу управління. Управління бізнес-процесами підприємства на сьогодні є актуальною темою. Спостерігається зростання ролі використання та впровадження сучасних методів удосконалення бізнес-процесів підприємства.

Метою даної статті є аналіз шляхів підвищення ефективності управління підприємством на основі процесного підходу.

Існує багато підходів до організації діяльності підприємства. Так, науковець Фатхутдінов Р. А. [1] виділяє понад тринадцять підходів. Водночас ІСО 9001 [2] рекомендує п'ять. Найновітнішим та найактуальнішим із них є процесний підхід.

Питання застосування процесного підходу в діяльності організації висвітлено в працях багатьох учених, серед яких Фатхутдінов Р. А., Монастирський Г. Л., Командровська В. Є., Морозенко О. Ю., Й. Семон, Шевченко В. Л., Победов І. В., Радченко Я. О., О. Востряков, Г. Плешу, Шаповал С. С., Фоменко Г. С., Миронова О. О., Яроцький О. В., Стадник В. В., Головатий М. Ф., Лукашевич М. П., Дмитренко Г. А. та ін.

Управління організацією – це безперервний процес впливу на продуктивність працівника, групи або організації в цілому для досягнення найкращих результатів з урахуванням поставлених цілей [3].

Науковці по-різному трактують поняття "ефективність управління діяльністю підприємства". Найпоширенішими напрямками є визначення ефективності управління як співвідношення отриманого результату з витратами (ресурсами) діяльності підприємства, співвідношення отриманого результату з наміченими цілями. Автор схиляється до процесного підходу, оскільки він дозволяє розглядати ефективність як складну багатогранну характеристику результативності управління окремими бізнес-процесами. Ефективність управління діяльністю підприємства – це результативність управління бізнес-процесами підприємства. Виходячи з цього визначення, для підвищення ефективності управління підприємством необхідно управляти бізнес-процесами.

Існує багато способів підвищення ефективності управління підприємством. Застосування процесного підходу до організації управління підприємством рекомендовано стандартами серії ІСО 9000. Цей підхід принципово відрізняється від традиційного функціонального. Суть процесного підходу полягає в організації управління підприємством як мережу взаємопов'язаних процесів. У його рамках управління ведеться за наскрізними процесами по горизонталі, а не за відділами по вертикалі.

Згідно зі стандартами ІСО 9000 [2], будь-яка діяльність або комплекс різних видів діяльності, які використовують ресурси для перетворення входів на виходи, може розглядатися як процес.

Важливі риси бізнес-процесів [4]: наявність внутрішніх і зовнішніх користувачів; дія всередині підрозділів компанії і між ними, а також між різними організаціями; заснованість на способі виконання робіт, властивому тій або іншій організації.

Мета процесного підходу – сприяти результативності й ефективності організації в досягненні поставлених завдань.

Існує велика кількість переваг процесного підходу, які позитивно впливають на систему управління підприємством. Автором проаналізовано та систематизовано за сферами впливу переваги процесного підходу на основі дослідження робіт [5 – 8] (табл. 1).

Таблиця 1

**Переваги процесного підходу**

Сфера впливу на підприємство	Переваги
1	2
Організаційна	Можливість оптимізувати систему управління, зробити здатною еластично прореагувати на трансформацію зовнішнього середовища. Зосередженість управління на стратегічних процесах. Здатність реалізувати якість продукції, що випускається, відповідно до вимог ІСО 9000 і здобуття відповідного сертифікату. Поява в організації інформаційної системи в рамках єдиної системи управління організацією. Відповідальність кожного співробітника за якість кінцевого результату, підвищення оперативності й адаптивності діяльності компанії

1	2
	Клієнтоорієнтований характер діяльності підприємства. Можливість об'єктивної оцінки діяльності посадових осіб, які задіяні у виконанні процесу. Узгодженість результатів проміжних операцій у рамках єдиного процесу. Наявність контролю над вхідними ресурсами та результатами компанії
Економічна	Оптимізація витрат на управління компанією за рахунок скорочення чисельності персоналу та зменшення адміністративних витрат. Можливість уникати браку, досягати максимальної якості й усувати непотрібні втрати скорочення часу на виконання процесів за одночасного підвищення якості виконуваних робіт. Зниження собівартості результатів процесу через зменшення накладних витрат
Соціальна	Можливість побудови системи мотивування, яка базується на мотивуванні співробітників залежно від результатів процесів, у яких вони беруть участь. Підвищення рівня кваліфікації працівників
Культурна	Підсилення корпоративного духу організації. Зацікавленість працівників у досягненні глобальної мети підприємства

Процесний підхід має ряд обмежень. Недоліком процесного підходу є складність його розробки та впровадження. На основі аналізу робіт [9 – 11] систематизовано перешкоди та заходи підтримки ефективності в процесі впровадження процесного підходу (табл. 2).

Таблиця 2

#### Перешкоди процесного підходу та заходи підтримки

Сфера впливу на підприємство	Перешкоди в процесі впровадження процесного підходу	Заходи підтримки
Організаційна	Протидія передачі повноважень на нижчі рівні ієрархії. Недостатність відображення процесним підходом взаємозв'язку між елементами управління, зміни в організації в цілому, в реалізації її мети у зв'язку зі змінами в якомусь елементі організації	Фіксація постанов процесного підходу у посадових інструкціях, застосування санкцій
	Конфлікти із попередньою системою управління. Намагання охопити всі процеси одразу. Неповне проведення проекту переходу на нову систему управління	Кардинальний характер уживаних заходів. Чітке планування заходів та їх узгодженість із ресурсами та можливостями компанії
Соціальна	Опір змінам. Недостатній рівень компетенції персоналу	Донесення цілей та наслідків перебудови організації. Відбір та перепідготовка кадрів
Економічна	Недостатнє виділення ресурсів	Встановлення пріоритетності проекту та визначення необхідності в ресурсах у часовому розрізі
Культурна	Неможливе впровадження без "процесної культури". Домінування суб'єктивних оцінок над нормами та принципами впровадження процесного управління. Наявність прихованих завдань та механізмів діяльності організації	Оцінка необхідності та бажання зміни системи управління. Використання положень стандартів управління якістю та інших документів як базису проекту. Відкритість вищого рівня управління у цілепокладанні та формулюванні стратегії підприємства

Таким чином, за сучасних умов функціонування підприємств існують об'єктивні причини, які обґрунтовують необхідність переходу до застосування та впровадження процесно-орієнтованої моделі управління підприємством. Результатом дослідження даної статті є аналіз шляхів підвищення



ефективності управління підприємством на основі процесного підходу, визначення та групування переваг його впровадження, можливих перешкод та напрямів їх подолання. Ці дані можуть бути використані в процесі впровадження процесного підходу на вітчизняних підприємствах. Знання перешкод процесного підходу дозволить їх вчасно передбачити та забезпечити оптимальність перебігу процесу трансформації.

Наук. керівн. Плоха О. Б.

**Література:** 1. Фатхутдинов Р. А. Стратегический менеджмент / Р. А. Фатхутдинов. – 7-е изд., испр. и доп. – М. : Дело, 2005. – 448 с. 2. ISO 9000:2005(R). Системи менеджменту якості. Основні положення і словник / під ред. Лебедевої Є. В. – М., 2006. – 49 с. 3. Монастирський Г. Л. Теорія організації : навч. посібн. / Г. Л. Монастирський. – К. : Знання, 2008. – 345 с. 4. Командровська В. С. Бізнес-процеси підприємства: сутність та методи вдосконалення [Електронний ресурс] / В. С. Командровська, О. Ю. Морозенко. – Режим доступу : [http://www.nbu.gov.ua/portal/soc\\_gum/ppei/2011\\_30/Moroz.pdf](http://www.nbu.gov.ua/portal/soc_gum/ppei/2011_30/Moroz.pdf). 5. Порівняльний аналіз можливості застосування функціонального та процесного підходів до управління установою [Електронний ресурс] / Семон Й., Шевченко В. Л., Победов І. В. та ін. – Режим доступу : [http://www.nbu.gov.ua/portal/soc\\_gum/Znrcvsd/2009\\_1/1.pdf](http://www.nbu.gov.ua/portal/soc_gum/Znrcvsd/2009_1/1.pdf). 6. Востряков О. Обмеження і перешкоди впровадження процесного підходу в управлінні компанією [Електронний ресурс] / Востряков О. – Режим доступу : [http://www.nbu.gov.ua/portal/Soc\\_Gum/Ekpr/2011\\_50/statti/24.pdf](http://www.nbu.gov.ua/portal/Soc_Gum/Ekpr/2011_50/statti/24.pdf). 7. Особливості процесного підходу в управлінні діяльністю органів ДПС України [Електронний ресурс]. – Режим доступу : [http://sta.gov.ua/control/uk/publish/article?art\\_id=325559&cat\\_id=31](http://sta.gov.ua/control/uk/publish/article?art_id=325559&cat_id=31). 8. Плешу Г. Управлінські інновації як головний чинник реструктуризації підприємств-суб'єктів зовнішньоекономічної діяльності [Електронний ресурс] / Г. Плешу, С. С. Шаповал, Г. С. Фоменко. – Режим доступу : [http://www.nbu.gov.ua/portal/natural/Popu/2009\\_1/7-4.pdf](http://www.nbu.gov.ua/portal/natural/Popu/2009_1/7-4.pdf). 9. Миронова О. О. Сучасні підходи до управління організаціями [Електронний ресурс] / О. О. Миронова. – Режим доступу : [http://www.rusnauka.com/12\\_KPSN\\_2010/Economics/63670.doc.htm](http://www.rusnauka.com/12_KPSN_2010/Economics/63670.doc.htm). 10. Яроцький О. В. Можливості процесного підходу в управлінні ефективністю функціонування виробничого підприємства / О. В. Яроцький, В. В. Стадник // Вісник Хмельницького національного університету. – 2010. – № 1. – Т. 1. – 124 с. 11. Управлінські аспекти соціальної роботи / М. Ф. Головатий, М. П. Лукашевич, Г. А. Дмитренко та ін. – К. : МАУП, 2004. – 368 с.

---

**Головко О. С.**

УДК [658.152:631.11]:005.21

Студент 4 курсу  
факультету економіки і права ХНЕУ

## **ІНВЕСТИЦІЙНА СТРАТЕГІЯ ПІДПРИЄМСТВ АГРОПРОМИСЛОВОГО КОМПЛЕКСУ УКРАЇНИ**

*Анотація. Проаналізовано закордонний досвід розвитку агропромислового комплексу (АПК) та розроблено можливі напрями розвитку інвестиційної стратегії АПК України. Визначено основні проблеми підприємств АПК України та запропоновано шляхи їх вирішення.*

*Аннотация. Проанализирован зарубежный опыт развития агропромышленного комплекса (АПК) и разработаны возможные направления развития инвестиционной стратегии АПК Украины. Определены основные проблемы предприятий АПК Украины и предложены пути их решения.*

*Annotation. Foreign experience of agroindustrial complex (AIC) is analyzed and the possible areas of investment strategy of AIC of Ukraine are developed. The main problems of agricultural enterprises in Ukraine are defined and the ways to solve them are offered.*

*Ключові слова: інвестиційна стратегія, АПК, корупція, технічний парк, стратегія розвитку.*

---

© Головко О. С., 2013



Розвиток економіки є головним завданням для будь-якої країни, але кожна країна зіштовхується з вибором інвестиційної стратегії для кожного сектору економіки. Сьогодні проблема розвитку підприємств агропромислового комплексу (АПК) стоїть гостро, тому що в Україні є величезний потенціал, якого немає в інших країнах, але він не реалізується повною мірою.

Проблемам інвестиційної стратегії підприємств України присвятили свої праці вчені, серед яких можна виділити таких, як: Кваснюк Б. І., Ярмолицький В. К., Россоха В. В., Месель-Веселяк В. Я., Бясов К. Т., Ястремська О. М., Ткаченко В. Г. і Богачева В. І. [1 – 8]. Проте деякі аспекти інвестиційної стратегії для підприємств АПК потребують подальшого розвитку.

Мета статті – теоретично обґрунтувати напрями розробки інвестиційної стратегії підприємств АПК України, яка дозволить вирішити ключові проблеми підприємств АПК України.

Інвестиційна стратегія – це визначення довгострокових цілей інвестиційної діяльності і шляхів їх досягнення [1, с. 16–24]. Слід розглянути напрями її реалізації для підприємств АПК України.

Агропромисловий комплекс України розвивається на основі агропромислової інтеграції й відіграє важливу роль у більшості країн світу. Адже саме він виконує важливу суспільну функцію – забезпечує населення продуктами харчування.

Агропромисловий комплекс (АПК) – це сукупність виробничо взаємопов'язаних підприємств з вирощування, зберігання, заготівлі, транспортування, переробки й реалізації сільськогосподарської продукції, а також обслуговуваних та допоміжних підприємств і організацій [2, с. 124–130].

Досвід розвинених країн свідчить, що найважливішим державним регулятором інвестиційної діяльності є бюджетні асигнування, система податків, пільг і кредитів.

Провівши аналіз досвіду США, Німеччини, Австрії, необхідно відзначити, що здійснюється як пряме дотування капітальних вкладень в АПК, так і непряме регулювання інвестиційних процесів за допомогою грошових виплат або надання пільг. У США інвестиційне регулювання аграрного сектору здійснюється у вигляді бюджетних грошових виплат, безоплатних платежів, пільгових кредитів, безвідсоткових позик, податкових знижок на інвестиції, пільг, пов'язаних з амортизацією основних засобів виробництва.

У Німеччині в рамках програм субсидування інвестицій значні кошти виділяються на модернізацію ферм і утримання молочної худоби, у свинарстві – на раціоналізацію виробництва, що призводить до значного перевиробництва сільськогосподарської продукції.

В Австрії найпоширенішим способом стимулювання інвестицій є пільгове кредитування. Тут існує два види пільгового кредитування – аграрно-інвестиційний кредит і спеціальний сільськогосподарський кредит [4, с. 17–26].

Аналіз літературних джерел [1 – 8] дозволив автору визначити головні проблеми підприємств АПК, які необхідно вирішити для підвищення їх ефективності. У таблиці відображено визначені проблеми та можливі шляхи їх вирішення.

Таблиця

#### Проблеми підприємств АПК України та шляхи їх вирішення

Проблема	Шляхи вирішення
Визначення об'єктів, що потребують допомоги	Фермери та підприємства, які займаються виробництвом та переробкою с/г продукції
Корупція	Узгодження структури державної служби України з рекомендаціями та стандартами країн-членів ЄС. Мінімізація контактів чиновників з громадянами за допомогою використання мережі Інтернет та відповідно до закону. Формування єдиної міжвідомчої комп'ютерної інформаційної системи для обліку відомостей щодо фактів корупції та корупційних дій з правом доступу до неї всіх правоохоронних органів та Голодержслужби. Запобігання соціальним передумовам корупції та усунення причин, що спричиняють корупційні дії [9]
Технічне і кадрове відставання галузей переробної промисловості	Держава закуповує обладнання за кордоном і продає вітчизняним підприємствам за зниженими цінами. Укладання договорів на міждержавному рівні про стажування персоналу та студентів у країнах ЄС та США. Дотації підприємствам із українським капіталом
Складність в оформленні кредиту	Створення нового державного банку для АПК. Видача кредитів під 1 – 3 % на 10 – 15 років, відстрочку у виплаті відсотків
Низькоякісне насіння посівних культур та низька продуктивність худоби	Спрямування дотацій та отриманого кредиту в новоствореному банку на закупівлю високоякісного насіння та більш продуктивних порід молодняка за кордоном
Застарілий технічний парк с/г обладнання фермерських господарств	Пільгове кредитування на оновлення парку



За умови успішного запровадження запропонованих заходів відбудеться зростання частки доходів підприємств АПК у ВВП України.

Таким чином, автором було запропоновано можливі шляхи вирішення проблем підприємств АПК України, що дозволить українським підприємствам не тільки підвищити конкурентоспроможність на внутрішньому ринку, а й збільшити частку експорту.

У подальших дослідженнях автор планує розглянути напрями підвищення конкурентоспроможності підприємств цієї галузі.

*Наук. керівн. Іпполітова І. Я.*

**Література:** 1. Кваснюк Б. І. Інвестиційна політика та відтворення в Україні / Б. І. Кваснюк // Посередник. – № 9. – 2005. – С. 16–24. 2. Ярмолицький В. К. Агропромисловий потенціал України та його використання / В. К. Ярмолицький // Актуальні проблеми економіки. – 2003. – № 7 (25). – С. 124–130. 3. Россоха В. В. Ефективність використання виробничого потенціалу в аграрній сфері АПК / В. В. Россоха // Економіка АПК. – 2004. – № 6. – С. 16–22. 4. Месель-Веселяк В. Я. Підвищення ефективності сільськогосподарського виробництва / В. Я. Месель-Веселяк // Економіка АПК. – 2005. – № 6. – С. 17–26. 5. Бясов К. Т. Основные аспекты разработки инвестиционной стратегии организации / К. Т. Бясов // Финансовый менеджмент. – 2008. – № 4. – С. 37–43. 6. Игонина Л. Л. Инвестиции / Л. Л. Игонина. – М. : Экономист, 2005. – С. 465. – 478 с. 7. Инвестиционные и инновационные процессы в АПК Украины в условиях аграрной реформы : монография / под. ред. В. Г. Ткаченко, В. И. Богачева. – Луганск : Книжковий світ, 2010. – С. 272. 8. Ястремская Е. Н. Организационная структура инвестиционного отдела промышленного предприятия / Е. Н. Ястремская // Бизнес Информ. – № 5 (2). – 2007 – С. 16–20. 9. Молдован Е. С. Напрями запобігання та протидії корупції на державній службі: морально-ідеологічний аспект [Електронний ресурс] / Е. С. Молдован // Боротьба з організованою злочинністю і корупцією. – 2010. – № 10. – Режим доступу : [http://www.nbuv.gov.ua/e-journals/dutp/2010\\_2/txts/10mesmia.pdf](http://www.nbuv.gov.ua/e-journals/dutp/2010_2/txts/10mesmia.pdf).

---

**Лемеш І. О.**

УДК 658.7:005.53

Магістр 2 курсу

факультету економіки і права ХНЕУ

## **СУТНІСТЬ ЛОГІСТИЧНОЇ СИСТЕМИ ТА ЇЇ ФУНКЦІОНАЛЬНА ЗНАЧУЩІСТЬ НА ПІДПРИЄМСТВІ В СИСТЕМІ ПРИЙНЯТТЯ УПРАВЛІНСЬКИХ РІШЕНЬ**

*Анотація. Узагальнено сутність поняття "логістична система", визначено властивості логістичної системи, функціональну значущість на підприємстві та особливості використання логістичного підходу в системі прийняття управлінських рішень щодо оптимізації поточкових процесів на підприємстві.*

*Аннотация. Обобщена сущность понятия "логистическая система", определены свойства логистической системы, функциональная значимость на предприятии и особенности использования логистического подхода в системе принятия управленческих решений относительно оптимизации потоковых процессов на предприятии.*

*Annotation. The nature of the concept of "logistic system" is generalized, the properties of logistic system, the functional significance for the company and the peculiarities of logistic approach in the system of management decision-making concerning optimizing the flow processes at the enterprise are defined.*

*Ключові слова: логістична система, логістика, система, логістичний підхід, поточкові процеси, матеріальний потік, інформаційний потік, фінансовий потік, ланка.*

На сучасному етапі економіки України управління виробництвом і процесами обігу матеріальних, грошових та інформаційних ресурсів на вітчизняних підприємствах ускладнене. В основному це пов'язано зі значним збільшенням обсягу інформації, яким повинно володіти підприємство для успішного функціонування в зовнішньому середовищі. Для систематизації наявних потоків на під-

---

© Лемеш І. О., 2013





приємстві доцільним стає використання логістичного підходу в управлінні. Упровадження логістичного підходу сприятиме забезпеченню раціоналізації поточкових процесів у рамках керованої системи підприємства, досягненню мінімізації витрат часу і ресурсів шляхом оптимізації управління матеріальними, інформаційними та фінансовими потоками.

Різні аспекти формування логістичної системи підприємства висвітлені в роботах таких вчених, як А. Альбеков, В. Кузнецов, О. Лактіонова, Р. Ларіна, О. Митько, В. Ніколайчук, В. Омельченко, О. Радецька, Л. Фролова [1 – 4]. У своїх роботах автори розглядають логістику в управлінні організаційно-економічними системами і дійшли згоди, що найбільш доцільною та ефективною формою застосування логістики в умовах кризової економіки є створення логістичної системи. Однак у науковій літературі недостатньо висвітлені можливості практичного використання логістичного підходу до управління підприємством.

Метою статті є уточнення сутності поняття "логістична система", визначення функціональної значущості логістичної системи на підприємстві, підвищення якості та адаптивності управлінських рішень щодо оптимізації поточкових процесів на підприємстві.

Поняття логістичної системи є однією з основних складових логістики. При цьому система розглядається як сукупність елементів, які перебувають у певних відносинах і зв'язках один з одним і які створюють певну цілісність, єдність [5].

Практично більшість визначень логістичної системи, що зустрічаються в літературі [1; 3; 4], є або вузьким – не охоплюють усіх властивостей об'єктів, які прийнято називати системними, або ж, хоча й дозволяють відрізнити системи від інших об'єктів, є дуже спрощеними – характеризують логістичні системи недостатньо повно для розуміння їх суті. Проведені дослідження щодо узагальнення визначення поняття "логістична система" наведені в таблиці.

Таблиця

**Поняття "логістична система"**

Автор	Визначення поняття "логістична система"	Характеристика визначення
В. Омельченко [4]	Логістична система становить систему управління господарською чи іншою структурою у сфері суспільно корисної діяльності, що дозволяє вчасно вирішувати всю сукупність взаємозалежних тактичних і стратегічних завдань, що забезпечують оптимізацію інтегрованих поточкових процесів, які відображаються в цих структурах, за заданими критеріями (доходами, прибутком, витратами, якістю обслуговування, конкурентоспроможністю та ін.)	Визначення включає детальний і повний опис сутності і складових поняття "логістична система", однак не повною мірою дається перелік потоків, які оптимізує система (матеріальні, фінансові, інформаційні)
Ларіна Р. Р. [1]	Логістична система – це адаптивна система зі зворотним зв'язком, яка виконує ті або інші логістичні функції та складається з декількох підсистем із розвиненими зв'язками в зовнішньому середовищі	Це визначення недостатньо відрізняє логістичну систему від будь-якої іншої системи, сутність поняття зводиться до складання та виконання логістичної функції
Ларіна Р. Р. [1]	Логістична система – це складна організаційно завершена (структурована) економічна система, що утворена елементами-ланками, взаємопов'язаними в єдиному процесі управління матеріальними і відповідними їм потоками	У цьому визначенні автор не зазначає, що метою логістичної системи є саме оптимізація поточкових процесів
Николайчук В. [3]	Логістична система – це складна організаційно завершена (структурована) економічна система, яка охоплює елементи-ланки, взаємопов'язані в єдиному процесі управління матеріальними і супутними їм інформаційними потоками, причому завдання функціонування цих ланок об'єднані внутрішніми цілями організації бізнесу і (або) зовнішніми цілями	Це визначення досить повно описує сутність поняття, але автор не приділяє значної уваги визначенню впливу зовнішнього середовища на діяльність підприємства

Таким чином, узагальнюючи проаналізовані підходи [1; 3; 4], під логістичною системою слід розуміти складну організаційно завершену (структуровану) економічну систему, що складається з елементів-ланок, взаємозалежних в єдиному процесі управління матеріальними і супутними їм інформаційними та фінансовими потоками, метою функціонування якої є досягнення поставлених перед системою цілей і адаптація до ендогенних та екзогенних впливів шляхом оптимізації поточкових процесів.

У якості логістичної системи може розглядатися виробниче підприємство, територіально-виробничий комплекс, торговельне підприємство. Логістичні системи виділяють за складом елементів, характером зв'язків між ними, організацією й інтеграційними властивостями [1; 3; 4].

Дослідження підходів до визначення поняття логістичної системи підприємства [1; 2; 4; 6] дозволило виділити такі властивості даної системи.

Логістична система є цілісною сукупністю елементів, що взаємодіють один з одним. Виділяють такі елементи логістичних систем: закупівля, склади, запаси, транспорт, інформація, кадри, збут. Елементи логістичних систем різноякісні, але одночасно сумісні. Сумісність забезпечується єдністю мети, якій підпорядковане функціонування логістичних систем.



Між елементами логістичної системи є істотні зв'язки, які із закономірною необхідністю визначають інтеграційні якості системи.

Зв'язки між елементами логістичної системи певним чином упорядковані, тобто логістична система має організацію.

Логістична система володіє інтеграційними якостями, не властивими жодному з елементів окремо. Це здатність поставити потрібний товар у потрібне місце необхідної якості з мінімальними витратами, а також здатність адаптуватися до умов зовнішнього середовища, що змінюється.

Складність логістичної системи характеризується такими основними ознаками, як наявність великої кількості елементів (ланок); складним характером взаємодії між окремими елементами; складністю функцій, виконуваних системою; наявністю складноорганізованого управління; дією на систему великої кількості стохастичних чинників зовнішнього середовища.

Логістичній системі властива ієрархічність, тобто підпорядкованість елементів нижчого рівня (порядку, рангу) елементам вищого рівня в плані лінійного або функціонального логістичного управління.

Таким чином, результатами дослідження є узагальнення сутності поняття "логістична система", що дало змогу визначити функціональну значущість логістичної системи на підприємстві, яка полягає в можливості оптимізації інформаційних, матеріальних і фінансових потоків. Застосування логістичного підходу в системі прийняття управлінських рішень забезпечує більш швидкий документообіг на підприємстві, сприяє скороченню часу на транспортування та виробництво продукції, а також зниження собівартості за рахунок зменшення витрат на перевезення, зберігання запасів та їх псування.

*Наук. керівн. Усенко Н. М.*

**Література:** 1. Ларіна Р. Р. Логістика : навч. посібн. / Р. Р. Ларіна. – Донецьк : ДонДУУ, 2006. – 277 с. 2. Миротин Л. Б. Системный анализ в логистике : учебник / Л. Б. Миротин, Ы. Э. Ташбаев. – М. : Изд. "Экзамен", 2004. – 480 с. 3. Николайчук В. Е. Логистика: теория и практика управления : учебн. пособ. / В. Е. Николайчук, В. Г. Кузнецов. – Донецк : НОРД-ПРЕСС, 2006. – 540 с. 4. Омельченко В. Умови та принципи створення логістичної інфраструктури в перехідній економіці України / В. Омельченко // Регіональна економіка. – 2004. – № 1. – С. 194–198. 5. Бланк И. А. Основы финансового менеджмента: В 2 т. Т. 2 / И. А. Бланк. – 3-е изд. – К. : Эльга; Ника-Центр, 2007. – 618 с. 6. Сток Дж. Р. Стратегическое управление логистикой / Дж. Р. Сток, Д. М. Ламберт ; пер. с 4-го англ. изд. – М. : ИНФРА-М, 2005. – 797 с. 7. Поповиченко І. Аналіз впливу логістичних витрат на результати операційної діяльності будівельного підприємства / І. Поповиченко, А. Насібулліна // Економічний аналіз. – 2011. – Вип. 8. Ч. 2. – С. 300–302. 8. Родіонова О. Є. Упровадження інтегрованої системи логістики [Електронний ресурс] / О. Є. Родіонова, О. Г. Дерев'яно. – Режим доступу : <http://www.ipdo.kiev.ua/files/articles/but8.pdf>. 9. Блуэрсокс Доналд Дж. Логистика: интегрированная цепь поставок / Блуэрсокс Доналд Дж., Клосс Дейвид Дж. ; пер. с англ. – 2-е изд. – М. : ЗАО "Олимп-Бизнес", 2005. – 640 с.

---

**Боровльова Н. С.**

УДК 331.101.3 (477)

Магістр 2 курсу  
факультету економіки і права ХНЕУ

## **ФОРМУВАННЯ ЕФЕКТИВНОЇ СИСТЕМИ МОТИВАЦІЇ ПЕРСОНАЛУ ДЛЯ УКРАЇНСЬКИХ ПІДПРИЄМСТВ**

*Анотація. Розглянуто мотивацію як ключову концепцію в ефективному управлінні персоналом на сучасному етапі розвитку трудових відносин. Запропонована актуальна для сучасних підприємств і організацій система мотивації персоналу, розроблена на основі синтезу процесного і ситуаційного підходів.*

*Аннотация. Рассмотрена мотивация как ключевая концепция в эффективном управлении персоналом на современном этапе развития трудовых отношений. Предложена актуальная для современных предприятий и организаций система мотивации персонала, разработанная на основе синтеза процессного и ситуационного подходов.*

*Annotation. The motivation as a key concept in the effective management of the personnel at modern stage of the employment relationship development is considered. The actual for today's enterprises and organizations motivation system, developed on the basis of synthesis of process and situational approaches is offered.*

*Ключові слова: мотив, стимул, мотивація праці персоналу підприємства, стимулювання, система мотивування персоналу.*

---

© Боровльова Н. С., 2013



На сучасному етапі економіки пріоритетним напрямом в управлінні персоналом стає творче, продуктивне, інтелектуальне ставлення працівника, спрямоване на досягнення високих показників діяльності підприємства. Для цього необхідно сформувати ефективну систему мотивації праці персоналу, яка відповідає ринковим умовам господарювання, і тим самим забезпечити успішну діяльність та розвиток підприємств і всієї економіки країни. Сьогодні в Україні з різних засобів мотивації праці застосовують тільки її окремі елементи – ця обставина підкреслює необхідність створення цілісної системи мотивації праці персоналу, орієнтованої на розвиток трудового потенціалу працівників і результативність діяльності підприємства в цілому.

Успішність діяльності будь-якої організації залежить від того, що можуть робити її співробітники і що вони хочуть зробити, тобто від їх здібностей і мотивації. Тому розгляд ефективної системи мотивації для українських підприємств і визначає актуальність даної теми.

Проблемам мотивації праці присвятили свої наукові роботи такі відомі вчені минулого і сучасності, як К. Альдерфер, В. Врум, Ф. Герцберг, Д. Мак-Грегор, Д. Мак-Клелланд, А. Маслоу та інші [1]. Серед вітчизняних вчених вагомий внесок у розвиток проблеми мотивації праці персоналу зробили В. Абрамов, Д. Богиня, А. Грішнова, Г. Дмитренко, М. Дороніна, А. Єськов, І. Завадський, М. Карлін, А. Колот та ін.

У роботах вітчизняних і зарубіжних авторів досліджено теоретичні та практичні проблеми мотивації праці, проте недостатньо освітленими залишаються питання побудови системи мотивації праці, узгодження інтересів різних груп їх носіїв на підприємстві, визначення рівня її якості, вибір значущих складових даної системи і вдосконалення методичних основ їх формування [2; 3]. Фрагментарність та відсутність цілісного уявлення про мотиваційні фактори трудової поведінки обумовлюють необхідність подальших досліджень.

Мета статті – теоретичне обґрунтування та розгляд мотивації як комплексної системи впливу на персонал підприємства на основі синтезу процесного й ситуаційного підходів.

Мотивація – процес стимулювання окремого співробітника або групи співробітників до дій, що призводить до реалізації цілей організації; процес спонукання себе та інших до досягнення особистих цілей або цілей організації. Сила мотивації залежить від досвіду й очікувань. Досвід вживання певних заходів для задоволення потреб показує, що деякі дії допомагають у досягненні мети, інші ж – малоуспішні. Деякі приносять винагороду, а деякі призводять до провалу, покарання [4]. Таким чином, дії, які призвели до успішної поведінки й винагороди, повторюються, коли подібна потреба з'явиться знову. Провал чи покарання передбачають, що необхідно шукати інші, альтернативні засоби досягнення мети.

Як показують численні дослідження та опитування останніх років, на роботі люди, як мінімум:

- 1) розраховують на повагу з боку керівництва;
- 2) хочуть мати чіткий і зрозумілий зворотний зв'язок за результатами діяльності;
- 3) потребують справедливого оцінювання свого внеску в загальну справу;
- 4) хочуть зростати професійно і просуватися у службовій діяльності;
- 5) прагнуть працювати в організації, якою могли б пишатися [4; 5].

Ці очікування концентрують увагу на необхідності використання нематеріальних стимулів, які особливо важливі для найбільш цінних співробітників: активних, ініціативних, зі здоровими амбіціями і високим потенціалом. Винагородою за нелегку працю зі створення власної, унікальної системи стимулювання стане команда високомотивованих до роботи співробітників.

На думку автора, побудова ефективної системи мотивації персоналу можлива на основі комплексного підходу до аналізу й використання мотиваційних факторів, що передбачає синтез процесного і ситуаційного підходів. Мотиваційний ефект у випадку врахування переваг працівника в трудовому процесі спільно з адекватним стилем взаємодії, вибраним керівництвом відповідно до моделі Херсі – Бланшара, дозволить досягти синергетичного ефекту від взаємодії внутрішньої та зовнішньої мотивації і тим самим підвищить ефективність системи управління і організації в цілому.

П. Херсі та К. Бланшар [5] у своїй теорії стверджують, що вплив на працівника буде ефективним, якщо він враховує рівень моральної зрілості співробітника. Зрілість окремих осіб включає професійну складову: наявні знання, вміння брати на себе відповідальність, вміння виконувати завдання достроково, попередній досвід, усвідомлення політичних аспектів і психологічну зрілість: завзятість, самостійність, орієнтацію на досягнення, бажання виконувати роботу, готовність брати на себе відповідальність. Залежно від виконуваного завдання окремі особи і групи виявляють різний рівень "зрілості". Характер впливу керівника на працівника при цьому може змінюватися від простих покрокових інструкцій до постановки завдань і надання повної свободи в процесі її виконання.

При цьому в даній теорії не розглядаються самі характеристики роботи, які досліджені й частково представлені в одній із процесуальних теорій мотивації – теорії характеристик роботи Дж. Р. Хакмана і Г. Р. Олдхема [3]. Відповідно до цієї теорії в змісті роботи існує низка чинників, які мотивують працівника. У сучасній науці ця теорія отримала назву редизайну праці, відповідно до якої вмотивованість роботою слід вимірювати за допомогою п'яти характеристик: різноманітність, закінченість, значимість, автономність у роботі і зворотний зв'язок з роботою.

Побудова системи мотивації на основі синтезу цих двох концепцій і буде полягати в проходженні чотирьох етапів:

- 1) визначення рівня моральної зрілості працівника (персоналу);
- 2) дослідження та виявлення характеристик роботи, які мотивують персонал;
- 3) дослідження характеристик, притаманних основному виробничому процесу та окремим виробничим операціям;
- 4) добір засобів впливу і постановка завдань з урахуванням характеристик роботи і рівня моральної зрілості персоналу.



Таким чином, якщо організація, її керівництво прагнуть до зростання й розвитку, підвищення якості роботи, то немає іншого шляху, ніж створення системи стимулів, що мотивують співробітників до досягнення поставлених цілей. При цьому необхідно враховувати, що ми вже минули той період, коли співробітників цікавила тільки зарплата. Зараз спектр очікувань працівників значно ширший і включає не тільки гідну зарплату і соціальний пакет, що багатьма працедавцями й досі вважається найзаповітнішою мрією їх співробітників.

У подальших дослідженнях доцільно визначити перелік актуальних характеристик роботи, притаманних промисловим підприємствам різної галузевої належності, і розробити інструментарій для оцінювання розглянутих мотиваційних факторів.

*Наук. керівн. Ушкальов В. В.*

**Література:** 1. Ильин Е. П. Мотивация и мотивы / Е. П. Ильин. – СПб. : Питер, 2002. – 270 с. 2. Абаева Е. Н. Оптимизация системы мотивации работников промышленного предприятия / Е. Н. Абаева // Научный вестник ДГМА. – 2009. – № 2. – С. 190–198. 3. Краковецкая И. В. Подходы к оценке мотиваций профессиональной деятельности работников высшей школы на основе инноваций / И. В. Краковецкая, И. П. Телегина // Вестник Томского государственного университета. – 2010. – № 3(11). – С. 22–27. 4. Самыгин С. И. Менеджмент персонала / С. И. Самыгин, Л. Д. Столяренко. – Ростов н/Д : Феникс, 1997. – 480 с. 5. Пономарев И. П. Мотивация труда в организации / И. П. Пономарев. – М. : Едиториал УРСС, 2004. – 224 с.

---

**Мацак Ю. В.**

УДК [005.32:331.101.3]: 005.21

Магістр 2 курсу  
факультету економіки і права ХНЕУ

## **ВИЯВЛЕННЯ ОБ'ЄКТІВ СТРАТЕГІЧНИХ ЗМІН У СФЕРІ МОТИВАЦІЇ ПЕРСОНАЛУ**

*Анотація. Виявлено об'єкти стратегічних змін у сфері мотивації персоналу на вітчизняних підприємствах. Описано концептуальний підхід до управління стратегічними змінами системних станів рівня мотивації персоналу в ринкових організаційно-економічних системах. Пропонується на основі системного методу моделювання і кібернетичного методу параметричної ідентифікації системного стану рівня мотивації скласти його системний паспорт.*

*Аннотация. Виявлены объекты стратегических изменений в сфере мотивации персонала на отечественных предприятиях. Описан концептуальный подход к управлению стратегическими изменениями системных состояний уровня мотивации персонала в рыночных организационно-экономических системах. Предлагается на основе системного метода моделирования и кибернетического метода параметрической идентификации системного состояния уровня мотивации составить его системный паспорт.*

*Annotation. The objects of strategic changes in the field of motivation of personnel at domestic enterprises are exposed. The conceptual approach to managing strategic changes of system state of personnel motivation level in market organizational and economic systems is described. It is proposed on the basis of system method of modelling and cybernetic method of parametric identification to make its system passport.*

*Ключові слова: мотивація, об'єкти змін, персонал, мотивація персоналу, системний паспорт.*

Більшість вітчизняних підприємств є недостатньо досконалими як система. На практиці в процесі їх функціонування недосконалість виявляється в різних системних порушеннях, що негативно впливає на якість виробництва продукції, ефективність економічної діяльності і, як наслідок, на конкурентоспроможність. Причинами порушень у системі є різного роду збої в роботі її елементів і зв'язків між ними. Одним із найважливіших елементів у системі функціонування підприємства є її персонал. Без свідомої роботи кожного працівника видається неможливим функціонування підприємства за будь-яких умов. Саме тому дуже важливим залишається питання підвищення продуктивності праці, в чому не останнє місце посідає мотивація персоналу. Для вирішення системних проблем у даній сфері необхідною умовою є виявлення об'єктів стратегічних змін у сфері мотивації персоналу, що залишається актуальним і можливим лише за допомогою системних методів. Адже без усунення системних порушень і їх негативного впливу вітчизняні підприємства позбавляються стратегічної перспективи стати конкурентоспроможними на світовому ринку.

Традиційні погляди на зростання рівня мотивації персоналу, в основі якої лежить задоволення нагальних потреб, що виникають у працівників підприємства, ґрунтуються лише на фрагментарному підході до вирішення даної проблеми. Більшість авторів розглядає елементи структури мотивації не як цілісну систему, а у відриві від щораз вищих потреб людини на різних рівнях її життєвого розвитку.

Поки що вітчизняні вчені і фахівці не приділяють уваги вирішенню названої проблеми, про що свідчить відсутність наукових публікацій з даного питання, за винятком декількох робіт. У роботі [1] автором запропонований ряд конструктивних системних рішень з даної проблеми. Ним був запропонований підхід, в основі якого лежить паралельне мотивування всіх потреб за пірамідою А. Маслоу. Було проведене часткове виявлення об'єктів мотивації шляхом трансформації піраміди потреб Маслоу, повернутої на 90 градусів. У результаті проведеного дослідження була отримана діаграма кількості (об'єму) потреб, що задовольняються організацією. За його висновками в даній публікації [1] зазначалося, що запропонована концепція повинна вирішити проблему послідовності задоволення потреб працівників персоналу, адже організація повинна передбачати паралельну мотивацію по всьому спектру мотиваційних чинників – від вищих до нижчих (за Маслоу).

Запропонована публікація є продовженням розробок Хлебникова Д. В. [1] і присвячується вирішенню проблеми виявлення об'єктів стратегічних змін у сфері мотивації персоналу та проведення параметричної ідентифікації системного стану його рівня на конкретному прикладі – на підприємстві ООО "Вентиляторний завод "Укрвентсистеми", а також надання системного паспорта за виявленими оцінними параметрами рівня мотивації.

Метою даної статті є опис запропонованої концепції усунення системних порушень та виявлення об'єктів стратегічних змін у сфері мотивації персоналу шляхом застосування системного і кібернетичного методів. Суть системного методу полягає в побудові моделей, які адекватно і параметрично описують системний стан підприємства [2]. Кібернетичний метод параметричної ідентифікації об'єкта стратегічного управління [3] використовується для вимірювання кількісних значень параметрів системного стану підприємства.

