

Харківський національний
економічний університет

**Управління
розвитком**

Збірник наукових робіт

№ **23** (120) 2011

видається щомісячно

Харків • ХНЕУ • 2011

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 № 3 від 31.10.2011 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

Гриньова В. М. — докт. екон. наук, професор ХНЕУ

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

Дорошнін М. С. — докт. екон. наук, професор 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 університету
імені першого Президента Росії Б. Н. Ельцина

Левикин 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

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

Solarz Jan Krzysztof — prof. nadzw.dr hab. Akademia
finansów, Warszawa

Wackowski Kazimierz — prof. nzw. dr hab.

Politechnika Warszawska

Zehetner Andreas — mag. Uppu Austria University

of Applied Sciences

Поштова адреса

засновника і видавця:

61001, Україна, м. Харків, пр. Леніна, 9а

Головний редактор **Пономаренко В. С.**

Конт. телефон: (057)702-03-04

Поштова адреса редакції:

61001, Україна, м. Харків,
пров. Інженерний, 1а, 1 під'їзд

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

Редакція (057)758-77-04

Редактори: **Замазій О. Є., Лященко Т. О.,
Новицька Л. М., Семенова І. М.**

Комп'ютерна верстка — **Сосненко Л. С.**

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 15.11.2011 р.

Формат 84×108 1/16. Панір MultiCopy.

Ум.-друж. арк. 21,5. Обл.-вид. арк. 27,09. Тираж 500 прим. Зам. № 681.

Ціна договірна.

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, 2011.

© Видавництво ХНЕУ,
дизайн, оформлення обкладинки, 2011.

Студент 5 курсу
факультету менеджменту та маркетингу ХНЕУ

ОСОБЛИВОСТІ ЗАСТОСУВАННЯ ІНТЕГРОВАНИХ МАРКЕТИНГОВИХ КОМУНІКАЦІЙ ДЛЯ ПРОСУВАННЯ ПРОМИСЛОВИХ ТОВАРІВ

Анотація. Розглянуто особливості застосування маркетингових комунікацій для просування промислових товарів, запропоновано матрицю для визначення оптимального співвідношення засобів МК та формулу для розрахунку ефективності комплексу маркетингових комунікацій.

Аннотация. Рассмотрено особенности применения маркетинговых коммуникаций для продвижения промышленных товаров, предложена матрица для определения оптимального соотношения средств МК и формула для расчета эффективности комплекса маркетинговых коммуникаций.

Annotation. The article describes the features of marketing communications for the promotion of industrial goods, a matrix to determine the optimum ratio of the MC and the formula for calculating the efficiency of complex marketing communications are proposed.

Ключові слова: інтегровані маркетингові комунікації, комплекс комунікацій, просування продукції.

На сучасному етапі економічного розвитку для вітчизняних виробників виробництво і просування нової продукції є одними з найважливіших факторів забезпечення їх ринкового успіху. Конкуренція, що постійно зростає, змушує виробників уже на етапі виведення нового товару на ринок мати детально прораховану, адекватну зовнішнім умовам і потенціалу підприємства, стратегію його просування.

Вибір стратегії просування продукту запропоновано здійснювати на основі матриці (табл. 1), що ґрунтується на оцінці місткості ринку, рівня конкуренції, типу продукту, фази життєвого циклу, обізнаності споживачів, ціни на продукт, ставлення до неї споживачів та витрат на маркетинг.

Таблиця 1

Матриця вибору стратегії просування продукту

Компоненти	Характеристики компонентів		
1. Місткість ринку	Невелика 1А	Велика 1Б	
2. Конкуренція	Відсутня 2А	Незначна 2Б	Висока 2В
3. Обізнаність споживачів	Відсутня 3А	Наявна у меншості 3Б	Наявна у більшості 3В
4. Ставлення споживачів до ціни	Неприйнятно висока 4А	Згода сплачувати помірно 4Б	Згода сплачувати встановлену ціну 4В
5. Ціна	Низька 5А	Середня 5Б	Висока 5В
6. Витрати на маркетинг	Низькі 6А	Середні 6Б	Високі 6В
7. Фаза життєвого циклу	Упровадження 7А	Зростання 7Б	Зрілість 7В
8. Тип продукту	Широкого вжитку 8А	Промислового вжитку 8Б	
	1А	1Б	
	2В	2А, 2Б	2В
	3Б, 3В	3А, 3Б	3В
	4Б	4В	4А
	5В	5В	5Б
	6А	6В	6В
	7А	7В	7Б
	8Б	8А	8А
Стратегія вибіркового проникнення	Стратегія активного маркетингу	Стратегія пасивного маркетингу	Стратегія широкого проникнення



На основі аналізу наявних даних підприємств різних галузей було визначено усереднений діапазон коефіцієнтів розподілу коштів бюджету залежно від маркетингової стратегії (табл. 2).