Об'єктом даної роботи є об'єкти стратегічних змін стану рівня мотивації персоналу на ОЕС "підприємство".

Предметом дослідження є методи та підходи до стратегічних змін стану рівня мотивації персоналу.

Нижче наводиться опис суті концептуального підходу.

На основі системного підходу системний стан рівня мотивації персоналу ОЕС "підприємство" адекватно описується розробленою автором системною ієрархічною моделлю на рис. 1.

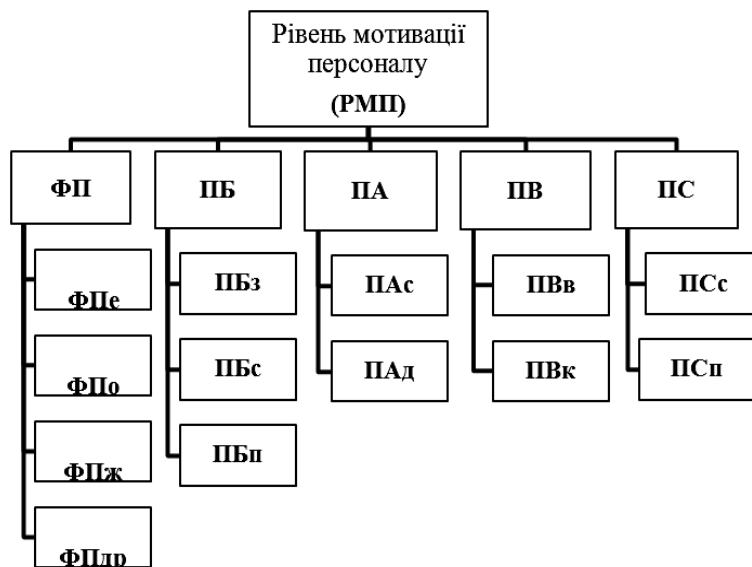


Рис. 1. Системна модель параметричної ідентифікації рівня мотивації персоналу на ОЕС "підприємство"

Прийняті умовні позначення в системній моделі на рис. 1: РМП – рівень мотивації персоналу ОЕС;  $q_1, q_2, q_3, q_4, q_5$  – коефіцієнти системної значущості ( $q_i$  – нормативний коефіцієнт системної цілісності узагальненої структури,  $\sum q_i = 1$  – умова нормування;  $q_1 = q_2 = q_3 = q_4 = q_5 = 0,2$  – умова рівної значущості структурних елементів для системи) [3; 4]; ФП, ПБ, ПА, ПВ, ПС – узагальнені показники рівня мотивації персоналу ОЕС, відповідно: "фізіологічні потреби", "потреба в безпеці", "потреба в афіліації", "потреба в повазі" і "потреба в самоактуалізації"; ФП(е, о, ж, др), ПБ(з, с, п), ПА(с, д), ПВ(в, к), ПС(с, п) – оцінні показники 2-го рівня декомпозиції рівня мотивації відкритої ОЕС.

З наведеної на рис. 1 системної моделі можна побачити, що параметрична ідентифікація рівня мотивації персоналу ОЕС "підприємство" може бути здійснена вимірними кількісними значеннями породжених системних параметрів-показників 1-го рівня декомпозиції узагальненого показника РМП.

Узагальнений показник ФП декомонується в 4 оцінні показники, кожен із яких рівнозначний коефіцієнту значущості 1/4. Узагальнений показник ПБ декомонується в 3 показники, кожен із яких рівнозначний коефіцієнту 1/3. Узагальнені показники ПА, ПВ, ПС декомпонуються в 2 породжених показники, кожен із яких рівнозначний коефіцієнту значущості 1/2 відповідно.



Кількісне визначення оцінних показників рівня мотивації персоналу визначається за допомогою експертного методу в прив'язці до обраної шкали оцінювання (в даній роботі була обрана 10-бальна шкала).

Для інтерпретації кількісних експертних значень у балах в якісні характеристики системного стану рівня мотивації прийняті такі критеріальні діапазони [3]: 10 – 9 балів – дуже високий рівень системного стану мотивації; 9 – 8 балів – високий рівень; 8 – 7 балів – хороший рівень; 7 – 5 балів – середній рівень; 5 – 3 бали – низький рівень; 3 – 0 балів – дуже низький рівень системного стану мотивації.

У таблиці наведена в систематизованому вигляді інформація про системний стан рівня мотивації персоналу ОЕС "Вентиляторний завод "Укрвентсистеми" із експертними оцінками відповідних оцінних показників.

Таблиця

**Результати експертних оцінок показників рівня мотивації персоналу ОЕС "Вентиляторний завод "Укрвентсистеми"**

Найменування узагальненого показника	Умовні позначення	Найменування оцінного показника	Умовні позначення	Оцінка (бал)
Рівень задоволення фізіологічних потреб	ФП	За потребою в їжі	ФПе	10
		За потребою в одязі	ФПо	10
		За потребою в житлі	ФПж	8
		Інші органічні потреби	ФПдр	7
Рівень задоволення потреби в безпеці	ПБ	За потребою в захисті	ПБз	7
		За потребою в стабільності	ПБс	9
		За потребою в порядку та законі	ПБп	6
Рівень задоволення потреби в афіліації	ПА	За потребою в належності до соціальної групи	ПАС	7
		За потребою в причетності до якої-небудь справи	ПАд	6
Рівень задоволення потреби в повазі	ПВ	За потребою у владі	ПВв	4
		За потребою у відчутті власної гідності й компетентності	ПВк	5
Рівень задоволення потреби в самоактуалізації	ПС	За потребою самореалізації	ПСС	5
		За потребою в пізнанні	ПСп	5
Середнє значення оцінних показників		Пср		6,85

Згідно з прийнятим критеріальним діапазоном середнє значення належить до діапазону із середнім рівнем системного стану мотивації. Для більш наочного подання значень оцінних показників був побудований графічний профіль, який наведено на рис. 2. Методику побудови та опису графічного профілю можна знайти в роботі Кобзєва П. М. [4].

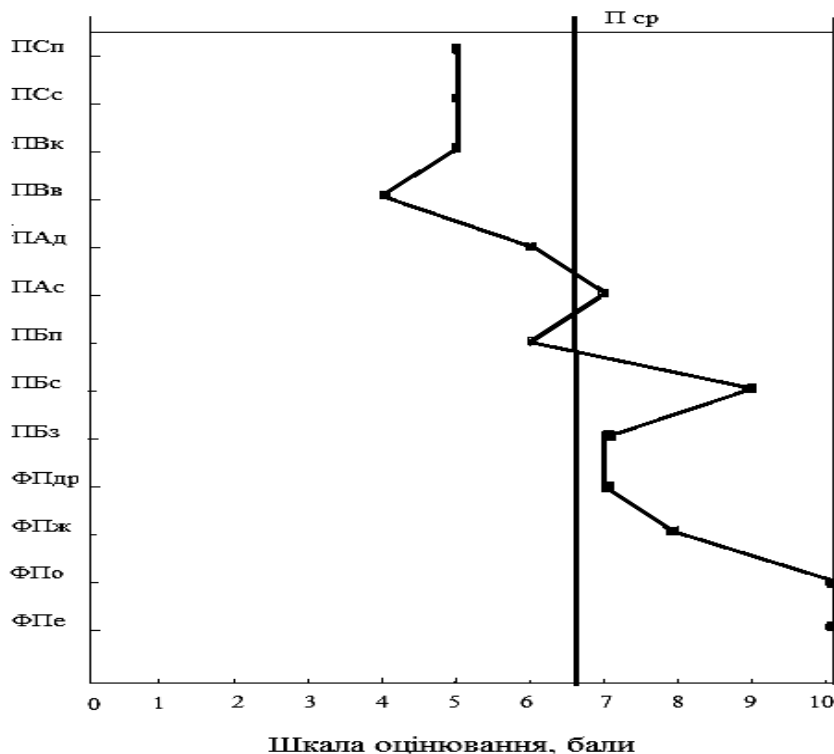


Рис. 2. Графічний профіль системного рівня мотивації персоналу ОЕС "Вентиляторний завод "Укрвентсистеми"



Із графічного профіля видно, що значення оцінних показників складових рівня мотивації персоналу змінюються в інтервалі від 4-х до 10-ти балів і мають середнє значення 6,85 балів, що відображено на графіку прямою лінією.

Оцінні показники системного стану мотивації (ПБп, ПАд, ПВв, ПВк, ПСс, ПСп), що істотно впливають на кінцевий показник (РМГ), знаходяться в лівій частині графічного профілю від лінії середніх значень і є найнижчими. Ці значення перебувають у критеріальному діапазоні низьких значень та потребують першочергових стратегічних змін.

Таким чином, були виявлені та кількісно визначені параметри-показники стану рівня мотивації персоналу на ОЕС "підприємство", що є об'єктами стратегічних змін у даній сфері.

На основі експертного оцінювання кількісних значень узагальнених системних параметрів-показників можна визначити інтегрований показник рівня системного стану мотивації на досліджуваному об'єкті ОЕС "підприємство", а за його значенням встановити критеріальний діапазон, до якого належить його системний стан.

На конкретному прикладі функціонування ОЕС "Вентиляторний завод "Укрвентсистеми" було продемонстровано можливість та ефективність застосування стратегічного й кібернетичного підходу до виявлення та оцінювання об'єктів стратегічних змін у сфері мотивації персоналу.

*Наук. керівн. Кобзев П. М.*

---

**Література:** 1. Хлебников Д. В. Применение пирамиды иерархии потребностей Маслоу при проектировании системы мотивации / Д. В. Хлебников // Менеджмент сегодня. – №3 (9). – 2002. 2. Кобзев П. М. Системно-кибернетический подход к стратегическому управлению системным потенциалом предприятия / П. М. Кобзев // Управління розвитком. – ХНЕУ. – № 7. – 2006. – С. 101–104. 3. Кобзев П. М. Информационное обеспечение стратегического управления предприятием на базе системного подхода / П. М. Кобзев // Стратегія економічного розвитку України : зб. наук. праць. – Спец. вип. – К. : ХНЕУ, 2011. – Вип. 28. – С. 111–120. 4. Кобзев П. М. Системная модель для оценки внутренней среды предприятия как объекта стратегических изменений / П. М. Кобзев // Економіка розвитку. – ХНЕУ. – № 3 (51). – 2009. – С. 54–58. 5. Кобзев П. М. Параметрическая идентификация открытости организационно-экономических систем как объекта стратегических изменений / П. М. Кобзев // Економіка розвитку. – ХНЕУ. – № 3 (55). – 2010. – С. 72–76.

УДК 005.915:005.51

---

**Нечай Є. О.**

---

**Лалієва Е. С.**

Магістри 1 курсу  
факультету обліку і аудиту ХНЕУ

## **СУТНІСТЬ ЕКОНОМІЧНОЇ БЕЗПЕКИ ПІДПРИЄМСТВА ЯК ЕКОНОМІЧНОЇ КАТЕГОРІЇ**

*Анотація. Розглянуто поняття "економічна безпека" та "економічна безпека підприємства" з точки зору різних вчених, та наводиться власне розуміння даних понять, а також запропоновано способи забезпечення безпеки для підприємства.*

*Аннотация. Рассмотрены понятия "экономическая безопасность" и "экономическая безопасность предприятия" с точки зрения различных ученых, и приводится собственное понимание данного понятия, а также предложены способы обеспечения безопасности на предприятии.*

*Annotation. The article deals with the concepts of "economic security" and "enterprise economic security" from the points of view of different scholars, and authors' own understanding of the concept is provided, the ways to ensure security for the enterprise are suggested.*

*Ключові слова: безпека, економічна безпека, підприємство.*

---

© Нечай Є. О., Лалієва Е. С., 2013



На сучасному етапі інтеграційних процесів у нашій країні підприємства піддаються впливу безлічі факторів, що так чи інакше впливають на стабільність його діяльності. Наслідком низького рівня економічної безпеки вітчизняних підприємств є надзвичайно низькі темпи розвитку економіки та суспільства. Досить часто забезпечення економічної безпеки підприємства зводять до протистояння, захисту від різного роду економічних злочинів, але це поняття набагато ширше і потребує досконалого вивчення.

Питанням економічної безпеки присвячено наукові праці зарубіжних та вітчизняних учених, серед яких слід назвати таких, як: М. Зубок, Р. Зубок [1], В. Богомолів [2], Г. Лянный [3], А. Мелехов, Е. Камишнікова [4]. Проте на сьогодні відсутній єдиний підхід до трактування економічної безпеки підприємства, тому тема дослідження є актуальною.

Метою дослідження є узагальнення думок та підходів вчених до сутності економічної безпеки підприємства як складової системи державної безпеки.

Традиційно виділяють три рівні безпеки, що пов'язані між собою та формують одна одну: безпека держави – стан захищеності всіх аспектів розвитку держави від негативних впливів та загроз; безпека суспільства – захищеність соціуму в цілому від загроз будь-якого рівня; особиста безпека – стан захищеності особистості від негативних впливів зовнішнього середовища.

Відповідно до наведених рівнів безпеки чітко визначити в цій системі місце безпеки підприємства дуже важко, бо вона є однією зі складових, що формують безпеку кожного з наведених рівнів.

Розглянемо територіальний аспект визначення місця економічної безпеки підприємства. Відповідно до територіальних масштабів прийнято виокремлювати такі види безпеки: міжнародна безпека – на рівні всього світу або окремих географічних регіонів; національна безпека – безпека країни, її регіонів та територіальних одиниць; приватна безпека – безпека особистості, колективу, домогосподарства. За територіальним критерієм можна зробити висновок, що економічна безпека підприємства прямо або опосередковано впливає на кожну з виявлених складових, однак найбільш визначальним є її вплив на національну безпеку [5].

Варто відзначити, що економічна безпека суб'єктів підприємницької діяльності є підсистемою економічної безпеки держави. Термін "економічна безпека" відносно нещодавно з'явився в ужитку українських економістів. Саме із цим пов'язані суперечності в його інтерпретації. Тому спочатку розглянемо дане поняття на рівні держави.

М. Зубок і Р. Зубок трактують поняття економічна безпека як стан корпоративних ресурсів (ресурсів капіталу, персоналу, інформації та технології, техніки та устаткування, прав) і підприємницьких можливостей, за якого гарантується найбільш ефективно їхнє використання для стабільного функціонування та динамічного науково-технічного й соціального розвитку, запобігання внутрішнім і зовнішнім негативним впливам (загрозам) [1].

В. Богомолів дає таке визначення економічної безпеки: "економічна безпека – це компонент антикризового управління економікою" [2, с. 3].

Розглянувши дані поняття, автори вважають за потрібне зазначити, що ширшим є визначення, яке дали М. Зубок і Р. Зубок, оскільки В. Богомолів розглядає його з боку антикризового управління, що не завжди відповідає дійсності.

Для розуміння поняття "економічна безпека підприємства" розглянемо думки різних авторів. Так, на думку Г. Лянного, економічна безпека підприємства – це стан його захищеності від негативного впливу зовнішніх і внутрішніх загроз, дестабілізаційних чинників [3, с. 17].

А. Мелехов і Е. Камишнікова вважають, що економічна безпека підприємства – це стан ефективного використання ресурсів підприємства (капіталу, персоналу, інформації, технології, техніки тощо) та наявних ринкових можливостей, що дозволяє попередити негативний вплив внутрішніх і зовнішніх загроз та забезпечити його довгострокове виживання й стійкий розвиток на ринку відповідно до обраної місії (статутних завдань) [4, с. 317].

Отже, економічна безпека підприємства – це результат ефективної управлінської діяльності на підприємстві, що дозволяє захистити його від негативних зовнішніх та внутрішніх факторів.

За нових умов більшість підприємств стали повністю незалежними у прийнятті рішень, однак вони втратили і можливість державного захисту їхніх інтересів. Ринкова система господарювання вивела вітчизняні підприємства на якісно новий рівень – рівень вільної конкуренції, коли надзвичайно важливою стала інформація, захист комерційної таємниці. Ця ситуація і визначила головні риси, що притаманні визначенню сутності поняття економічної безпеки підприємства на досліджуваному етапі як захисту внутрішньої інформації підприємств.

Для забезпечення безпеки на підприємстві в обов'язковому порядку потрібно організувати систему захисту інформації, що стосується важливих аспектів його діяльності. Одним зі способів такого захисту може бути підписання персоналом зобов'язання про нерозголошення, а також створення системи доступу до комерційної інформації з пароллями, які будуть змінюватися і які знатимуть лише керівники структурних підрозділів.

Варто відзначити, що забезпечення економічної безпеки підприємства можливе за допомогою постійного моніторингу менеджерів та аналітичного відділу. Завдяки виконанню своїх функціональних обов'язків вони зможуть забезпечити економічну стабільність підприємства за умови оцінки впливу зовнішніх факторів та своєчасного реагування на них.

Так, економічна безпека підприємства – це результат ефективної управлінської діяльності на підприємстві, що дозволяє захистити його від негативних зовнішніх та внутрішніх факторів. Для нормального функціонування сучасних підприємств необхідно здійснювати постійний моніторинг змін, що відбуваються в економічному та політичному середовищі держави для забезпечення його



безпеки в економічному плані, а також захисту комерційної інформації. За умови здійснення всіх необхідних заходів підприємства будуть ефективно функціонувати, що сприятиме розвитку економіки в цілому.

Наук. керівн. Москаленко Н. О.

**Література:** 1. Зубок М. І. Безпека підприємницької діяльності: Нормативно-правові документи комерційного підприємства, банку / М. І. Зубок, Р. М. Зубок. – К. : Істина, 2004. – 144 с. 2. Экономическая безопасность : учебн. пособ. / В. А. Богомолов и др. ; под ред. В. А. Богомолова. – 2-е изд. [перераб. и доп.]. – М. : Изд. "ЮНИТИ-ДАНА", 2009. – 295 с. 3. Лянной Г. Л. Система экономической безопасности предприятия // BOS – журнал о личной и коммерческой безопасности. – 2006. – № 7. – С. 16–19. 4. Мелихов А. А. Эволюция подходов к содержанию категории "экономическая безопасность предприятия" / А. А. Мелихов, Э. В. Камышникова // Вісник Приазовського державного технічного університету. – 2009. – № 19. – С. 316–319. 5. Дмитрієв І. А. Сутність та місце економічної безпеки підприємства в системі забезпечення економічної безпеки держави [Електронний ресурс] / І. А. Дмитрієв, А. О. Близнюк. – Режим доступу : <http://www.nbuuv.gov.ua>.

УДК 658.8

**Барсученко А. С.**

**Зинченко А. С.**

Студенти 3 курсу  
факультета учета и аудита ХНЭУ

## ПРАКТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ УПРАВЛЕНИЯ ПОТРЕБИТЕЛЬСКИМ ПОВЕДЕНИЕМ

*Аннотация. Проанализированы практические аспекты управления потребительским поведением в процессе приобретения товара. Проведен SWOT-анализ для определения на конкретных примерах факторов влияния и причин, влекущих за собой изменение в принятии потребителем конечных решений в выборе товара.*

*Анотація. Проаналізовано практичні аспекти управління споживчою поведінкою в процесі придбання товару. Проведено SWOT-аналіз для визначення на конкретних прикладах факторів впливу та причин, що викликають зміну в прийнятті споживачем кінцевих рішень щодо вибору товару.*

*Annotation. Practical aspects of consumer's behaviour management while purchasing goods are analysed. The SWOT-analysis for defining on the concrete examples the factors of influence and the reasons involving the changes in making by the consumer final decisions on goods choice has been held.*

*Ключевые слова: потребитель, поведение, управление, рынок, SWOT-анализ.*

Поведение потребителя – это действия отдельного лица в процессе покупки товара, умственные и социальные процессы, предшествующие этим действиям, или их следствие. Основным элементом потребительского поведения является процесс принятия потребителем решения относительно покупки. В классических случаях процесс потребления состоит из: осознания потребности, поиска информации, принятия решения о покупке, совершения покупки, оценки правильности приобретения.

Весомый вклад в разработку теоретико-методических основ изучения и анализа проблемы потребительского поведения внесли: А. Крылов, С. Campbell, Bitta A. J., Рябова Т. А., Вакуленко С. М., Варналий З. С.

Целью исследования является анализ покупательной способности и определение основных критериев, которыми руководствуется потребитель в процессе выбора товара, и на основании исследования проведение SWOT-анализа для более глубокого раскрытия поставленной проблемы.

Данную проблему предлагается рассмотреть на примере косметических товаров. Для более полного разъяснения поставленных задач был взят товар, который является одной из частей формирования имиджа индивида, – это лак для волос.

© Барсученко А. С., Зинченко А. С., 2013



В ходе проведенного исследования были взяты лаки бытового назначения: Wellaflex, Nivea, Taft, "Прелесть" и профессионального назначения: ConceptArtStyle, Estel AIREX, Nouvelle Styling Extra Trend, Revlon Style Masters.

Основными причинами, которые влияют на выбор потребителя и часто на изменение его решения, являются цена, место продажи, доступность, реклама и т. д. [1, с. 193–197].

Цена – основной критерий, который оказывает сильное воздействие на принятие решения потребителем. Исследуя рынок лаков для волос, можно сделать вывод о том, что ценовой диапазон бытовых лаков составляет: Wellaflex – 25,75 грн, Nivea – 23,30 грн, Taft – 28 грн, "Прелесть" – 22 грн, что в среднем составляет 24,76 грн, а профессиональных: ConceptArtStyle – 60 грн, Estel AIREX – 60 грн, Nouvelle Styling Extra Trend – 78 грн, Revlon Style Masters – 94 грн, что в среднем составляет 73 грн.

Объем товара тесно связан с ценой лака. Объем бытовых лаков колеблется от 200 до 350 мл, что в среднем составляет 268,75 мл, а профессиональных – от 385 до 550, что в среднем составляет 446,25 мл.

Если учитывать объем бытового лака для волос в пересчете на объем профессионального, то цена профессионального в пересчете на бытовые за 100 мл, будет больше в 1,5 раза, хотя качество профессиональных лаков лучше, чем бытовых. Это объясняется наличием определенных характеристик (UF-фильтр, провитамин B5, шелковистость, упругость укладки), которых нет в бытовых лаках.

Очень много потребителей прислушиваются к мнениям, которые им навязывают СМИ и Интернет, поэтому важным фактором, влияющим на потребительское поведение, является реклама. Поэтому из-за обширной рекламы спросом пользуются бытовые лаки, так как профессиональные не всегда можно увидеть в обычных косметических магазинах.

Ключевым фактором, влияющим на выбор потребителем того или иного продукта, является его доступность и место продажи. В основном выбор покупателя падает на бытовые лаки, так как их можно приобрести в большинстве косметических магазинов, сетях различных супермаркетов, на рынках и т. д. Профессиональные лаки можно встретить в магазинах профессиональной косметики или под заказ в Интернете, что, с одной стороны, минус, потому что сокращается рынок сбыта, а с другой – плюс, так как профессиональные бренды должны держать марку и использоваться в салонах красоты и парикмахерских.

С целью более глубокого изучения данной проблемы, используя методику SWOT-анализа [2, с. 228–325], были выделены сильные и слабые стороны данной продукции, определяющие выбор потребителя. Исследование выполнено в такой последовательности.

На основании маркетингового исследования и проведенного опроса потребителей были проанализированы сильные и слабые стороны товара (табл. 1).

1. Результаты представлены в табл. 1.

Таблица 1

### SWOT-анализ

Факторы	Описание факторов
<b>Сильные стороны (Strengths)</b>	
Товар присутствует на рынке длительное время	С 1995 г. потребители пользуются лаками для волос для создания причесок и для того, чтобы выглядеть опрятно
Цена	Недорогой и доступный товар, необходимый большинству
Известность брендов	Компании, производящие лаки, проводят активную рекламную деятельность
<b>Слабые стороны (Weaknesses)</b>	
Невысокое качество	Качество производимой продукции оставляет желать лучшего, опираясь на установленные нормы производства
Небольшой объем	Производитель старается продать товар как можно дороже, при этом не предоставляя желаемого объема
Побочные эффекты при потреблении	Проявление дефектов, таких как: аллергия, выпадение волос, склеивание волос и т. д.
<b>Возможности (Opportunities)</b>	
Упаковка	Яркость, цветовая гамма, дизайн и полученный эффект
Увеличение поставок	Увеличение таким образом доступности и скорости продаж
Заключение контрактов с иностранными фирмами	Возможность возникновения новых фирм и марок мирового значения
<b>Угрозы (Threats)</b>	
Конкуренция между бытовыми и профессиональными лаками	Само по себе составляет угрозу одному из видов лака
Вытеснение современными технологиями производства	Этот вид продукции может быть заменен новыми технологиями, нанотехнологиями и т. д.
Появление альтернативных средств укладки волос	Выход на рынок других средств, более эффективных и менее затратных

Возможности и угрозы, выявленные в процессе анализа, разбиваются на три группы по приоритетности, необходимости концентрации усилий, средств и тщательности мониторинга.

2. На основании сделанного SWOT-анализа составляется матрица угроз для продукции лаков для волос. В ходе анализа в поле немедленного реагирования попали угрозы изменения пра-

вил рынка косметических товаров и привлекательность рынка для новых конкурентов. Угрозу появления в отрасли новых конкурентов можно уменьшить путем развития брендов, что требует большего внимания к развитию маркетинга и достаточному его финансированию [3, с. 7–9].

3. Заключительный этап – это формулировка основных направлений с учетом их важности. Стратегия формулируется на основании результатов матриц (табл. 2).

Возможности и угрозы, требующие концентрации необходимых ресурсов для их реализации, и соответствующие угрозы, нуждающиеся в повышенном внимании и постоянном мониторинге, относятся к самой приоритетной части. Они должны находиться под постоянным контролем высшего руководства [4, с. 68–82].

Таблица 2

**Комплексная оценка возможностей и угроз с учетом сильных и слабых сторон**

Описание		Сильные стороны			Слабые стороны	
		Длительное время на рынке	Поставщики с обширными возможностями	Низкая цена, доступность	Демотивирующая и компенсационная политика	Низкое качество и состав
Возможности	Рост рынка	Рост рынка за счет положительного имиджа	Рост сети магазинов		Незаинтересованность компаний в увеличении продаж, что препятствует росту рынка	
	Изменение правил продаж	–			Потеря рентабельности, необходима диверсификация	
Угрозы	Новые игроки	Менее опасны при наличии хорошей репутации, надежности, цены и качества			–	

В ходе проведенного маркетингового исследования можно сделать следующие выводы. На примере анализа сильных и слабых сторон рынка косметической продукции, в данном случае – это лаки для волос бытового и профессионального назначения, можно судить о том, что, учитывая все перечисленные факторы, потребительское поведение не однообразное понятие, а многоаспектное. При формировании потребительского поведения имеет место внедрение новых способов продаж, обеспечение необходимого качества и эффективности использования, простота в применении и направленность на социально не защищенные слои населения, которые являются немаловажным потребительским звеном на рынке товаров и услуг.

*Научн. рук. Москаленко Н. А.*

**Литература:** 1. Павленко А. Ф. Маркетинг : учебник / А. Ф. Павленко, А. В. Войчак . – К. : КНЕУ, 2003. – 246 с. 2. Учитель Ю. Г. SWOT-анализ и синтез – основа формирования стратегии организации / Ю. Г. Учитель, М. Ю. Учитель. – М. : Либроком, 2010. – С. 328. 3. Варналій З. С. Фінансовий маркетинг / З. С. Варналій. – 2010. – № 5–6. – С. 7–9. 4. Демків О. Нормативна пермісивність у європейському просторі: українська специфіка загальних закономірностей та тенденцій / О. Демків // Вісник Львівського університету. – Серія соціологічна. – Львів, 2010. – Вип. 4. – С. 68–82. 5. Максименко А. Споживча поведінка: концептуалізація поняття та чинники, що її детермінують / А. Максименко // Соціальні технології: актуальні проблеми теорії та практики : зб. наук. пр. / Київ. нац. ун-т ім. Т. Шевченка. – К. : КПУ, 2010. – Вип. № 44. – С. 140–146.

УДК 659.127.3

**Писарева О. А.**

Студент 3 курсу  
факультету обліку і аудиту ХНЕУ

**ПРАКТИЧНІ АСПЕКТИ ДОВІРЧОГО МАРКЕТИНГУ**

*Анотація. Розглянуто економічну сутність довірчого маркетингу та поняття довіри як основи для формування відносин "продавець – покупець". Виявлено особливості здійснення процесу довірчого маркетингу. Проведено аналіз ефективності використання довірчого маркетингу порівняно з традиційним маркетингом.*

© Писарева О. А., 2013



*Аннотация. Рассмотрена экономическая сущность доверительного маркетинга и понятия доверия как основы для формирования отношений "продавец – покупатель". Выявлены особенности осуществления процесса доверительного маркетинга. Проведен анализ эффективности использования доверительного маркетинга в сравнении с традиционным маркетингом.*

*Annotation. The economic essence of permission-based marketing and the concept of confidence as a basis for the formation of the a "seller – buyer" relationship are considered. The peculiarities of the process of permission-based marketing are found out. The analysis of the permission-based marketing efficiency in comparison to traditional marketing has been held.*

*Ключові слова: маркетинг, довіра, клієнт, продавець, реклама, Інтернет, бізнес, інформація, маркетолог, технології.*

До кінця двадцятого століття рекламні технології, здавалося б, набули закінченого вигляду. В основному вони базувалися на використанні рекламних повідомлень, що розміщувалися на телебаченні, радіо, в газетах, журналах та інших засобах масової інформації. Людина все більше і більше стикалася з величезною кількістю рекламних оголошень, які вона бачить по телебаченню, по дорозі на роботу, на автомобілях, що проїжджають, відкриваючи свою поштову скриньку, відвідуючи Інтернет-сторінку порталу новин, навіть під час перегляду одного фільму на національному каналі кожен телеглядач бачить п'ятнадцять хвилин рекламних роликів. Рекламний тиск усе зростає і зростає, унаслідок чого людина втомилася від реклами і перестала на неї реагувати, тим самим знижуючи ефективність реклами.

Зарубіжні країни зіткнулися з подібною проблемою раніше, тому низка американських вчених у кінці ХХ століття запропонували нові способи залучення уваги клієнтів до компаній. Серед найбільш яскравих робіт подібної тематики можна виділити роботи Д. Пепперса (Don Peppers) і М. Роджерс (Martha Rogers), а так само працю С. Годіна (Seth Godin) [1].

У сучасних умовах проблема інформаційної перевантаженості людини торкнулася і нашої країни, тому актуальність вивчення альтернативних теорій маркетингу не викликає сумніву. У зв'язку з цим метою даної статті є: вивчення концепції довірчого маркетингу та її практичне застосування. Завдання можна визначити як: виявлення особливостей здійснення процесу довірчого маркетингу, розгляд специфіки довіри як основи для формування відносин "продавець – покупець", вивчення роботи довірчого маркетингу на реальних прикладах.

Довірчий маркетинг – це абсолютно нова концепція в маркетингу та бізнесі. Вона стала реальною більшою мірою через розвиток інформаційної мережі Інтернет та розвиток технологій. Основна суть довірчого маркетингу полягає в персональному підході до кожного клієнта, з персональною, унікальною пропозицією [1]. На відміну від відволікаючого маркетингу, який не здатний достатньою мірою залучити увагу споживачів, довірчий маркетинг перетворює проблему дефіциту уваги на перевагу. Люди, які часто спілкуються, швидше стають друзями, ніж ті, хто спілкується раз на рік. З іншого боку, кожна людина починає дружити тільки з тією людиною, яка їй подобається і з якою їй цікаво спілкуватися. Тому в процесі формування повідомлення для суб'єкта маркетингу важливо дотримуватися принципів довірчого маркетингу [2]:

клієнт дає дозвіл на отримання інформації;

клієнт або потенційний дистриб'ютор чекає інформаційних повідомлень, які є для нього цінними;

клієнт готовий читати рекламу бізнес-пропозиції, тому що дав дозвіл на це;

клієнт готовий приєднатися до бізнесу або купити товар без тиску із зовнішньої сторони.

Тільки за умови правильного формування кожного повідомлення можна перевести клієнта на наступний рівень довіри.

Союз дефіциту часу й уваги є особливістю сучасної інформаційної епохи. Сьогодні споживачі готові щедро платити, щоб заощадити час, у той час як маркетологи прагнуть платити величезні гроші, щоб привернути увагу. У цій ситуації актуальності набирає довірчий маркетинг. Він пропонує споживачеві шанс стати добровільним учасником маркетингової кампанії. Звертаючись тільки до бажаних, добровільний маркетинг гарантує, що споживачі приділять більше уваги рекламним повідомленням. Він дозволяє фахівцям коротко і без зайвих емоцій розповісти про свої пропозиції, не побоюючись втручання з боку конкурентів або фахівців з відволікаючого маркетингу. Ця співпраця однаково вигідна як споживачам, так і маркетологам. У книзі "Довірчий маркетинг. Як з незнайомця зробити друга і перетворити його в покупця" Сет Годін розділив цю співпрацю на п'ять етапів [1]:

зацікавте потенційного покупця, щоб він захотів добровільно зустрічатися з вами;

скористайтеся його увагою і запропонуйте довгострокову програму співпраці, розповівши про свій товар чи послуги;

підтримуйте зацікавленість потенційного покупця стимулами, щоб він не скасував свого рішення;

пропонуйте додаткові стимули, щоб розширити рамки дозволеного покупцем;

поступово перетворюйте отриманий дозвіл на свій дохід.

Практичне застосування традиційного маркетингу та довірчого маркетингу можна розглянути на прикладі взаємодії покупця і продавця певного товару.

Розглянемо, як здійснюється продаж товару з використанням традиційного маркетингу. Як відомо, клієнт купує щось у продавця тільки після того, як у нього виникла довіра до нього або до цієї організації. Якщо довіра у нього на 1 гривню, то й купити він зможе тільки на гривню. А якщо



довіри на 100 гривень, то у продавця всі шанси "отримати премію". Отже, клієнт потрапляє в магазин з практично нульовим рівнем довіри (після бігборда або флаєра більшої довіри не виникне), а продавцю потрібно 100 % довіри для здійснення продажу, тому він за кілька хвилин намагається підняти довіру клієнта практично з нуля до 100 %. Це зовсім не просто. І не дуже приємно для клієнта. А найголовніше – це рідко вдається. Така схема продажів веде "в нікуди", тому що 90 % часу займає пошук нових клієнтів, і вона не націлена на підтримку зворотного зв'язку з клієнтами.

На зміну системі традиційного маркетингу, який був спрямований на постійне розширення клієнтської бази, прийшла більш дієва, яка полягала в персональному підході до кожного клієнта. Довірчий маркетинг зміщує акцент з постійного пошуку замовників на їх обслуговування. За цієї схеми клієнт приходять до магазину з нульовим рівнем довіри, але продавець уже реагує зовсім інакше. Він не збирається продавати, він намагається встановити дружні зв'язки. Користуючись увагою клієнта, він залучає його увагу повідомленням, щоб змусити його сказати "так". Таким чином, клієнт добровільно погоджується розпочати діалог, який згодом переростає в довіру, а продавець використовує її для встановлення торгових відношень. У результаті клієнт погоджується залишити свою адресу (телефон, e-mail, факс тощо) в обмін на якусь фішку (подарунок або бонус). І продавцю цього достатньо на першому етапі. Далі він зв'язується з клієнтом і пропонує йому (або дуже дешево, або безкоштовно) якийсь продукт або послугу. Якщо все зроблено правильно, то довіра у клієнта зростає. А це саме те, що потрібно продавцю. Більше того, за такого розкладу замовники самі починають приводити вам клієнтів. Тобто і поточні клієнти, і колишні клієнти будуть вас постійно рекомендувати.

Таким чином, можна зробити висновок, що довірчий маркетинг – це важка праця, яка вимагає терпіння. Він дає ефект із часом, а більшість сучасних маркетологів хочуть все і відразу. До того ж, у довірчий маркетинг потрібно вірити. Процес довірчого маркетингу піддається вимірюванню, і в цьому полягає його відмінність від інших видів маркетингу. Він розвивається поступово і є цінним активом для кожного, хто його застосовує. Довірчий маркетинг має ряд переваг.

**Ціна.** Порівняйте ціну 100 дзвінків по телефону потенційним клієнтам і показників форуму на тематичному порталі. І там, і там буде в середньому 100 осіб, що ввійшли в контакт з рекламним носієм. Але як ви гадаєте, де буде більша конверсія?

**Конверсія.** Конверсія в довірчому маркетингу в 10 – 1 000 разів вища, ніж у відволікаючому.

**Середній чек.** Як ви гадаєте, продати щось за 500 гривень простіше під час особистої зустрічі чи за допомогою трансляції реклами по телевізору?

Отже, довірчий маркетинг має недоліки, такі, як значна кількість необхідної людино-праці. Однак він ідеально підходить для початкового бізнесу, в якого немає сторонніх інвестицій і бюджету на рекламу.

*Наук. керівн. Москаленко Н. О.*

**Література:** 1. Годин С. Доверительный маркетинг. Как из незнакомца сделать друга и превратить его в покупателя : учебник / С. Годин. – М. : Альпина Бизнес Букс, 2004. – 246 с. 2. Кови С. Скорость доверия. То, что меняет все : учебник / С. Кови, Р. Меррилл. – М. : Альпина Паблшер, 2011. – 432 с. 3. Человечный маркетинг : учебник / Ю. Аракелова, Н. Семина, Е. Романина и др. – М. : Медиадом, 2003. – 184 с.

УДК 339.136.82

**Гогой І. Ю.**

**Прокопенко Д. А.**

Студенти 3 курсу  
факультету обліку і аудиту ХНЕУ

## **ІНСТРУМЕНТАРІЙ МАРКЕТИНГОВИХ КОМУНІКАЦІЙ У МЕРЕЖІ ІНТЕРНЕТ**

*Анотація. Розглянуто поняття комунікацій та їх місце в системі Інтернет-маркетингу. Визначено роль реклами та її вплив на ефективність нейромаркетингу у світовій мережі.*

*Аннотация. Рассмотрено понятие коммуникаций и их место в системе Интернет-маркетинга. Определена роль рекламы и ее влияние на эффективность нейромаркетинга в мировой сети.*

© Гогой І. Ю., Прокопенко Д. А., 2013



*Annotation. This article considers the definition of communications and its place in the marketing system of Internet. The role of advertising and its impact on the efficiency of neuromarketing in the global network is defined.*

*Ключові слова: маркетингові комунікації, реклама, нейромаркетинг, комунікаційна політика, Інтернет-маркетинг.*

В умовах ринкової економіки та досконалої конкуренції сучасний маркетинг вимагає набагато більше, ніж просто створити новий якісний товар, що задовольняє потреби клієнта, встановити на нього оптимальну ціну і забезпечити його доступність для споживачів. Саме тому сьогодні вагомим значенням набуває одна зі складових маркетингу – маркетингова комунікація.

Метою даної статті є розгляд і висвітлення засобів маркетингових комунікацій в мережі Інтернет та дослідження впливу реклами на вибір споживача.

Останнім часом особливої актуальності набувають питання організації ефективного комунікативного процесу суб'єктів господарювання із цільовими Інтернет-користувачами. Це зумовлено тим, що посилення конкуренції на світовому ринку вимагає від підприємства вести маркетингову діяльність, але не у всіх підприємств є така можливість, тому що маркетингові комунікації у своєму класичному вигляді є дуже дорогими.

Питанню маркетингових комунікацій у мережі Інтернет присвячені роботи відомих вітчизняних та іноземних вчених Р. Вілсона, Б. Гейтса, Д. Козьє, Дж. Келха, Балабанова І. Т., Царьова В. В., Т. Бокарева, Ф. Віріна, Ф. Котлера, Р. Хаббарда, Дж. Траута та інших, але деякі питання ще й досі не досліджено.

За останні роки науково-технічний прогрес сприяв значному розвитку маркетингових комунікацій завдяки засобам масової інформації, а саме Інтернету. Завдяки цьому маркетингові комунікації стають ефективнішими, зрозумілими як для окремої людини, так і для суспільства загалом. Головним призначенням даного комунікативного інструменту виступає просування комерційних інтересів компанії (товарів, марки чи будь-якого іншого засобу капіталізації) шляхом залучення у такий процес наявних у глобальній мережі користувачів [1, с. 59].

Для детального розгляду даного питання необхідно зазначити, що маркетингові комунікації – це діяльність підприємства, спрямована на інформування, переконання й нагадування цільовій аудиторії про свої товари, стимулювання їх збуту, створення позитивного іміджу фірми у суспільстві та налагоджування тісних взаємовигідних партнерських відносин між підприємством і громадськістю, а також оцінювання ринкової ситуації через зворотний інформаційний потік з метою адаптації цілей фірми до ситуації, яка склалася [2, с. 57].

Зростання ролі особистого продажу в особі е-комерції та Інтернету як сучасного носія комунікації, з одного боку, і втрата колишніх позицій реклами в традиційних засобах масової інформації (телебаченні, радіо, газетах, журналах і т. д.), з іншого, змушують підприємства змінювати свої маркетингові стратегії та будувати їх на нових технологіях, а дослідників говорити про появу нового виду маркетингу – Інтернет-маркетингу.

Сьогодні існує чимало його визначень, але майже всі вітчизняні та зарубіжні науковці сходяться в одному, що всесвітня мережа є одним із найунікальніших явищ науково-технічного прогресу в галузі інформаційних технологій. У чому ж його сила порівняно з іншими засобами масової інформації? Ключовими перевагами Інтернету є: по-перше, можливість зниження вартості до розмірів, які цілком може собі дозволити підприємство малого бізнесу, по-друге, на сьогодні Інтернет практично не регламентується із законодавчої точки зору, що дозволяє не тільки мінімізувати витрати на легалізацію рекламних кампаній та акцій, а й дає можливість маркетингологам і рекламістам не обмежувати себе цензурою і рамками, з якими вони стикаються в разі використання класичних маркетингових комунікацій.

Отже, світова мережа пропонує найширший діапазон можливостей. Важлива особливість середовища Інтернет – мультимедійність, яка забезпечує головний ефект від Інтернет-комунікацій, що полягає в поєднанні переваг іміджевого та інформативного медіа. Проте необхідно констатувати, що зазначені переваги в цілому ряді випадків унеможливають використання традиційних прийомів маркетингу і методів ведення бізнесу відносно мережі в їх нинішній формі. Широкої можливості Інтернету ставлять перед сучасними компаніями достатньо складне завдання їх ефективного використання в комерційній діяльності, потребуючи адаптації старих або розробки нових методів ведення бізнесу.

Так, однією з найголовніших складових просування в межах класичного комплексу маркетингових комунікацій є реклама. Це твердження має право на існування, якщо її застосовують в мережі Інтернет. У сучасній літературі з маркетингу [3, с. 64] рекламу визначають як платну, неособисту комунікацію, яка здійснюється від імені замовника через засоби масової інформації та різноманітні носії з метою поширення інформації про наявність товарів та послуг, умови їх придбання і споживання. Сутність її полягає в досягненні економічного інтересу виробників.

Згідно з цим визначенням, у рекламі завжди чітко декларується її суб'єкт – рекламодавець, від імені і за рахунок коштів якого реалізується рекламна комунікація. Проте, реклама, яка пов'язана із розповсюдженням інформації через традиційні засоби масової інформації, має неособистий характер. Зворотна реакція на неї відбувається не одразу, між комунікацією і відгуком з боку споживачів минає певний проміжок часу, що заважає визначити її ефективність. Тому для оцінювання реклами доцільно звертатися до її комунікативного ефекту [4, с. 207].



Набагато ж вигіднішу позицію займає Інтернет. Це пояснюється тим, що мережа є інтерактивним середовищем, тому в процесі впливу на користувача реклама, окрім пасивного впливу на цільову аудиторію, може відігравати активну роль. Ще однією перевагою Інтернету є те, що він надає рекламодавцю найбільш ефективний за своїми можливостями спосіб сфокусованого впливу на конкретних споживачів та аудиторію в цілому. Базуючись на сучасних комп'ютерних технологіях, Інтернет пропонує неймовірні можливості оперативного, чіткого та глибокого аналізу рекламних заходів.

У процесі розповсюдження реклами через мережу Інтернет часто використовується таке явище, як нейромаркетинг. Нейромаркетинг становить комбінацію двох сфер знань – неврології та традиційного маркетингу. Необхідно зазначити, що дане явище – це сильний механізм маніпулювання споживачем, впливу якого важко протистояти. Важливим моментом під час аналізу даного явища є те, що нейромаркетинг ще фактично не врегульований законодавчо до кінця як в Україні, так і у всьому Європейському Союзі, тому виробники використовують будь-які засоби для залучення покупців заради власної вигоди.

Наука "нейромаркетинг" стверджує, що на прийняття рішень споживачем впливають багато різних факторів, наприклад, колір, картинка, запах, звук та інше.

На початковому етапі створення Інтернет-реклами необхідно визначити цільову аудиторію. Відповідно до даної аудиторії розробляють певні прийоми нейромаркетингу, які найчастіше спрямовані на сприймання інформації через слух та зір. Звук менш ефективний за колір. Його використання краще мінімізувати, аби не погіршити ситуацію. Дослідження показують, що на жінок впливають більш яскраві кольори, на чоловіків – чорно-білі. Так само слід чітко поставити цілі, адже різні композиції кольорів по-різному можуть впливати на конкретних споживачів, наприклад, червоний – це колір експерименту, пристрасті; чорний колір асоціюється з владою, надає глибину, впливає депресивно; рожевий – інтимне; коричневий – "бідність", "лінощі", "безпека"; зелений – стабільність, життя; синій колір чи блакитний у поєднанні з білим символізують вірність. 66 % своєї уваги ми приділяємо саме кольорам [5, с. 35].

Таким чином, нейромаркетинг не задовольняє потреб споживачів і не створює чогось нового, а лише організовує умови для продажу, а тому ці умови не повинні шкодити як психологічному, так і моральному здоров'ю людини.

Отже, зі сказаного можна зробити висновок, що роль науково-технічного прогресу в сучасному світі важко переоцінити, оскільки він впливає як на товари та послуги, що пропонуються на ринку, так і на засоби комунікацій. Маркетингові комунікації стають значно важливішими та більш комплексними. Інтернет охоплює найдешевші та найшвидші на сьогодні технічні комунікації, що відкриває бізнесменам та споживачам можливості щодо встановлення і підтримки в режимі реального часу постійного зв'язку з будь-яким респондентом у світі. Завдяки його використанню долаються географічні та національні кордони, весь світ стає потенційним клієнтом фірми, що визначає стратегію маркетингу, оскільки ареною боротьби за споживачів, а відповідно і конкуренції, стає весь світовий економічний простір.

*Наук. керівн. Москаленко Н. О.*

---

**Література:** 1. Блайд Дж. Маркетинговые коммуникации: Что? Как? И почему? / Джим Блайд ; пер. с англ. – Днепропетровск : Баланс-Клуб, 2004. – 368 с. 2. Примак Т. О. Маркетингові комунікації на сучасному ринку : навч. посібн. / Т. О. Примак. – К. : МАУП, 2003. – 200 с. 3. Электронный маркетинг : учебн. пособие. / Т. Данько, Н. Завьялова, Л. Дьяконова и др. – М. : ИНФРА-М, 2003. – 377 с. 4. Плєскач В. Л. Електронна комерція : підручник / В. Л. Плєскач, Т. Г. Затонацька. – К. : Знання, 2007. – 535 с. 5. Трайндл Арндт. Нейромаркетинг: Визуалізація емоцій / Арндт Трайндл ; пер. с нем. – М. : Альпина Бизнес Букс, 2007. – 114 с.

УДК 608

---

**Компанець М. О.**

Студент 3 курсу  
факультету обліку і аудиту ХНЕУ

## **ОСОБЛИВОСТІ ФОРМУВАННЯ ТА РОЗВИТКУ БРЕНДИНГУ**

*Анотація. Проаналізовано основні параметри визначення сутності бранда, досліджено тенденції вітчизняного ринку товарів та послуг з позиції появи та становлення на ньому концепції брендингу. Вказано, який потенціал використання бранду у процесі виробничо-комерційної діяльності компаній на конкурентному ринку товарів, виграш підприємств від удосконалення стратегій брендингу на сучасному етапі.*

---

© Компанець М. О., 2013

III

"Управління розвитком", № 1(141)2013



*Аннотация. Проанализированы основные параметры определения сущности бренда, исследованы тенденции отечественного рынка товаров и услуг с позиции появления и становления на нем концепции брендинга. Указано, каков потенциал использования бренда в процессе производственно-коммерческой деятельности компаний на конкурентном рынке товаров, выигрывая предпринятый от внедрения стратегий брендинга на современном этапе.*

*Annotation. The basic parameters of determination of brand essence are analysed, domestic market of commodities and services tendencies are investigated in terms of emergence and formation of branding conception on it. It is indicated what is the potential of the use of brand in the process of productive and commercial activity of the companies on the competition market of commodities and what is the profit of enterprises from introduction of branding strategies at present.*

*Ключові слова: бренд, ринок, торгова марка, виробнича марка, знак обслуговування.*

Бренд є визначальним активом компанії як на промисловому, так і на споживчому ринку. Сильний бренд, який підтримує якісні, функціональні та інновативні продукти, є важливим як для покупців, так і для продавців. Світова практика переконує, що брендинг є потужним інструментом успішного бізнесу, абсолютно необхідним фактором успіху в процесі просування товарів на ринок. І саме тому проблема бренд-менеджменту зараз є актуальною для підприємств вітчизняного ринку товарів та послуг. Перехоплюючи західні тенденції, сьогодні українські компанії все частіше вдаються до нестандартних підходів до процесу маркетингових комунікацій, до креативних рішень проблем для завоювання уваги цільової аудиторії. Складність завдання полягає в загальній незрілості ринку як такого, невідповідності вітчизняних ринкових схем світовим стандартам, нерозвиненості державного законодавства в галузі підприємництва, часто – в неповному розумінні керівництвом підприємства комплексності, основної ідеї концепції брендингу. Перелічені проблеми не є вироком – подолати їх можна, зокрема, через підсилення уваги до даного питання як з боку держави і бізнесу, так і з боку вітчизняного наукового товариства, що є суттєвим моментом, оскільки доробків українських вчених у даній сфері вкрай мало.

Метою статті є аналіз тенденцій розвитку вітчизняного ринку товарів та послуг з позиції появи та становлення на ньому концепції брендингу, особливостей формування, сприйняття, конкретизації функціональних значень і специфіки захисту брендів та марочних назв у процесі інтенсифікації підприємництва.

Брендинг є за своєю суттю функцією менеджменту, маркетингу і Public Relations. У його завдання входить як розробка візуального образу компанії, так і створення концепції позиціонування на ринку, управління процесом розвитку торгівельної марки [1]. Насамперед, бренд – це набір відчутних і невлізуваних вигід, які несе в собі споживання товару або послуги, що володіє конкретними ідентифікаційними символами (марками, знаками).

Бренд для підприємства становить широкий спектр якостей, головними серед яких є [2]: спосіб ототожнення; юридичний інструмент; спосіб відмінності, фактор вирізнення підприємства; компанія як така; образ в уявленні покупців; додана цінність.

Важливою складовою конкурентного брендингу є розуміння всіх аспектів ринку. На додаток до знання покупців і динаміки ринку необхідно мати повні дані про дії своїх конкурентів, їхню позицію, сильні і слабкі сторони й адекватно оцінювати можливості своєї компанії. До числа основних "брендиформувальних" інструментів [3] належить весь комплекс маркетингових комунікаційних технологій. Це сукупність зусиль спеціалістів дуже широкого профілю, яких об'єднує єдина мета – створити у споживача сприятливе враження про товар, що є носієм певної торгової марки. Прийняття рішення щодо розробки й управління брендами і торговими марками відбувається в кількох вимірах: з правових позицій власника, фактичного носія або розповсюджувача марочної назви чи бренду; з позицій наявності, якості й цінності захищеного знака; а також з позицій його використання і поширення. На законодавчому рівні можна із певними умовностями прирівняти бренд до добре відомої торгової марки. Проте на сьогоднішній день в Україні, і в інших країнах світу практично відсутнє таке поняття, як "добре відома торгова марка" із належним законодавчим захистом, або існують певні труднощі із визначенням рівня відомості торгової марки. Чинне законодавство України не містить визначення поняття "загальновідомий знак" ("добре відома торгова марка").

В американському законодавстві існують такі категорії, як *trade mark* і *service mark* [4]. Термін *trade mark* використовується для позначення натурально-речових продуктів від виробника, а *service mark* – послуг. Але англійське слово *trade* перекладається як торгівля. Саме тому в українському перекладі зустрічається "торгова марка", рідше "торговельна марка". Категорія *service mark* перекладається як послуга, сервіс, обслуговування, служба. Оскільки дане поняття з'явилося пізніше за *trade mark*, то дослівний переклад – марка послуги (сервісу) – чітко відображає його значення, а саме маркування послуг.

Інакше кажучи, торговельна марка вказує не на виробника, а на розповсюджувача позначених товарів. "Знак обслуговування", у свою чергу, вказує на зв'язок із сервісним центром. Законодавства України та Росії не мають чітких розмежувань між вказаними вище поняттями і використовують єдиний термін "товарний знак" як для виробників, так і для розповсюджувачів продукції. А це призводить до викривлень у споживчому сприйнятті, наприклад іноземних товарів, позначених і виробниками, і розповсюджувачами.

Аналіз ринкових тенденцій з позицій брендингу дає змогу визначити ряд його важливих особливостей в Україні:

1) Україна – країна, де потенційно можна досить швидко створити і просунути новий бренд;





2) споживчий ринок країни стрімко зростає, відзначається постійна поява нових, раніше не відомих товарів, тому потенційним покупцям нерідко важко сформувати лояльність до певних визначених торгових марок;

3) українське законодавство у сфері інтелектуальної власності відповідає міжнародним нормам – це висновок не лише вітчизняних фахівців, а й експертів Всесвітньої організації інтелектуальної власності;

4) на сучасному етапі бренд для українців (значно більшою мірою, ніж на Заході) – запорука "автентичності товару", що зменшує підозри у його незаконній підробці;

5) наразі спостерігається розпорошення поняття бренда у свідомості споживача між трьома категоріями: країна-виробник, привабливість пакування і торговельна марка;

6) у споживачів спостерігається зростання недовіри до якості закордонних товарів, особливо продуктів харчування, відповідно відзначається зростання популярності вітчизняних марок продовольчих товарів (за деякими одиничними винятками);

7) фундаментом створення сильного бренда в Україні слугує яскрава й потужна рекламна компанія в засобах масової інформації, активне використання зовнішньої реклами;

8) варто враховувати той факт, що відношення вітчизняного споживача і західного споживача до мови реклами і її засобів неоднакове.

Споживчий ринок на сьогодні є ареною щораз вищої конкуренції між товарними знаками та торговельними марками за місце у свідомості кінцевого споживача. Кожного року на ринку з'являється велика кількість нових сегментів, що практично одразу після створення заповнюються безліччю товарів, які, по суті, мало чим відрізняються. Ресурси реального впливу на споживача стають все більш вичерпаними: ринок переповнений, вимоги споживачів зростають, конкуренція загострена – і за таких умов значення бренда для компанії складно перебільшити.

Сильний бренд є, безперечно, найціннішим активом, яким може володіти компанія. Для прикладу можна розглянути компанію "АВК" – один із найбільших українських виробників кондитерської продукції. Компанія заснована у 1991 році. До її складу входять 5 кондитерських фабрик, які розташовані у Донецьку, Дніпропетровську, Луганську та Мукачеві.

Стратегічним вектором розвитку компанії "АВК" є збільшення частки на ринку шоколадних виробів країн СНД. Основні зусилля "АВК" зосереджує на розвитку брендової продукції, а у виробництві робить ставку на високоякісні, складні у виготовленні вироби. На базі бренду "АВК" компанія формує окремі бренди, які задовольняють найрізноманітніші потреби та смаки споживачів.

Отже, виходячи із проведеного аналізу в статті, можна стверджувати, що існують стабільні українські торговельні марки, але ще рано говорити про наявність справжніх брендів. Враховуючи той факт, що в розвинених країнах сила брендів настільки беззаперечна, що дає корпораціям можливість реально впливати на економіку та політику країн, визнання брендингу як однієї з найперспективніших технологій для розвитку вітчизняного бізнесу є обґрунтованим.

Наук. керівн. Москаленко Н. О.

**Література:** 1. Дэвис С. М. Управление активами торговой марки / С. М. Дэвис. – СПб. : Питер, 2001. – 272 с. 2. Кумбер С. Брендинг / С. Кумбер ; пер. с англ. – М. : Изд. Дом "Вильямс", 2004. – 174 с. 3. Тесакова Н. Бренд и торговая марка: развод по-русски / Н. Тесакова, В. Тесаков. – СПб. : Питер, 2004. – 267 с. 4. <http://www.brand.ks.ua/?p=25>. 5. Про захист прав споживачів : Закон України. – Режим доступу : <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/1023-12>. 6. <http://royaladvertising.ua/brendinging.htm>.

УДК 657.6(477)

**Гнатишина Н. І.**

Магістр 2 курсу  
факультету обліку і аудиту ХНЕУ

## ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ КОНТРОЛЮ В УКРАЇНІ

*Анотація. Розкрито сутність контролю шляхом аналізу різних літературних джерел. Визначено підходи до трактування терміна "контроль". Надано уточнення трактування терміна "контроль" та окреслено відмінності авторського бачення від наявних.*

*Аннотация. Раскрыта сущность контроля путем анализа различных литературных источников. Определены подходы к трактовке термина "контроль". Предоставлено уточнение трактовки термина "контроль" и очерчены различия авторского видения от существующих.*

© Гнатишина Н. І., 2013



*Annotation. The essence of control is revealed through analyzing various literary sources. The approaches to the interpretation of the term "control" are defined. The interpretation of the term "control" is clarified and the differences between author's vision and the existing ones are outlined.*

*Ключові слова: контроль, сутність контролю, значення контролю, підходи до визначення терміна "контроль", функція управління, система, процес.*

У сучасних умовах контроль є важливою складовою будь-якої діяльності, тому вчені постійно звертають увагу не лише на порядок його організації, але й на особливі відмінності в трактуванні.

Контроль є центром дослідження таких науковців, як Дікань Л. В. [1; 2], Голуб Ю. О. [2], Синюгіна Н. В. [2; 3], Бутинець Т. А. [4], Бутинець Ф. Ф. [4; 5], Ліщинська Л. Б. [6] та ін. До сьогодні серед дослідників точаться дискусії щодо трактування терміна "контроль", тому виникла необхідність у його уточненні.

Для дослідження поставлені наступні цілі: розкрити сутність терміна "контроль" та надати авторське бачення його визначення. У ході виконання роботи були використані методи аналізу, синтезу, узагальнення.

Питання сутності контролю розкриті вітчизняними та зарубіжними науковцями в працях з господарського (економічного) контролю та теорії управління (менеджменту). Але велика кількість публікацій і породила значну кількість неузгоджених поглядів на одну й ту ж саму проблему. Визначення терміна "контроль" різними авторами наведені в таблиці.

На підставі визначень терміна "контроль" різними науковцями доцільно виконати їх об'єднання в наступні підходи:

- 1) контроль як функція управління (засіб двостороннього зв'язку);
- 2) контроль як процес (складова частина управління);
- 3) контроль як система спостереження і перевірки (виявлення відхилень).

Виходячи з етимологічного змісту, контроль спрямований на пошук і попередження відхилень, які мають місце в діяльності підконтрольного об'єкта [7, с. 82].

За результатами аналізу таблиці значна частина науковців визначають контроль як функцію управління або засіб двостороннього зв'язку, що виділені в окремий підхід. Суть підходу в тому, що контроль як функція управління виконує завдання, які стоять перед суб'єктом господарювання та його системою управління. До науковців, які дотримуються цього підходу, належать Дікань Л. В., Голуб Ю. О., Синюгіна Н. В. [1, с. 206; 2, с. 15], Піньяс Г. І., Катроша Л. В. [8, с. 156–157].

До другого підходу, де контроль виступає як процес (складова частина управління), належить визначення контролю, яке дали Дікань Н. В. [10] та Мартиненко М. М. [9, с. 249]. Дікань Н. В. [10] зазначає, що контроль – це процес досягнення організацією цілей. Саме в досягненні цілей за допомогою процесу контролю і полягає суть другого підходу. Подібне трактування контролю наводять Щокін Г. В., Головатий М. Ф., Антонюк О. В. та Сладкевич В. П. [11, с. 228].

Вагома частина науковців підходять до визначення терміна "контроль" як до системи спостереження і перевірки (виявлення відхилень), що виділено в третій підхід. Суть підходу в тому, що за допомогою контролю відбувається спостереження за всіма процесами, які відбуваються на підприємстві, та здійснюється усунення відхилень, які при цьому виникають.

Таблиця

**Визначення терміна "контроль" різними авторами**

Автор терміна "контроль"	Визначення терміна "контроль"													
	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	
1														
Дікань Л. В., Голуб Ю. О., Синюгіна Н. В. [1; 2]	+	+	-	+	+	-	+	-	-	-	-	-	-	-
Дікань Н. В. [10]	-	-	-	-	-	+	-	-	-	-	-	-	-	-
Грязнова А. Г. [12]	-	+	-	+	-	-	-	+	-	-	-	-	-	-

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14
Райзберг Б. А., Лозовский Л. Ш., Стародубцева Е. Б. [13]	-	+	-	+	-	-	-	+	-	-	-	-	-
Майкл Мескон [15]	-	-	-	-	-	-	-	-	+	-	-	-	-
А. Азрилиан [14]	+	+	-	+	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Бутинець Т. А. [4]	-	-	-	-	-	-	-	-	-	+	-	-	-
Пінькас Г. І., Катроша Л. В. [8]	+	-	-	+	-	-	+	-	-	-	-	-	-
Словник термінів ITIL [16]	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	+	-	-
Мартиненко М. М. [9]	-	-	-	-	+	+	-	-	-	-	-	-	-
Щокін Г. В., Головатий М. Ф., Антонюк О. В., Сладкевич В. П. [11]	-	+	-	+	-	+	-	-	-	-	-	-	-
Бутинець Ф. Ф., Бутинець Т. А. [5]	-	+	+	+	-	-	-	-	-	-	-	+	-
Синюгіна Н. В., Яблонська Г. В. [4]	-	-	-	-	+	-	+	-	-	-	-	-	-
Ковальчук С. В., Погребняк О. М., Ліщинська Л. Б. [6]	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	+

До однодумців належать Дікань Л. В., Голуб Ю. О., Синюгіна Н. В. [1, с. 206; 2, с. 15], Грязнова А. Г. [12], Райзберг Б. А., Лозовский Л. Ш., Стародубцева Е. Б. [13], Азрилиан А. [14], Пінькас Г. І., Катроша Л. В. [8, с. 156–157]. Бутинець Ф. Ф. та Бутинець Т. А. [5] вважають, що контроль – це наука і наводять таке визначення: "Контроль – наука про те, як люди і суспільство з часом за допомогою нагляду, спостереження та перевірки створюють для процесу виробництва та бізнесової діяльності систему контролю та застосовують відповідні методи вивчення фактів господарського життя з метою збереження багатства, природи та соціального захисту працюючих" [5, с. 14].

Вивчаючи зарубіжну літературу, варто зазначити, що існують істотні відмінності у трактуванні терміна "контроль" від його визначень у вітчизняній літературі. Прикладом є Майкл Мескон [15], який вважає, що контроль – це повноваження здійснювати управління підприємством і визначати його політику. Специфічне визначення наведено і в "Словаре термінів ITIL (Information Technology Infrastructure Library) на руском языкe" [16, с. 32]. Відповідно до словника, "контроль – это способ управления риском, обеспечивающий достижение бизнес-цели или соблюдение процесса".

Виконані дослідження дають підстави стверджувати, що жоден із вищезазначених підходів не можна назвати досконалим і на практиці жоден із них не застосовується в чистому вигляді, а, навпаки, відбувається одночасне поєднання декількох підходів.

Проаналізовані визначення недостатньо розкривають сутність поняття "контроль". Адаже науковцями не завжди враховується, що поняття "контроль", як показують результати дослідження, багатогранне, і кожен вчений відображає його сутність, виділяючи лише певну грань, не враховуючи деяких особливостей. Тому, на думку автора, виникає необхідність уточнення визначення терміна "контроль".

Розглядаючи наявні дефініції терміна "контроль", автор пропонує наступне визначення: контроль – це система безперервного спостереження та перевірки наявних на підприємстві, в установі чи організації процесів, за допомогою якої відбувається виявлення відхилень від встановлених параметрів та забезпечення необхідною інформацією керівництво з метою прийняття економічно вигідних управлінських рішень. Таке визначення більш повно висвітлює сутність контролю та відображає його особливості. Крім того, на відміну від інших визначень, такий узагальнюючий підхід до трактування сутності контролю враховує особливості та спільні риси розглянутих концепцій.

Таким чином, наукова новизна результатів дослідження полягає в уточненні визначення терміна "контроль". Практичне значення результатів дослідження полягає в застосуванні запропонованих результатів у теоретичних дослідженнях сутності контролю.

Напрямок подальших досліджень є розроблення на базі уточненої сутності контролю його класифікації.

*Наук. керівн. Дікань Л. В.*

**Література:** 1. Дікань Л. В. Контроль у бюджетних установах : підручник / Л. В. Дікань. – Х. : ВД "ІНЖЕК", 2010. – 408 с. 2. Дікань Л. В. Фінансовий контроль: теорія та методологія: монографія / Л. В. Дікань, Ю. О. Голуб, Н. В. Синюгіна. – Х. : ХНЕУ, 2009. – 91 с. 3. Синюгіна Н. В. Дискусійні питання визначення понять "контроль" і "ревізія" / Н. В. Синюгіна, Г. В. Яблонська // ЕКОНОМІКА: реалії часу. – 2011. – № 1(1). – С. 75–80. 4. Бутинець Т. А. Класифікація господарського контролю: міф чи реальність? / Т. А. Бутинець // Вісник Житомирського державного технологічного університету. – 2011. – № 1(55). – С. 12–17. 5. Бутинець Ф. Ф. Господарський контроль як наука: формування її складових / Ф. Ф. Бутинець, Т. А. Бутинець // Вісник Житомирського державного технологічного університету. – 2012. – № 1(59). – С. 14–21. 6. Ковальчук С. В. Минуте і сьогодні, або особливості трактування поняття "контроль" в сучасних умовах / С. В. Ковальчук, О. М. Погребняк, Л. Б. Ліщинська // Наукові конференції [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://intkonf.org/kovalchuk-sv-pogrebnyak-om-lischinska-lb-minute-i-sogodennya-abo-osoblivosti-traktuvannya-ponyattya-kontrol-v-suchasnih-umovah>. 7. Гончар В. П. Контроль в системі управління організаціями / В. П. Гончар // Вісник Сумського національного аграрного університету. – 2011. – Випуск 9. – С. 82–87. 8. Пінькас Г. І. Фінансовий контроль: проблеми визначення категорії / Г. І. Пінькас, Л. В. Катроша // Економічний простір. –



2011. – № 48/2. – С. 150–158. 9. Мартиненко М. М. Основы менеджменту : [підручник] / М. М. Мартиненко. – К. : Каравелла, 2005. – 496 с. 10. Дикань Н. В. Менеджмент : навч. посібн. / Н. В. Дикань, І. І. Борисенко. – К. : Знання, 2008. – 389 с. 11. Менеджмент : понятійно-термінологічний словник / [за ред. Г. В. Щокіна, М. Ф. Головатого, О. В. Антонюка, В. П. Сладкевича]. – К. : МАУП, 2007 – 744 с. 12. Финансово-кредитный энциклопедический словарь / колл. авторов под общ. ред. А. Г. Грязновой. – 2004 г. [Электронный ресурс]. – Режим доступа : [www.vocable.ru/dictionary/1049/word/kontrol](http://www.vocable.ru/dictionary/1049/word/kontrol). 13. Райзберг Б. А. Современный экономический словарь // Б. А. Райзберг, Л. Ш. Лозовский, Е. Б. Стародубцева. – 5-е изд., перераб. и доп. – М. : ИНФРА-М, 2006. – 495 с. [Электронный ресурс]. – Режим доступа : [www.vocable.ru/dictionary/88/word/kontrol](http://www.vocable.ru/dictionary/88/word/kontrol). 14. Большой бухгалтерский словарь 10 000 терминов / под ред. А. Н. Азрилияна. – Москва, 1999. – 1 683 с. [Электронный ресурс]. – Режим доступа : [www.vocable.ru/dictionary/98/word/kontrol](http://www.vocable.ru/dictionary/98/word/kontrol). 15. Майкл Мескон. Основы менеджмента: Глоссарий к книге, 2007 г. [Электронный ресурс]. – Режим доступа : [www.vocable.ru/dictionary/91/word/kontrol](http://www.vocable.ru/dictionary/91/word/kontrol). 16. Словарь терминов IPII® на русском языке, версия 2.0, 29 июля 2011 г. на основе английской версии 1.0, 29 июля 2011. – 114 с.

**Нестеренко А. Т.**

УДК 339.13

Магістр 2 курсу  
факультету менеджменту та маркетингу ХНЕУ

## **ВПЛИВ ЖИТТЄВОГО ЦИКЛУ ТОВАРУ НА ФОРМУВАННЯ ЗБУТУ ПІДПРИЄМСТВА**

*Анотация. Проведено аналіз впливу життєвого циклу товару на систему збуту підприємства, а також аналіз особливостей формування збуту підприємства з урахуванням стадій життєвого циклу товару. Зроблено основні висновки щодо ефективного врахування особливостей життєвого циклу в процесі формування системи збуту.*

*Аннотация. Проведен анализ влияния жизненного цикла товара на систему сбыта предприятия, а также анализ особенностей формирования сбыта предприятия с учетом стадий жизненного цикла товара. Сделаны основные выводы по эффективному учету особенностей жизненного цикла при формировании системы сбыта.*

*Annotation. The paper analyzes the impact of product life cycle on the business sales system, as well as of the formation of companies marketing with regard to stages of the product life cycle. The key findings on effective accounting features of the life cycle while forming the sales system are made.*

*Ключові слова: товар, життєвий цикл товару, система збуту.*

Сутністю економічної діяльності будь-якого підприємства, що діє на ринку, є одержання максимального прибутку, який безпосередньо залежить від кількості реалізованого протягом певного часу товару за ринковою ціною.

Теорії життєвого циклу товару присвячено багато робіт зарубіжних та вітчизняних науковців. Особлива увага приділяється теоретичним аспектам теорії життєвого циклу товарів у працях Г. Армстронга [1], Ф. Котлера [1; 2], Ламбена Ж. Ж. [3], Павленка А. Ф., Войчака А. В. [4], Портера Е. М. [5].

Під життєвим циклом товару розуміють сукупність стадій розвитку, які проходить товар за період свого існування. Теорія життєвого циклу товару передбачає наступне:

- обмеженість терміну життя товару;
- обсяги продажу товару включають декілька етапів, для кожного з яких характерна своя специфіка завдань, можливостей і проблем;
- на різних стадіях життєвого циклу прибуток, який дає товар, змінюється;
- кожна стадія життєвого циклу потребує особливого підходу до стратегії виробництва, збуту, ціноутворення і т. д.

Розрізняють такі етапи (фази) життєвого циклу товару:

1. Розробка.
2. Введення на ринок.
3. Зростання та розширення ринку збуту.
4. Зрілість і насичення ринку.
5. Занепад.

© Нестеренко А. Т., 2013



Факт постійної еволюції та диференціації попиту в часі породжує важливі чинники, які повинні враховуватися на кожному етапі життєвого циклу. З них виділяються головні: економічне та конкурентне середовище змінюється в кожній фазі життєвого циклу товару; для кожної фази необхідно знову визначати пріоритетну стратегічну мету; структура витрат, динаміка збуту та прибуток відрізняються для кожної фази; маркетингова програма, особливо цінова політика, повинна бути адаптована до кожної фази. Розглянемо детальніше кожну фазу життєвого циклу товару.

**Фаза розробки.** Під час розробки фірма знаходить, розробляє та втілює в життя нову ідею. Протягом цього етапу обсяги збуту дорівнюють нулю і фірма несе збитки, пов'язані з інвестуванням проекту.

**Фаза виведення на ринок.** Період повільного зростання обсягів збуту, коли товар вперше потрапляє на ринок і починає завойовувати споживачів. Дана фаза характеризується високим ступенем невизначеності та браком інформації щодо конкурентів, споживачів, меж ринку. Існує необхідність в ознайомленні споживачів з новим товаром і його перевагами. На цьому етапі, через високі витрати, пов'язані з організацією збуту та рекламою, фірма або несе збитки, або отримує незначні прибутки.

**Фаза зростання.** Товар визнається споживачами, темпи збуту стрімко зростають, що призводить до зростання прибутку. Витрати на одиницю продукції зменшуються. Успіх нового товару призводить до появи конкурентів, кількість яких протягом фази зростання постійно збільшується. Ціни мають тенденцію до зниження, що дозволяє поступово охопити весь потенційний ринок.

**Фаза зрілості.** Ринок товару переходить у стан насиченості і темп зростання обсягів збуту товару сповільнюється. На стадії зрілості знаходиться більшість представлених на ринку товарів, і цей етап найчастіше триває довше, ніж інші етапи. Пріоритетною стратегічною метою фірми стає збереження, а, в міру можливості, й розширення, своєї частки ринку та досягнення стійкої конкурентної переваги перед прямими конкурентами. На етапі зрілості використовують три основні стратегії: модифікації ринку, модифікації продукту та модифікація комплексу маркетингу [2].

**Фаза спаду.** Обсяги продажу товару знижуються, та зменшується прибуток. Цей процес відбувається з ряду причин:

під впливом науково-технічного прогресу поява нових, більш досконаlih товарів, які витісняють наявні товари з тією ж функцією;

зміна та модифікація смаків і переваг споживачів, внаслідок чого товар виходить із моди;

загострення внутрішньої та міжнародної конкуренції;

зміна соціального, економічного та політичного середовища: зміна норм безпеки, гігієни, екологічного захисту.

У зв'язку зі скороченням обсягів збуту та прибутку фірми починають залишати ринок і кількість конкурентів зменшується.

Ступінь незалежності підприємства в процесі вибору цінової стратегії обмежений двома факторами, пов'язаними з конкуренцією:

конкурентна ситуація на ринку, яка залежить від кількості конкурентів на ринку;

сприйняття споживачами цінності товару.

Таким чином, із проведених досліджень зробимо наступні узагальнюючі висновки:

дослідження факторів, що впливають на темпи збуту товарів, є дуже важливими, оскільки дозволяють продавцям адаптувати обсяги продажу товарів у динаміці і таким чином максимізувати прибуток.

якщо підприємство не враховує і не прогнозує ті зміни, що відбуваються з динамікою збуту товару та прибутком протягом життєвого циклу товару, це може стати причиною швидкого настання етапу спаду та, як результат, банкрутства.

*Наук. керівн. Птащенко О. В.*

**Література:** 1. Армстронг Г. Основы маркетинга / Г. Армстронг, Ф. Котлер ; пер. с англ. – 9-е изд. – М. : Изд. дом "Вильямс", 2003. – 1 200 с. 2. Котлер Ф. Маркетинг менеджмент. Экспресс-курс / Ф. Котлер ; пер. с англ. под ред. С. Г. Божук. – 2-е изд. – СПб. : Питер, 2006. – 464 с. 3. Ламбен Ж. Ж. Стратегический маркетинг. Европейская перспектива / Ж. Ж. Ламбен ; пер. с франц. – СПб. : Наука, 1996. – 589 с. 4. Павленко А. Ф. Маркетинг : підручник / А. Ф. Павленко, А. В. Войчак. – К. : КНЕУ, 2003. – 246 с. 5. Портер Е. М. Конкурентная стратегия: Методика анализа отраслей и конкурентов / Майкл Е. Портер ; пер. с англ. – М. : Альпина Бизнес Букс, 2005. – 454 с. 6. Барахов В. И. Исследование жизненного цикла товара / В. И. Барахов, В. Н. Самочкин // Маркетинг в России и за рубежом. – 2002. – № 3. – С. 38–43. 7. Довга Т. О. Дослідження сутності та методів цінової конкуренції / Т. О. Довга // Вісник Чернігівського державного технологічного університету. Збірник. – Серія "Економічні науки". – 2010. – № 43. – С. 78–83. 8. Дугіна С. І. Маркетингова цінова політика : навч. посібн. / С. І. Дугіна. – К. : КНЕУ, 2005. – 393 с. 9. Куденко Н. В. Новий товар в маркетинговій діяльності підприємства / Н. В. Куденко, А. О. Істоміна // Проблеми системного підходу в економіці. Електронне наукове фахове видання. – 2010. – № 2. – 100 с. 10. Самочкин В. Н. Фазы жизненного цикла изделий и планирование гибкого развития предприятия / В. Н. Самочкин // Маркетинг в России и за рубежом. – 1998. – № 5. – С. 3–9. 11. Шевченко Л. С. Конкурентное управление : учебн. пособ. / Л. С. Шевченко. – Х. : Эспада, 2004. – 520 с.



Студент 3 курсу  
факультету менеджменту та маркетингу ХНЕУ

## **ХАРАКТЕРИСТИКА ЕКОЛОГІЧНОЇ ПРОБЛЕМИ В УКРАЇНІ**

*Анотація. Розглянуто питання причин і джерел екологічної проблеми, що сьогодні набуває особливої гостроти та актуальності. Також наведено характеристику основних проблем екологічної ситуації в Україні, їх причин та шляхи покращення даної екологічної ситуації.*

*Анотация. Рассмотрены вопросы причин и источников экологической проблемы, которая сегодня приобретает особую остроту и актуальность. Также приведена подробная характеристика основных проблем экологической ситуации в Украине, их причин и пути улучшения данной экологической ситуации.*

*Annotation. This article deals with the causes and sources of environmental problems that currently gets special urgency and topicality. A detailed description of the main problems of the environmental situation in Ukraine, their causes and ways of improving the environmental situation is also given.*

*Ключові слова: екологія України, причини екологічних проблем, джерела забруднення, гео-екологічна ситуація в Україні.*

За останні десятиліття багато уваги приділялося дослідженню екологічних наслідків функціонування системи "суспільство – природа – техніка". Тривалість життя населення України зменшилася до 69 років, а показники смертності дітей першого року життя в 1,5 – 1,7 разів вищі, ніж у розвинутих країнах (13,6 народжених на 1 тисячу) [1].

Метою даної роботи є розгляд та характеристика джерел і причин забруднення повітря, землі, води та атмосфери.

Протягом уже тривалого часу фахівці-екологи вивчають причини забруднення навколишнього природного середовища. Екологічне становище території України оцінюється як кризове. Такими причинами виявилися нераціональне використання всіх видів природних ресурсів, техногенний вплив на довкілля, інтенсивні процеси урбанізації, надмірне застосування пестицидів і гербіцидів у сільському господарстві, тривала господарська діяльність, велика концентрація найпотужніших промислових виробництв на невеликих площах, відсутність ефективного чинного законодавства щодо охорони природи та державного контролю за його виконанням [2, с. 349–359].

Сильно забруднюються повітря, вода, земля через діяльність людини, точніше заводів. Саме вони забруднюють довкілля своїми відходами. Військова і хімічна промисловість закопують у землю свої відходи.

Основними антропогенними джерелами загострення гео-екологічної кризи в Україні є великі промислові комплекси – найбільші споживачі мінерально-сировинних, теплових та енергетичних, кліматичних, водних, земельних і біотичних ресурсів. Ці підприємства – найбільші забруднювачі довкілля практично всіма видами забруднень (механічними, хімічними, фізичними, біохімічними). Райони концентрації: Донбас, Центральне Придніпров'я, Криворіжжя, Прикарпаття.

Найбільш шкідливим джерелом загрози для навколишнього середовища залишається діяльність військово-промислового комплексу: великі обсяги використання пального для техніки, що призводить до значних забруднень атмосфери; великі обсяги споживання мінеральної сировини, енергії для військової техніки; збитки, пов'язані з випробуванням різних видів зброї.

Значно забруднюють навколишнє середовище об'єкти енергетики, особливо ТЕЦ і ГРЕС, поглинаючи величезну кількість палива, викидаючи в атмосферу мільйони кубічних метрів шкідливих газів, аерозолів та сажі, забруднюючи сотні гектарів землі золою і шлаками.

Іншим джерелом забруднення України є транспорт – автомобільний, залізничний, повітряний, водний. У всіх великих містах України частка забруднення повітря від автотранспорту останнім часом становить 70 – 90 % (2010 рік) від загального рівня забруднення.

Для сільськогосподарських районів характерним джерелом забруднення природних вод і ґрунтів є залишок мінеральних добрив і пестицидів, які десятки років у великих кількостях використовувалися на полях. Лише 5 – 10 % їх йшло на користь, а 90 % змивалося дощовими та сніговими водами, здувалося вітрами і осідало в річках, озерах, ґрунтах і ґрунтових водах, стаючи шкідливими компонентами екосистеми.

Також існують потужні фізичні поля, шкідливі для екосистеми. Серед них: електромагнітні, радіаційні, шумові, ультразвукові, теплові, вібраційні (радіостанції, теплоцентралі, лінії електропередач, трансформаторні підстанції, спеціальні фізичні лабораторії та інше) [3, с. 52–53].