Таблиця 2

**Розподіл бюджету просування нових товарів
залежно від обраної стратегії, %**

Маркетингова комунікація	Маркетингова стратегія			
	інтенсивний маркетинг	вибіркове проникнення	широке проникнення	пасивний маркетинг
Реклама	6 – 10	64 – 69	30 – 60	68 – 73
PR	0	10 – 16	3 – 6	5 – 20
Стимулювання збуту	0	5 – 9	7 – 15	0
Персональний продаж і акції прямого маркетингу	90 – 94	10 – 12	34 – 60	10 – 25

Отже, для різних груп товарів доцільно використовувати різне співвідношення засобів маркетингових комунікацій.

Засоби просування промислових товарів такі ж, як і споживчих: реклама, стимулювання збуту, PR, директ-маркетинг та синтетичні засоби, але все ж мають ряд своїх особливостей.

На ринку промислових товарів і послуг менше покупців. Це обмежує вибір як способів просування в цілому, так і рекламоносіїв зокрема. Залишаються способи просування, що дозволяють доносити інформацію диференційовано до цільової аудиторії: спеціалізована преса, виставки і, Інтернет-реклама, сувенірна та друкована реклама [1].

Особливе значення в рекламі на промисловому ринку відведено поліграфічній продукції та сувенірам. Основний обсяг інформації споживач отримує в ході переговорів, презентацій, виставок та ярмарків. Для потенційного покупця важлива наочність, можливість після переговорів або ярмарку повернутися до пропозиції, знайти підтвердження вигідності співпраці, відстояти перед керівництвом або акціонерами необхідність укладення контракту. І саме на цьому етапі великого значення набувають поліграфічна продукція та сувеніри.

Інтернет-реклама також має ряд своїх особливостей. Оскільки промислові товари не є товаром масового попиту, такі варіанти реклами, як масова розсилка по електронній пошті, реклама в банерообмінних мережах або іміджева реклама на популярних Інтернет-порталах, не матиме відповідного ефекту вкладених коштів, тому компанії використовують в основному контекстну й банерну рекламу на тематичних порталах. Важливу роль відіграє сайт підприємства. Потрібно не лише оприлюднити дані компанії, але докладно відсортувати і сформулювати інформацію таким чином, щоб вона повною мірою давала відповіді на всі питання, які можуть виникнути в потенційного або реального клієнта в момент розгляду компанії як постачальника. Інтерактивний за своєю суттю Інтернет – чи не найкращий канал для просування саме складних товарів і послуг з нестандартними або немасовими цільовими аудиторіями [1].

Свої особливості має також PR. Перша особливість PR для промислових підприємств – сам об'єкт просування. Якщо на ринку товарів широкого споживання переважно просувається продукція або торгова марка продукції, то об'єкт просування в галузі промисловості – саме підприємство, а не його продукція. Вигоди PR-просування в даному випадку полягають в тому, що його позитивна репутація автоматично переходить на все, що він випускає або продає.

У більшості випадків підприємствам промислового ринку не потрібна яскрава реклама, вони зацікавлені в надійній репутації в ділових колах, міцних і налагоджених відносинах з партнерами, інвесторами, іншими видами громадськості. Саме репутація сьогодні може стати головною конкурентною перевагою, що найважче нейтралізувати конкурентам. З іншого боку, репутація – це запас міцності, кредит довіри до підприємства в умовах кризи.

Особливість стимулювання збуту на промисловому ринку полягає в тому, що стимулювання споживачів не ефективно. Отже, доцільно стимулювати посередників до покупки, використовуючи знижки залежно від обсягу і обороту та повторних закупівель, безкоштовну доставку, гарантійне обслуговування, розстрок платіжів тощо.

Особистий продаж є найбільш ефективною формою комерційної комунікації виробника зі споживачами. На процес комунікації впливають змінні заднього плану, до яких відносять особу продавця, сприйняття партнера і ситуації продажу, приховані психологічні відносини.