Таким чином, можна дуже довго говорити про те, що необхідно створити черговий контрольний і каральний орган, який буде вирішувати ці проблеми, але, як показав час, такі заходи не вихід. Автор вважає, що не перестануть люди згубно впливати на природу, поки не підвищиться рівень екологічної освіти населення України, поки кожен із нас не буде прагнути до чистоти навколишнього середовища.

Наук. керівн. Птащенко О. В.

**Література:** 1. Диссертации и авторефераты Украины [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://dissser.com.ua/>. 2. Масляк П. О. Географія України : підручник для 8 – 9 кл. серед. шк. / П. О. Масляк, П. Г. Шищенко. – К. : Зодіак-ЕКО, 2000. – 434 с. 3. Костенко Л. В. Географія України. 8 – 9 класи : наочний довідник / Л. В. Костенко. – К. ; Х. : Веста, 2007. – 137 с.

УДК 005.952

**Ольховська С. Д.**

Магістр 2 курсу  
факультету економіки і права ХНЕУ

## **СУЧАСНІ ТЕНДЕНЦІЇ ФОРМУВАННЯ ТА РОЗВИТКУ ТРУДОВОГО ПОТЕНЦІАЛУ ПІДПРИЄМСТВА**

*Анотація. Досліджено визначення трудового потенціалу, його формування та розвитку. Розглянуто сутність категорій "трудова потенція", "потенціал людини", "трудова потенція підприємства". Проведено порівняльний аналіз підходів до визначення трудового потенціалу підприємства та його основних характеристик.*

*Аннотация. Исследовано определение трудового потенциала, его формирование и развитие. Рассмотрена сущность категорий "трудова потенція", "потенциал человека", "трудова потенція предприятия". Проведен сравнительный анализ подходов к определению трудового потенциала предприятия и его основных характеристик.*

*Annotation. This article contains theoretical research of definition of labour potential, its formation and development. The article deals with the essence of the categories "labour potential," "human potential", "labour potential of the enterprise". The comparative analysis of the approaches to the definition of labour potential of the enterprise and its main characteristics is carried out.*

*Ключові слова: потенціал, трудова потенція, трудова потенція підприємства, трудові фактори, напрями розвитку, персонал.*

З розвитком економіки роль підприємництва посилюється, а провідними суб'єктами господарювання стають підприємства, компанії та організації. Необхідно зазначити, що в науковій галузі немає однозначного визначення сутності підприємництва, оскільки представники різних галузей знань по-різному трактують зміст цього терміна.

Підприємництво – це ризикова справа, добровільно здійснювана громадянами на свій страх, ризик і під свою відповідальність; це і сукупність відносин, пов'язаних з організацією підприємства своєї справи, з виробництвом своїх товарів і одержанням бажаного результату у вигляді прибутку [1].

В умовах ринкової економіки першочерговими завданнями для підприємства є підвищення конкурентоспроможності продукції та збільшення прибутку за рахунок підвищення ефективності використання всіх видів ресурсів. Основним фактором підвищення ефективності діяльності підприємства стає персонал підприємства.

Мета роботи полягає у вивченні сучасних тенденцій формування та розвитку трудового потенціалу підприємства.

Праці з дослідження трудового потенціалу представлені роботами Васильченко В. С., Грищенко А. М., Гришкова О. А. [2], а також Лукичева Л. І., Анісікіна Ю. П. [3].



Потенціал людини – це сукупність її природних даних, освіти, виховання і життєвого досвіду, а стосовно підприємства трудовий потенціал – це гранична величина можливої участі працівників у виробництві з урахуванням їх психофізіологічних особливостей, рівня професійних знань і накопиченого досвіду [3].

Працівник сучасного підприємства повинен володіти стратегічним мисленням, підприємливістю, широкою ерудицією, високою культурою, здатністю адаптуватися до швидкозмінних умов зовнішнього середовища, а головне – вмінням і бажанням якнайповніше реалізовувати свій трудовий потенціал, прагненням до його постійного розвитку.

У зв'язку із цим проблема оновлення набутих знань і навичок постає на цей момент особливо гостро. Повнота та ефективність використання трудового потенціалу стають пріоритетом на всіх рівнях: підприємства, регіону, держави.

Незважаючи на досить велику кількість досліджень із питань формування та розвитку трудового потенціалу в умовах соціально орієнтованої економіки, залишається багато не вирішених проблем у цій галузі: не вироблений єдиний підхід до визначення його сутності як соціально-економічної категорії і його структурних компонентів, відсутня єдина методика оцінювання трудового потенціалу як окремого працівника, так і всього персоналу; недостатньо висвітлено питання формування трудового потенціалу на рівні підприємства, шляхи його розвитку та подальшого збагачення, формування трудового потенціалу якісно вищого рівня.

У процесі дослідження соціально-економічної категорії "трудова потенція" вітчизняними та зарубіжними вченими висловлювалися різні точки зору на визначення її сутності. Як правило, сучасні автори розглядають цю категорію тільки в еволюційному аспекті. У статті запропонована систематизація підходів за ознакою економічного змісту категорії "трудова потенція". У розвитку уявлень про трудовий потенціал можна виділити чотири основні напрями.

Прихильники першого підходу визначають трудовий потенціал як ресурсну категорію, тобто вважають, що потенціал – це сукупність необхідних для функціонування або розвитку системи різних видів ресурсів, головним чином економічних, безпосередньо пов'язаних із функціонуванням виробництва [4].

Прихильники другого напрямку інтерпретують трудовий потенціал як сукупну здатність до праці. Потенціал, на їхню думку, є цілісним вираженням єдності структури і функції об'єкта, виявом їх взаємозв'язку, виразом сукупної здатності колективу до виконання будь-яких завдань. Цей підхід враховує прихований, потенційний характер його складових.

Представники третього напрямку розглядають трудовий потенціал як потенціал самої праці, її можливий результат. Відповідно до цього трудовий потенціал визначається станом і динамікою чинників виробництва в даних соціально-економічних умовах, а також ступенем їх збалансованості.

Цей підхід не дає сутнісної характеристики трудового потенціалу і уявлень про його величину, а може характеризувати тільки процес реалізації трудового потенціалу з точки зору ступеня та ефективності використання.

Прихильники четвертого напрямку характеризують потенціал як систему матеріальних і трудових факторів, що забезпечують досягнення цілей виробництва.

Більш об'єктивною є позиція Цимбаленка Н. В., який, проаналізувавши визначення поняття "трудова потенція" провідними вченими в межах різних наукових підходів, дійшов висновку, що дефініції різних авторів важко звести до єдиного тлумачення навіть у межах подібних підходів [5].

Таким чином, пояснити різноманіття та різну спрямованість визначень категорії "трудова потенція" лише наявністю в науці різних підходів чи різних шкіл (московської, київської, львівської, харківської) неможливо.

Для більш повного вивчення сутності трудового потенціалу, створення умов для його дослідження трудовий потенціал необхідно розглядати комплексно, з позиції визначення його як ресурсу, специфічного фактора виробництва, з точки зору процесу і результату праці. Такий підхід дає можливість всебічно вивчити трудовий потенціал, оцінити здатність і підготовленість персоналу до участі в трудовому процесі для досягнення максимально можливого результату трудової діяльності, виявити резерви підвищення ефективності використання.

*Наук. керівн. Матвієнко-Біляєва Г. Л.*

**Література:** 1. Савченко В. А. Управління розвитком персоналу / Савченко В. А. – К. : КНЕУ, 2002. – 351 с. 2. Васильченко В. С. Управління трудовим потенціалом : навч. посібн. / В. С. Васильченко, А. М. Гриненко, О. А. Гришкова. – К. : КНЕУ, 2005. – 400 с. 3. Лукичева Л. И. Управление персоналом / Л. И. Лукичева, Ю. П. Анискин. – М. : Омега-Л, 2008. – 96 с. 4. Архипова Н. И. Основы управления персоналом / Н. И. Архипова. – М. : Высшая школа, 2006. – 311 с. 5. Цимбаленко Н. В. Методичні положення оцінки трудового потенціалу підприємства / Н. В. Цимбаленко // Вісник Хмельницького національного університету. – 2009. – № 4. – С. 16–17.



Магістр 2 курсу  
факультету економіки і права ХНЕУ

## ВИКОРИСТАННЯ РИЗИК-МЕНЕДЖМЕНТУ ПІДПРИЄМСТВАМИ З ТРИВАЛИМ ЦИКЛОМ ВИРОБНИЦТВА

*Анотація. Розглянуто особливості підприємств, які мають тривалий цикл виробництва, у розрізі підвищення ризикованості діяльності, та відповідно до цього запропоновано інструменти ризик-менеджменту, які спрямовані на покращення існуючого стану підприємства на основі особливих функцій управління ризиком.*

*Аннотация. Рассмотрены особенности предприятий, имеющих длительный цикл производства, в разрезе повышения рискованности деятельности, и в соответствии с этим предложены инструменты риск-менеджмента, которые направлены на улучшение существующего состояния предприятия на основе особых функций управления риском.*

*Annotation. The article describes the characteristics of enterprises with long-term production cycle in terms of increasing risk, and in accordance with this risk management tools aimed at improving the current state on the basis of specific functions of risk management are proposed.*

*Ключові слова: ризик-менеджмент, тривалий цикл виробництва, конкурентні переваги, методи.*

Діяльність будь-якого сучасного українського підприємства має на меті, перш за все, задоволення певних потреб, таких, як отримання прибутку, соціальне забезпечення і т. д. Проте в умовах невизначеності зовнішнього і внутрішнього середовища підприємства цього результату досягти доволі складно. Тому підприємцю часто доводиться брати на себе ризик, який може зумовлювати як вигреш, так і втрати. У момент виникнення ризику настає необхідність його контролювати, уникати чи використовувати у власних цілях, основною проблематикою українських підприємств при цьому є низький рівень реакції на будь-які зміни взагалі. Тому використання ризик-менеджменту є не тільки виправдану, а й необхідною мірою для прогнозування діяльності, стратегічного й тактичного планування, адже без урахування мінливості зовнішнього середовища неможливо правильно визначити напрями руху підприємства.

Проблемою ризику та можливостями його використання, зменшення чи подолання займалися такі вчені: Вітлінський В. В., Ілляшенко С. М. [1], Балабанов І. Т., Івченко І. Ю., Машин Н. І., Рихтікова Н. А. [2], Чернова Г. В., Гранатуров В. М., Грачова М. В. [3] та ін. Особлива увага в публікаціях за цією тематикою відводиться питанням поняття стратегії ризик-менеджменту, його принципам, видам [4]. Але на сьогодні питання ризик-менеджменту для підприємств із тривалим циклом виробництва потребують подальшого розвитку, що обґрунтовує необхідність подальших наукових досліджень у цій галузі.

Метою статті є обґрунтування особливостей використання інструментарію ризик-менеджменту підприємствами, що мають тривалий цикл виробництва у розрізі особливостей, що їм притаманні.

Ризик-менеджмент – це система заходів щодо виявлення, оцінювання, профілактики та страхування ризиків (ймовірність (можливість) отримання (тільки) небажаного результату або (чи тільки) ймовірність настання сприятливого, позитивного результату: удача, шанс отримати додатковий прибуток) і включає тактику (практичні методи та прийоми фінансового менеджменту для досягнення поставленої мети в конкретних умовах) та стратегію (сукупність обраних підприємством управлінських заходів, спрямованих на досягнення мети управління ризиком) управлінських дій [5].

Оскільки стратегічною метою управління ризиком є захист від несприятливого впливу факторів зовнішнього середовища та оптимізація внутрішнього середовища підприємства, необхідно розглянути особливості, якими характеризуються підприємства зі значною тривалістю виробничого циклу.



Автором статті були виділені такі характерні відмінності підприємств із тривалим циклом виробництва:

1. Значна тривалість виробничого циклу зумовлює слабку реакцію на появу нових конкурентів та на зміну вподобань потенційних споживачів.

2. Надзвичайно низька гнучкість через неможливість негайної зміни технологічного процесу.

3. Значна частина фінансових ресурсів постійно перебуває в незавершеному виробництві, що накладає певні обмеження в розвитку інноваційної складової підприємства.

4. Більшість продукції виготовляється "на замовлення", й існує велика вірогідність зміни кінцевої ціни товару у зв'язку з непередбачуваними ціновими коливаннями.

М. Петраков зазначає, що навіть у межах відносно простої схеми "потреби індивіда та механізм їх задоволення" підприємство стикається з постійною непередбачуваністю соціально-економічних систем. Особа, яка недавно була задоволена навколишнім середовищем і продуктом, що реалізується підприємством, "раптом" починає висувати нові вимоги, висловлює невдоволення певними характеристиками і т. д. Якщо розглядати підприємства з тривалим циклом виробництва, то реагування на вподобання споживачів не можуть виконуватися швидко, що пов'язане з необхідністю завершення минулих замовлень та тривалим процесом зміни виробництва. Це дає шанс новим конкурентам, котрим легше створити підприємства під певне замовлення з урахуванням сьогоденних потреб, хоча вони також рано чи пізно стають заручниками такої ситуації [6].

Таким чином, найбільш важливим для підприємства є отримання інформації якнайшвидше, щоб мати час на реалізацію певних змін. Інформаційний ефект як релевантний вид результату складно подати в кількісному вигляді, проте інформація щодо виявлення, оцінювання ризиків та актуальних методів їх оптимізації стає структуризованою, своєчасною, доступною та більш зрозумілою для користувачів. Розширюється обсяг інформаційних масивів, зростає рівень інформаційного забезпечення працівників, підвищується обґрунтованість рішень, які ухвалюють в умовах невизначеності. Перелічені фактори сприяють підвищенню якості управлінських рішень, які ухвалюються за певних умов, та загалом якості управління ризиками господарської діяльності підприємств. Таким чином, підвищення рівня інформаційного забезпечення системи управління ризиками приводить до зниження ймовірності виникнення ризикових ситуацій та зменшення ступеня їх впливу, і, як наслідок, зниження збитків [7].

Також для подолання цієї проблеми використовується ефект достовірності та своєчасності, що полягає у зменшенні кількості помилок під час підготовки та ухвалення управлінських рішень за наявної системи ризик-менеджменту. Адже допущення помилок на будь-якому рівні може негативно відобразитися на показниках діяльності суб'єкта господарювання та призвести до затягнутості в часі цілого процесу. Якщо ж автоматизувати систему інформаційного забезпечення, то зменшиться вплив суб'єктивних факторів на ухвалення управлінських рішень. Необхідно зауважити, що не варто повністю виключати вплив людини на процес управління ризиками, оскільки важливим є використання ситуаційного та системного підходів, що є важливою вимогою умов ринкового середовища [8].

Нестача інформації в процесі прийняття управлінських рішень, що є наслідком низького рівня достовірності та точності, часто призводить до зниження якості управління ризиками. Підвищення рівня достовірності та своєчасності інформації забезпечить ухвалення ефективних рішень та оптимального використання часу. Тому ефект достовірності та своєчасності також відобразиться на зменшенні втрат від непередбачуваних ризикових ситуацій.

Отже, було визначено, що для підприємств із тривалим циклом виробництва більшого значення набувають ризики, пов'язані із часом (хоча вони не вичерпуються лише ними). Тому пріоритетними функціями ризик-менеджменту стають систематизація достовірної та своєчасної інформації, її аналіз та інформатизація.

Практичне значення полягає в необхідності на підприємствах з тривалим циклом виробництва змінювати акценти на функції ризик-менеджменту, запропоновані в статті.

У подальших дослідженнях планується аналіз кореляції інформаційного забезпечення та ризикованості діяльності підприємств.

*Наук. керівн. Іпполітова І. Я.*

**Література:** 1. Ілляшенко С. М. Інноваційний менеджмент : підручник / С. М. Ілляшенко. – Суми : ВТД – Університетська книга, 2010. – 334 с. 2. Рыхтикова Н. А. Анализ и управление рисками организации : учебн. пособ. / Н. А. Рыхтикова. – 2-е изд. – М. : Высшее образование "ГРИФ", 2007. – 432 с. 3. Грачева М. В. Риск-анализ инвестиционного проекта / М. В. Грачева. – М. : ЮНИТИ, 2003. – 351 с. 4. Івченко І. Ю. Економічні ризики : навч. посібн. / І. Ю. Івченко. – К. : Центр навч. літ-ри, 2004. – 304 с. 5. Коваленко Л. О. Фінансовий менеджмент : навч. посібн. / Л. О. Коваленко, Л. М. Ремньова. – 3-те вид., випр. і доп. – К. : Знання, 2008. – 483 с. 6. Економічний ризик: ігрові моделі : навч. посібн. / В. В. Вітлінський, П. І. Верченко, А. В. Сігал та ін. – К. : КНЕУ, 2002. – С. 198–202. 7. Рішук Л. І. Методичний підхід до оцінювання ефективності системи управління ризиками на підприємствах / Л. І. Рішук // Науковий вісник НЛТУ України. – 2011. – Вип. 21.14. – С. 336–339. 8. Ларка А. В. Організація аудиту системи ризик-менеджменту на підприємствах. Збірник наукових праць. Тематичний випуск: Технічний прогрес і ефективність виробництва / А. В. Ларка. – Х. : НТУ "ХПІ", 2012. – 198 с.

Магістр 2 курсу  
факультету економіки і права ХНЕУ

## УПРАВЛІННЯ РИЗИКАМИ В ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

*Анотація. Визначено сутність ризиків як невід'ємних складових господарської діяльності підприємства. Встановлено, з якими видами ризику доведеться зіткнутися менеджеру підприємства в процесі управління. Проаналізовано необхідність створення системи управління ризиком із залученням кваліфікованих ризик-менеджерів.*

*Аннотация. Определена сущность рисков как неотъемлемых составляющих хозяйственной деятельности предприятия. Установлено, с какими видами риска придется столкнуться менеджеру предприятия в процессе управления. Проанализирована необходимость создания системы управления риском с привлечением квалифицированных риск-менеджеров.*

*Annotation. The nature of risks as an integral part of the enterprise business is defined. It is determined with what types of risks the manager of the company will be faced in the management process. The need for risk management involving skilled risk managers is analysed.*

*Ключові слова: ризики, кризова ситуація, ризик-менеджер.*

У сучасній економіці керувати підприємством доводиться в умовах невизначеності та ризику. Ризики стають невід'ємною частиною господарського механізму підприємства, оскільки значною мірою впливають на фінансові результати господарської діяльності і спричиняють виникнення потреби у створенні відповідних механізмів управління ними. Одночасно зі зростанням масштабів підприємства, розширенням сфер його діяльності зростає і перелік можливих ризиків здійснення даної діяльності. Саме тому чи не головною проблемою сучасного управлінського персоналу підприємств є проведення оцінювання всіх можливих ризиків і загроз його діяльності для того, щоб захистити від них підприємство в майбутньому.

Мета дослідження – визначити особливості управління ризиками в діяльності сучасного підприємства.

Вивченням впливу ризиків на діяльність підприємства займалися такі вчені, як Уткін Е. А., Беляев А. А., Коротков Е. М., Маренков М. Л., Касьянов В. В., Альгін А. П., Омаров А. М., Лапуста М. Г., Шаршуква Л. Г.

На думку автора, найбільш адекватно визначили поняття "ризик" вчені Маренков М. Л. і Касьянов В. В.: "Ризик – це небезпека небажаних відхилень від очікуваних станів майбутнього, із розрахунків яких приймаються рішення сьогодні. Відхилення в позитивну сторону – це щасливий випадок, в протилежну – небезпека втрат" [1, с. 111].

Аналізуючи ризикові ситуації, в першу чергу необхідно встановити, з якими видами ризику доведеться зіткнутися менеджеру в процесі управління.

До зовнішніх факторів Коротков Е. М. відносить джерела ризику, спричинені кризою соціально-економічного розвитку країни та окремих регіонів, а також ринкові джерела, викликані порушенням формування зв'язків зі споживачами, постачальниками та проблемами забезпечення фінансовими, трудовими, матеріальними та іншими видами ресурсів. У якості внутрішніх ознак автор виділяє функціональні особливості ризикової діяльності – виробничої, фінансової, маркетингової та ін. [2, с. 157]. Виділяють також інтеграційні фактори або фактори взаємодії, які забезпечують управління ризиком, процесом виявлення джерел ризику, визначення ймовірності його появи в ході виробничого процесу і вплив на результат та наслідки виробничо-господарської діяльності організації.

Серед ризиків, які найчастіше зустрічаються в діяльності підприємства, слід відзначити: ризик, пов'язаний із нестійкою політичною та економічною ситуацією в країні; ризик зниження економічного потенціалу; ризик зниження наукового та інноваційного потенціалу; ризик втрати кадрового потенціалу; ризик майнового збитку внаслідок порушення договірних зобов'язань та інших причин; ризик втрати престижу організації; ризик зміни вартості факторів виробництва; ризик втрати керуваності; ризик зниження якості продукції і послуг; ризик зміни зовнішньоекономічних факторів.

На рисунку наведені функції та засоби управління, які характеризують зміст процесу управління ризиком.

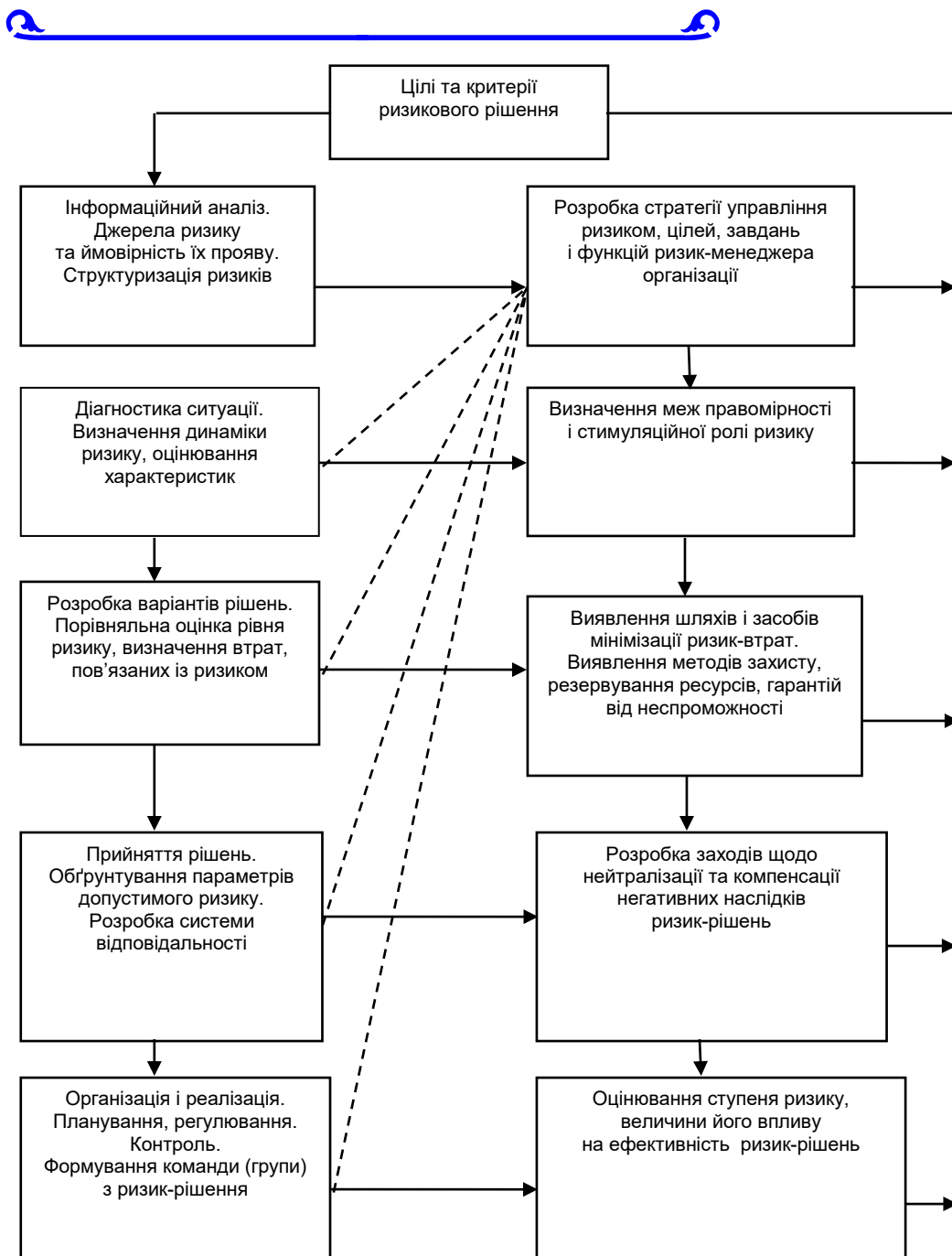


Рис. Управління ризиком у процесі розробки і реалізації ризикового рішення

Таким чином, у кризових ситуаціях виникає безліч ризиків, різних за змістом, величиною ймовірності та розміром можливих втрат і негативних наслідків для певного бізнесу. Все це обумовлює потребу у створенні системи управління ризиком із залученням кваліфікованих ризик-менеджерів – спеціалістів з управління в ризикових ситуаціях. Цілеспрямований процес управління передбачає виконання в логічній послідовності взаємопов'язаних управлінських функцій щодо вирішення конкретної проблеми з використанням управлінських засобів і методів впливу на персонал [3, с. 221].

Проблема управління ризиками не може бути ефективно вирішена набором окремих заходів і послуг. Дане завдання розв'язується виключно впровадженням комплексної технології управління ризиками, діяльності підприємства, що стосується всіх аспектів. В основі технології повинен лежати принцип, згідно з яким жодне бізнес – рішення не може бути прийняте без усвідомлення ступеня ризику, адекватного схваленому рішення [4, с. 159].

Таким чином, захист підприємства від ризику є важливою функцією управління ризиком в умовах антикризового управління. До головних завдань ризик-менеджера належать: спостереження за параметрами ризику до розробки і прийняття рішень, швидке реагування у випадку відхилення параметрів ризику і застосування заходів щодо зменшення негативних наслідків діяльності.

Можливість прогнозування ймовірності виникнення ризиків у багатьох випадках визначається системою їх класифікації, що виконує функції алгоритму, на основі яких розробляються і створюються управлінські системи. Система управління ризиками передбачає всебічний аналіз сукупності наявних ризиків, їх ідентифікацію, оцінювання формування механізмів контролю.

Наук. керівн. Мартіянова М. П.

**Література:** 1. Маренков Н. Л. Антикризисное управление / Н. Л. Маренков, В. В. Касьянов. – М. : Феникс, 2004. – С. 111. 2. Антикризисное управление : учебник / под ред. проф. Э. М. Короткова. – 2-е изд., доп. и перераб. – М. : ИНФРА-М, 2008. – С. 157. 3. Беляев А. А. Антикризисное управление / А. А. Беляев, Э. М. Коротков. – М. : Изд. "Юнити-Дана", 2009. – С. 221. 4. Балахініна А. В. Управління підприємством в умовах невизначеності та ризику / А. В. Балахініна // Управління розвитком. – 2011. – № 20. – С. 159.

УДК 633.1:631

**Садовський Ю. В.**

Студент 4 курсу  
факультету економіки і права ХНЕУ

## **ДИВЕРСИФІКАЦІЯ ВИРОБНИЦТВА ЯК ФАКТОР ПІДВИЩЕННЯ СТІЙКОСТІ ПІДПРИЄМСТВА**

*Анотація. Розглянуто ступінь впливу диверсифікації на рівень стійкості підприємства. У сучасному економічному середовищі стійкість підприємства визначається широким спектром факторів ризику, серед яких найбільш визначним для підприємств хімічної галузі є диверсифікація виробництва. Визначено причини диверсифікації на прикладі хімічного підприємства.*

*Аннотация. Рассмотрена степень влияния диверсификации на уровень устойчивости предприятия. В современной экономической среде устойчивость предприятия определяется широким спектром факторов риска, среди которых наиболее выдающимся для предприятий химической отрасли является диверсификация производства. Определены причины диверсификации на примере химического предприятия.*

*Annotation. The impact of diversification on the level of sustainability of the enterprise is considered. In modern economic environment, sustainability of the enterprise is determined by a wide range of risk factors, the most significant of them for the chemical industry is product line diversification. On the example of chemical enterprise the reasons for diversification are determined.*

*Ключові слова: стійкість підприємства, диверсифікація виробництва, хімічне підприємство.*

Сучасні тенденції соціально-економічного розвитку зумовлюють спрямованість підприємств на досягнення стійкості. Під стійкістю мається на увазі здатність будь-якої системи повертатися в стан рівноваги за певний час або переходити до нового стану рівноваги [1].

Оцінюючи стійкість підприємства, більшість авторів враховують фінансову складову, тобто здатність суб'єкта господарювання зберігати рівновагу своїх активів і пасивів у змінному внутрішньому та зовнішньому середовищі, що гарантує його постійну платоспроможність та інвестиційну привабливість у межах допустимого рівня ризику [2; 3]. Такі автори, як Л. Шеплі, Дж. Неш, розглядають забезпечення організаційної стійкості як врахування інтересів різних груп стейкхолдерів [4; 5]. А. Томпсон і А. Стрікленд [6], А. Петрова [7] досліджують виробничу стійкість як працездатність системи, за якої вона і її підсистеми здатні виконувати покладені на них функції. А питання оцінювання стійкості підприємства з урахуванням рівня диверсифікації виробництва та специфіки галузі розглянуті не повною мірою.

Метою даної статті є визначення рівня впливу диверсифікації виробництва на стійкість підприємств хімічної промисловості.

Згідно з рекомендаціями Всесвітнього банку, оцінювання стійкості підприємства здійснюється на основі ризику, шляхом збільшення дисконтної ставки в розрахунках майбутніх періодів залежно від факторів впливу на підприємство. Найпоширенішими є два підходи розрахунку виправлень до стандартної величини ставки дисконту:

- а) модель оцінювання капітальних активів;
- б) кумулятивна модель [8].

Для підприємств, цінні папери яких вільно не продаються на фондових біржах, використовується кумулятивна модель, котра розглядає диверсифікацію як один із факторів підвищення стійкості підприємства.



Слід детальніше розглянути наведені в таблиці складові фактори, котрі визначені рекомендаціями Всесвітнього банку для кумулятивної моделі обчислення стійкості [8].

Таблиця

### Фактори стабільності підприємства для кумулятивної моделі

Вид фактора стабільності	Інтервал ставки дисконту, %
1. Якість менеджменту	0 – 10
2. Розмір компанії	0 – 15
3. Структура залученого капіталу	0 – 10
4. Товарна/територіальна диверсифікованість	0 – 5
5. Диверсифікованість клієнтури	0 – 10
6. Рівень рентабельності	0 – 10
7. Технологічний рівень	0 – 5
8. Інші фактори	0 – 5

Виходячи з даних таблиці, необхідно зазначити, що диверсифікації відведено значне місце (15 %) серед факторів підвищення стійкості підприємства.

Фактор диверсифікації є особливо актуальним для вузькопрофільних підприємств, в тому числі й для підприємств хімічної галузі. Саме цей фактор стосується переходу на нові технології, ринки та галузі, до яких раніше підприємство не мало ніякого відношення, чим воно може підвищити свою незалежність від впливу факторів зовнішнього середовища.

В економічній літературі зустрічається багато визначень поняття диверсифікації. Різні вчені розуміють під нею зовсім різні процеси. А. Петрова під диверсифікацією розуміє розширення номенклатури товарів, виготовлених окремим підприємством або об'єднанням [7]. Недоліком визначення А. Петрової є неврахування ринкової диверсифікації підприємства, а також того, що метою проведення диверсифікації є досягнення синергетичного ефекту. І. Ансофф дає визначення: "Диверсифікація – це термін, застосований до процесу перерозподілу ресурсів, які існують на даному підприємстві, в інші сфери діяльності, що істотно відрізняються від попередніх" [9, с. 192]. Недоліком визначення І. Ансоффа є те, що він розглядає проведення диверсифікації за рахунок перерозподілу вже наявних ресурсів. Автор статті вважає, що найбільш повно термін визначено В. Немцовим та Л. Довганем [5], які розглядають диверсифікацію як розвиток виробництва або приріст його об'єму за рахунок випуску додаткової нової продукції на нові ринки та пошуку більш сильної позиції на них.

І. Ансофф виділяє такі причини диверсифікації виробництва [9]:

1) підприємства диверсифікуються, коли вони не можуть досягти поставлених цілей у рамках обраної стратегії розвитку;

2) коли підприємство має привабливі можливості для розширення виробництва, успішно рухається до поставлених цілей, воно може прийняти рішення про диверсифікацію;

3) коли досягаються поточні цілі, підприємство може прийняти рішення про диверсифікацію в разі, якщо це дозволяє йому отримувати більший прибуток, ніж просте розширення виробництва.

Для аналізу практичної складової в даному дослідженні було використано дані підприємства Житомирського регіону. Досліджене виробництво виробляє високоякісні теплозвукоізоляційні плити з мінеральної вати на синтетичному з'єднанні, призначені для теплової та звукової ізоляції будівельних конструкцій в житловому, громадському та промисловому будівництві, теплової та звукової ізоляції поверхонь енергетичного устаткування, технологічного обладнання, трубопроводів, транспортних засобів тощо. Продукція, що випускається, відповідає технічним умовам ДСТУ Б. В. 2. 7-167-2008, ДСТУ Б. В. 2. 7-99-2000.

На підприємстві працює нова технологічна лінія італійського виробництва. Виробнича лінія має потужність 5,5 т готової продукції за годину, що дає можливість виробити 38 500 т мінеральної вати за один рік. Дана виробнича лінія спроектована з розрахунку безперервного виробничого процесу. Ефективність виробництва залежить від виробничої продукції, тривалості зупинок та коректного обслуговування.

На основі наведених даних щодо підприємства, за класифікацією І. Ансоффа, причиною для реалізації диверсифікації на даному підприємстві є те, що підприємство успішно рухається до поставлених цілей та має привабливі можливості для диверсифікації. У результаті диверсифікації підприємство отримує не тільки додатковий прибуток, а й збільшить стійкість підприємства.

На основі проведеного дослідження визначено, що невід'ємною складовою стійкості підприємства є диверсифікація виробництва. Вона може впроваджуватись з трьох причин: недосяжність поставлених цілей; можливість для додаткового розвитку; досягнення поточних цілей та розвиток виробництва не за рахунок розширення поточної діяльності. Для підприємств хімічної галузі найактуальнішими є друга та третя причина диверсифікації, бо мета діяльності хімічних підприємств уже досягнута, а їх стійкість знаходиться не на належному рівні.

Напрямом подальших розвідок є розробка та впровадження стратегії диверсифікації виробництва, а також методики оцінювання диверсифікованості на підприємствах хімічної галузі.

*Наук. керівн. Гонтарева І. В.*

**Література:** 1. Гонтарева І. В. Оцінювання стійкості циклів і процесів в рамках ефективного розвитку підприємств / І. В. Гонтарева // Проблеми економіки. – Х. : Науково-дослідний центр індустріальних проблем розвитку НАН України. – 2011. – № 2. – С. 63–66. 2. Савицкая Г. В. Анализ хозяйственной деятельности предприятия / Г. В. Савицкая. – 5-е изд., перераб. и доп. – М. : Инфра-М, 2009. – 536 с. 3. Шеремет А. Д. Методика финансового анализа / А. Д. Шеремет, Р. С. Сайфулин, Е. В. Негашев. – М. : ИНФРА-М, 2000. – 368 с. 4. John Forbes Nash. Continuity of solutions of parabolic and elliptic equations / John Forbes Nash // Amer. J.

Math. 80 (1958). – Pp. 931–954. 5. Lloyd Stowell Shapley. Economic and environmental risk and uncertainty: new models and methods / Lloyd Stowell Shapley. – 1997. – 265 pp. 6. Томпсон А. Стратегический менеджмент: концепции и ситуации для анализа / А. Томпсон, Дж. Стрикленд ; Н. В. Шульпина, пер. с англ. – 12-е изд. – М. : Изд. дом "Вильямс", 2006. – 928 с. 7. Стратегический менеджмент / под ред. Петрова А. Н. – СПб. : Питер, 2006. – 496 с. 8. Рогожин В. Д. Менеджмент зовнішньоекономічної діяльності : навч. посібн. / В. Д. Рогожин, Л. В. Базалієва. – Х. : Вид. ХНЕУ, 2006. – 196 с. 9. Ансофф И. Новая корпоративная стратегия / И. Ансофф. – СПб. : Питер Ком, 1999. – 416 с. 10. Немцов В. Д. Стратегічний менеджмент [Текст] / В. Д. Немцов, Л. Є. Довгань. – К. : ЕксОб, 2002. – 560 с.

УДК 336.71:338.515

**Комарова О. Ю.**

Магістр 2 курсу  
фінансового факультету ХНЕУ

## **МАКСИМІЗАЦІЯ ПРИБУТКУ БАНКУ НА ОСНОВІ АНАЛІЗУ ЙОГО ФІНАНСОВИХ РЕЗУЛЬТАТІВ**

*Анотація. Розглянуто фактори, які впливають на прибуток банку. Визначено методи аналізу фінансових результатів банку. Запропоновано способи максимізації прибутків банку, як відсоткових, так і невідсоткових.*

*Аннотация. Рассмотрены факторы, влияющие на прибыль банка. Определены методы анализа финансовых результатов банка. Предложены способы максимизации прибыли банка, как процентной, так и непроцентной.*

*Annotation. The factors which influence bank's profit are considered. The methods of the analysis of bank's finance results are determined. The ways of maximization of bank's profit, either interest, or non-interest, are proposed.*

*Ключові слова: прибуток банку, доходи, витрати банку.*

У сучасних ринкових умовах банківський прибуток відіграє вирішальну роль для подальшого існування, розвитку або навіть виживання банку на ринку. Він є джерелом виплати дивідендів акціонерам, створення фондів, базою підвищення добробуту банківських працівників.

Розмір отримуваного банком доходу впливає не тільки на добробут самої установи, а й на матеріальне становище населення, підприємств і національної економіки в цілому.

Багатоаспектні проблеми максимізації прибутку (мінімізації збитків) досліджувались у вітчизняній літературі. Теоретичні, методологічні й методичні аспекти відображені в роботах провідних вітчизняних учених у галузі банківської справи, аналізу фінансових результатів діяльності банку: Герасимовича А. М. – дослідження методів аналізу доходів, витрат банку [1]; Криклій О. А., Маслак Н. Г. – управління формуванням та розподілом прибутку [2]. Але їх теоретичні досягнення і прикладні розробки недостатньо враховують результати аналізу фінансових результатів банку, розглядаючи управління ними надто загальною.

Прибуток банку є кінцевим фінансовим результатом діяльності банку, який створює необхідні умови для збереження його економічної життєздатності та подальшого розвитку.

Відповідно до класифікації доходів і витрат прибуток банку складається з:

- відсоткового прибутку;
- комісійного прибутку;
- результату від торгівельних операцій;
- іншого прибутку.

Групування витрат і доходів у відсоткові та невідсоткові дозволяє визначити, від яких операцій, відсоткових чи невідсоткових, банк отримує основний прибуток.

На розмір прибутку банку впливають такі фактори:

- рівень відсоткових ставок за кредитами;
- рівень дохідності активів;
- рівень відсотків за платні ресурси;
- рівень інфляції;
- обсяг послуг банків [3, с. 128–129].

З метою визначення можливостей збільшення основної величини прибутку, виявлення резервів підвищення прибутковості банківської діяльності на основі ефективного управління доходами і витратами здійснюється комплексний аналіз його доходів та витрат. Завданнями такого аналізу є:

- визначення постатейної структури доходів і витрат та їх динаміки;
- виявлення факторів та визначення ступеня їх впливу на зміну доходів та витрат;



коефіцієнтний аналіз доходів та витрат;  
аналіз і оцінка рівня дохідності банку та розроблення заходів щодо використання резервів підвищення прибутковості банківської діяльності;  
аналіз співвідношення активів, пасивів, доходів та витрат з метою прогнозування фінансового стану банку [1, с. 348–349].

Забезпечити загальне зростання групи активів, що приносять відсотковий дохід та збільшують власний капітал, можна за допомогою зваженої маркетингової та відсоткової політики. Ці заходи потрібно націлити на збільшення обсягів кредитних операцій банку, насамперед, за рахунок залучення клієнтів.

На основі аналізу співвідношення між відсотковими та невідсотковими прибутками необхідно збільшити питому вагу дохідних активів у сукупних активах. Але ці заходи необхідно вживати з урахуванням протилежних вимог ліквідності та прибутковості. Нарощення дохідних активів (кредитний та інвестиційний портфель, депозити та кредити в інших банках) забезпечує збільшення прибутку. Вкладення коштів у недохідні активи погіршує структуру активів і їх дохідність, але забезпечує ліквідність. Загалом фахівці вважають, що частка дохідних активів у загальних активах банку повинна бути на рівні 0,75 – 0,85. Якщо частка дохідних активів нижча, ніж 0,7, це свідчить про можливі проблеми в діяльності банку [4].

Збільшення відсоткового прибутку банку можливе за рахунок зміни рівня відсоткової ставки за активними операціями. Цьому обов'язково передують дослідження ставок банків-конкурентів, попиту на кредитному ринку, інших специфічних факторів, що впливають на розмір ставки (облікова ставка, розмір інфляції, термін позики, її розмір, ризик, характер забезпечення, витрати на оформлення позики та контроль, грошово-кредитна політика НБУ). Через специфічні фактори управління відсотковим прибутком недостатньо кероване з точки зору банку. У поєднанні управління відсотковими витратами найбільш необхідною є оптимізація структури ресурсної бази з метою збільшення питомої ваги дешевих ресурсів.

Оптимізація використання грошових ресурсів, виділених для здійснення невідсоткових витрат, може здійснюватися в такий спосіб. Необхідно визначити статті витрат, які підлягають оптимізації. Вони першими підпадають під скорочення, оскільки ці витрати для банку некритичні й неосновні. Відносно до сформованої банківської практики до статей витрат, які підлягають оптимізації, належать витрати на капітальний і поточний ремонт основних засобів, витрати на інформаційні та консультаційні послуги, представницькі витрати, витрати на рекламу, канцелярські витрати, витрати на оплату праці.

Забезпечення зростання невідсоткових доходів можливе за рахунок приділення більшої уваги доходам від надання послуг "небанківського" характеру, зменшення витрат на створення банківської послуги, що дасть змогу знизити її ціну.

Це означає збільшення комісійних, торгівельних, інших банківських операційних доходів, інших доходів. Перш за все, збільшення доходів від розрахунково-касового обслуговування, шляхом надання більш якісного обслуговування, збільшення обсягу та спектру послуг, упровадження нових банківських продуктів, розвиток "зарплатних проектів", збільшення обслуговування клієнтів за системою "Клієнт-Банк", впровадження системи "Інтернет-Банкінг", що дасть змогу більш оперативного обслуговувати клієнтів. Необхідно приділяти більше уваги доходам, які банки можуть отримувати від надання послуг "небанківського" характеру – консультаційних, аудиторських, а також доходам від проведення факторингових і лізингових операцій, доходів від надання поручительств гарантій. Але проблемою є те, що всі ці доходи, в першу чергу, залежать від розширення клієнтської бази банку [2, с. 97].

Зменшення витрат на створення банківської послуги дає можливість відповідно знизити її ціну. Зниження цін на пропоновані послуги – це вагомий аргумент у конкурентній боротьбі, важливий елемент створення позитивного іміджу банківської установи. Здешевлення послуг може забезпечити банку вищий, ніж у конкурентів, прибуток за рахунок більшого обсягу їх пропозицій [4].

У процесі оперативного управління доходами та витратами значна увага приділяється тарифній політиці, оскільки комісійні доходи залежать від правильно сформованої ціни на банківські послуги. Тарифний комітет банку повинен аналізувати співвідношення собівартості послуг та конкурентоспроможності діючих тарифів. До основних функцій тарифного комітету належать: розробка основних засад тарифної політики; розрахунок собівартості послуг; аналіз тарифів банків-конкурентів; аналіз банку з точки зору дохідності банківських послуг за альтернативної системи тарифів [2, с. 98]. Управління ризиком відсоткових ставок: досягнення цільового рівня чистої відсоткової маржі, спреду, чистого відсоткового доходу, встановлення відсоткових ставок за залученими та наданими коштами, допомогло б збільшити прибутковість банку та досягти мінімізації ризиків [4].

Таким чином, для ефективного управління прибутком банку необхідно провести структурний, факторний та коефіцієнтний аналіз фінансових результатів банку, визначивши найбільш суттєві джерела доходів та напрями витрат. На основі проведеного аналізу можна досягти максимізації прибутку, приділивши увагу найбільш прибутковим операціям банку.

*Наук. керівн. Дзеніс В. О.*

**Література:** 1. Аналіз банківської діяльності : підручник / А. М. Герасимович, М. Д. Алексеєнко, І. М. Парасій-Вергуненко та ін. ; за ред. А. М. Герасимовича. – К. : КНЕУ, 2004. – 599 с. 2. Криклій О. А. Управління прибутком банку : монографія / О. А. Криклій, Н. Г. Маслак. – Суми : ДВНЗ "УАБС НБУ", 2009. – 136 с. 3. Парасій-Вергуненко І. М. Аналіз банківської діяльності : навч.-метод. посібн. для самост. вивч. дисц. / І. М. Парасій-Вергуненко. – К. : КНЕУ, 2003. – 347 с. 4. Галай Н. В. Шляхи підвищення прибутковості банківського сектору в умовах нестабільного зовнішнього середовища [Електронний ресурс] / Н. В. Галай. – Режим доступу : [http://www.nbu.gov.ua/e-journals/2009\\_1/Galay\\_109.htm](http://www.nbu.gov.ua/e-journals/2009_1/Galay_109.htm).



## ОЦІНКА ВАЛЮТНИХ РИЗИКІВ ЗА ДОПОМОГОЮ МОДЕЛІ МОНТЕ-КАРЛО

*Анотація. Розглянуто сучасний метод оцінки валютних ризиків за допомогою моделі Монте-Карло. Досліджено рекомендації щодо побудови імітаційної моделі для подальшої мінімізації валютних ризиків у банківському середовищі України.*

*Аннотация. Рассмотрен современный метод оценки валютных рисков с помощью модели Монте-Карло. Исследованы рекомендации по построению имитационной модели для дальнейшей минимизации валютных рисков в банковской среде Украины.*

*Annotation. The actual method of estimating currency risks by means of Monte Carlo method is considered. Recommendations for developing imitation model for future minimizing currency risk in the Ukrainian banking environment are researched.*

*Ключові слова: валютний ризик, оцінка валютних ризиків, модель Монте-Карло, мінімізація валютних ризиків.*

Унаслідок нестабільності й непередбачуваності сучасної економічної ситуації одним із найважливіших завдань ризик-менеджменту є оцінювання й управління ризиками банків. Сучасні валютні ринки характеризуються підвищеною волатильністю валютних курсів, які дедалі важче піддаються прогнозуванню. Це пояснюється інтеграційними процесами у світі, зростанням кількості суб'єктів валютних відносин, появою нових фінансових та банківських продуктів. Враховуючи викладене, значний інтерес становлять методики і технології підвищення якості аналізу валютного портфеля і прогнозу втрат, обумовлених валютними ризиками. Ці методики дозволяють чисельно оцінити ризик втрат валютного портфеля. Для чисельної оцінки валютного ризику необхідно використовувати міру ризику. Для потреб хеджування необхідно, щоб за допомогою міри ризику можна було оцінювати ризик втрат як окремої валюти, що входить у портфель, так і всього портфеля валют у цілому.

Вітчизняна економічна наука приділила недостатньо уваги подібним питанням, що пов'язане з невеликим терміном лібералізації валютного законодавства і зовнішньоекономічної діяльності. Проте останнім часом ситуація змінюється і до цієї теми звертаються все частіше. Серед вітчизняних науковців можна виділити роботи Паровішнікова О. О., який пропонує індикатор валютного ризику, Гребньової Е. П., яка розробила імітаційну модель динаміки валютного ринку для діагностики періодів непрогнозованості, Лагуна М. І., Небицькової О. В., Пітеліна А. К. та ін.

Мета цієї статті полягає в дослідженні вагомому для банківської практики методу оцінювання валютного ризику Монте-Карло та виділенні подальших рекомендацій стосовно мінімізації валютних ризиків.

Щоб запобігти збиткам, спричиненим коливанням валютного курсу, розробляють різні методики для оцінювання валютного ризику. Найбільш відомим та вживаним методом є метод Монте-Карло, або імітаційне моделювання. Метод Монте-Карло є групою кількісних методів, що базуються на отриманні великої кількості варіантів реалізації стохастичного процесу, який формується таким чином, щоб його ймовірнісні характеристики співпадали з аналогічними величинами задачі. Вважається, що метод Монте-Карло з'явився у 1949 році, коли вийшла стаття Н. Метрополіса і С. Улама "Метод Монте-Карло". Широкого розвитку цей підхід набув з появою перших електронних обчислювальних машин. Спочатку метод широко застосовувався в ядерній фізиці та математиці, однак зараз він часто використовується для вирішення завдань у різних галузях, у тому числі для аналітичних досліджень фінансових ринків. Світова практика банківського ризик-менеджменту підтверджує успішне використання методу Монте-Карло у процесі оцінювання вартості та свідчить про численні його переваги [1].

Переваги методу Монте-Карло полягають у тому, що він дозволяє проводити моделювання взаємодії волатильності курсів валют на будь-якому заданому часовому інтервалі на основі даної інформації і практично не накладає обмежень на геометрію розглянутих систем. Метод Монте-Карло передбачає моделювання великої кількості сценаріїв зміни цін на активи та повну переоцінку відкритих позицій банку. Тому, порівняно з методами локального оцінювання, що базуються на наявній вартості позиції та лінійній функції, метод Монте-Карло характеризується вищою точністю результатів і дає можливість розрахунку ризиків для фінансових інструментів з нелінійними ціновими характеристиками, як, наприклад, похідні цінні папери.



Метод Монте-Карло ґрунтується на моделюванні випадкових процесів із заданими характеристиками (наприклад, RiskMetrics, розроблений банком J. P. Morgan). Зміни цін курсів валют генеруються псевдовипадково згідно з даними параметрами розподілу, наприклад математичним сподіванням та волатильністю [2].

Для реалізації системи була обрана потужне програмне середовище "@RISK" у вбудованому пакеті "Palisade" [3] і середовище MS EXCEL – 2010. Для роботи із системою моделювання і аналізу валютних ризиків необхідні статистичні дані про курси валют, що входять до портфеля. Такі дані зручно формувати в системі Excel. Робочий аркуш системи Excel з фрагментом значень ретроспективної статистики курсів валют [4] наведений на рис. 1.

Name	Total value	US Interest rate	EURGBP
Iteration/Cell	\$C\$25	\$C\$12	\$C\$13
1	218,89	4,32	0,6888
2	224	4,31	0,6886
3	228,38	4,31	0,6899
4	224,47	4,33	0,6901
5	228,75	4,34	0,6864

Рис. 1. Фрагмент робочого аркуша системи Excel зі статистикою курсів валют і процентної ставки США

За допомогою вихідних даних будемо модель за нормальним законом розподілу критерію Пірсона, чи критерію  $\chi^2$ , щоб виявити необхідні дані для прогнозування валютного ризику, для цього роль допоміжного фактора відіграє процентна ставка США, яка буде графік нормального розподілу (рис. 2).

<b>Chi-Square Test</b>	<b>\$C\$25</b>				
Mean	218,84				
Std Dev	64,54				
Chi-Square Stat.	543,1245				
p-Value	< 0.0001				
<b>Chi-Squared Bins</b>	<b>Bin Min</b>	<b>Bin Max</b>	<b>Actual</b>	<b>Normal</b>	<b>Distance</b>
Bin # 1	-Inf	117,77	78	91,0453	1,8692
Bin # 2	117,77	138,09	43	72,5530	12,0378
Bin # 3	138,09	158,40	98	107,2305	0,7946
Bin # 4	158,40	178,72	344	143,6475	279,4417
Bin # 5	178,72	199,03	209	174,4200	6,8557
Bin # 6	199,03	219,35	99	191,9612	45,0184
Bin # 7	219,35	239,67	89	191,4916	54,8563
Bin # 8	239,67	259,98	68	173,1431	63,8493
Bin # 9	259,98	280,30	158	141,8991	1,8269
Bin # 10	280,30	300,61	161	105,4076	29,3196
Bin # 11	300,61	320,93	128	70,9711	45,8256
Bin # 12	320,93	+Inf	77	88,2300	1,4294

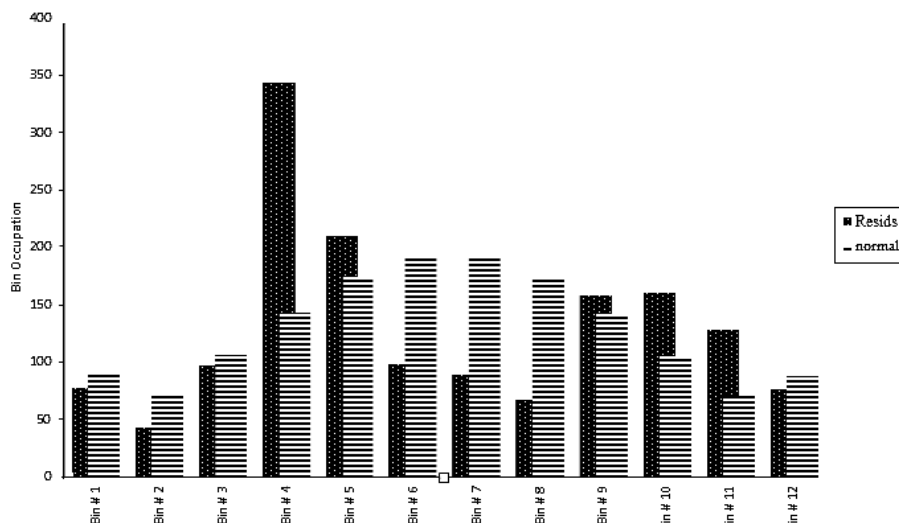


Рис. 2. Числовий та графічний розподіл за критерієм Пірсона

За допомогою плагіна, вбудованого в середовище MS Excel – 2010, робимо вибір надбудо-ви Deviation, що формує вже рекомендовані параметри ліміту на валютні позиції (рис. 3).

	\$C\$25
<i>Conf. Intervals (One-Sample)</i>	Data Set #1
Sample Size	1552
Sample Mean	218,84
Sample Std Dev	64,54
Confidence Level (Mean)	95,0%
Degrees of Freedom	1551
Lower Limit	215,63
Upper Limit	222,06
Confidence Level (Std Dev)	95,0%
Degrees of Freedom	1551
Lower Limit	62,35
Upper Limit	66,89

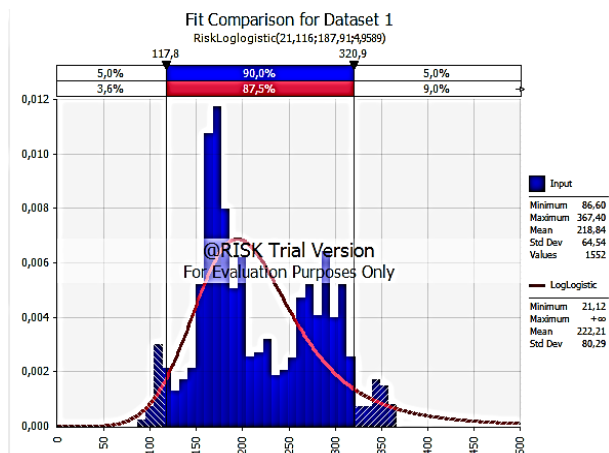


Рис. 3. Результат моделювання

Логнормальний розподіл характеризується тим, що всі значення мають позитивну асиметрію і, на відміну від нормального розподілу, несиметричні [3]. Такий розподіл використовується для відображення ризикових ситуацій. Таким чином, для пари EUR/USD характерні середні величини від 117,8 до 320,9; оскільки були задані величини розподілу, які позначені на графіку під логнормальною кривою. Чим ближче логнормальна крива до середини інтервалу, тим більша вірогідність настання результату. Так, наприклад, оптимальний курс валют за парю EUR/USD прогнозується на рівні 187,91 із вірогідністю 87,5. Усі показники, що знаходяться за межами допустимих значень, мають найменшу вірогідність виконання. Модель дає значення курсу валют на рівні 221,1 пункта, межі, встановлені моделлю, спираючись ще й на фундаментальний фактор, становлять від 215,63 до 222,06 пунктів.

Метод Монте-Карло базується на відновленні щільності ймовірностей розподілу курсів валют зі статистичних даних. Система повинна дозволяти фінансовому менеджеру на основі історичного аналізу курсів валют робити ефективні прогнози прибутків (втрат) як за кожною валютою портфеля, так і за всім валютним портфелем. Також необхідно оптимізувати структуру портфеля так, щоб прогнозовані втрати були мінімальними. Та, нарешті, ефективно визначати різні характеристики портфеля, ймовірність беззбиткового портфеля, ймовірність отримання мінімального збитку. Через складне математичне підґрунтя та припущення теорії ефективного ринку реалізація методу Монте-Карло може бути пов'язана з чималими труднощами. Метод Монте-Карло потребує потужних обчислювальних ресурсів. Сучасні обчислювальні машини ще не дозволяють обробляти інформацію в режимі реального часу, як цього потребують трейдери, якщо ризик-менеджери хочуть встановлювати ліміти на величину відкритих позицій за допомогою методу Монте-Карло.

Західні банки мають можливість отримувати такі параметри з підписки. Так, компанія RiskMetrics Group, колишній підрозділ JP Morgan, щоденно надає своїм клієнтам параметри для оцінки ризик-факторів за ринками розвинених країн [2]. Також доцільно використовувати фундаментальні параметри, що спираються на визначення поправки на ризик. Величина поправки на ризик країни оцінюється експертно: за кордоном на підставі рейтингів країн світу за рівнем ризику країни покупці валютних цінностей публікуються спеціалізованою рейтинговою фірмою BERI (Німеччина), Асоціацією швейцарських банків, аудиторською корпорацією "Ernst & Young".

Метод Монте-Карло є одним із перспективних напрямів для моделювання й аналізу ризиків валютного портфеля [5]. На підставі наведених в літературі даних для прогнозування курсів валют можна використовувати нормальний розподіл, але результати будуть точнішими, якщо розподіл курсів валют будуватиметься за допомогою емпіричних розподілів, отриманих на основі використання ретроспективних статистичних даних про курси валют.

Наук. керівн. Дзеніс В. О.

**Література :** 1. Вітлінський В. В. Ризик у менеджменті / В. В. Вітлінський, С. І. Наконечний. – К. : ТОВ "Борисфен-М", 2002. – 336 с. 2. Білань Н. С. Оцінювання ризику валютної позиції банку за методом Монте-Карло / Н. С. Білань // ВІСНИК ЖДТУ. – 2010. – № 1(51). – С. 254–257. 3. Офіційний сайт Palisade. – Режим доступу : [http://www.palisade.com/risk/ru/monte\\_carlo\\_simulation.asp](http://www.palisade.com/risk/ru/monte_carlo_simulation.asp). 4. Офіційний сайт Фінам.ru. – Режим доступу : <http://www.finam.ru/analysis/profile04FEC00008/default.asp>. 5. Бондаренко В. Є. Модель оптимального формування структури кредитного портфеля. Актуальні проблеми фінансово-грошової політики і трансформація економіки України / В. Є. Бондаренко // Додаток № 9(14) до журналу "Персонал". – 2000. – 4(58). – С. 101–104. 6. Офіційне інтернет-представництво "Національний банк України" [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.bank.gov.ua>.

Магістр 2 курсу  
 фінансового факультету ХНЕУ

## СУТНІСТЬ ПОНЯТТЯ "КРЕДИТНИЙ РИЗИК"

*Анотація. Для проведення об'єктивного аналізу змісту наявних підходів до визначення поняття "кредитний ризик" застосовано методіку контент-аналізу, що дозволило вдосконалити визначення поняття "кредитний ризик".*

*Аннотация. Для проведения объективного анализа содержания существующих подходов к определению понятия "кредитный риск" применена методика контент-анализа, что позволило усовершенствовать определение понятия "кредитный риск".*

*Annotation. To conduct an objective analysis of the content of the existing approaches to the definition of "credit risk" the method of content analysis, allowing to improve the definition of "credit risk" is used.*

*Ключові слова: кредит, кредитний ризик, контент-аналіз.*

На сьогодні існує багато схожих визначень поняття "кредитний ризик", але, на думку автора, жодна з проаналізованих дефініцій не відображає повною мірою сутність цього поняття. Тому для вдосконалення поняття "кредитний ризик" застосовано методи морфологічного та контент-аналізу. Використання двох методів дозволить сформулювати дві дефініції, що будуть побудовані за різними принципами, та з них обрати таку, що найбільше відповідає сутності поняття.

Контент-аналіз – це систематична процедура, метою якої є об'єктивний аналіз змісту будь-якого тексту. Контент-аналізом називають метод збору кількісних даних про досліджувані явища чи процеси, що містяться в документах.

До сьогодні контент-аналіз сформувався як міждисциплінарна методика, яка існує в декількох десятках варіантів. У її рамках об'єднуються уявлення з галузі політології, психології, соціології та математики. Контент-аналіз зазвичай застосовується за наявності великого за обсягом і несистематизованого текстового матеріалу, коли безпосереднє використання останнього ускладнене [1].

Ця методика є особливо корисною в тих випадках, коли категорії, важливі для цілей дослідження, характеризуються певною частотою появи в досліджуваних документах, а також тоді, коли велике значення для досліджуваної проблеми має власне мова джерела інформації, яке вивчається, його специфічні характеристики. Отже, з метою уточнення поняття "кредитний ризик" використовуємо метод контент-аналізу [1].

Для дослідження використовуємо визначення поняття "кредитний ризик", що були запропоновані іншими авторами (табл. 1).

Таблиця 1

Визначення поняття "кредитний ризик"

Автор	Визначення	Джерело
1	2	3
Положення НБУ "Про порядок формування та використання резерву для відшкодування можливих втрат за кредитними операціями банків"	Це ризик невиконання позичальником (контрагентом банку) зобов'язань за кредитними операціями (тобто ризик того, що сплата позичальником відсотків і основного боргу за кредитними операціями проводитиметься з відхиленнями від умов кредитної угоди або взагалі не проводитиметься)	[2]
Наказ МФУ "Про затвердження "Положення (стандарту) бухгалтерського обліку"	Це ймовірність втрат однієї зі сторін-укладачів контракту про придбання фінансового інструменту внаслідок невиконання зобов'язання іншою стороною	[3]
Методичні вказівки НБУ з інспектування банків "Система оцінки ризиків"	Це наявний або потенційний ризик для надходжень та капіталу, який виникає через неспроможність сторони, що взяла на себе зобов'язання, виконати умови будь-якої фінансової угоди із банком (його підрозділом) або в інший спосіб виконати взяті на себе зобов'язання	[2]

1	2	3
Методичні вказівки Правління НБУ з інспектування банків "Система оцінки ризиків"	Це ризик того, що член або учасник платіжної системи не зможе повністю виконати свої фінансові зобов'язання в цей час або в інший час у майбутньому	[2]
І. Балабанов	Це небезпека несплати боржником основного боргу і процентів, що належать кредитору	[4]
І. Балабанов, С. Тарачева	Це можливості отримання збитків внаслідок неповернення основної суми, наданої в кредит, та процентів за нею	[4]
D. Lewandovski	Це ситуація, в якій контрагент операції (банк, клієнт) не може чи не хоче виконати зобов'язання, що виникли в момент укладання фінансової угоди	[5]
M. Wakulinski	Це брак впевненості щодо вчасного і повного повернення коштів контрагентом банку	[5]
О. Заруцька	Це наявний або потенційний ризик для надходження і капіталу, який виникає через неспроможність сторони, що взяла на себе зобов'язання, виконати умови будь-якої фінансової угоди з банком або в інший спосіб виконати взяті на себе зобов'язання	[4]
Л. Слобода	Це рівень потенційних втрат банків, які зумовлені негативною дією низки чинників кредитних ризиків	[3]
С. Івлєв	Це максимально можливі збитки за кредитним портфелем для заданої довічної імовірності. Це імовірність виникнення кризового стану контрагента протягом дії зобов'язання, що призводить до неповернення боргу наприкінці терміну	[5]
Ю. Потійко	Це ризик, пов'язаний із можливим невиконанням позичальником своїх зобов'язань	[5]
О. Пернарівський	Це міра (ступінь) невизначеності щодо виникнення небажаних подій при здійсненні фінансових угод, сутність яких полягає в тому, що контрагент банку не зможе виконати взятих на себе за угодою зобов'язань і при цьому не вдасться скористатися забезпеченням повернення позичених коштів	[5]
М. Савлук	Це імовірність фінансових втрат унаслідок невиконання позичальниками своїх зобов'язань	[6]
Л. Слобода	Це ймовірність повної/часткової втрати банком суми виданого кредиту та/чи процентів за користування ним або можливість отримання доходу на вкладений капітал унаслідок впливу чинників зовнішнього та внутрішнього щодо банку походження, що зумовлюють виникнення цих наслідків	[4]
І. Бернар, Ж. Коллі	Це непередбачувані обставини, які можуть виникнути до кінця погашення позики	[4]
О. Лаврушин, Н. Валенцева	Це ризик невиконання кредитних зобов'язань перед кредитною організацією третьою стороною	[4]
Є. Кондратюк	Це ризик того, що фінансові зобов'язання не будуть виконані клієнтами повною мірою і вчасно, як описано в контракті, в результаті чого можуть з'явитися фінансові втрати для банку	[5]
Р. Тиркало	Це ризик, пов'язаний з можливістю невиконання позичальником своїх фінансових зобов'язань, тобто з небезпекою втрати банком основної суми позики і процентів за нею	[4]
О. Петрук	Це ймовірність несплати позичальником основного боргу та відсотків, які підлягають сплаті за користування кредитом у терміни, визначені у кредитному договорі	[4]
М. Ковбасюк	Це імовірність того, що вартість частини активів банку, особливо кредитів, зменшиться або впаде до нуля	[5]
Л. Примостка	Це невизначеність щодо повного та своєчасного виконання позичальником своїх зобов'язань згідно з умовами кредитної угоди. Кредитний ризик характеризує економічні відносини, що виникають між двома контрагентами – кредитором і позичальником – з приводу перерозподілу фінансових активів	[5]
О. Войтенко	Це ймовірність фінансових втрат унаслідок неповернення (несвоєчасного повернення) кредиторі основного боргу та несплати процентів за наданий кредит	[4]
Руда О. Л.	Це ймовірність банком часткової або повної втрати суми кредиту та процентів за користування кредитом або отримання доходу на вкладений капітал внаслідок впливу чинників зовнішнього та внутрішнього походження	[6]
А. Єпіфанов, Н. Маслак, І. Сало	Це ймовірність недоотримання прибутку банку або навіть втрати частини капіталу в результаті неспроможності позичальника виплатити й обслуговувати борг	[6]

Результати застосування контент-аналізу подано в табл. 2.

Таблиця 2

**Результати здійснення контент-аналізу для визначення поняття "кредитний ризик"**

Складові компоненти визначення поняття "кредитний ризик"	Навантаження
ризик (ситуація, імовірність, можливість, небезпека)	5,707
сума боргу (основний борг, відсотки, фінансові зобов'язання)	4,892
невиконання зобов'язань (неповернення боргу)	3,918
позичальник (боржник, контрагент)	3,252
втрати (недоотримання, неотримання)	3,162
кредитний договір (фінансова угода, умови)	1,518
банк (кредитор)	1,159
виконання зобов'язань (погашення, сплата)	1,072
своєчасно та повною мірою (вчасно, термін, повне)	0,818
кошти банку (активи, капітал, прибуток)	0,78

Таким чином, результати проведеного контент-аналізу дозволили вдосконалити дефініцію "кредитний ризик" – це можливість неотримання кредитором основного боргу або відсотків за ним у строки та в обсязі, що передбачені умовами кредитного договору, внаслідок невиконання позичальником взятих на себе зобов'язань.

Це визначення є науково обґрунтованим, системно узагальненим, адже побудоване на базі контент-аналізу термінів, запропонованих багатьма вченими, що досліджували поняття кредитного ризику.

*Наук. керівн. Колодієв О. М.*

**Література:** 1. Мангейм Дж. Политология. Методы исследования / Дж. Мангейм, Р. К. Рич [Электронный ресурс]. – Режим доступа : [http://www.politlogia.narod.ru/m/MANGEIM/Mr\\_09.htm](http://www.politlogia.narod.ru/m/MANGEIM/Mr_09.htm). 2. Офіційний сайт НБУ. – Режим доступу : [www.bank.gov.ua](http://www.bank.gov.ua). 3. Професійна юридична система [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://zakon.nau.ua/>. 4. Энциклопедия МаВіСо: Кредитные риски [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://lib.mabico.ru/>. 5. Колесніченко В. Ф. Економічна сутність та характер прояву ризиків в банківській діяльності / В. Ф. Колесніченко, О. І. Омельченко // Актуальні проблеми економіки. – 2008. – № 8. – С. 29–32. 6. Кириченко О. А. Управління ризиками у сфері банківського споживчого кредитування / О. А. Кириченко, Л. Патеркіна // Банківська справа. – 2010. – № 6. – С. 15–27.

**Ольховська О. В.**

УДК 336.774

Магістр 1 курсу  
фінансового факультету ХНЕУ

## **ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ КРЕДИТІВ У БАНКАХ: ПРОБЛЕМИ ТА НАПРЯМИ ЇХ ВИРІШЕННЯ**

*Анотація. Розглянуто особливості застосування таких форм забезпечення банківських кредитів, як застава, порука та гарантія з метою мінімізації кредитних ризиків. Розглянуто шляхи подальшого вдосконалення цих форм забезпечення для досягнення надійних кредитних взаємовідносин між банком і позичальником.*

*Аннотация. Рассмотрены особенности применения таких форм обеспечения банковских кредитов, как залог, поручительство и гарантия с целью минимизации кредитных рисков. Рассмотрены пути дальнейшего совершенствования этих форм обеспечения для достижения надежных кредитных отношений между банком и заемщиком.*

*Annotation. The article describes the features of such forms of bank loans security as collateral, guarantee and warranty aimed at minimizing a credit risks. The ways of further improvement of these forms of security to achieve reliable credit relations between a bank and a borrower were explored.*

*Ключові слова: банківський кредит, забезпечення кредиту, застава, порука, гарантія.*

© Ольховська О. В., 2013



У період розвитку кризових явищ в економіці спостерігається різке збільшення частки проблемних кредитів у кредитних портфелях банків. Окрім ефективної оцінки кредитоспроможності позичальника, одним із факторів зниження кредитного ризику виступає забезпечення кредиту, що є важливою складовою вирішення питання про його повернення, оскільки в разі виникнення негативних явищ єдиним джерелом повернення кредиту для банку є реалізація заставленого майна. Використання кожної окремої форми забезпечення повернення кредиту залежить від різних обставин, серед яких можна виділити такі проблемні для банку, як: перевірка платоспроможності гарантів та поручителів, прийняття в якості застави неліквідного майна, можливість погашення боргу страховою компанією, з огляду на нерозвиненість страхового бізнесу в Україні та його слабку економічну базу [1].

Крім того, ймовірність виникнення кредитних втрат визначається рівнем кредитної якості позичальника. Тому в разі виникнення неспроможності позичальника повернути кредит з об'єктивних чи суб'єктивних причин великого значення для зменшення рівня втрат банку набуває фактор забезпечення.

Під забезпеченням розуміють спосіб страхування банку від ризику неповернення клієнтами позичок і несплати відсотків за ними. Цей принцип дозволяє захистити інтереси банківської установи в разі неповернення кредитних коштів позичальником [2].

У банківській практиці західних країн з розвинутою ринковою економікою поширеними є такі носії забезпечення кредитів: гарантія або поручительство третьої сторони, переуступка контрактів і дебіторської заборгованості, товарні запаси, державні документи, рухоме та нерухоме майно, цінні папери, дорогоцінні метали. Також зустрічаються й інші способи забезпечення кредитів [3].

Застава майна клієнта є однією з найпоширеніших форм забезпечення повернення банківського кредиту. Оформлюється вона договором про заставу, що підписують обидві сторони. Цей договір підтверджує право кредитора в разі невиконання платіжного зобов'язання позичальником отримати переважне задоволення претензій із вартості заставного майна. Кредити, що видаються під заставу майна клієнта або його майнових прав, називаються ломбардними. Заставне забезпечення в сукупності з якісним аналізом кредитоспроможності позичальника дозволяє оцінити спроможність суб'єкта господарювання обслуговувати свою заборгованість [3; 4].

З метою зменшення ризиків у процесі кредитування в банках одночасно із заставою додатково використовується така форма забезпечення, як порука. Порука є одним із найефективніших способів забезпечення зобов'язань за кредитними договорами. У банківській практиці існує два види поруки – фінансова і майнова. Остання необхідна, якщо доходи позичальника дозволяють обслуговувати кредит, але немає необхідної застави. У цьому випадку залучають не фінансового, а майнового поручителя, який поручається своїм майном – рухомих чи нерухомих

У якості поручителів в основному виступають керівники підприємств, яким надається кредит у банку. Тобто, окрім забезпечення юридичної особи у вигляді застави, додається порука усім своїм майном фізичної особи. Треба зазначити, що банком не проводиться детальна перевірка наявності майна у поручителя, а в договорі поруки не зазначається, яким конкретно майном доручається поручитель. Проте слід зазначити, що зараз поруку як забезпечення за наданим кредитом використовують нечасто. Лише 20 – 30 % від загальної кількості числа кредитів в Україні оформлюється із залученням поручителів. Це свідчить про те, що банки віддають перевагу заставі як забезпеченню наданих кредитів, а саме через цінні папери та грошові депозити [4].

Що стосується такої форми забезпечення банківських кредитів, як гарантія, то вона в діяльності банків практично не використовуються. В умовах нестабільності в економіці застосування гарантії на практиці довело її неієздатність, особливо в середині 90-х років, коли багато банків "погоріло" на цьому.

Отже, порівнюючи вид забезпечення (гарантія і поручительство або застava), треба зазначити, що банки віддають перевагу заставі, бо вважають її більш надійним забезпеченням. Порука ж втрачає свою актуальність, це відбувається з таких причин:

по-перше, у банківській практиці зазвичай застосовують повну відповідальність і, відповідно, поручитель повинен буде відповідати за зобов'язаннями позичальника в повному обсязі у випадку неплатоспроможності позичальника;

по-друге, у більшості випадків відмовитися від поруки не можна, але у випадку, якщо позичальник вчасно погашає кредит і його фінансовий стан покращився, банк може дозволити поручителю відмовитися від зобов'язань;

по-третє, до поручителя висувають більш високі вимоги, ніж до безпосереднього клієнта. Так, клієнт може не відповідати одній із вимог для оформлення кредиту, наприклад, його зарплата може не дозволяти оформити кредит. У такому випадку зарплата поручителя зобов'язана бути на необхідному для оформлення кредиту рівні. Також варто зазначити, що порука є індивідуальною операцією й оформляється за необхідності [5; 6].

З метою удосконалення практики кредитних взаємовідносин із клієнтами в умовах підвищеного кредитного ризику та забезпечення надійного захисту інтересів банку, вважається за доцільне:

- розробити законодавчу базу із захисту прав кредиторів;
- провести коригування чинного законодавства з огляду на практику вирішення судами спорів, пов'язаних із застосуванням закону України "Про заставу";
- прискорити створення міжбанківської системи отримання інформації щодо недобросовісних позичальників, поручителів, заставодавців;
- особливу увагу приділяти етапу перевірки заставодавця та майна, що передається в заставу, перед наданням кредиту, процедуру проводити строго відповідно до банківських нормативних документів;



- зменшити частку в структурі забезпечення банків таких видів застави, як товари в обороті та переробці, легкові та вантажні автомобілі;
- здійснювати в процесі кредитування постійний контроль за збереженням застави, її станом і ліквідністю, вимагати від позичальників її відшкодування в разі неповернення позики.

*Наук. керівн. Тисячна Ю. С.*

**Література:** 1. Авансова І. Передумови регулювання кредитної діяльності в Україні: історія і сучасність / І. Авансова // Банківська справа. – 2005. – № 4. – С. 64–79. 2. Васюренко О. В. Банківські операції : навч. посібн. / О. В. Васюренко. – 4-те вид., перероб. і доп. – К. : Знання, 2005. – 324 с. 3. Владичин У. В. Банківське кредитування : навч. посібн. / за ред. докт. екон. наук, проф. С. К. Реверчука / У. В. Владичин. – К. : Атака, 2008. – 648 с. 4. Жукова Н. Особливості кредитування комерційними банками суб'єктів господарювання в Україні / Н. Жукова // Банківська справа. – 2009. – № 2. – С. 65–72. 5. Дутченко О. О. Розробка підходу до визначення оптимального співвідношення "кредит – застава" // ДВНЗ "Українська академія банківської справи НБУ". – 2010. – С. 154–157. 6. Тітенкова М. В. Проблеми забезпечення повернення банківських кредитів / М. В. Тітенкова // Економіка, фінанси, право. – 2008. – № 5. – С. 17–20.

**Куценко К. С.**

УДК [336.717:336.745]:005.334

Магістр 1 курсу  
фінансового факультету ХНЕУ

## **ВАЛЮТНІ РИЗИКИ БАНКУ: ПРИЧИНИ ЇХ ВИНИКНЕННЯ В СУЧАСНИХ УМОВАХ ГОСПОДАРЮВАННЯ БАНКІВ**

*Анотація. Розглянуто валютні ризики банку, виявлено основні причини їх виникнення в сучасних умовах господарювання та наслідки їх впливу в контексті банківської системи; визначено фактори, що обумовлюють виникнення валютних ризиків.*

*Анотация. Рассмотрены валютные риски банка, выявлены основные причины их возникновения в современных условиях хозяйствования и последствия их воздействия в контексте банковской системы; определены факторы, обуславливающие возникновение валютных рисков.*

*Annotation. Currency risks of the bank are considered, the main reasons for their occurrence in the current economic conditions and their consequences in the context of the banking system are identified, the factors that contribute to the emergence of currency risks are defined.*

*Ключові слова: валютні ризики, причини виникнення валютних ризиків, економічна криза.*

В умовах активного залучення банківського сектору України до процесів глобалізації та інтеграції, особливого значення набуває проблема забезпечення фінансової стійкості банківського сектору, що обумовлено наслідками економічної кризи, загостренням міжбанківської конкуренції та необхідністю підтримки стабільності вітчизняної валюти.

Аналіз наукових джерел свідчить про достатню зацікавленість проблематикою щодо оцінки ризику в Україні, причин виникнення, попередження та управління валютними ризиками. Вирішення цих питань присвячені роботи таких відомих науковців-економістів, як В. Вітлінський, В. Кравченко, Л. Примостка, А. Старостіна, А. Шапкіна та ін.

Метою роботи є виникнення причин валютних ризиків у сучасних умовах господарювання.

У загальній системі ризиків, притаманних банківській діяльності, одне з провідних місць належить валютному ризику. Цей ризик присутній у процесі здійснення всіх фінансових операцій банку в іноземній валюті. Як свідчить світова практика, недостатня увага банків до питань ефективного управління валютним ризиком може призвести до значних фінансових втрат. Аналізуючи валютні ризики банку на сучасному етапі, важливо враховувати такі найбільш значущі фактори:

- кризовий стан економіки перехідного періоду, який характеризується не тільки падінням загального рівня доходності, фінансовою нестійкістю багатьох організацій, але й знищенням ряду господарських зв'язків;
- нестійкість політичного становища;
- відсутність або недосконалість певних законодавчих актів, невідповідність між правовою базою й реальною ситуацією;
- інфляцію та інше [1, с. 16].

© Куценко К. С., 2013





Найважливий порядок організації діяльності банку і недосконалість чинного законодавства заважають прийняттю та реалізації оптимальних для конкретної ситуації заходів. Унаслідок неправильної оцінки ризиків або відсутності можливості протидії певним заходам наслідки можуть бути вкрай неприйнятними – аж до повного банкрутства банку. При цьому існують загальні причини виникнення валютних ризиків і тенденції зміни їх рівня.

Основними причинами виникнення валютних ризиків є існування коротко- та довгострокових коливань обмінних курсів, що залежать від зміни попиту й пропозиції валюти на національних і міжнародних валютних ринках. У довгостроковому періоді визначальну роль у цьому процесі відіграє загальний економічний стан країни, рівень виробництва, збалансованість основних макроекономічних пропорцій, обсяги зовнішньої торгівлі тощо, а в короткостроковому – збалансованість окремих ринків і загальний стан ринкового й конкурентного середовища. Коливання кількісних показників окремих чинників та їх певне співвідношення відіграють вирішальну роль у змінах валютних курсів, а тому можуть мати суттєвий вплив на характер виникнення і рівень валютного ризику [2, с. 112].

Доцільно здійснити класифікацію операцій банків з іноземною валютою і визначити ризики, виникнення яких може призвести до підвищення рівня валютного ризику. Виходячи із запропонованої класифікації, яка дозволяє виділити конверсійні, депозитні та кредитні операції, можна стверджувати, що безпосередньо на величину валютного ризику впливають валютообмінні (конверсійні) операції. Крім того, за відсутності у вітчизняній практиці бухгалтерського обліку розподілу балансу на торговельну і банківську книгу, будь-які операції в іноземній валюті можуть вплинути на величину відкритої валютної позиції, а отже, й на величину валютного ризику.