Особливе значення для підприємств, що працюють на промисловому ринку, набуває такий вид просування як, директ-маркетинг. Завдяки йому можна інформувати клієнта про новинки в товарі, про зміни ціни або надання нових послуг, а також привітати клієнта з професійними чи особистими святами. При цьому винятковість директ-маркетингу в тому, що він заснований на індивідуальному підході до споживачів або сегментів споживачів. Мета директ-маркетингу – побудувати постійне спілкування з кожним з наявних адресатів, таким чином, що в адресата виникає відчуття особистого спілкування, турботи про його потреби, підвищення його зарозумілості і почуття значимості. Побудова надійних двосторонніх взаємовідносин з клієнтом є одним з головних принципів інтегрованих маркетингових комунікацій.

На сьогодні є ще труднощі при визначенні оптимального співвідношення між складовими маркетингових заходів.

За базову модель оцінки зв'язку між комплексом маркетинг-мікс і кінцевою метою фірми можна взяти таку модель [2]:

$$Z = b \times A^a S^s D^d P^p \times (P^i - q) - F - \{S + A + D + P\} - X,$$

де Z – загальний обсяг прибутку;

A, S, D, P – витрати на елементи комплексу маркетинг-мікс (у формулі прогнозу збуту може бути різна розмірність);

b – фактор шкали, який переводить витрати елементів маркетинг-мікс у кількість проданих товарів;

a, s, d, p – еластичність елементів маркетинг-мікс;

Pⁱ – ціна продажу одиниці товару;

q – умовно-змінні витрати на одиницю продукції;

F – розмір умовно-постійних витрат;

X – умовно-змінні витрати до застосування маркетингових заходів.

Наведена модель має недоліки, які пов'язані, насамперед, з тим, що мінімальний обсяг збуту (прибуток) може бути забезпечений і без втручання маркетингу. Крім того, не враховує того, що використання багатьох засобів комунікацій не дає моментального ефекту. Тому ця модель потребує подальшого вдосконалення.

Поки що є труднощі при визначенні оптимального співвідношення між складовими маркетингових заходів і, як наслідок, оптимізації функції. Досить важко визначити абсолютний потенціал ринку, який може виступати областю допустимих значень запропонованих моделей. Зрештою, постає проблема збору необхідних вихідних даних для встановлення зв'язку. Крім того, досить часто подібні моделі базуються на основі попередніх даних і не здатні відобразити зміни в ринковій кон'юктурі. Тому проблема визначення оптимального співвідношення засобів маркетингових комунікацій та оцінки його ефективності залишається актуальною і потребує подальшого вирішення.

Наук. керівн. Тонєва К. В.

Література: 1. Петруня Ю. Є. Маркетинг : навч. посібник / Ю. Є. Петруня. – К. : Знання, 2007. – 324 с. 2. Прауде В. Р. Маркетинг : навч. посібник / В. Р. Прауде, О. Б. Білий. – К., 1994. – 316 с. 3. Бернет Дж. Маркетингове комунікації: Інтегрований похід / Дж. Бернет, С. Мариати ; пер. с англ. под ред. С. Г. Божук. – СПб. : Питер, 2001. – 864 с. 4. Бутенко Н. В. Маркетинг : підручник / Н. В. Бутенко. – К. : Атіка, 2008. – 300 с. 5. Кардаш В. Я. Товарна інноваційна політика : навч. посібник / В. Я. Кардаш. – К. : КНЕУ, 1999. – 124 с. 6. Ліпчук В. В. Маркетинг: основи теорії та практики, навч. посібник / В. В. Ліпчук, А. П. Дудяк, С. Я. Бугіль ; за заг. ред. В. В. Ліпчука. – Львів : Новий Світ, 2000. – 288 с. 7. Ромат Е. В. Реклама : учебн. для студ. спец. "Маркетинг" / Е. В. Ромат. – 3-е изд. – К. ; Х. : Студцентр, 2000. – 480 с. 8. Росситер Дж. Р. Реклама и продвижение товаров / Дж. Р. Росситер, Л. Перси. – СПб. : Питер, 2000 р. – 652 с. 9. Шульц Д. Стратегические бренд-коммуникационные компании / Д. Шульц, Б. Барнс. – М. : Издат. дом Гребенникова, 2003. – 512 с.

УДК 657.471.12

Борисова Т. І.

Студент 5 курсу
факультету обліку і аудиту ХНЕУ

ОСОБЛИВОСТІ ОРГАНІЗАЦІЇ ОБЛІКУ РОЗРАХУНКІВ З ПЕРСОНАЛОМ

Анотація. Розкрито сутність та етапи організації обліку оплати праці; визначено законодавчі, нормативні й первинні документи організації обліку розрахунків з персоналом з оплати праці; запропоновано заходи для поліпшення організації обліку розрахунків з персоналом з оплати праці.