Найбільший вплив на збільшення валютного ризику має кредитний ризик, що притаманний операціям, які банки проводять на міжбанківському ринку. Його рівень збільшується зі збільшенням строків, на які укладаються контракти. Значну потенційну загрозу також може становити операційний ризик: реалізація подій, пов'язаних із виникненням операційного ризику, була серед основних причин, що призвели до значних втрат в окремих зарубіжних банках [3, с. 46].

Необхідно підкреслити, що валютний ризик виникає внаслідок саме неочікуваних змін значень валютних курсів, оскільки очікувані зміни мають бути враховані на момент прийняття відповідних організаційних рішень. Натомість несвоєчасне врахування змін символізує реалізацію інших видів ризиків (компетентності, порядності, ризиків бізнес-середовища тощо).

Станом на сьогодні прийняття будь-яких комерційних рішень обумовлене фактором валютного ризику. Тому управління ним – це трудомісткий і важливий процес у діяльності суб'єктів господарювання.

Наслідками впливу валютного ризику, а саме в аспекті банківської системи, є валютна криза, внутрішня та зовнішня боргова залежність країни, нестабільність у банківській сфері, що спричиняє проблеми психологічного характеру, які знаходять свій вияв у зростанні недовіри до банківських установ, зниженні та подальшому погіршенні якості послуг банківських установ, різкому послабленні національної валюти, збільшенні частки проблемної заборгованості за кредитами та ін. [4, с. 197].

Підводячи підсумки проведеним дослідженням, можна сказати, що валютний ризик посідає провідне місце серед потенційних небезпек у банківській системі. Це обумовлено, насамперед, залученням України до глобалізаційно-інтеграційних процесів. При цьому основою функціонування ефективної системи управління валютними ризиками є правильне оцінювання та розробка методів їх зниження, що дасть змогу уникнути або зменшити неминучі витрати, що виникають у банківській діяльності [5, с. 16].

*Наук. керівн. Тисячна Ю. С.*

**Література:** 1. Примостка Л. Економічні ризики в діяльності банків / Л. Примостка // Банківська справа. – 2004. – № 3. – С. 16. 2. Вітлінський В. В. Кредитний ризик комерційного банку : навч. посібн. / В. В. Вітлінський, О. В. Пернарівський, Я. С. Наконечний. – К. : Знання, КОО, 2000. – 251 с. 3. Довгань Ж. Фінансова стійкість банківських установ у період економічної кризи / Ж. Довгань // Вісник НБУ. – 2009. – № 4. – С. 45–47. 4. Риск-менеджмент : учебник / В. Н. Вяткин, И. В. Вяткин, В. А. Гамза и др. ; под. ред. И. Юргенса. – М. : Изд.-торг. корпорация "Дашков и Ко", 2003. – 512 с. 5. Міщенко В. Проблеми функціонування механізму передачі кредитного ризику / В. Міщенко, О. Кандиба // Банківська справа. – 2009. – № 2. – С. 13–22.

УДК 336.71

**Буряк В. С.**

Студент 3 курсу  
фінансового факультету ХНЕУ

## УПРАВЛІННЯ КРЕДИТНИМИ РИЗИКАМИ В БАНКУ

*Анотація. Розглянуто методи зниження кредитного ризику в банку, проаналізовано основні зарубіжні методи оцінювання кредитоспроможності позичальника, та за допомогою методу аналізу ієрархії виявлено найбільш оптимальний.*

© Буряк В. С., 2013



*Аннотация. Рассмотрены методы снижения кредитного риска в банке, проанализированы основные зарубежные методики оценки кредитоспособности заемщика и при помощи метода анализа иерархий определен наиболее оптимальный.*

*Annotation. The article discusses the methods for reducing credit risk in the bank, the main foreign techniques and methods of evaluation of the borrower's creditworthiness are analysed, and using the hierarchies analysis method the best one is determined.*

**Ключові слова:** банк, кредитний ризик, кредитоспроможність, аналіз ієрархій.

Кредитні операції є основою діяльності банку. Про динамічний розвиток кредитування в Україні свідчать дані [1]: на 01.01.2006 р. надано кредитів на 156 268 млн грн, на 01.01.2007 р. – на 269 294 млн грн, на 01.01.2008 р. – на 485 368 млн грн, на 01.01.2009 р. – на 792 244 млн грн, на 01.01.2010 р. – на 747 348 млн грн, на 01.01.2011 р. – на 755 030 млн грн, на 01.01.2012 р. – на 825 320 млн грн. У процесі кредитування клієнтів банки завжди зустрічаються із суперечностями між дохідністю кредитних операцій та поняттям кредитного ризику. Чим більший дохід приносять позички, тим вищий ступінь кредитного ризику. Недостатня увага, що приділяється визначенню оцінювання ризику та вживанню заходів щодо його нівелювання, може призвести до погіршення фінансового стану банку. Одним з основних видів ризику є ризик неповернення позикових коштів.

З урахуванням динаміки простроченої заборгованості банків України [2] можна говорити про неефективність заходів банків щодо управління кредитною діяльністю і збільшення ризику для всієї банківської системи. Тому необхідним є впровадження ефективних методів оцінювання кредитоспроможності.

У вітчизняній економічній літературі глибоко вивчаються проблеми управління ризиком у банківській діяльності. Так, Криклій О. А. розкрив найважливіші проблеми та особливості процесу управління банком [3], економічний зміст кредитного ризику банку [4], Епіфанов А. О. розкрив базові положення системи оцінювання кредитоспроможності позичальника [5]. Л. Прийдун було розглянуто основні підходи до мінімізації рівня проблемної заборгованості у світовій банківській практиці [6].

Разом із тим окремі аспекти цієї проблеми й досі залишаються не з'ясованими до кінця і значна їх частина потребує подальшого дослідження. Зокрема, недостатньо висвітлені зарубіжні методики оцінювання кредитоспроможності позичальника.

Метою дослідження є аналіз основних підходів, що застосовуються у світовій банківській практиці щодо розв'язання проблеми сумнівних боргів, а також виявлення найбільш оптимального методу оцінювання кредитоспроможності позичальника в сучасних умовах розвитку банківської системи.

Серед методів зниження кредитного ризику банку виділяють такі [7]:

1. Оцінювання кредитоспроможності. Цей спосіб дозволяє попередити майже всі можливі збитки, що пов'язані з неповерненням кредиту.
2. Зменшення розмірів кредитів, що видаються одному позичальнику.
3. Страхування кредитів.
4. Залучення достатнього забезпечення. Цей метод майже повністю гарантує банку повернення виданої суми та отримання відсотка.
5. Видача дисконтних позик. Такий спосіб надання кредитів гарантує, як мінімум, отримання плати за кредит.
6. Кредитні деривативи в операціях хеджування. Вони дозволяють відокремити кредитний ризик від всіх інших ризиків, що притаманні конкретному інструменту, і перенести цей ризик від продавця ризику до покупця ризику.

Основним способом зниження кредитного ризику банку є оцінювання кредитоспроможності позичальника. У таблиці наведено порівняння зарубіжних методів оцінювання кредитоспроможності.

Таблиця

**Методи оцінювання кредитоспроможності позичальника**

Метод	Сутність	Переваги	Недоліки
1	2	3	4
5"C"	В основі лежать такі критерії оцінювання ризику: репутація клієнта; платоспроможність; капітал; забезпечення позики; економічна кон'юнктура та її перспективи	Є невід'ємним елементом процедури прийняття рішення про видачу кредиту, оскільки дозволяє провести первинне якісне оцінювання на початковому етапі розгляду кредитної заявки, тим самим зумовлюючи обґрунтованість і ключові напрями подальшого кількісного аналізу фінансового стану позичальника	Такі інструменти аналізу кредитоспроможності не можуть бути використані як єдиний механізм оцінки позичальників і тим паче виступати в якості гарантії ефективності та повноти кредитного аналізу. Вони не можуть бути виражені й оцінені кількісно, а отже, у кредитних працівників можуть виникнути проблеми, пов'язані з правильністю і надійністю аргументування
"Parts"	В основі лежать такі критерії оцінювання ризику: призначення, мета кредиту; розмір позики; погашення заборгованості; термін; забезпечення позики		

1	2	3	4
Parser	В основі лежать такі критерії оцінювання ризику: інформація про позичальника, його репутація; обґрунтування суми необхідного кредиту; можливість погашення; оцінювання забезпечення; доцільність кредиту; винагорода банку за ризик	Дозволяють найбільш повно вивчити характер позичальників. Моделі ґрунтуються на агрегованих якісних характеристиках позичальника. Дозволяють зіставити безліч факторів потенційного ризику	Недостатня спрацьованість теоретико-методологічного апарату та широке використання математичного апарату. В процесі укладання переважає суб'єктивна думка експертів
Sampany	Аналіз полягає в почерговому виділенні з кредитної заявки та доданих до неї фінансових документів найбільш істотних чинників, що визначають діяльність клієнта, їх оцінюванні та уточненні після особистої зустрічі з клієнтом		
SWOT	Основними цілями аналізу інформації є: визначення сильних та слабких сторін заявника; визначення специфічних факторів, що є найбільш важливими для продовження успіху позичальника; можливі ризики в разі кредитування	Дозволяє виявити сильні та слабкі сторони позичальника, його потенційні можливості й ризики	Цю методику не може освоїти будь-який аналітик-початківець (що не володіє знаннями математики, теорії ймовірності, статистики і т. д.). Тут потрібні системні економічні знання, досвід та інтуїція, поглиблений міждисциплінарний підхід

Для виявлення найбільш оптимального методу оцінювання кредитоспроможності позичальника у сучасних умовах розвитку банківської системи було використано метод аналізу ієрархій (МАІ), запропонований американським системним аналітиком Т. Сааті. Для вирішення поставленого завдання запропоновані критерії, яким повинен максимально відповідати метод оцінювання ризику, а саме: витрати часу; рівень об'єктивності; оперативність використання; доступність джерел інформації; різноманітність показників, що складають інтегральну оцінку.

Після побудови матриці парних порівнянь для критеріїв можна зробити висновок, що рівень об'єктивності кінцевого результату сприймається як найбільш важливий критерій (60,34 %), а доступність джерел інформації – як найменш важливий (4,31 %).

Порівнюючи методи оцінювання ризику за кожним критерієм, можна констатувати, що за критерієм "Витрати часу" найефективнішим є метод "Parts", за критерієм "Рівень об'єктивності" – метод SWOT, за критерієм "Оперативність використання" – метод "Parts", за критерієм "Доступність джерел інформації" – метод "Parts", та за критерієм "Різноманітність показників, що складають інтегральну оцінку" – метод SWOT.

Для виявлення глобальних пріоритетів побудовано матрицю, де локальні пріоритети розташовуються стосовно кожного критерію. Проаналізувавши цю матрицю, робимо висновок, що метод SWOT у розрізі глобальних пріоритетів виявився більш пріоритетним.

Проведене дослідження з використанням методу аналізу ієрархій показало, що найбільш прийнятним методом оцінювання ризику серед зарубіжних методик, що максимально задовольняє висунуті критерії, є метод SWOT, який дозволяє виявити сильні та слабкі сторони позичальника, його потенційні можливості й ризики.

*Наук. керівн. Омельченко О. І.*

**Література:** 1. Основні показники діяльності банків України на 1 січня 2012 року // Вісник Національного банку України. – 2012. – № 2. – С. 39. 2. Белякова В. Аналітичне обґрунтування доцільності реалізації кредитних відносин суб'єктами господарювання / В. Белякова // Вісник Університету банківської справи Національного банку України. – 2011. – № 2. – С. 104–108. 3. Банківський менеджмент: питання теорії та практики : монографія / [О. Криклій, Н. Маслак, О. Пожар та ін.]. – Суми : ДВНЗ "УАБС НБУ", 2011. – 152 с. 4. Криклій О. Управління кредитним ризиком банку : монографія / О. Криклій, Н. Маслак. – Суми : ДВНЗ "УАБС НБУ", 2008. – 86 с. 5. Оцінка кредитоспроможності та інвестиційної привабливості суб'єктів господарювання : монографія / [А. Епіфанов, Н. Дехтяр, Т. Мельник та ін.]; за ред. докт. екон. наук А. Епіфанова. – Суми : ДВНЗ "УАБС НБУ", 2007. – 286 с. 6. Прийдун Л. Оцінка зарубіжного досвіду мінімізації рівня проблемної заборгованості у кредитних операціях банків / Л. Прийдун // Українська наука: минуле, сучасне, майбутнє. – 2011. – № 16. – С. 201–209. 7. Кривцун І. Управління ризиками комерційного банку / І. Кривцун, О. Кутник // Регіональна економіка. – 2008. – № 4. – С. 104–108.

Магістр 1 курсу  
фінансового факультету ХНЕУ

## ШЛЯХИ ВДОСКОНАЛЕННЯ ДІЯЛЬНОСТІ БАНКІВ НА ФОНДОВОМУ РИНКУ УКРАЇНИ

*Анотація. Проведено аналіз функціонування банків на ринку цінних паперів. Виявлено проблеми здійснення операцій банків на вітчизняному фондовому ринку. Наведено рекомендації щодо вдосконалення операцій банків із цінними паперами.*

*Анотация. Проведен анализ функционирования банков на рынке ценных бумаг. Выявлены проблемы осуществления операций банков на отечественном фондовом рынке. Представлены рекомендации по усовершенствованию операций банков с ценными бумагами.*

*Annotation. The analysis of banks' functioning at the market of equities is conducted. The problems of realization of operations of banks are educed at home fund market. Recommendations in relation to the improvement of operations of banks with securities are given.*

*Ключові слова: фондовий ринок, цінні папери, емітент, інвестор, облігації.*

Перехід від стагнації до економічного зростання в економіці України вимагає більш активного використання ринкових заходів щодо підтримки та подальшого розвитку трансформаційних перетворень. Важливим моментом сучасного етапу функціонування банківського сектору України є активізація участі банків на фондовому ринку. Операції банків із цінними паперами є відносно новими, але надзвичайно перспективними, враховуючи активізацію фондового ринку України. Саме тому проблеми діяльності банків на фондовому ринку є актуальними на сьогодні для всіх суб'єктів банківської сфери.

Вивченню проблем розвитку фондового ринку в Україні присвячено чимало праць сучасних економістів, серед яких можна виділити роботи І. Брітченка [1], О. Гетьмана [2], А. Яценюка [3] тощо. Разом з тим залишається невисвітленим досить широке коло питань, пов'язаних зі специфікою проведення банками операцій із цінними паперами. Банківська система України на сьогодні перебуває на складному етапі свого розвитку, а це зумовлює велику кількість проблем, які потребують вивчення.

Метою цього дослідження є аналіз функціонування банків України на фондовому ринку, а також визначення шляхів удосконалення операцій банків із цінними паперами.

Сьогодні ринок цінних паперів України є самостійним елементом сучасної ринкової інфраструктури, який характеризується стрімким та динамічним розвитком, а також появою на ньому нових учасників. Серед них особливе місце займають банки, які на сьогодні є найбільш авторитетними учасниками фондового ринку. Зростання ролі банків на фондовому ринку пов'язане, перш за все, з тим, що вони можуть виконувати широкий спектр операцій одночасно і тому виступають найефективнішими дійовими особами на цьому сегменті ринку. На фондовому ринку можна виділити три напрями діяльності банку: як емітента, як інвестора та як професійного учасника [1]. Проте одним із найперспективніших напрямів діяльності банків на фондовому ринку є організація випуску цінних паперів, зокрема корпоративних облігацій, що надає їм значної переваги серед інших учасників.

Аналізуючи діяльність банків України на фондовому ринку, необхідно зазначити позитивні тенденції в проведенні таких операцій, про що свідчить поступове, але постійне збільшення їх частки серед інших учасників. У 2010 році банки посіли друге місце серед учасників, які зареєстрували найбільші випуски облігацій. Частка банків на фондовому ринку становила 33,5 % у загальному обсязі операцій із випуску цінних паперів [2].

Найбільший випуск облігацій зареєстровано ПАТ КБ "ПриватБанк" у 2011 році – близько 2 млрд грн. Згідно з аналізом динаміки зареєстрованих випусків облігацій вітчизняних банків за 2007 – I півріччя 2011 року, обсяг випущених облігацій у 2007 році склав 18 869 млн грн, а у 2009 році учасники ринку взагалі не здійснювали емісії облігацій [3]. Причиною цього є наслідки світової фінансової кризи, проте вже у 2010 році емісія банками облігацій становила 3 150 млн грн.

Незважаючи на позитивну тенденцію зростання обсягу випуску облігацій у I півріччі 2011 року на 7 300 млн грн, існують негативні фактори, які впливають на розвиток діяльності банків на ринку цінних паперів. Сучасний український ринок корпоративних облігацій перебуває на стадії становлення і не може конкурувати з ринками розвинених країн, оскільки йде повільне зростання випусків облігацій. Однією з найбільших проблем фондового ринку залишається недотримання стандартів корпоративного управління, а саме недостовірність наведеної інформації емітентом та недостатньо врегульоване питання доступу акціонерів до проспекту емісії [4].



З метою якісної перебудови фондового ринку України та спрямування його на реалізацію завдань інвестиційно-інноваційної сфери політика держави має бути зосереджена на підвищенні випуску цінних паперів банками.

Таким чином, проведений аналіз діяльності обсягу випуску банками корпоративних облігацій дає підстави стверджувати, що поки що сегмент фондового ринку за обсягами випущених цінних паперів значно відстає від докризового періоду. Водночас за своїми потенційними можливостями ринок корпоративних облігацій може стати потужним джерелом залучення інвестицій у реальний сектор економіки, тому сприяння його розвитку повинне стати одним із пріоритетів державної політики на фондовому ринку. Основні заходи держави на цьому сегменті ринку мають бути спрямовані на залучення ресурсів шляхом емісії цінних паперів банками, що забезпечить збільшення пропозиції цінних паперів на ринку. Також банкам доцільно розширювати надання інвестиційних послуг, які на цьому етапі здійснюються на недостатньому рівні.

Управління ризиками банківської діяльності автор вважає за доцільне здійснювати через використання похідних цінних паперів як одного з найбільш ефективних інструментів захисту від несприятливих обставин і запровадження нових методик управління портфелем фінансових інвестицій.

Дотримання даних рекомендацій щодо вдосконалення діяльності банків на ринку цінних паперів дасть змогу забезпечити не лише оздоровлення фінансового сектору, а й відновлення темпів економічного зростання, що є головним завданням в умовах якнайшвидшого подолання наслідків фінансової кризи в економіці.

*Наук. керівн. Рац О. М.*

**Література:** 1. Брітченко І. Роль комерційних банків у розбудові фондового ринку України / І. Брітченко, Р. Перепелиця // Вісник НБУ. – 2010. – № 4. – С. 23–27. 2. Гетьман О. Економічна характеристика ризиків у процесі банківського інвестування на фондовому ринку / О. Гетьман // Вісник Національного банку України. – 2009. – № 6. – С. 40–43. 3. Яценюк А. Фондовий ринок України: проблеми та перспективи розвитку / А. Яценюк // Вісник НБУ. – 2009. – № 11. – С. 4–9. 4. Річний звіт державної комісії з цінних паперів та фондового ринку за I півріччя 2011 р. [Електронний ресурс]. – Режим доступу : [www.ssmc.gov.ua](http://www.ssmc.gov.ua).

УДК 330.322(477)

**Грицак Ю. М.**

Магістр 2 курсу  
фінансового факультету ХНЕУ

## **АНАЛІЗ ІНВЕСТИЦІЙНОГО КЛІМАТУ УКРАЇНИ В ПОСТКРИЗОВИЙ ПЕРІОД ТА ШЛЯХИ ЙОГО ПОЛІПШЕННЯ**

*Анотація. Проаналізовано динаміку інвестиційної привабливості України у посткризовий період, досліджено основні перешкоди для іноземних інвестицій в Україну, а також розглянуто шляхи залучення іноземних інвестицій у країну.*

*Аннотация. Проанализирована динамика инвестиционной привлекательности Украины в посткризисный период, исследованы основные препятствия для иностранных инвестиций в Украину, а также рассмотрены пути привлечения иностранных инвестиций в страну.*

*Annotation. The dynamics of the investment attractiveness of Ukraine in the post-crisis period is analysed, the main obstacles for foreign investment in Ukraine are studied, and the ways of attracting foreign investment into the country are considered.*

*Ключові слова: інвестиції, інвестиційний клімат, інвестиційна діяльність, дефіцит бюджету, ВВП, імпорт, експорт.*

Світова фінансово-економічна криза 2008 року значно погіршила інвестиційну привабливість України з погляду іноземних інвесторів. Попит на інвестиції падав швидше, ніж виробництво валового продукту внаслідок того, що інфляція значно знецінювала інвестиційні кошти [1].

Сьогодні Україна перебуває у посткризовому періоді на етапі поступового відродження економіки. Але високий рівень інфляції та низька інвестиційна активність стримують цей процес.

Актуальність обраної теми полягає в тому, що стан та розвиток виробництва і вирішення соціальних та екологічних проблем залежать від ефективної інвестиційної політики країни.



Метою є дослідження стану інвестиційного клімату України та можливих шляхів його поліпшення.

Аналізом та вивченням цієї проблеми займалися такі вчені, як Майорова Т. В. [2; 3], Пересяда А. А. [4], Борщ Л. М., Погореловський С. С. [5], Носова О. В. [6; 7] та ін. Узагальнюючи їх роботи, можна прийти до висновку, що позитивний інвестиційний клімат є найважливішою передумовою активної інвестиційної діяльності в Україні.

Згідно із Законом України "Про інвестиційну діяльність" від 18.09.91 [8], інвестиції – це всі види майнових та інтелектуальних цінностей, що вкладаються в об'єкти підприємницької та інших видів діяльності, в результаті якої створюється прибуток або досягається соціальний ефект.

Інвестиційна діяльність – це сукупність практичних дій громадян, юридичних осіб і держави щодо реалізації інвестицій [8].

Інвестиційна привабливість – це сукупність об'єктивних і суб'єктивних умов, що сприяють або перешкоджають процесу інвестування національної економіки на макро-, мезо- і макрорівнях.

Інвестиційний клімат – це узагальнена характеристика сукупності соціальних, економічних, організаційних, правових, політичних та соціокультурних передумов, що визначають привабливість і доцільність інвестування в ту чи іншу господарську систему [9].

Оцінювання інвестиційної привабливості країни здійснюється на основі певних показників, які можна поділити на такі групи:

- макро- та мікроекономічні: дефіцит державного бюджету, обсяг ВВП, показники експорту та імпорту, оподаткування та законодавство у сфері регулювання економічних відносин, стійкість валютного курсу, динаміка інфляційних процесів, характеристика банківської системи;
- політично-правові: національне законодавство та політика держави щодо іноземних інвестицій, стабільність політичної системи, ступінь державного втручання в економіку;
- соціально-психологічні: зрілість суспільства, його узгодженість в основних питаннях економічного та соціального розвитку країни.

Україна значно відстає від більшості країн майже за всіма макроекономічними показниками, що знижує рівень інвестиційних потоків у країну. Низький рівень інвестиційних ресурсів ускладнився впливом світової фінансово-економічної кризи, що негативно позначилось на економічній та політичній ситуації в країні. Як наслідок, у 2009 році порівняно із 2008 роком обсяг інвестицій в основний капітал зменшився на 41,5 відсотка, що є найгіршим показником за всю історію України. У 2008 році відносно 2007 року зменшився на 2,6 відсотка, коли у 2007 році відносно 2006 року був наявним приріст на 29,8 відсотка. Окрім того, в умовах невиконання державного бюджету відбулося скорочення державних інвестицій: капітальні видатки зведеного бюджету зменшились на 51,5 відсотка порівняно із 2008 роком (їх частка у структурі видатків зведеного бюджету знизилась із 13,3 до 6,5 відсотків).

Динаміку інвестиційної привабливості країни можна дослідити за підрахунками Державного комітету статистики. Станом на 1 січня 2011 року загальний обсяг прямих іноземних інвестицій, внесених в Україну, склав 44 708,0 млн дол. США, а, наприклад, у 2007 році (в докризовий період) загальний обсяг інвестицій складав лише 21 607,3 млн дол. США, що менше майже у 2 рази (рис. 1).

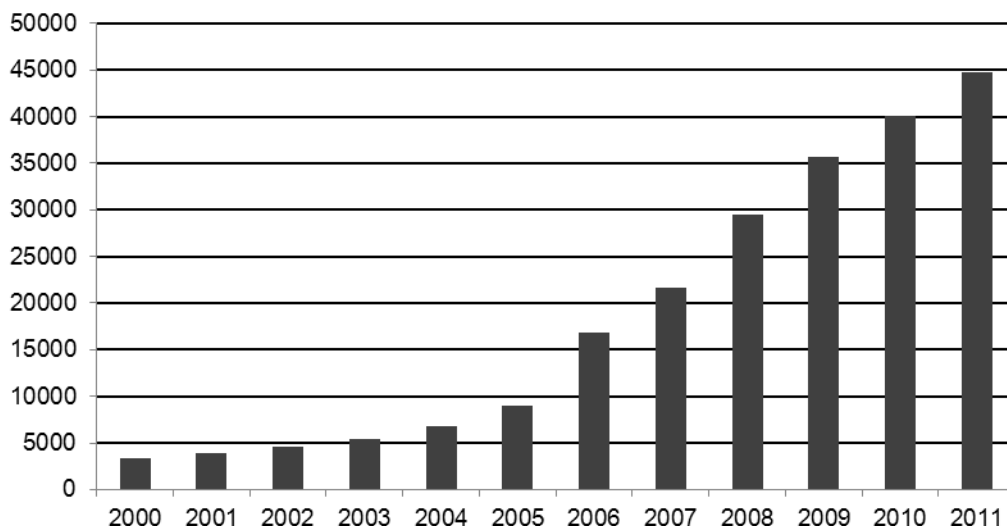


Рис. 1. Динаміка прямих інвестицій в Україну на початок року у млн дол. США

Сьогодні кризові явища хоч і пішли на спад, але все ще продовжують існувати у світовому господарстві, оскільки фінансові системи ще залишаються ушкодженими. Поступово Україна стає більш привабливою для іноземних інвесторів. Наприклад, за даними Держкомстату, прямі іноземні інвестиції (ПІІ) в Україну на 01.10.2011 р. усього склали 48 466,2 млн дол. США, що на 5 954,3 млн дол. США більше, ніж за аналогічний період 2010 року (рис. 2).

Основними інвесторами, як видно з рис. 2, є такі країни, як Кіпр (24,9 % від загального обсягу), Німеччина (15,0 %) та Нідерланди (10,1 %).

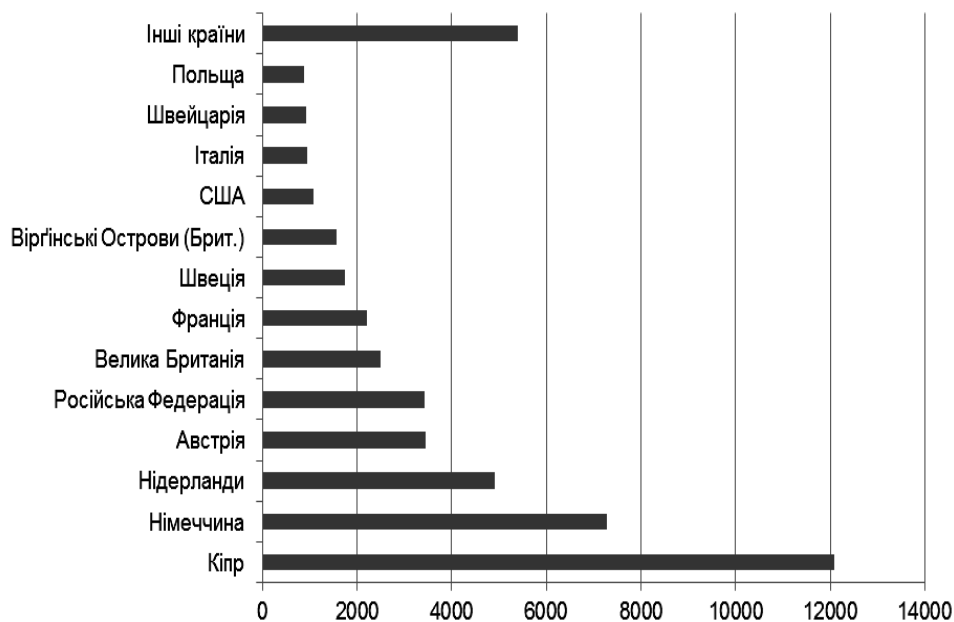


Рис. 2. Основні іноземні інвестори України на 01.10.2011 р.

Частка України у глобальних інвестиційних потоках не перевищує 0,5 відсотка, однак вона володіє очевидними економічними перевагами:

- найвища в Європі за останні п'ять років динаміка зростання ВВП;
- 5-те місце у світі за кількістю сертифікованих ІТ-спеціалістів;
- стратегічно вигідне географічне розташування;
- доступ до 4 із 10 основних європейських транспортних коридорів;
- 1/3 світових чорноземів.

На думку Майорової Т. В., основними перешкодами для іноземних інвестицій в Україну є: нестабільне та надмірне державне регулювання; нечітка правова система; мінливість економічного середовища; корупція; великий податковий тягар; проблеми щодо встановлення чітких прав власності; низький рівень доходів громадян; труднощі у спілкуванні з урядом та приватизаційними органами; мінливість політичного середовища; відсутність матеріальної інфраструктури; проблеми виходу на внутрішній і зовнішній ринки та ін. [3].

Тому велике значення має вдосконалення процесу формування інвестиційної політики держави, що може активізувати залучення іноземних інвестицій у національній економіці у складних посткризових умовах.

Інвестиційний клімат України все ще залишається несприятливим для розвитку бізнесу. Погореловський С. С. визначає [5], що його покращення можливе через комплексне реформування всієї фінансово-інвестиційної інфраструктури, а саме:

- створення цілісної системи для моніторингу інвестиційного клімату в умовах дії чинного законодавства України, що сприятиме вдосконаленню нормативно-правової бази, яка регламентує інвестиційну діяльність;
- спрощення і впорядкування державного адміністрування, створення умов для ринкового саморегулювання інвестиційних процесів, що сприятиме зниженню рівня корупції;
- пошук форм і методів залучення до інвестиційної сфери заощаджень населення та вдосконалення системи гарантій збереження вкладів громадян у фінансово-кредитних установах;
- запровадження Міжнародних стандартів результативності інвестування (GIPS) для надання звітності за підсумками інвестиційної діяльності, що сприятиме не лише її прозорості, але й збільшенню іноземних інвестицій;
- систематизоване, детальне вивчення досвіду зарубіжних країн у залученні іноземних інвестицій, що допоможе створити максимально сприятливий інвестиційний клімат для розвитку економіки України;
- формування сприятливого інвестиційного іміджу через організацію та участь у міжнародних виставках, ярмарках, інвестиційних проектах, публікації в міжнародних друкованих виданнях відповідного профілю;
- сприяння розвитку інвестиційної інфраструктури (інвестиційних фондів, аудиторських та страхових компаній).

Окрім цих шляхів поліпшення інвестиційного клімату в країні, Носова О. В. виокремлює [7] такі заходи, як:

- концентрація наявних ресурсів у пріоритетних галузях економіки з подальшого їхньою трансформацією в інвестиції і завдяки цьому створення умов для економічного зростання;



- інвестування в людський капітал, підвищення ступеня кваліфікації працівників, що є основою для впровадження нових технологій на підприємствах;
- зростання інвестицій в акціонерний капітал і надання кредитного фінансування на більший термін, що сприяє підвищенню конкурентоспроможності приватного сектору економіки.

Враховуючи ці обставини і усвідомлюючи важливість поліпшення інвестиційного клімату в Україні, основним завданням на короткострокову перспективу є підготовка необхідної правової та організаційної бази для підвищення дієздатності механізмів забезпечення інвестиційного клімату й формування основи збереження та нарощування конкурентоспроможності вітчизняної економіки.

Перш за все, необхідно підготувати план дій щодо забезпечення сприятливого інвестиційного клімату у межах пріоритетів соціально-економічного розвитку. Далі необхідно розробити регіональні плани підвищення інвестиційної привабливості областей з урахуванням особливостей поточних рейтингів їх інвестиційної привабливості, забезпечити державний моніторинг їх виконання.

Наступним кроком має бути розширення спектру заходів конкурентної політики, зокрема щодо запобігання антиконкурентним діям національних та іноземних інвесторів на українському ринку.

Необхідно зазначити, що для стимулювання інвестування в економіку України, формування позитивного інвестиційного іміджу України у світі 6 квітня 2011 року за участі Президента України – Віктора Януковича, було розглянуто та прийнято Інвестиційну реформу України.

Протягом 3-х наступних років очікується збільшення об'єму інвестицій до 80 млрд дол. США, покращення незалежних рейтингів України (Світового банку – до 100 з 145 місця зараз; Світового економічного форуму – до 50 з 82 місця зараз) та зменшення щорічного відтоку ПІІ з 15 % до 10 %.

Україна потенційно може бути однією з провідних країн із залучення інвестицій. Цьому сприяє її величезний внутрішній ринок, порівняно кваліфікована і водночас дешева робоча сила, значний науково-технічний потенціал, великі природні ресурси та наявність інфраструктури, хоч і не надто розвиненої. Активізація виробничої діяльності, яка спостерігалася в Україні упродовж 2011 року, відобразилася на позитивній динаміці фінансових результатів, що позитивно вплинуло на інвестиційний клімат у країні.

*Наук. керівн. Жуков В. В.*

**Література:** 1. Лазебник Л. Л. Інвестиційний клімат та економічна мотивація іноземного інвестування в Україні / Л. Л. Лазебник // Фінанси України. – 2010. – № 4. – С. 82–88. 2. Майорова Т. В. Інвестиційна діяльність : підручник / Т. В. Майорова. – К. : Центр учбової літератури, 2009. – 472 с. 3. Майорова Т. В. Залучення іноземних інвестицій в умовах глобалізації / Т. В. Майорова // Вісник КНЕУ імені В. Гетьмана. – 2011. – № 1. – С. 89. 4. Пересада А. А. Інвестиційний аналіз : навч.-метод. посібн. для самост. вивч. дисц. / А. А. Пересада. – К. : КНЕУ, 2003. – 134 с. 5. Погореловський С. С. Оцінка інвестиційного клімату України та напрями його покращення / С. С. Погореловський // Збірник наукових праць Національного університету державної податкової служби України. – 2011. – № 1. – С. 477. 6. Носова О. В. Інвестиційний клімат в Україні / О. В. Носова // Стратегічні пріоритети. – 2008. – № 16. – С. 59–65. 7. Носова О. В. Інвестиційний клімат в Україні: основні напрями поліпшення / О. В. Носова // Соціально-економічна та регіональна політика. – 2010. – № 1. – С. 59. 8. Про інвестиційну діяльність : Закон України від 18 вересня 1991 р. № 1560 – XII // Відомості Верховної Ради України. – 1991. – № 47 (змін. і доп. – 23.07. 2010 р.). 9. Боярко І. М. Інвестиційний аналіз : навч. посібн. / І. М. Боярко. – К. : Центр учбової літератури, 2011. – 400 с.

---

**Макушенко А. В.**

УДК 336.717.512 (477)

Магістр 2 курсу  
фінансового факультету ХНЕУ

## **МЕТОДИКА ОЦІНКИ РІВНЯ РЕГУЛЮВАННЯ ДІЯЛЬНОСТІ БАНКУ**

*Анотація. Запропоновано методику оцінки рівня регулювання діяльності банку шляхом розрахунку інтегрального показника. На основі результатів проведеного оцінювання для ПАТ "Райффайзен Банк Аваль" надано рекомендації щодо підвищення рівня ліквідності.*

*Аннотация. Предложена методика оценки уровня регулирования деятельности банка путем расчета интегрального показателя. На основе результатов проведенной оценки для ПАО "Райффайзен Банк Аваль" даны рекомендации по повышению уровня ликвидности.*

---

© Макушенко А. В., 2013



*Annotation. The paper proposes a method of assessing the level of regulation of bank activity, by calculating the integral indicator. Basing on the results of the assessment for PJSC "Raiffeisen Bank Aval" the recommendations on increasing liquidity level are given.*

*Ключові слова: банківське регулювання, інтегральний показник, норматив, оцінка, фінансова стійкість.*

Забезпечення стабільної банківської системи здійснюється шляхом регулювання діяльності банків. Сьогодні в Україні склались специфічні умови як в економічній сфері в цілому, так і в банківській системі зокрема. Це пов'язано, насамперед, із фінансовою кризою, недосконалістю законодавства, втратою довіри населення до держави і до банків. Саме тому проблема збереження стабільного фінансового стану банку та забезпечення його ефективної діяльності є нагальною та актуальною.

Розробці механізму ефективного регулювання банківської діяльності присвячені дослідження як вітчизняних, так і зарубіжних учених: О. Барановського [1], Р. Гриценка [2], Г. Карчева [3], Ю. Серпенінова [4], А. Степаненка [5] та ін. Проте праці науковців в основному спрямовані на висвітлення теоретичних аспектів регулювання, і недостатньо уваги приділяється вирішенню практичних питань, а саме: аналізу дотримання обов'язкових економічних нормативів, встановлених НБУ, аналізу показників прибутковості та оцінці рівня регулювання банківської діяльності.

Тому доцільною є розробка методики оцінювання рівня регулювання діяльності банку, яка базується на аналізі його фінансового стану.

Забезпечення належного контролю за діяльністю банків є досить складним і вимагає вирішення низки поточних завдань. Надзвичайно важливим у системі банківського регулювання є контроль за фінансовим результатом діяльності банку, а саме за розміром чистого прибутку банку. Адже на основі цього показника оцінюється рівень розвитку діяльності банку [1]. Так, наприклад, ПАТ "Райффайзен Банк Аваль" протягом 2006 – 2008 років отримувал прибуток, тобто його діяльність була ефективною. Але внаслідок фінансової кризи у 2009 році банк зазнав значних збитків, які протягом 2010 року намагався ліквідувати. У результаті за 2010 – 2011 роки ПАТ "Райффайзен Банк Аваль" отримав прибуток, який є незначним.

З огляду на тенденції зміни фінансового результату ПАТ "Райффайзен Банк Аваль" потребує регулювання діяльності, що забезпечить підвищення прибутковості банку. Головним інструментом регулювання банківської діяльності є контроль за виконанням обов'язкових економічних нормативів, встановлених НБУ. Адже невиконання банком нормативу є підставою для визнання його проблемним. Тому в основу методики оцінки рівня регулювання діяльності банку доцільно покласти аналіз виконання економічних нормативів.

Оцінити рівень регулювання діяльності банку можна за допомогою розрахунку інтегрального показника оцінки фінансового стану, що розраховується за формулою [3]:

$$K_{int} = K_1 \times K_2 \times K_3 \times \dots \times K_n, \quad (1)$$

де  $K_{int}$  – інтегральний показник оцінки фінансового стану банку;

$K_n$  – зважений норматив оцінки фінансового стану банку.

Формулу зваженого нормативу оцінки фінансового стану банку можна подати таким чином [3]:

$$K_i = x_i / x_{min(max)}, \quad (2)$$

де  $x_i$  – фактичне значення  $i$ -го нормативу;

$x_{min(max)}$  – граничне значення нормативу.

У випадку зростання значення інтегрального показника можна говорити про покращення фінансового стану банку, в разі зменшення – про погіршення результативності діяльності.

У таблиці наведено результати розрахунку інтегрального показника фінансового стану ПАТ "Райффайзен Банк Аваль" на основі дотримання обов'язкових економічних нормативів капіталу, ліквідності та кредитного ризику.

Таблиця

**Інтегральний показник оцінки фінансового стану ПАТ "Райффайзен Банк Аваль"**

Нормативи	2009		2010		2011	
	Значення, %	Зважений норматив	Значення, %	Зважений норматив	Значення, %	Зважений норматив
1	2	3	4	5	6	7
Норматив адекватності регулятивного капіталу/платоспроможності (не менше 10 %)	11,36	1,14	13,34	1,33	16,9	1,69
Норматив (коефіцієнт) співвідношення регулятивного капіталу до сукупних активів (не менше 9 %)	10,50	1,17	10,49	1,17	12	1,33
Норматив миттєвої ліквідності (не менше 20 %)	82,20	4,11	53,00	2,65	54,1	2,71

1	2	3	4	5	6	7
Норматив поточної ліквідності (не менше 40 %)	79,35	1,98	64,29	1,61	77,3	1,93
Норматив короткострокової ліквідності (менше 60 %)	47,82	0,80	36,38	0,61	85,1	1,42
Норматив максимального розміру кредитного ризику на одного контрагента (не більше 25 %)	16,57	0,66	20,26	0,81	12,1	0,48
Норматив великих кредитних ризиків (не більше 8-кратного розміру регулятивного капіталу)	42,12	5,27	32,57	4,07	23	2,88
Інтегральний показник		30,05		13,25		23,28

З результатів аналізу даних таблиці можна зробити висновок, що значення інтегрального показника в 2011 році знизилася порівняно з 2009 роком. Це є результатом зниження нормативів ліквідності та сигналом про необхідність застосування заходів регулювання банківської діяльності.

На основі дослідження праць науковців та практиків із питань банківського регулювання, а саме: О. Барановського [1], Р. Гриценка [2], Г. Карчева [3], Ю. Серпенінова [4], А. Степаненка [5], пропонуються такі шляхи підвищення рівня дотриманості нормативів ліквідності ПАТ "Райффайзен Банк Аваль":

забезпечення достовірності та надійності інформації про поточні зобов'язання і наявність ліквідних коштів у банку;

ураховування окремих видів активів та зобов'язань з початковим строком погашення до одного року в процесі визначення показника короткострокової ліквідності;

ураховування обсягу сформованих резервів під активні операції в процесі розрахунку показників ліквідності;

посилення коефіцієнтного контролю за довгостроковою ліквідністю;

визначення єдиних концептуальних засад організації банківського контролю;

оптимізація організаційної структури контролю ліквідності банку;

стандартизація форм і методів контрольної діяльності;

покращення матеріально-технічного, наукового та інформаційно-аналітичного забезпечення функціонування системи контролю над показниками ліквідності банку;

система контролю повинна бути мобільною, тобто оперативною та адекватно реагувати на будь-які зміни в діяльності підприємства та економіці країни.

Таким чином, було розроблено та запропоновано методику оцінювання рівня регулювання банківської діяльності, яка враховує фінансовий стан установи. На прикладі ПАТ "Райффайзен Банк Аваль" проведено її апробацію та визначено заходи, спрямовані на підвищення рівня ліквідності, які в майбутньому забезпечать підвищення величини отриманого прибутку.

Наук. керівн. Омельченко О. І.

**Література:** 1. Барановський О. Проблемні банки: виявлення і ліквідація / О. Барановський // Вісник НБУ. – 2009. – № 11. – С. 18–31. 2. Гриченко Р. Теоретичні аспекти організації банківського нагляду в сучасних умовах / Р. Гриченко // Вісник НБУ. – 2007. – № 4. – С. 57–59. 3. Карчева Г. Т. Стійкість та потенціал банківської системи України / Г. Т. Карчева // Науковий вісник ЧДІЕУ. – 2011. – № 1. – С. 155–163. 4. Серпенінова Ю. С. Усунення недоліків нормативного методу державного регулювання ліквідності банків / Ю. С. Серпенінова // Соціально-економічні проблеми сучасного періоду України. Фінансовий ринок України: стабілізація та євроінтеграція. – 2010. – № 1. – С. 33–34. 5. Степаненко А. І. Банківський нагляд в Україні: проблеми та шляхи їх вирішення / А. І. Степаненко // Банківська справа. – 2008. – № 5. – С. 29–34.

**Шеретун А. С.**

УДК 336.711(477)

Магістр 1 курсу  
фінансового факультету ХНЕУ

## ШЛЯХИ ВДОСКОНАЛЕННЯ РОБОТИ НАЦІОНАЛЬНОГО БАНКУ УКРАЇНИ З ПРОБЛЕМНИМИ БАНКАМИ

*Анотація. Розглянуто сутність поняття "проблемні банки". Визначено основні заходи щодо організації роботи НБУ з проблемними банками. Висвітлено основні комплексні методики рейтингового оцінювання банків, які застосовуються в Україні.*

*Аннотация. Рассмотрена сущность понятия "проблемные банки". Определены основные мероприятия по организации работы НБУ с проблемными банками. Освещены основные комплексные методики рейтинговых оценок банков, которые применяются в Украине.*

*Annotation. The essence of the concept of "problem banks" is considered. The main measures that improve the work of The National Bank of Ukraine with problem banks are defined. The main complex techniques of ratings of banks, which are applied in Ukraine, have been identified.*

*Ключові слова: банківська діяльність, НБУ, проблемні банки, ліквідація.*

У результаті економічної нестабільності, за підрахунками Міністерства фінансів США та Міжнародного валютного фонду (МВФ), в Україні на початок 2011 року зареєстровано близько 50 проблемних банків. НБУ готує тимчасову адміністрацію для визначення складності їх стану і подальшої роботи з ними. Виходячи з цього, організація роботи НБУ з проблемними банками є актуальною.

Питанням організації роботи НБУ з проблемними банками присвячено багато наукових праць таких учених, як А. Мороз [1], О. Васюренко [2], Е. Жарковська [3], Р. Набок [4] та ін.

Метою статті є визначення шляхів удосконалення роботи НБУ з проблемними банками.

Проблемний банк – це банк, який демонструє можливість чи вірогідність банкрутства [1]. Банкрутство банку може зумовити одна з двох класичних причин: неплатоспроможність, що означає відсутність у банку достатньої кількості активів, щоб виконати свої зобов'язання, та неліквідність, тобто банк не в змозі виконати свої зобов'язання перед вкладниками чи кредиторами.

Кількість банків, які знаходяться у процесі ліквідації, постійно зростає і на 01.11.11 становить 21 банк (Акціонерне товариство "Градобанк", Акціонерний банк "Банк регіонального розвитку", Акціонерний комерційний банк "Східно-Європейський банк", Акціонерний комерційний банк "Європейський", Комерційний банк "Іпобанк", Публічне акціонерне товариство "Комерційний банк "Володимирський", Публічне акціонерне товариство "Комерційний банк "СоцКом Банк" та ін.) [5].

Критерії проблемної діяльності визначаються НБУ на підставі аналізу дотримання банком пруденційних норм і нормативів ведення банківської справи: показників обов'язкових економічних нормативів та інших норм, передбачених нормативними актами Національного банку України [1].

Серед населення найбільшу недовіру викликають такі банки, як ВАТ КБ "Надра", ПАТ "ВТБ Банк", ПАТ "Дельта Банк", ВАТ "ОТП банк" та ВАТ "Кредобанк". Основними критеріями оцінювання, за якими їх визначено як проблемні, є надмірно активна робота банків із колекторами, непрозора схема нарахування відсотків, неефективне використання коштів, особливо в період фінансової кризи.

Проблемний характер діяльності комерційного банку, який потребує спеціальної уваги служби банківського нагляду, може визначатися на підставі оцінювання. Для оцінювання фінансового стану банку застосовуються комплексні методики рейтингового оцінювання банків.

Однією з таких методик є система CAMELS, яка застосовується переважно за кордоном. Комплексне рейтингове оцінювання комерційного банку за системою CAMELS здійснюється на підставі оцінювання кожного компонента системи за результатами виїзного інспектування банку, де С – достатність капіталу, А – якість активів, М – менеджмент, Е – надходження, L – ліквідність та S – чутливість до ринкових ризиків.

Банк, який отримав рейтингову оцінку "5" або "4", має велику ймовірність банкрутства в найближчому майбутньому, значні фінансові недоліки, недостатній розмір капіталу. Такий банк негайно включається до категорії проблемних банків.

Банк, який отримав рейтингову оцінку "3", характеризується такими недоліками фінансового стану, які можуть бути визначені в діапазоні від помірно серйозних до таких, що характеризують фінансовий стан банку як незадовільний. Такі банки можуть бути включені до категорії проблемних за рішенням Правління Національного банку України.

Найбільш відомою методикою рейтингового оцінювання банків в Україні є методика Кромона В. С. [3]. Вона базується на індексному методі. За цією методикою розраховується 6 коефіцієнтів (генеральний коефіцієнт, коефіцієнт миттєвої ліквідності, крос-коефіцієнт, коефіцієнт ліквідності, коефіцієнт захищеності капіталу та коефіцієнт фондової капіталізації прибутку). Після цього розраховується коефіцієнт надійності, який базується на вказаних коефіцієнтах. Чим вищий цей коефіцієнт, тим краще. Якщо вище 50 балів, то банк є достатньо надійним, якщо менше 20, то надійність банку є сумнівною.

Після рейтингового аналізу банків у разі незадовільних оцінок необхідно виявляти внутрішні проблеми банку. Ними можуть бути шахрайські дії, порушення законів і нормативних документів тощо. Загалом після оцінювання фінансового стану банків основна увага має приділятися платоспроможності й ліквідності.

У разі виявлення проблемних банків НБУ може прийняти рішення про застосування одного з таких заходів:

- вимагати збільшення банком свого капіталу до встановленого нормативами рівня, завдяки чому забезпечити повний захист коштів вкладників;
- провести реорганізацію, а саме придбання цього банку більш сильним, у власність якого перейдуть всі депозитні зобов'язання;
- застосувати заходи з фінансового оздоровлення;
- відкликати ліцензію на надання банківських операцій;
- припинити діяльність банку і почати процедуру його ліквідації відповідно до чинного законодавства.



Варіантом покращення стану проблемних банків є створення санаційного банку. Метою створення санаційного банку є захист інтересів вкладників та інших кредиторів банків, як тих, що здійснюють свою діяльність у загальному режимі, так і тих, у яких призначено тимчасову адміністрацію або які перебувають у процедурі ліквідації. Але санаційний банк – це зайві витрати, оскільки купівля проблемних активів буде здійснюватися за гроші платників податків. Також подібну фінансову установу не мають створювати за рахунок ресурсів НБУ, бо це не входить до його функцій.

Отже, найбільш дієвим із заходів роботи НБУ з проблемними банками є їх фінансове оздоровлення. Ефективне вживання заходів, передбачених програмою фінансового оздоровлення, сприятиме поліпшенню фінансового стану та дотриманню економічних показників банку, відновленню загального режиму його діяльності.

*Наук. керівн. Рац О. М.*

**Література:** 1. Мороз А. М. Центральний банк та грошово-кредитна політика / А. М. Мороз, М. Ф. Пуховкіна, М. І. Савлук. – К. : КНЕУ, 2005. – 556 с. 2. Васюренко О. В. Банківський нагляд : підручник / О. В. Васюренко, О. М. Сидоренко. – К. : Знання, 2011. – 502 с. 3. Жарковская Е. П. Банковское дело / Е. П. Жарковская. – М. : Омега-Л, 2006. – 452 с. 4. Набок Р. Аспекти, що можуть призвести до виникнення проблемного банку / Р. Набок // Вісн. Нац. банку України. – 2007. – № 8. – С. 46–50. 5. Офіційний сайт НБУ. – Режим доступу : [www.bank.gov.ua](http://www.bank.gov.ua).

---

**Харькова О. В.**

УДК 336.71:65.012.32

Магістр 2 курсу  
фінансового факультету ХНЕУ

## **КІЛЬКІСНА ОЦІНКА ФАКТОРІВ ФОРМУВАННЯ КРЕДИТНОГО ПОТЕНЦІАЛУ НА ПРИКЛАДІ АТ "ОЩАДБАНК"**

*Анотація. Визначено тенденції зміни основних компонент ресурсного складу кредитного потенціалу вітчизняних банків на прикладі АТ "Ощадбанк" та проведено кількісну оцінку внутрішніх чинників формування кредитного потенціалу за допомогою багатofакторного кореляційно-регресійного аналізу.*

*Аннотация. Определены тенденции изменения основных компонент ресурсного состава кредитного потенциала отечественных банков на примере АО "Ощадбанк" и проведена количественная оценка факторов формирования кредитного потенциала с помощью многофакторного корреляционно-регрессионного анализа.*

*Annotation. The trends of changing the basic components of credit resource potential of domestic banks on the example of JSC "Oshchadbank" have been defined and a quantitative assessment of internal factors of shaping credit potential through multiple-factor correlation and regression analysis has been conducted.*

*Ключові слова: банк, кредитний потенціал, чинники, багатofакторний кореляційно-регресійний аналіз.*

Упродовж багатьох років проблеми формування кредитних ресурсів у банківській системі залишаються актуальними. Адже оптимізація структури кредитного потенціалу банку виступає основою покращення його кредитної діяльності і, відповідно, зміцнення конкурентних позицій. У процесі формування та використання кредитного потенціалу банку велике значення має його розподіл на компоненти, встановлення зв'язків між ними. Структуризація потенціалу, комплексна оцінка та оцінка його складових необхідні для побудови системи контролю за раціональністю використання ресурсів банку, а також виявлення резервів і можливостей.

У зв'язку з цим постає проблема переосмислення практичних аспектів банківського кредитування та формування наукового обґрунтованих алгоритмів і методик оцінювання кредитного потенціалу банку.

Питання аналізу факторів впливу на здійснення кредитної діяльності банків досліджувалося в працях таких українських і російських науковців: Барилюка І. В. [1], Корнєєва М. В. [2], Рикової І. М. [3], Фисенко Н. В. [3]. Проте, незважаючи на розробленість цієї проблеми вченими, подальших дослі-

---

© Харькова О. В., 2013



джен потребує питання оцінки чинників формування кредитного потенціалу банків. Доцільність застосування сучасних методів аналізу в економіці, а саме використання кореляційно-регресійного аналізу для оцінки економічних процесів банківського сектору, обґрунтована в наукових працях Й. Грубера [4], Суслова В. І. [5], Орлової І. В. [6], які сформувавши методичні підходи до використання цього методу для визначення потенційних причин погіршення діяльності банку та оцінки впливу різних факторів на визначальний показник розвитку банку в досліджуваному напрямі.

Мета статті полягає у визначенні загальних тенденцій розподілу ресурсної бази банку (на прикладі АТ "Ощадбанк") та проведенні кількісної оцінки вагомості окремих показників його діяльності як визначальних чинників формування кредитного потенціалу в сучасних умовах.

Процес формування кредитного потенціалу потребує аналізу сучасних тенденцій структури пасивів банків, оскільки саме від їх наповнення залежить ефективність управління кредитними потоками.

Важливою проблемою ресурсної бази банків залишається їхня короткостроковість, що може викликати в разі надання довгострокових кредитів погіршення стану ліквідної позиції. У свою чергу, низька ліквідність банку спричиняє втрату бази клієнтів через втрату довіри, що ускладнює залучення ресурсів і доступ до інших джерел фінансування. Проблема залучення ресурсів набула особливого значення в нарощенні кредитного потенціалу банків в умовах розгортання банківської кризи, а саме в період дефіциту ліквідності та нестачі кредитних ресурсів. Це яскраво підтверджується динамікою зміни ресурсної бази АТ "Ощадбанк" (рисунок), де чітко простежуються різке коливання показників (побудовано за даними [7]).

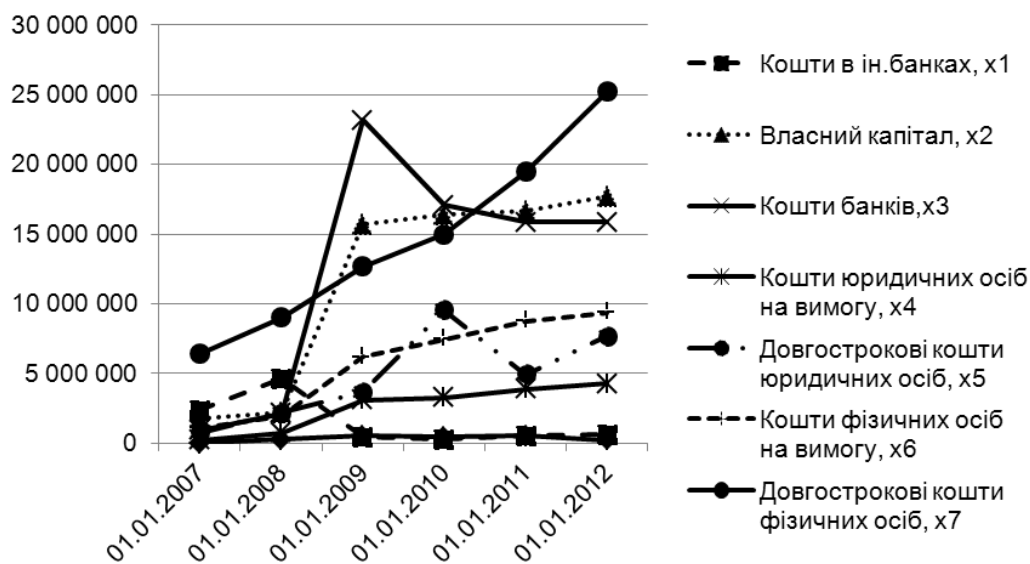


Рис. Динаміка складових кредитного потенціалу АТ "Ощадбанк"

Аналіз основних тенденцій розподілу ресурсів банку визначив, що динаміка розподілу ресурсів має такі тенденції: так, періоду 2006 – 2008 рр. притаманний загальний приріст ресурсної бази, що обґрунтовано сталістю економічних процесів у цілому та швидким приростом ресурсного забезпечення активних операцій, у тому числі й кредитних.

Стосовно періоду загальної економічної дестабілізації (2009 – 2010 рр.), то відповідний розкид загальних пріоритетів залучених ресурсів має свої особливості: різкого спаду зазнали ресурси за всіма джерелами їх формування, проте найбільш суттєвого – кошти банків і юридичних осіб, що відповідно призвело до зниження кредитної активності в цілому.

Загальна тенденція власного капіталу банку до нарощення обсягів спровокована сталістю його складових у загальній структурі ресурсної бази. Таким чином, проаналізувавши загальну динаміку компонент кредитного потенціалу банку, слід зазначити обґрунтованість вибору визначених ресурсів банку як визначальних чинників впливу на результативний показник кредитних операцій та відповідну необхідність більш детального аналізу зазначених складових ресурсів як факторів впливу в цілому в банківському секторі України. Аналіз означеної низки чинників доцільно проводити за допомогою багатфакторного кореляційно-регресійного аналізу, оскільки, порівняно з іншими моделями формалізації залежностей показника від множини окремих, цей метод дозволяє провести прості розрахунки, використовуючи універсальні програмні продукти для розв'язування та отримання підсумкового рішення.

Основними етапами моделі залежності обсягів кредитування від зазначених чинників (див. рисунок) в ППП Statistica були:

1. Перевірка змінних на мультиколінеарність.
2. Відбір факторів, що суттєво впливають на результативну ознаку (обсяг кредитів) за допомогою методу покрокової регресії (Forward Stepwise) [3].



За результатами розрахунків отримано лінійну багатофакторну модель (у стандартизованому вигляді) залежності кредитного потенціалу банку від його складових компонент, тобто кредитних ресурсів:

$$y = -0,644x_1 + 0,453x_3 + 1,13x_5 + 4,63x_6 + 0,057x_7 - 0,564x_2 \quad (1)$$

3. Перевірка адекватності моделі була здійснена за допомогою коефіцієнта детермінації, який складає 0,9977 %, показника Фішера, який встановив, що зв'язки між компонентами моделі значущі ( $F_{\text{розр.}} > F_{\text{табл.}}$ ), також були розраховані значення t-критерію Стьюдента для всіх включених в модель факторів, значення яких більші за  $t_{\text{табл.}}$ .

Отримана регресійна залежність дає змогу зробити висновок, що пріоритетними ресурсами є кошти фізичних осіб і кошти банків, які формують загальний обсяг кредитного потенціалу та забезпечують зростання кредитних операцій у разі збільшення останніх. Ситуація економічно обґрунтовується превалюванням коштів фізичних осіб у залучених ресурсах банку, а також його спеціалізацією.

Зазначене дає змогу визначити різні ступені впливу складових компонент кредитного потенціалу банку на обсяг банківського кредитування в загальних масштабах банківської діяльності.

*Наук. керівн. Омельченко О. І.*

**Література:** 1. Барилюк І. В. Ресурсний потенціал банку: сутність, структура, властивості / І. В. Барилюк // Наука й економіка. – 2010. – № 2 – С. 9–14. 2. Корнеєв М. В. Управление кредитным потенциалом коммерческого банка: автореф. дис. ... канд. экон. наук : спец. 08.00.10 "Финансы, денежное обращение и кредит" / М. В. Корнеєв. – Тула, 2009. – 20 с. 3. Рыкова И. Н. Кредитный потенциал коммерческого банка, его роль в деятельности банка и методология оценки / И. Н. Рыкова, Н. В. Фисенко // Финансы и кредит. – 2011. – № 25(193). – С. 10–20. 4. Грубер Й. Эконометрия / Й. Грубер. – К., 2008. – Т. 1. – 400 с. 5. Эконометрия / В. И. Суслов, Н. М. Ибрагимов, Л. П. Тальшева и др. – Новосибирск : НГУ, 2009. – 600 с. 6. Орлова И. В. Экономико-математические методы и модели: компьютерное моделирование / И. В. Орлова, В. А. Половников. – М. : Вузовский учебник, 2007. – 365 с. 7. Офіційний сайт АТ "Державний ощадний банк України". – Режим доступу : <http://www.oschadnybank.com.ua>.

**Котельнікова Н. В.**

УДК 336.717

Магістр 2 курсу  
фінансового факультету ХНЕУ

## **РОЗРАХУНОК ФУНКЦІОНАЛЬНОЇ ДОСТАТНОСТІ РЕСУРСНОГО ПОТЕНЦІАЛУ ПАТ БАНКУ "МЕРКУРІЙ"**

*Анотація. Доведено необхідність дослідження поняття "ресурсний потенціал" банківських установ; з'ясовано чинники, які впливають на стан ресурсного забезпечення банківської діяльності; розраховано показник достатності ресурсного потенціалу ПАТ Банку "Меркурій".*

*Аннотация. Доказана необходимость исследования понятия "ресурсный потенциал" банковских учреждений; выяснены факторы, влияющие на состояние ресурсного обеспечения банковской деятельности; рассчитан показатель достаточности ресурсного потенциала ПАО Банка "Меркурий".*

*Annotation. The need of investigating the term "resource potential" of banking institutions is proved; the factors that affect banking resource providing are revealed; the parameters of resource capacity adequacy of PJSC "Mercury Bank" are calculated.*

*Ключові слова: капітал банку, ресурси банку, ресурсний потенціал, достатність ресурсного потенціалу банку.*

Ресурсний потенціал залежить від грошово-кредитної політики центрального банку, від структурних коливань у доходах юридичних і фізичних осіб, від можливості банку купувати і перекупувати ресурси на грошовому ринку, достатності капіталу банку, а також від якості активів. За

© Котельнікова Н. В., 2013

ISO

"Управління розвитком", № 1(141)2013

рахунок ресурсного потенціалу реалізуються можливості банку відносно масштабів діяльності, тобто одержання переважної частини прибутків, а також гарантійні можливості з приводу захисту клієнтів банку. Таким чином, завдання забезпечення функціональної достатності ресурсного потенціалу банку є досить актуальним. З огляду на це необхідно створити умови для подальшого розвитку банківської системи, щоб вона забезпечувала потреби економіки в ресурсах.

Теоретичним і практичним аспектам цієї проблеми, зокрема, формуванню ресурсного потенціалу, методам управління ресурсами банків присвячено праці таких зарубіжних авторів: Г. Асхауєра [1], Д. Полфреман [2], Роуз Пітер С. [3]; серед російських учених – А. Лаврушина [4], Г. Панової [5]; серед українських учених – О. Васюренка [6], А. Вожжова [7], А. Герасимовича [8], О. Дзюблюка [9] та ін.

Метою дослідження є визначення показника функціональної достатності ресурсного потенціалу ПАТ Банку "Меркурій" за допомогою методу середньої геометричної та методу нормативних значень.

Для узагальнюючого комплексного оцінювання достатності ресурсного потенціалу банків доцільно використовувати метод середньої геометричної та нормативних значень обраних коефіцієнтів для розрахунку [10, с. 93–98]. Цей метод базується на визначенні коефіцієнтів за окремими показниками, коли за одиницю береться найвище значення цього індикатора [8, с. 115–116]. При цьому для врахування нормативних значень відібраних показників слід брати за основу для розрахунку нормовані значення обраних коефіцієнтів. Вибір зазначених коефіцієнтів проведено відповідно до їх репрезентативності та наявності нормативного значення, яке повинне виконуватися. Обмеженням є високий ступінь агрегування вихідних даних та можливість встановлення нормативного значення, що використовуються в цій методиці. Таким чином, для розрахунку показника достатності ресурсного потенціалу ( $D_{гр}$ ) можна використовувати формулу (1):

$$D_{гр} = \sqrt[n]{\prod_{i=1}^n \frac{K_i}{N_i}}, \quad (1)$$

де  $K_i$  – значення  $i$ -го коефіцієнта, взятого для розрахунку;

$N_i$  – нормативне значення  $i$ -го коефіцієнта, взятого для розрахунку;

$n$  – кількість коефіцієнтів, взятих для розрахунку.

Розрахунок показника достатності ресурсного потенціалу банків подано в таблиці.

Таблиця

#### Розрахунок показника достатності ресурсного потенціалу ПАТ Банку "Меркурій"

Назва показника	Величина показника $K_i$ за роками				
	$N_i$	2007	2008	2009	2010
1. Норматив адекватності регулятивного капіталу	0,1	0,11	0,11	0,12	0,17
2. Коефіцієнт ефективності використання власних коштів	0,5	0,1	0,008	0,01	0,003
3. Коефіцієнт захищеності власного капіталу банку	0,25	0,8	0,65	0,49	0,75
4. Норматив поточної ліквідності	0,4	0,2	0,33	0,3	0,41
5. Коефіцієнт співвідношення власного капіталу та зобов'язань	0,25	0,1	0,1	0,13	0,16
6. Коефіцієнт співвідношення власного капіталу та пасивів	0,1	0,09	0,09	0,12	0,14
7. Мультиплікатор капіталу	10	10,91	10,68	8,43	7,3
8. Коефіцієнт питомої ваги МБК отриманих у валюті балансу	0,2	0,1	0	0,13	0,04
9. Показник достатності ресурсного потенціалу банків	1	0,79	0,9	0,75	0,97

Проведені розрахунки свідчать про те, що достатність ресурсного потенціалу ПАТ Банку "Меркурій" була найвищою в 2010 році. У 2009 році спостерігається зменшення показника, що свідчить про зниження конкурентних переваг банків та потенційної можливості збільшувати активні операції. Зазначена ситуація викликана кризовими явищами, які спостерігалися в банківській системі у цей період. Також треба сказати, що недоліком цих розрахунків є те, що можна брати інше нормативне значення  $i$ -го коефіцієнта, взятого для розрахунку, яке запропонував інший автор, і отримати зовсім інші результати показника достатності ресурсного потенціалу банку.

Наук. керівн. Азізова К. М.

**Література:** 1. Асхауєр Г. Введение в банковское дело / Г. Асхауєр. – М. : ИПФ "Мир и культура", 2004. – 627 с. 2. Полфреман Д. Основы банковского дела : учебник / Д. Полфреман, Ф. Форд ; пер. с англ. А. Дорошенко. – М. : ИНФРА-М, 1996. – 622 с. 3. Роуз Питер С. Банковский менеджмент: предоставление финансо-



вых услуг / Питер С. Роуз ; пер. с англ. – М. : Дело, 2005. – 768 с. 4. Деньги, кредит, банки : учебник для вузов / О. И. Лаврушин, И. Е. Шакер, М. П. Березина, М. А. Абрамова. – М. : КНОРУС, 2006. – 560 с. 5. Панова Г. С. Анализ финансового состояния коммерческого банка / Г. С. Панова. – М. : Финансы и статистика, 1997. – 272 с. 6. Васюренко О. В. Ресурсы коммерческого банка: теоретический та прикладний аналіз : монографія / Л. В. Васюренко, І. М. Федосік. – Х. : ПП Яковлева, 2003. – 88 с. 7. Вожжов А. П. Процеси трансформації банківських ресурсів : монографія / А. П. Вожжов. – Севастополь : Вид. СевНТУ, 2008. – 339 с. 8. Аналіз банківської діяльності / А. М. Герасимович, М. Д. Алексеенко, І. М. Парасій-Вергуненко ; за ред. А. М. Герасимовича. – К. : КНЕУ, 2006. – 600 с. 9. Дзюблюк О. В. Банки і підприємства: кредитні аспекти взаємодії в умовах ринкової трансформації економіки : монографія / О. В. Дзюблюк, О. Л. Малахова. – Тернопіль : Вектор, 2008. – 324 с. 10. Торяник Ж. И. Коэффициентный и интегральный анализ как методы оценивания уровня функциональной достаточности ресурсного потенциала банков / Ж. И. Торяник // Бизнес Информ. – 2008. – № 3. – С. 93–98.

**Тищенко І. С.**

УДК 005.334

Магістр 2 курсу  
фінансового факультету ХНЕУ

## ВИЗНАЧЕННЯ ЕКОНОМІЧНОЇ СУТНОСТІ ПОНЯТТЯ "РИЗИК" ЗА ДОПОМОГОЮ КОНТЕНТ-АНАЛІЗУ

*Анотація. Розглянуто погляди різних вчених-економістів на сутність поняття "ризик", проведено контент-аналіз цієї дефініції та в результаті запропоновано нове, науково обґрунтоване визначення ризику, що може бути застосоване в банківській діяльності.*

*Анотация. Рассмотрены взгляды разных ученых-экономистов на сущность понятия "риск", проведен контент-анализ этой дефиниции и в результате предложено новое, научно обоснованное определение риска, которое может быть использовано в банковской деятельности.*

*Annotation. The article considers the different views of economists on the essence of the concept of "risk", a content analysis of this definition was conducted and as a result a new, scientifically based definition of risk that can be used in banking was proposed.*

*Ключові слова: ризик, можливість, невизначеність, втрати, недоотримання доходів, контент-аналіз.*

В умовах ринкової економіки, за наявності конкуренції і виникнення часом непередбачених ситуацій банківська діяльність неможлива без ризику. Стабільна та надійна банківська система є запорукою ефективного функціонування і сталого розвитку економіки країни, а стабільність банківської системи в сучасних умовах залежить від здатності банківських інститутів чинити опір негативному впливу факторів, які стають причиною виникнення різноманітних ризиків.

Поняття ризику можна розглядати з різних точок зору. Велика кількість науковців, таких, як: В. Балюк [1], В. Вітлінський [2], Є. Матрос [3], Л. Романенко [4], В. Севрук [5], приділяли увагу дослідженню ризику, однак єдності у трактуванні цього поняття немає. Одні вчені розуміють ризик лише як невизначеність, а інші – як небезпеку втрат.

Метою статті є дослідження сутності та формулювання визначення поняття ризику, що може бути застосоване з огляду на специфіку банківської діяльності.

Погляди різних авторів щодо сутності поняття "ризик" наведено в табл. 1.

Таблиця 1

**Точки зору авторів щодо визначення поняття "ризик"**

№	Автор	Визначення	Джерело
1	2	3	4
1	Методичні вказівки "Система оцінки ризиків"	це ймовірність того, що події, очікувані або неочікувані, можуть мати негативний вплив на капітал та/або надходження банку	[6]
2	І. Балабанов	це можлива небезпека втрат, що випливає зі специфіки тих чи інших явищ та видів діяльності суб'єкта	[7]

© Тищенко І. С., 2013



1	2	3	4
3	В. Балюк, А. Яцура	це вірогідність можливих збитків або втрат унаслідок небажаних подій	[1]
4	А. Беляков	це невизначеність фінансових результатів у майбутньому	[5]
5	В. Боровкова	це подія, при якій уявляється ймовірність настання кожного з можливих наслідків	[8]
6	В. Бусел	це усвідомлена можливість небезпеки або сміливий, ініціативний вчинок, дія зі сподіванням на щастя, успіх, позитивний результат	[9]
7	В. Вітлінський	це можливість настання несприятливої події, за якою виникає ймовірність або загроза для суб'єктів господарювання втратити частину своїх ресурсів, недоотримати доходу чи зазнати додаткових витрат від виробничої або фінансової діяльності	[10]
8	В. Вяткін	це невизначеність наслідків прийнятих рішень і дій, можливість збитку проти планів суб'єкта	[11]
9	О. Єгорова	це ситуація, пов'язана з наявністю вибору з передбачуваних альтернатив шляхом оцінки ймовірності настання події, яка містить ризик, що призводить як до позитивних, так і негативних наслідків	[5]
10	Є. Жуков, О. Маркова	це вартісне вираження ймовірності події, що веде до втрат	[11]
11	П. Кох	це можливість події, яка зумовлює фінансові втрати	[2]
12	Ю. Масленников	це наслідок дії, спрямованої на привабливу мету, досягнення якої пов'язано з елементом небезпеки, загрозою втрати або неуспіху	[12]
13	Є. Матрос	це категорія, що відображає ступінь можливих відхилень від цілей унаслідок впливу несприятливих зовнішніх або внутрішніх факторів, які в разі реалізації призводять до втрат або зменшення ринкової вартості капіталу банку	[13]
14	Ф. Найт	це невизначеність, що підлягає розрахунку	[5]
15	І. Оленко	це вартісне вираження ймовірності події, що веде до втрат чи недоотримання доходів порівняно з планом, прогнозом, проектом, програмою	[3]
16	О. Рогачова, К. Винокуров	це можливість зазнати втрат у разі виникнення несприятливих для банку обставин	[2]
17	Л. Романенко, А. Коротєєва	це економічна категорія, що характеризує можливі у майбутньому негативні наслідки певних управлінських рішень, прийнятих в умовах невизначеності	[8]
18	В. Севрук	це ситуаційна характеристика діяльності будь-якого виробника, в тому числі і банку, що показує невизначеність результату та можливих небажаних наслідків у разі невдачі	[4]
19	Дж. Сінкі	це результат невизначеності майбутнього	[14]
20	А. Смирнов	це ймовірність настання якоїсь події або її наслідків, що призводить до прямих втрат або опосередкованого збитку	[15]

Дати науково обґрунтоване визначення терміна "ризик" можна за допомогою контент-аналізу. Контент-аналіз – це переведення у кількісні показники масової текстової або записаної на плівку інформації з наступною статистичною її обробкою.

На підставі даних табл. 1 з метою дослідження терміна "ризик" було виконано контент-аналіз. Результати цього аналізу наведено в табл. 2.

Таким чином, ураховуючи результати контент-аналізу, можна дати визначення поняттю "ризик". Слова "втрати", "ймовірність", "невизначеність", "несприятливі події" мають найбільшу питому вагу, а питома вага інших слів значно відрізняється, тому вони розглядаються як менш важливі і будуть використані у визначенні як допоміжні слова.

Таблиця 2

## Результати контент-аналізу

№ п/п	Компоненти	Навантаження
1	Втрати	6,389
2	Ймовірність	3,961
3	Невизначеність	3,267
4	Несприятливі події	2,987
5	Вибір	1,283
6	Надходження банку	1,067
7	Небезпека	1,060
8	Економічна категорія	0,960
9	Мета, план	0,885
10	Вартісний вираз	0,875
11	Недоотримання доходів	0,268

Отже, "ризик" можна визначити як економічну категорію, що виражає ймовірність збитків унаслідок настання несприятливих подій після прийняття рішень в умовах невизначеності середо-



вища. Дане визначення відрізняється від наявних тим, що воно виведене за допомогою спеціальних методів аналізу, математичних розрахунків і є науково обґрунтованим. Запропоноване визначення більш точно розкриває сутність поняття "ризик", звертає увагу на його ймовірнісний характер та наслідки його реалізації. Таке визначення може бути корисним для ідентифікації, аналізу та оцінювання ризиків, визначення впливу ризиків на діяльність банків.

*Наук. керівн. Колодізев О. М.*

**Література:** 1. Балюк В. Довгострокове кредитування інвестиційних проектів / В. Балюк, А. Яцура // Банківська справа. – 2005. – № 1. – С. 54–66. 2. Кох П. Визначення ризику [Електронний ресурс] / П. Кох. – Режим доступу : <http://grebennikov.ru>. 3. Оленко І. П. Аналіз діяльності комерційних банків : навч. посібн. / І. П. Оленко. – Х. : Вид. ХНЕУ, 2001. – 156 с. 4. Севрук В. Т. Банковские риски : учебн. пособ. / В. Т. Севрук. – М. : Дело ЛТД, 1995. – 72 с. 5. Беляков А. В. Банковские риски: проблемы учета, управления и регулирования / А. В. Беляков. – М. : БДЦ-пресс, 2003. – 450 с. 6. Методичні вказівки з інспектування банків "Система оцінки ризиків", схвалені Постановою Правління Національного банку України від 15.03.2004 р. № 104 [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://zakon.nau.ua/doc/>. 7. Балабанов И. Т. Риск-менеджмент / И. Т. Балабанов. – М. : Финансы и статистика, 1996. – 205 с. 8. Боровкова В. Ризики банківської діяльності [Електронний ресурс] / В. Боровкова. – Режим доступу : <http://ehl.kiev.ua/>. 9. Великий тлумачний словник сучасної української мови / уклад. і голов. ред. В. Т. Бусел. – К., Ірпінь : ВТФ "Перун", 2002. – 1 440 с. 10. Економічний ризик: ігрові моделі : навч. посібн. / В. В. Вітлінський, П. І. Верченко, А. В. Сігал та ін. – К. : КНЕУ, 2002. – 446 с. 11. Вяткін В. Визначення ризиків банківської діяльності. [Електронний ресурс] / В. Вяткін. – Режим доступу : <http://grebennikov.ru>. 12. Масленченков Ю. С. Стратегический и кризисный менеджмент фирмы / Ю. С. Масленченков, Ю. Н. Тронин. – М. : ИД "Дашков и Ко", 2005. – 325 с. 13. Матрос Е. О. Інформаційна підтримка визначення міри банківських ризиків / Е. О. Матрос // Актуальні проблеми економіки. – 2005. – № 8. – С. 103–107. 14. Синки Джозеф. Финансовый менеджмент в коммерческом банке и в индустрии финансовых услуг / Синки Джозеф. – М. : Альпина Бизнес Букс, 2007. – 1 027 с. 15. Смирнов А. В. Проблемы анализа и управления рисками в деятельности кредитной организации / А. В. Смирнов // Финансовый менеджмент. – 2002. – № 12.

---

**Кадигріб В. О.**

УДК 336.774

Магістр 1 курсу  
фінансового факультету ХНЕУ

## **ОРГАНІЗАЦІЯ УПРАВЛІННЯ КРЕДИТНИМ ПОРТФЕЛЕМ БАНКУ ТА ОЦІНКА ДИНАМІКИ ЙОГО ЯКОСТІ**

*Анотація. Розглянуто основні операції та елементи управління кредитним портфелем у банку. Також показана динаміка кредитного портфеля декількох комерційних банків України, наведено приклад кредитного портфеля ПриватБанку за категоріями ризику.*

*Аннотация. Рассмотрены основные операции и элементы управления кредитным портфелем в банке. Также представлена динамика кредитного портфеля нескольких коммерческих банков Украины, приведен пример кредитного портфеля ПриватБанка по категориям риска.*

*Annotation. Basic operations and control elements of bank advances portfolio are considered. The dynamics of advances portfolio of several commercial banks of Ukraine is also presented, an example of PrivatBank advances portfolio by the categories of risk is given.*

*Ключові слова: кредитний портфель, банки, заборгованість, ризик, політика.*

Оцінювання ефективності кредитної діяльності банку має велике значення в системі прийняття управлінських рішень. Кредитний портфель комерційного банку є одним із найризикованіших напрямів і найвагоміших компонентів структури відсоткових доходів. Головна мета управління кредитним портфелем банку полягає в забезпеченні максимальної дохідності за певного рівня ризику [1].

Вивченню питань організації системи управління кредитним портфелем у комерційному банку присвячено значну кількість праць вітчизняних і зарубіжних економістів, таких як: Цисарь І. Ф., Челноков В. А., Пашкова В. І., Кокін А. С. та Шумкова К. Г., Денисенко М. П., Вовк В. Я., Грудзевич У. Я. та Парасій-Вергуненко І. М., Габбард Р. Г., Долан Е. Дж., Коробова Г. Г., Т. Кох та ін.

---

© Кадигріб В. О., 2013



Метою статті є розгляд наявної системи управління кредитним портфелем банку та зазначення нових напрямів її вдосконалення.

Кредитний портфель банку – це сукупність кредитів, наданих одним банком на певну дату з метою одержання доходу у вигляді відсотків [2].

Управління кредитним портфелем є одним з основоположних пріоритетних напрямів у діяльності банку. Оптимальний, якісний кредитний портфель впливає на ліквідність банку та його надійність. Фінансова нерівновага банків знижує загальну довіру до кредитної системи держави, а це впливає й на інші сектори економіки. До заборгованості за кредитними операціями, що становлять кредитний портфель банку, входять:

- кредити, які надані іншим банком, та сумнівна заборгованість за ними;
- кошти, надані суб'єктами підприємницької діяльності за овердрафтом, за факторинговими операціями, та прострочена заборгованість за факторинговими операціями;
- кошти, надані суб'єктами підприємницької діяльності за операціями репо та ін.

Результати динаміки кредитного портфеля банків України за 2007 – 2012 рр. наведені в табл. 1.