Аннотация. Раскрыты сущность и этапы организации учета оплаты труда; определены законодательные, нормативные и первичные документы организации учета расчетов с персоналом по оплате труда; предложены мероприятия для улучшения организации учета расчетов с персоналом по оплате труда.

© Борисова Т. І., 2011

Annotation. In this research we investigated the essence and the periods of organizing accounting of remuneration of labor; determined legislative, normative and original documents of organizing accounting with stuff in the question of remuneration of labor; we proposed methods for improvement of organizing accounting with stuff in the question of remuneration of labor.

Ключові слова: організація обліку, оплата праці, розрахунки з персоналом, первинні документи, документообіг.

Актуальність розгляду цього питання зумовлена певною зміною нормативної й документальної бази оплати праці на підприємствах і підприємницьких структурах. На сьогодні спостерігається велика диференціація заробітної плати між окремими соціальними групами. Заробітна плата перестала бути стимулюючим фактором, що ускладнює проведення мотивувальної політики.

Питання реформування оплати праці в Україні висвітлювали О. Безбатько [1], В. Костюк [2], В. Рожнов [3], С. Соломонов [4], О. Сліпарчук [5] та інші, але зміна господарських умов і законодавства потребують подальшого вирішення цього питання.

Мета дослідження – визначити сутність та особливості організації обліку розрахунків з персоналом.

Завдання дослідження – розглянути основні етапи організації обліку розрахунків з персоналом.

Об'єкт дослідження – організація обліку розрахунків з персоналом.

Предмет дослідження – документальне відображення обліку розрахунків з персоналом.

Розрахунок заробітної плати є дуже відповідальною й трудомісткою роботою, яку треба виконати за короткий термін між наданням інформації та виплатою робітнику.

Тому заздалегідь підготовлений порядок обліку допоможе зекономити час. Для цього його треба розробити і затвердити до кінця року. Мета складання наказу про організацію бухгалтерського обліку – встановити порядок ведення бухгалтерського обліку на підприємстві. При розробці наказу кожен головний бухгалтер намагається закласти в нього всі необхідні положення, щоб урегулювати накопичені проблеми і змусити бухгалтерію злагоджено працювати. Згідно із Законом України "Про бухгалтерський облік та фінансову звітність в Україні" від 16.07.1999 р. № 996–XIV, для забезпечення ведення бухгалтерського обліку підприємство самостійно вибирає форми його організації, розробляє організаційну структуру, призначає відповідальних за ведення бухгалтерського обліку, затверджує форми первинних документів, графік документообігу тощо [6].

Організація оплати праці в Україні здійснюється згідно з чинними нормативно-правовими актами; генеральною угодою на державному рівні; галузевими та регіональними угодами; колективними договорами; трудовими договорами; іншими внутрішніми нормативними документами підприємств (рисунок).



Рис. Загальна схема організації бухгалтерського обліку розрахунків з оплати праці [1]



Документом, що визначає економічні, правові й організаційні основи оплати праці працівників, які перебувають у трудових відносинах на підставі трудового договору з підприємствами, установами, організаціями всіх форм власності та господарювання, а також з окремими громадянами, є Закон України "Про оплату праці" від 24.03.1995 р. № 108/95-ВР [1].

Заробітна плата – це винагорода, обчислена, як правило, у грошовому виразі, яку за трудовим договором власник або уповноважений ним орган виплачує працівникові за виконану ним роботу. Розмір заробітної плати залежить від складності й умов виконуваної роботи, професійно-ділових якостей працівника, результатів його праці та господарської діяльності підприємства.

Згідно з установчими документами, підприємство розробляє штатний розпис – внутрішній нормативний документ, у якому викладено перелік посад (професій), передбачених на підприємстві, із зазначенням їх посадових окладів.

Оплата праці працівників, які перебувають у трудових відносинах з підприємствами, установами, організаціями, незалежно від форм власності й господарювання, регулюється, з одного боку, шляхом встановлення державного розміру мінімальної заробітної плати, норм, гарантій і компенсацій, умов і розмірів оплати праці працівників установ і організацій, які фінансує бюджет, умов і розмірів оплати праці керівників державних підприємств, оподаткування прибутків працівників, з другого – угодами, які укладаються на державному, галузевому, регіональному рівнях і на підприємстві. Регулювання оплати праці на рівні підприємства передбачає розроблення, затвердження й застосування внутрішніх (локальних) нормативних документів, зокрема положень: про оплату праці, про преміювання за виконання виробничих завдань і функцій, про винагороду за підсумками роботи за рік тощо [3].

Ці положення розробляються відділом організації праці й заробітної плати та затверджуються, як правило, наказом керівника підприємства.

Відсутність ефективної системи оплати праці й матеріального стимулювання призводить до великої різниці в оплаті праці спеціалістів різних підрозділів і однорідних спеціалістів на підприємствах одного регіону. Це стає причиною плинності кадрів, нестабільності роботи колективів, зростання матеріальних витрат, пов'язаних з навчанням нових працівників [7].

Облік особового складу працівників здійснює відділ кадрів. Обліку підлягають усі працівники підрозділів незалежно від робіт, які вони виконують, та посад, що обіймають [4].

Відповідно до ст. 4, 14, 18 Закону України "Про державну статистику", виховуючи положення статей 80, 81, 95 Цивільного кодексу України, ч. 8 ст. 19 та ст. 55 Господарського кодексу України наказом від 05.12.2008 р. № 489 затверджено з 1 січня 2009 р. типові форми первинного обліку, що ведуться на підприємствах (таблиця).

Таблиця

Типові форми первинної облікової документації з обліку розрахунків з оплати праці підприємств, установ, організацій

Типова форма	Назва документа	Сутність документа	Особливості документообігу
1	2	3	4
№ П-1	Наказ (розпорядження) про прийняття на роботу	Наказ (розпорядження) про прийняття на роботу застосовується для обліку прийнятих на роботу	Заповнюється у відділі кадрів на всіх працівників
№ П-2	Особова картка працівника	Містить особисті дані працівника	На підставі підписаного наказу про прийом на роботу відділ кадрів заповнює документ первинного обліку – особову картку працівника; робить відповідні записи в трудову книжку; бухгалтерія відкриває особовий рахунок чи аналогічний йому документ
№ П-3	Наказ (розпорядження) про надання відпустки	Застосовується для оформлення щорічної та інших видів відпустки, що надається працівникам відповідно до чинних законодавчих актів і положень, колективних договорів, контрактів та графіків відпусток	На підставі наказу про надання відпустки відділ кадрів робить відмітки в особовій картці працівника, а бухгалтерія робить розрахунок заробітної плати, що належить за відпустку
№ П-4	Наказ (розпорядження) про припинення трудового договору (контракту)	Застосовується для звільнення працівників	На підставі наказу про припинення трудового договору бухгалтерія робить розрахунок із працівником
№ П-5	Табель обліку використання робочого часу	Облік використання робочого часу, а також контроль за станом трудової дисципліни на підприємствах реалізується табельним обліком. Порядок нарахування заробітної плати, належної працівникам підприємства, залежить від форм оплати праці	Ці документи здають до бухгалтерії для нарахування заробітної плати

1	2	3	4
№ П-6	Розрахунково-платіжна відомість працівника	Вони виконують подвійну функцію: 1) за ними здійснюються розрахунки з робітниками та службовцями; 2) вони є формою аналітичного обліку до субрахунку 661 "Розрахунки з оплати праці". Аналітичний облік ведеться за кожним працівником, видами виплат та утримань	Заповнюються в бухгалтерії
№ П-7	Розрахунково-платіжна відомість працівника (зведена)		

Документальне оформлення операцій щодо розрахунків із заробітної плати між працівниками й роботодавцем супроводжується великою кількістю документів типових та нетипових форм.

Керівник підприємства на кожний первинний документ затверджує графік документообігу [5].

При кожній виплаті заробітної плати власник або уповноважений ним орган зобов'язаний повідомити працівника про такі дані, що належать до періоду, за який здійснюється оплата праці: загальна сума заробітної плати з розшифрування за видами виплат, розміри й підстави відрахувань із заробітної плати, сума заробітку, що належить до виплати [2].

Таким чином, прийняті законодавчі нормативно-правові акти сприяли значним змінам у формі оплати праці.

Облік праці та заробітної плати має бути організований таким чином, щоб сприяти підвищенню продуктивності праці, повному використанню робочого часу, а також правильному обчисленню чисельності працівників для обліку заробітної плати. Для цього на підприємстві мають бути чітко розподілені функції обліку між відділами.

Здійснюючи побудову або вдосконалення організації обліку оплати праці, підприємства мають підходити до цього питання обґрунтовано, враховуючи доцільність, використовуючи результати наукових досліджень, передового досвіду. Від організації обліку оплати праці залежить якість, правдивість, справедливність, повнота і своєчасність розрахунків з персоналом з оплати праці.