Таблиця 1

### Динаміка кредитного портфеля в комерційних банках України [3]

Банк	Кредитно-інвестиційний портфель					Питома вага банків України в кредитно-інвестиційному портфелі у січні 2012 р., %
	2007	2008	2009	2010	2011	
ПриватБанк	46 017	71 654	67 432	89 543	100 987	17,915
Ощадбанк	13 788	51 176	51 006	48 246	63 211	10,615
"ВТБ"	9 601	18 666	22 990	23 289	28 552	4,704
УНІКРЕДИТ БАНК (UnitCredit Bank)	25 063	42 796	34 573	30 799	27 089	4,45
Альфа-банк	14 041	28 849	21 463	19 734	19 596	3,465
Перший Український Міжнародний Банк (ПУМБ)	11 998	17 259	12 565	12 350	23 409	3,377
ОТР Bank	15 610	29 941	25 183	22 799	19 517	3,184
"Фінанси та кредит"	13 252	16 460	14 897	16 678	16 781	2,824
Дельта Банк	2 975	4 137	4 370	7 607	15 558	2,454

Як видно з табл. 1, динаміка кредитного портфеля провідних українських банків, за даними Українського банківського порталу, у 2007 – 2008 рр. була позитивною. У 2009 – 2010 рр. у зв'язку із світовою фінансовою кризою в Україні більшість українських банків зменшили обсяг кредитного портфеля (крім ПриватБанку, "ВТБ", "Фінанси та кредит"), але вже з початку 2011 року динаміка кредитного портфеля знову почала зростати. Найбільшу частку в кредитно-інвестиційному портфелі банків України станом на 31.01.2012 р. має ПриватБанк (17,915 %). Питома вага українських банків у структурі кредитно-інвестиційного портфеля банківської системи України складає 52,988 %, інших банків – 47,012 %.

Можна сказати, що кредитний портфель включає агреговану балансову вартість усіх кредитів, у тому числі прострочених, пролонгованих і сумнівних щодо повернення та є втіленням кредитної політики банку й невід'ємною складовою загальної стратегії розвитку.

Основними цілями формування кредитного портфеля є: мінімізація рівня ризиків кредитного портфеля; дотримання необхідної ліквідності кредитного портфеля; високий рівень доходу в поточному періоді; високий темп очікуваного доходу в майбутній довгостроковій перспективі.

Слід розглянути такі етапи організації та управління кредитним портфелем [4]:

1. Вибір критеріїв оцінювання якості кредитів.
2. Розробка визначеного методу оцінки якості кредиту на основі вибраних критеріїв.
3. Організація роботи з класифікації кредитів за групами ризику.
4. Накопичення інформації щодо банку для визначення процента ризику для кожної групи класифікованих кредитів.
5. Визначення абсолютної величини кредитного ризику в розрізі кредитів кредитного портфеля.
6. Прийняття рішення про величину створюваного резерву для покриття можливих втрат, про джерела відрахування у резерв.
7. Оцінка якості кредитного портфеля на основі фінансових показників.
8. Визначення проблемних і сумнівних кредитів.
9. Організація та визначення методики повернення проблемних кредитів.
10. Робота ризик-менеджера з повернення кредитів.

Згідно з Постановою № 279 Національного банку України та внутрішніх положень стосовно щомісячного розрахунку резерву банк здійснює класифікацію кредитних операцій шляхом проведення інвентаризації кредитного портфеля. Згідно зі "Звітом про класифіковані кредитні операції та сформовані резерви за кредитними операціями" (форма № 302) кредитний портфель ПриватБанку за категоріями ризиків має такий вигляд (табл. 2.)

Кредитний портфель ПриватБанку за категоріями ризику [5]

Категорії ризику	Станом на кінець дня 31.09.2011 р.		Станом на кінець дня 31.09.2010 р.	
	тис. грн	у % від підсумку	тис. грн	у % від підсумку
1. Стандартні	45 336 868	29,1	38 928 437	27,8
2. Нестандартні – разом, в тому числі:	110 441 481	70,9	101 233 007	72,2
під контролем	34 753 184	22,3	19 677 552	14,0
субстандартні	13 828 179	8,9	9 961 088	7,1
сумнівні	57 534 344	36,9	68 689 871	49,0
безнадійні	4 325 774	2,8	2 904 496	2,1
Усього	155 778 349	100,0	140 161 444	100,0

Як видно із даних табл. 2, станом на кінець дня 31 вересня 2011 року, найбільшу частку мали сумнівні кредити – 36,9 % (49,0 % – у 2010 р.). Кредити стандартні становили 29,1 % у 2011 р., 27,8 % – у 2009 р. Частка під контролем кредитів збільшилася на 8,3 відсоткових пункта і склала на 31.09.2011 р. 22,3 % (14,0 % – у 2010 р.). Частка субстандартних кредитів збільшилася на 1,8 відсоткових пункта і становила 8,9 %, а питома вага безнадійних кредитів зросла на 0,7 % і становила 2,1 %. Результати проведеного аналізу дають змогу зробити висновок, що у структурі кредитного портфеля за категоріями ризику знизилася частка сумнівних кредитів і зросла частка кредитів під контролем, субстандартних, стандартних та безнадійних кредитів (як наслідок впливу фінансової кризи на платоспроможність позичальників, яка також знизилась, що підтверджено їх фінансовою звітністю) і знизилася частка сумнівних кредитів. Це свідчить про підвищення ризику кредитного портфеля, що потребує розробки відповідних заходів, спрямованих на поліпшення кредитної діяльності банку.

Як висновок, можна сказати, що з розглянутих таблиць чітко простежується на прикладі більшості банків України тенденція до зростання кредитного портфеля. Розглянута структура кредитного портфеля ПриватБанку за категоріями ризику показала, що збільшилася частка стандартних кредитів і зменшилася частка нестандартних кредитів, для банку – це позитивна тенденція.

Наук. керівн. Колодізев О. М.

**Література:** 1. Тєтя О. В. Організація системи управління кредитним портфелем у комерційному банку / О. В. Тєтя // Вісник Хмельницького національного університету. Серія "Економічні науки". – 2010. – № 5. – Т. 2. – С. 141. 2. Вовк В. Я. Кредитування і контроль [Текст] : навч. посібн. / В. Я. Вовк, О. В. Хмеленко. – К. : Знання, 2008. – 463 с. 3. Український банківський портал. Офіційний сайт. – Режим доступу : <http://banker.ua/officialrating/investment/credit>. 4. Дмитренко М. Г. Кредитування і контроль : [навч. посібн.] / М. Г. Дмитренко, В. С. Поглатюк. – К. : Кондор, 2005. – 296 с. 5. Офіційний сайт ПриватБанку. – Режим доступу : [http://privatbank.ua/files/2\\_11hmr.pdf](http://privatbank.ua/files/2_11hmr.pdf).

**Мякий М. Г.**

УДК 657.6(477)

Магістр 2 курсу  
фінансового факультету ХНЕУ

## НАПРЯМИ ВДОСКОНАЛЕННЯ ФІНАНСОВОГО КОНТРОЛЮ В КОНТЕКСТІ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЕКОНОМІЧНОЇ БЕЗПЕКИ ДЕРЖАВИ

*Анотація. Розглянуто питання вивчення сучасної системи державного фінансового контролю в Україні та перспективних напрямів удосконалення фінансового контролю в контексті забезпечення економічної безпеки держави. Розглянуто найбільш перспективні напрями вдосконалення системи фінансового контролю в Україні з погляду світового досвіду.*

*Аннотация. Рассмотрен вопрос изучения современной системы государственного финансового контроля в Украине и перспективных направлений совершенствования финансового контроля в контексте обеспечения экономической безопасности государства. Рассмотрены наиболее перспективные направления совершенствования системы финансового контроля в Украине с точки зрения мирового опыта.*

*Annotation. The article is dedicated to the question of study of the modern state of financial control system in Ukraine and prospective lines of improving the financial control in the context of providing economic security of the state. The most perspective directions of improvement of the financial control system of Ukraine are considered from the point of view of world experience.*

*Ключові слова: фінансовий контроль, економічна безпека, вдосконалення фінансового контролю, система фінансового контролю.*

У сучасних умовах система державного фінансового контролю, яка побудована в Україні, не забезпечує на належному рівні фінансово-бюджетної дисципліну як у цілому в державі, так і на регіональному рівні зокрема. Це є наслідком низки проблем, які створюють тенденції щодо зростання кількості та обсягів основних фінансових порушень, що, у свою чергу, ставить під сумнів економічну безпеку держави. З огляду на це виникає потреба в удосконаленні фінансового контролю у контексті забезпечення економічної безпеки держави.

Євроінтеграційний напрям розвитку України та визначення його в Концепції як пріоритетної складової реформування системи державного внутрішнього контролю, що передбачає запровадження в діяльність органів державного сектору систем внутрішнього контролю і внутрішнього аудиту, вимагають відповідних дій, тому ДФІ у 2011 році було затверджено Стратегію розвитку на період до 2015 року (далі — Стратегія), якою передбачено основні напрями діяльності: інспектування, централізований внутрішній аудит та гармонізацію внутрішнього контролю і внутрішнього аудиту.

На цьому етапі розвитку системи державного фінансового контролю актуальності набирає Стратегія розвитку державного внутрішнього фінансового контролю. Але вона окреслює наявні негаразди частково, приділяючи увагу лише окремій частині всієї системи ДФК — внутрішньому контролю. Цей напрям розвитку важливий, але не єдиний, який потребує вдосконалення. Паралельні та взаємоузгоджені шляхи розвитку внутрішнього і зовнішнього ДФК та врахування ролі незалежного аудиту в цих процесах — це комплексна проблема, яку слід невідкладно вирішувати. При цьому обов'язково потрібно проаналізувати і розробити заходи щодо уникнення конфліктності всередині самої системи ДФК.

Розв'язати ці проблеми самими локальними заходами з боку держави неможливо, їх масштабність і глибина потребують розробки та впровадження Стратегії, яка стане основою державної політики. Ідеться не тільки про визначення стратегічних цілей та орієнтирів. Для створення відповідної системи протидії наявним загрозам економічній безпеці держави необхідно створити ефективний механізм протидії. З цією метою потрібно розробити конкретні стратегічні цілі, пріоритети та завдання державної політики, які забезпечували б посилення ДФК на всіх рівнях управління, що дасть змогу планувати і здійснювати ефективні заходи щодо захисту національних інтересів держави і суспільства.

Основними цілями державної політики з питань національної безпеки в економічній сфері є оздоровлення фінансово-кредитної сфери та забезпечення збалансованого розвитку бюджетної сфери, що забезпечує дієва система ДФК.

В основу Стратегії доцільно покласти найкращий досвід країн ЄС. Використання передового досвіду допоможе Україні уникнути більшості помилок у процесі реформування вітчизняної системи ДФК в умовах виходу із кризової ситуації у фінансово-бюджетній сфері. Узгодження української системи ДФК із нормами та вимогами законодавства ЄС у межах зобов'язань, узятих Україною, передбачено істотною зміною в підходах, процедурах та механізмах усієї системи. Локальна зміна елементів системи ДФК має бути пов'язана із загальними принципами та пріоритетами сучасної державної фінансово-бюджетної політики і реформами в державному управлінні країни.

Система ДФК країн ЄС ґрунтується на чітко визначених власних і делегованих повноваженнях учасників бюджетного процесу, її ключовим елементом є внутрішнє фінансове управління й контроль за умови визначеної відповідальності керівників бюджетних установ і чіткого розмежування функцій і завдань, а також незалежності служб та органів ДФК, які забезпечує ефективно побудована організаційно-функціональна система контролю.

З метою усунення недоліків у функціонуванні системи державного внутрішнього фінансового контролю необхідно визначити пріоритети та запровадити її сучасну модель. Основними завданнями реформування системи державного внутрішнього фінансового контролю є:

- 1) визначення з урахуванням сучасних умов розвитку України й положень ЄС засад організації державного внутрішнього фінансового контролю, що ґрунтується на відповідальності керівника;
- 2) створення єдиного правового поля для розвитку системи державного внутрішнього фінансового контролю як складової частини державного управління та внесення відповідних змін до законодавства; визначення Міністерством, уповноваженим здійснювати нагляд за станом реформування системи державного внутрішнього фінансового контролю, спрямовувати й координувати



централізований внутрішній аудит, ДФІ на період реформування – органом гармонізації внутрішнього контролю і внутрішнього аудиту;

3) формування інституцій, що забезпечуватимуть розвиток національної системи державного внутрішнього фінансового контролю;

4) створення умов для ефективного функціонування системи внутрішнього контролю в органах державного й комунального секторів;

5) створення служб внутрішнього аудиту органами державного й комунального секторів, зокрема центральними й місцевими органами виконавчої влади, розпорядниками бюджетних коштів, державними цільовими фондами; державними й комунальними підприємствами, акціонерними компаніями, іншими суб'єктами господарювання, у статутному фонді яких більше, ніж 50 %, акцій належать державі та суб'єктам комунальної власності;

6) правове забезпечення гарантування незалежності, соціального захисту та відповідальності внутрішніх аудиторів органів державного й комунального секторів;

7) визначення з урахуванням європейського досвіду методології здійснення внутрішнього контролю і внутрішнього аудиту;

8) удосконалення кадрового забезпечення служб внутрішнього аудиту, розроблення навчальних програм внутрішнього аудиту та програм сертифікації аудиторів із використанням міжнародного досвіду.

У процесі створення сучасної системи державного внутрішнього фінансового контролю необхідно враховувати особливості державного управління, адміністративно-територіального устрою, а також загальні принципи і пріоритети економічної та фінансової політики. Слід пам'ятати, що реформування системи державного внутрішнього фінансового контролю потребує певного часу та зусиль усіх його учасників.

Для того щоб система державного внутрішнього фінансового контролю працювала ефективно, доцільно:

1) проводити обговорення й консультації за участю представників органів державної влади та громадськості для забезпечення належного сприйняття, розуміння й відповідального ставлення до розвитку системи державного внутрішнього фінансового контролю;

2) створити в Мінфіні підрозділ із питань реформування системи державного внутрішнього фінансового контролю та оцінювання ефективності систем внутрішнього контролю і внутрішнього аудиту, спрямування й координації централізованого внутрішнього аудиту, в ДФІ – з питань гармонізації внутрішнього контролю і внутрішнього аудиту;

3) Мінфіну, за участю Рахункової палати, ДФІ, інших центральних органів виконавчої влади, європейських експертів, розробити проекти відповідних законодавчих актів і після схвалення Кабінетом Міністрів подати їх до Верховної Ради України;

4) проводити навчання працівників Мінфіну, ДФІ, Державного казначейства, міністерств та інших центральних органів виконавчої влади з питань внутрішнього контролю і внутрішнього аудиту з урахуванням міжнародного досвіду;

5) запровадити в органах державного й комунального секторів нову модель системи внутрішнього контролю;

6) створити в органах державного й комунального секторів служби внутрішнього аудиту з поступовою заміною інспектування на внутрішній аудит;

7) запровадити щорічне звітування про функціонування системи внутрішнього контролю і внутрішнього аудиту;

8) Мінфіну й ДФІ створити в органах державного й комунального секторів єдину базу даних внутрішнього аудиту;

9) забезпечити відкритість і прозорість діяльності всіх суб'єктів державного внутрішнього фінансового контролю, посилити їх взаємодію з громадськістю й засобами масової інформації.

Система ДФК повинна ґрунтуватися на внутрішньому контролі та управлінні в кожній установі, підприємстві та організації, основною метою якого є попередження і недопущення фінансово-бюджетних порушень. Гармонізація і координація внутрішнього контролю та управління має відбуватися на центральному рівні державного управління. Стежити за дотриманням законності, єдиних вимог і стандартів у діяльності служб та посадових осіб внутрішнього фінансового контролю мають незалежні зовнішні контрольні органи на центральному та місцевому рівнях.

З огляду на такий підхід суб'єктами Стратегії розвитку системи ДФК має бути державна влада та органи місцевого самоврядування, тобто всі інститути влади, які існують в Україні, а об'єктом – система державного фінансового контролю.

Принципи побудови системи ДФК на даному етапі розвитку мають кореспондуватися з принципами, на яких ґрунтується бюджетна система України: єдність, обґрунтованість, самостійність, повнота, цільове використання бюджетних коштів, відповідальність учасників бюджетного процесу.

Для дотримання принципу єдності бюджетної системи України нормативно-правова база ДФК має характеризуватися єдиними підходами і процедурами, ґрунтуватися на базовому законодавчому акті, який чітко встановить розподіл функцій, повноважень, процедур, а також урегулює механізм взаємодії у сфері контролю. У цьому контексті слушною є думка фахівців про те, що для охоплення фінансовим контролем усіх важливих для суспільства сфер і недопущення при цьому дублювання функцій та паралелізму в роботі суб'єктів контролю необхідно визначити й закріпити у

базовому законі всі види об'єктів із подальшим поділом їх на групи. Лише тоді можна буде уникнути ситуації, коли в одних сегментах економіки державний фінансовий контроль здійснюють кілька державних органів, при цьому конкуруючи між собою, а в інших – взагалі цей контроль не забезпечено в необхідному обсязі.

Реалізація Стратегії потребує проведення інституційних перетворень в органах ДФК. Проте створювати нові інституції фінансового контролю, збільшувати чисельність персоналу, розширювати функції, особливо фіскального та карального спрямування наразі недоцільно [1].

Доцільним для вдосконалення системи ДФК є саме рух у напрямі об'єднання структурних елементів у систему з єдиним координаційним центром і чіткою формою взаємодії. Окремі фахівці-практики та теоретики зазначають, що в Україні таким центром має бути Міністерство фінансів, на думку інших – Рахункова палата. При цьому такий центр, насамперед, повинен безпосередньо виконувати функцію захисту національних інтересів держави і стати штабом розроблення і здійснення загальнодержавної фінансової політики та її складових. Такий підхід забезпечить реалізацію єдиної державної політики в бюджетному, інвестиційному, фондовому і страховому секторах економіки і дасть змогу ефективно проводити бюджетну і податкову реформи [2].

Виконання Стратегії має забезпечуватися як за рахунок коштів державного та місцевих бюджетів, так й інших різноманітних джерел, зокрема: інвестицій, недержавних позик і кредитів, коштів міжнародних організацій-донорів, фінансової підтримки програм ЄС та інших джерел [3].

Джерелами фінансової підтримки заходів із реалізації Стратегії за рахунок місцевого бюджету є доходи місцевих бюджетів, що не враховуються під час визначення міжбюджетних трансфертів. Частку участі місцевих бюджетів у реалізації Стратегії слід встановлювати, зважаючи на рівень соціально-економічного розвитку кожного регіону.

Основними джерелами фінансування впровадження позитивного міжнародного досвіду в процесі реформ на основі сучасних моделей системи ДФК мають стати кошти міжнародних організацій-донорів та фінансова підтримка за відповідними програмами ЄС.

Розроблення методик оцінювання стану фінансової бюджетної дисципліни в державі має ґрунтуватися на сучасних методах загальнонаукового, економічного і статистичного аналізу. Важливим механізмом виконання завдань Стратегії може стати ефективна система підготовки, перепідготовки і підвищення кваліфікації посадових осіб і працівників органів влади та місцевого самоврядування з питань ДФК.

Доцільно створити у спеціалізованому навчальному закладі (або кількох закладах нового типу) кафедру державного аудиту, основним завданням якої є підготовка висококваліфікованих фахівців, які мали б глибокі теоретичні знання в галузі права, економіки та фінансів і професійні здібності з формування та ефективної реалізації управлінських дій. При цьому теоретичну підготовку потрібно поєднувати з формуванням необхідного рівня практичних знань і навичок, які давали б змогу за умов проходження всього курсу навчання стати затребуваними спеціалістами у сфері державного аудиту [4].

Сучасна система ДФК потребує створення єдиного інформаційного простору шляхом об'єднання тематичних та інших інформаційних масивів контрольних органів (передусім, з даними про результати їх контрольної діяльності). Важливо також налагодити комунікації для оперативної передачі інформації органам влади та управління, всім зацікавленим структурам. Складниками системи комунікацій є переважно процедури взаємодії органів ДФК, координація їх діяльності, обмін інформацією з дотриманням встановленого режиму використання, спільні вирішення питань, механізми взаємодії з органами державної влади та широким колом громадськості (включаючи процедури звітності). При цьому постає питання правового забезпечення надання інформації на магнітних носіях і каналами зв'язку, а також упровадження новітніх систем захисту даних. Сучасна система інформаційного забезпечення повинна охопити всі рівні управління ДФК і забезпечити прозорість у процесі здійснення контрольних заходів.

Проаналізувавши мету, завдання, пріоритетні напрями та основні механізми реалізації Стратегії, можна передбачити такі результати від її впровадження: забезпечення в повному обсязі надходжень до бюджету податків, зборів та обов'язкових платежів; поліпшення стану фінансово-бюджетної дисципліни та підтримання його на належному рівні; зменшення кількості та обсягів фінансово-бюджетних порушень; удосконалення системи відповідальності учасників бюджетного процесу; посилення координаційної та спрямувальної ролі держави в системі фінансового контролю.

*Наук. керівн. Кайнова Т. В.*

**Література:** 1. Мазур Я. Верховная контрольная палата республики Польша (к истории вопроса) / Я. Мазур // Государство и право. – 1995. – № 6. – С. 100–109. 2. Симоненко В. К. Основи єдиної системи державного фінансового контролю в Україні (макроекономічний аспект) / В. К. Симоненко, О. І. Барановський, П. С. Петренко. – К. : Знання України, 2006. – 280 с. 3. Контроль і ревізія підприємств : навч. посібн. / В. А. Лушкін, В. Д. Понікаров, І. В. Ялдін та ін. – Житомир : [б. в.], 2000. – 368 с. 4. Соменков А. Д. Парламентский контроль за исполнением Государственного бюджета : монография / А. Д. Соменков. – К. : Элиста; АПП "Джангар", 1998. – 151 с. 5. Дорош Н. І. Державний фінансовий контроль: зарубіжний досвід і шляхи вдосконалення / Н. І. Дорош // Фінанси України. – 1998. – № 1. – С. 47–49. 6. Іванова І. Стан та проблеми державного фінансового контролю на регіональному та місцевому рівні [Електронний ресурс]. – Режим доступу : [www.nauka.ua](http://www.nauka.ua).



Магістр 2 курсу  
фінансового факультету ХНЕУ

## **ПОРІВНЯЛЬНА ХАРАКТЕРИСТИКА ПОЛОЖЕНЬ ПРО ГОЛОВНЕ КОНТРОЛЬНО-РЕВІЗІЙНЕ УПРАВЛІННЯ УКРАЇНИ ТА ПОЛОЖЕННЯ ПРО ДЕРЖАВНУ ФІНАНСОВУ ІНСПЕКЦІЮ УКРАЇНИ**

*Анотація. Подано основні аспекти порівняльної характеристики положень про Головне контрольно-ревізійне управління України та положення про Державну фінансову інспекцію України. Здійснено авторські узагальнення щодо законодавчих актів. Подано авторський висновок про зміни в основних положеннях законодавчих актів, що закріплюють основні функції Державної фінансової інспекції у здійсненні державного фінансового контролю в Україні.*

*Аннотация. Представлены основные аспекты сравнительной характеристики положений о Главном контрольно-ревизионном управлении Украины и положения о Государственной финансовой инспекции Украины. Сделаны авторские обобщения относительно законодательных актов. Представлен собственный вывод об изменениях в основных положениях законодательных актов, закрепляющих основные функции Государственной финансовой инспекции в осуществлении государственного финансового контроля в Украине.*

*Annotation. The basic aspects of the comparative characteristics of the provisions of the Main Control and Revision Office of Ukraine and the provisions of the State Financial Inspection of Ukraine. The author's generalizations regarding the legislation are given and her own conclusion about changes in the basic provisions of laws that reinforce the basic functions of the State Financial Inspection of the state financial control in Ukraine is made.*

*Ключові слова: суб'єкт контролю, об'єкт контролю, завдання, підконтрольні об'єкти.*

На сьогодні у сфері державного фінансового, податкового й митного контролю відбувається реформація та реорганізація функцій цих організацій та їх підрозділів. З огляду на курс сьогоднішнього уряду на Євроінтеграцію, Україна потребує реформування застарілих систем контролю, які не довели своєї ефективності за 20 років незалежності країни. Основним недоліком системи контрольних органів, а саме органів, що відповідають за здійснення фінансового контролю в Україні, було дублювання функцій, що призвело до недоцільного існування деяких органів і підрозділів. Саме реорганізація та зменшення кількості таких підрозділів і організацій призведе до зменшення видатків на утримання таких організацій, часткове знищення корупції, підвищення ефективності здійснення державного фінансового контролю в Україні.

Як показало дослідження двох законодавчих актів, таких, як "Положення про Державну фінансову інспекцію України", затверджену Указом Президента України від 23 квітня 2011 року, і Закону України "Про державну контроль-ревізійну службу в Україні" від 26 січня 1993 року, можна виділити три основні позиції, в яких відбулися зміни. А саме: основні функції щодо об'єкта контролю, основні завдання, діяльність підконтрольних об'єктів. Основні функції – це викриття на підконтрольних об'єктах порушень принципів законності, ефективності, доцільності й економії в процесі формування та використання державних фінансових і матеріальних ресурсів, відхилення від прийнятих норм, стандартів, притягнення винних до відповідальності, усунення відповідних недоліків, порушень тощо. У цьому аспекті відбулося деяке розширення процесів діяльності суб'єкта господарювання, що знаходиться під безпосереднім контролем суб'єкта фінансового контролю, а саме посилення контролю за аспектами діяльності суб'єкта господарювання, що підвищить ефективність фінансового контролю. Основні завдання – забезпечення законності, ефективності фінансової дисципліни й раціональності в процесі формування, розподілу, володіння, використання та відчуження активів, що належать державі. Отже, в цьому напрямі подано значно узагальнене завдання щодо здійснення фінансового контролю [1]. Таке узагальнення дає точне визначення завдань, які має виконувати Державна фінансова інспекція, а тому впливає на підвищення ефективності виконання завдань її підрозділами. Підконтрольні органи – це суб'єкти господарської діяльності та інші уста-



нови, які здійснюють свою діяльність за кошти Державного бюджету України [2]. Об'єкти контролю – це повний комплекс або окремі процеси фінансово-господарської діяльності суб'єкта господарювання, на які спрямовуються контрольні заходи суб'єкта фінансового контролю [2; 3]. Щодо цього пункту, то можна сказати, що має місце також деяке узагальнення [3; 4]. Таке спрощення дає можливість чітко розуміти, які функції покладені на працівників Державної фінансової інспекції.

Провівши аналіз та порівнявши два законодавчих акти, можна сказати, що діяльність Державної фінансової інспекції була значно узагальнена. Результати порівняння наведені в таблиці.

Таблиця

**Порівняльна характеристика положення про Головне контрольно-ревізійне управління України та положення про Державну фінансову інспекцію України**

Назва 1	Державна фінансова інспекція 2	ГоловКРУ 3
Основні функції здійснення державного фінансового контролю щодо об'єктів контролю	Виконання функцій з управління об'єктами державної власності [5]	Використання і збереження державного та комунального майна, в тому числі майна, що передане в користування [5]
	Цільове використання коштів державного і місцевих бюджетів [5]	
	Цільове використання і своєчасне повернення кредитів (позик), одержаних під державні (місцеві) гарантії [5]	
	Складання бюджетної звітності, паспортів бюджетних програм та звітів про їх виконання (у разі застосування програмно-цільового методу у бюджетному процесі), кошторисів та інших документів, що застосовуються в процесі виконання бюджету станом внутрішнього контролю та внутрішнього аудиту у розпорядників бюджетних коштів [5]	
	Усунення виявлених недоліків і порушень [5]	
Основні завдання	Реалізація державної політики у сфері державного фінансового контролю, а також внесення пропозицій щодо її формування [5]	Підготовка пропозицій щодо формування державної політики у сфері державного фінансового контролю; забезпечення в установленому порядку реалізації державної політики у сфері державного фінансового контролю за використанням відповідно до законодавства міністерствами, іншими центральними й місцевими органами виконавчої влади, органами місцевого самоврядування, іншими бюджетними установами, а також підприємствами та організаціями незалежно від форми власності, організаційно-правових форм, відомчої належності та підпорядкованості, які отримують кошти з бюджетів та державних цільових фондів, коштів і матеріальних цінностей, їх збереженням, веденням і достовірністю бухгалтерського обліку та фінансової звітності; розроблення пропозицій щодо усунення виявлених недоліків і порушень та попередження їх появи в майбутньому [5]
	Дотримання законодавства про державні закупівлі [5]	
		Використання бюджетних коштів, отриманих на виконання державних програм, перевірку фінансово-господарської діяльності стосовно бюджетних позик, позик і кредитів, гарантованих коштами бюджетів, цільового використання дотацій та субсидій, інших бюджетних асигнувань, коштів державних цільових фондів, належне виконання державних контрактів, проавансованих за рахунок бюджетних коштів [5]

1	2	3
Діяльність підконтрольних об'єктів, що підлягають контролю	Діяльність щодо використання і збереження державних фінансових ресурсів, необоротних та інших активів, правильність визначення потреби в бюджетних коштах і взяття зобов'язань, ефективне використання коштів і майна, стан і достовірність бухгалтерського обліку та фінансової звітності [5]	Міністерства та інші органи виконавчої влади, державні фонди, фонди загальнообов'язкового державного соціального страхування, бюджетні установи і суб'єкти господарювання державного сектору економіки, а також підприємства, установи та організації, які отримують (отримували в періоді, який перевіряється) кошти з бюджетів усіх рівнів, державних фондів та фондів загальнообов'язкового державного соціального страхування або використовують (використовували в періоді, який перевіряється) державне чи комунальне майно [5] Фінансова діяльність щодо використання коштів, матеріальних цінностей та їх збереження, стан і достовірність бухгалтерського обліку та фінансової звітності [5]

Отже, можна зробити висновки, що форма викладу та зміст законодавчих актів значно узагальнені в новому форматі. Багато функцій розширені, але основні завдання та підконтрольні органи й операції цих органів значно узагальнені. Позитивні ці зміни чи негативні, покаже лише час. Та все ж основною метою цієї реформації є необхідність реформувати систему фінансового контролю, узагальнювати її, залишати лише ті підрозділи й структури, які, насамперед, важливі для ефективного здійснення фінансового контролю в Україні, чітко розподіляти функції між підрозділами, чітко формулювати обов'язки начальників підрозділів та голів Державних фінансових інспекцій в областях, як це зазначено в положенні про Державну фінансову інспекцію України. Та найважливіше те, що Державна фінансова інспекція не лише стала фіскальним органом, але й проводить державний фінансовий аудит, що дає змогу підприємству за допомогою рекомендацій аудиторів виправити недоліки, відхилення від норми. Можна звернутися до міжнародних методів здійснення державного фінансового контролю і провести аналіз можливості впровадження їхнього досвіду в нашій країні.

*Наук. керівн. Гавкалова Н. Л.*

**Література:** 1. Басанцов І. В. Стандартизація фінансового контролю як один із початкових етапів реформування контрольної системи України / І. В. Басанцов // Вісник Української академії банківської справи. – 2008. – № 1. – С. 33–39. 2. Кінашук Л. Фінансовий контроль в системі державного управління / Л. Кінашук // Підприємство, господарство і право. – 2008. – № 11. – С. 97–99. 3. Дмитренко Г. В. Проблеми удосконалення державного фінансового контролю в контексті зарубіжного досвіду / Г. В. Дмитренко // Економіка та держава. – 2009. – № 7. – С. 76–79. 4. Плєскач В. Л. Фінансовий контроль у контексті трансформаційних процесів економіки / В. Л. Плєскач // Фінанси України. – 2009. – № 6. – С. 85–92. 5. Про Державну фінансову інспекцію України : Положення від 23 квітня 2011 року № 499/2011 [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://portal.rada.gov.ua/>. 6. Сайт інформаційного порталу ВВП. – Режим доступу : <http://portal.rada.gov.ua/>. 7. Про державну контрольно-ревізійну службу в Україні : Постанова від 5 липня 1993 р. № 515 [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://portal.rada.gov.ua/>. 8. Стефанюк І. Б. Теоретичні засади побудови нової системи державного фінансового контролю підприємницької діяльності / І. Б. Стефанюк // Фінанси України. – 2007. – № 11. – С. 137–146.



# Зміст

<b>Лебідь А. Ю.</b> Особливості спрощеної системи оподаткування.....	3
<b>Сторожко О. О.</b> Вибір системи оподаткування в Україні для фізичних та юридичних осіб.....	5
<b>Чуприна В. Ю.</b> Фінансовий результат як облікова та економічна категорія.....	7
<b>Лазарева А. С.</b> Проблеми обліку фінансових результатів в Україні.....	9
<b>Сукачова М. М.</b> Проблеми обліку витрат, доходів та фінансових результатів інноваційної діяльності.....	11
<b>Мажуліна М. О., Афанасієвська Т. В.</b> Кошторис доходів і витрат бюджетної організації.....	14
<b>Туленцева Ю. О.</b> Кредитоспроможність позичальника: сутність і зміст.....	16
<b>Колісник В. Ю.</b> Проблеми і перспективи складання фінансової звітності відповідно до Міжнародних стандартів обліку та звітності.....	19
<b>Несвітайло М. А.</b> Податкове планування та податковий потенціал як фактори впливу на розвиток підприємства.....	21
<b>Штонда Г. А.</b> Дослідження проблем, що виникають у фізичних осіб-підприємців, які пов'язані з оподаткуванням отриманих ними доходів.....	23
<b>Хворостовська М. В.</b> Визначення особливостей обліку доходів і витрат комерційного банку.....	25
<b>Арцих М. Р.</b> Вибір облікової політики на підприємстві.....	27
<b>Зав'ялова О. Ю.</b> Обліково-аналітичне забезпечення в управлінні фінансовим станом підприємства.....	29
<b>Буряк О. О.</b> Порівняльна характеристика вимог до введення бухгалтерського обліку відповідно до українських та міжнародних стандартів.....	32
<b>Маруніч А. В.</b> Методичне забезпечення функціонування системи обліку витрат на підприємстві.....	34



<b>Пересічанська А. С.</b> Особливості віднесення амортизації до складу витрат фізичної особи-підприємця .....	36
<b>Марченко Н. М.</b> Конкурентні переваги банку в сучасних умовах .....	38
<b>Різник І. В.</b> Проблеми управління дебіторською заборгованістю.....	40
<b>Літвін О. М.</b> Упровадження збалансованої системи показників у діяльність підприємств у системі конкурентної розвідки.....	43
<b>Шульженко А. С.</b> Проблеми оподаткування малого та середнього бізнесу в Україні.....	45
<b>Шляхтич Т. В.</b> Особливості обліку дебіторської заборгованості на малих підприємствах.....	47
<b>Лихоманова Є. В.</b> Удосконалення системи обліку основних засобів для покращення фінансового стану підприємства .....	49
<b>Білецька М. В.</b> Стимулювання інноваційної діяльності підприємств .....	51
<b>Столяревська К. В.</b> Визначення поняття стратегії розвитку підприємства.....	53
<b>Гнатюк А. М.</b> Система фінансових інтересів підприємства як основа забезпечення його фінансової безпеки .....	55
<b>Сінельченко М. В.</b> Розробка стратегії розвитку підприємства комплексним методом.....	57
<b>Вихованець Т. С.</b> Оцінка праці персоналу промислового підприємства.....	58
<b>Коверга А. В.</b> Удосконалення управління маркетингом на підприємстві .....	60
<b>Чарьев М. К.</b> Особенности проведения маркетинговых исследований на современных предприятиях .....	61
<b>Шамаріна С. Ю.</b> Сутність та структура потенціалу підприємства.....	63
<b>Середа Г. І.</b> Обґрунтування стратегії металоторгівельного підприємства.....	64
<b>Ільченко Д. П.</b> Упровадження нових методів організації та управління на підприємстві.....	66
<b>Ганьшина К. О.</b> Обобщение научных подходов к определению экономической сущности антикризисного управления предприятием .....	68

<b>N. Shevyakova. Branding in the Company</b> .....	69
<b>Бичік Є. В. Обґрунтування системи стимулювання праці персоналу</b> .....	71
<b>Волобуєв М. О. Обґрунтування технології прийняття управлінських рішень</b> .....	72
<b>I. Slizkaya. Mechanisms of Company's Financial Stabilization</b> .....	73
<b>Корецька О. Б. Формування маркетингової стратегії підприємства на інноваційній основі</b> .....	75
<b>Шевцов О. В. Організація процесу та ефективність маркетингових досліджень підприємств</b> .....	77
<b>Iu. Kostenko. Customer Service as a Factor of Profit Maximization</b> .....	79
<b>Ye. Podryadchikov. Improvement of Organizational Structure of an Enterprise</b> .....	80
<b>Каменюка Р. Ю. Сучасні підходи до формування потенціалу підприємства</b> .....	81
<b>Рапава Н. Б. Упровадження енергозберігаючих заходів у системи теплопостачання</b> .....	83
<b>Клименко Д. С. Необхідність створення організаційно-економічного механізму розвитку підприємства</b> .....	86
<b>Пузина М. К. Модель формування професійних компетентностей ризик-менеджера на підприємстві</b> .....	88
<b>Василенко Ю. В. Підвищення ефективності управління підприємством на основі використання процесного підходу</b> .....	91
<b>Головко О. С. Інвестиційна стратегія підприємств агропромислового комплексу України</b> .....	94
<b>Лемеш І. О. Сутність логістичної системи та її функціональна значущість на підприємстві в системі прийняття управлінських рішень</b> .....	96
<b>Боровльова Н. С. Формування ефективної системи мотивації персоналу для українських підприємств</b> .....	98
<b>Мацак Ю. В. Виявлення об'єктів стратегічних змін у сфері мотивації персоналу</b> .....	100
<b>Нечай Є. О., Лалієва Е. С. Сутність економічної безпеки підприємства як економічної категорії</b> .....	103



<b>Барсученко А. С., Зинченко А. С.</b> Практические аспекты управления потребительским поведением.....	105
<b>Писарева О. А.</b> Практичні аспекти довірчого маркетингу .....	107
<b>Гогой І. Ю., Прокопенко Д. А.</b> Інструментарій маркетингових комунікацій у мережі Інтернет .....	109
<b>Компанець М. О.</b> Особливості формування та розвитку брендингу .....	111
<b>Гнатишина Н. І.</b> Теоретичні засади контролю в Україні.....	113
<b>Нестеренко А. Т.</b> Вплив життєвого циклу товару на формування збуту підприємства .....	116
<b>Маделян К. А.</b> Характеристика екологічної проблеми в Україні.....	118
<b>Ольховська С. Д.</b> Сучасні тенденції формування та розвитку трудового потенціалу підприємства.....	119
<b>Пенделяк І. Ю.</b> Використання ризик-менеджменту підприємствами з тривалим циклом виробництва .....	121
<b>Світайло Т. В.</b> Управління ризиками в діяльності підприємства.....	123
<b>Садовський Ю. В.</b> Диверсифікація виробництва як фактор підвищення стійкості підприємства .....	125
<b>Комарова О. Ю.</b> Максимізація прибутку банку на основі аналізу його фінансових результатів .....	127
<b>Убушиєва І. А.</b> Оцінка валютних ризиків за допомогою моделі Монте-Карло .....	129
<b>Єрмаченко С. В.</b> Сутність поняття "кредитний ризик" .....	132
<b>Ольховська О. В.</b> Забезпечення кредитів у банках: проблеми та напрями їх вирішення.....	134
<b>Куценко К. С.</b> Валютні ризики банку: причини їх виникнення в сучасних умовах господарювання банків.....	136
<b>Буряк В. С.</b> Управління кредитними ризиками в банку.....	137
<b>Пілат Г. І.</b> Шляхи вдосконалення діяльності банків на фондовому ринку України.....	140
<b>Грицак Ю. М.</b> Аналіз інвестиційного клімату України в посткризовий період та шляхи його поліпшення.....	141
<b>Макушенко А. В.</b> Методика оцінки рівня регулювання діяльності банку.....	144
<b>Шеретун А. С.</b> Шляхи вдосконалення роботи Національного банку України з проблемними банками .....	146

---

<b>Харькова О. В.</b> Кількісна оцінка факторів формування кредитного потенціалу на прикладі АТ "Ощадбанк" .....	148
<b>Котельнікова Н. В.</b> Розрахунок функціональної достатності ресурсного потенціалу ПАТ Банку "Меркурій" .....	150
<b>Тищенко І. С.</b> Визначення економічної сутності поняття "ризик" за допомогою контент-аналізу.....	152
<b>Кадигріб В. О.</b> Організація управління кредитним портфелем банку та оцінка динаміки його якості.....	154
<b>Мякий М. Г.</b> Напрями вдосконалення фінансового контролю в контексті забезпечення економічної безпеки держави.....	156
<b>Голубченко І. В.</b> Порівняльна характеристика положень про Головне контрольно-ревізійне управління України та положення про Державну фінансову інспекцію України .....	160