Напрямами подальших досліджень є поліпшення організації обліку розрахунків з персоналом з оплати праці.

Наук. керівн. Писарчук О. В.

Література: 1. Про оплату праці : Закон України від 24.03.1995 р. № 108/95-ВР [Електронний ресурс]. – Режим доступу : www.rada.gov.ua. 2. Костюк В. Порядок виплати заробітної плати / В. Костюк // Довідник кадровика. – 2007. – № 4. – С. 18–20. 3. Рожнов В. Організаційно-нормативні документи підприємства / В. Рожнов // Заробітна плата. – 2010. – № 1. – С. 9–14 ; № 2. – С. 18–21. 4. Соломченко Д. Організація обліку розрахунків з оплати праці на підприємстві / Д. Соломченко // Вісник Київського інституту бізнесу та технологій. – 2008. – № 1. – С. 46–50. 5. Сліпачук О. Графік документообігу з обліку праці та заробітної плати / О. Сліпачук // Заробітна плата. – 2009. – № 7. – С. 28. 6. Давидова К. Складаємо обліковий регламент на наступний рік / К. Давидова // Баланс. – 2008. – № 99. – С. 2–4. 8. Клиженко Я. Податок з доходів фізичних / Я. Клиженко // Податковий кодекс. – 2010. – № 1.

Черкашина А. В.

УДК 657.22:004.78

Студент 5 курсу
факультет обліку і аудиту ХНЕУ

АВТОМАТИЗАЦІЯ ПЕРВИННОГО ОБЛІКУ З ВИКОРИСТАННЯМ СУЧАСНИХ ІНФОРМАЦІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЙ

Анотація. Визначено ефективність автоматизації первинного обліку з використанням сучасних інформаційних технологій та необхідність повної автоматизації обліку та управління.

Аннотация. Определена эффективность автоматизации первичного учета с использованием современных информационных технологий и необходимость полной автоматизации учета и управления.

Annotation. The efficiency of automation of the primary account with the use of modern information technologies and the need for full automation of accounting and management are determined.

Ключові слова: первинний облік, повна автоматизація, сучасні інформаційні технології.

На сьогодні провідна роль у науково-технічному розвитку відводиться системі обліку та інформаційному забезпеченню. Широке застосування передових інформаційних технологій для автоматизації рутинних обчислювальних процедур, наприклад в установах України, за останні декілька років стало нормою. Впровадження інформаційних технологій послужило потужним прискорювачем для створення в нашій країні цілої індустрії з розробки програмно-технічних комплексів автоматизації виробничих процесів. Комп'ютеризація супроводжується вдосконаленням технологій виробничих процесів та послуг і підвищенням загального рівня керованості цими процесами. Використання або вдосконалення сучасних інформаційних технологій дозволяє комплексно вирішувати актуальні проблеми інформаційного забезпечення бухгалтерського обліку.

За останні роки з'явилась значна кількість публікацій, присвячена питанням автоматизації обліку з використанням сучасних інформаційних технологій. Це роботи таких науковців, як: Голов С. Ф. [1], Івахненко С. В. [2], Пушкар М. С. [3; 4], Ситник В. Ф. [5], К. Мей [6]. Вони вивчали необхідності структурної перебудови всієї облікової системи, використання кібернетичних законів, економіко-математичних та прогностичних досліджень, новітніх інформаційних технологій у побудові облікових процесів. Проте питання повної автоматизації обліку як можливості виключення людського чинника з облікової системи залишається недослідженим.

Мета роботи – дослідити особливості автоматизації первинного обліку з використанням сучасних інформаційних технологій.

Завдання роботи – дослідження особливостей повної автоматизації первинного обліку та управління на основі інформаційних технологій.

Об'єкт дослідження – автоматизація обліку на підприємстві.

Предмет дослідження – сукупність теоретичних і практичних можливостей використання повної автоматизації первинного обліку на підприємстві.

Традиційні засоби автоматизації обліку практично вичерпали свій ресурс і не приносять бажаного ефекту від скорочення трудомістких ділянок облікової роботи, тому актуальним стає питання повної автоматизації облікової роботи разом із збільшенням інтелектуальних знань бухгалтерів щодо аналітичного осмислення облікової інформації. Думка про повну автоматизацію діяльності людини не є новою. Ще німецький філософ Готфрід Лейбніц мріяв про ті часи, коли сам процес пізнання, здійснення управлінських дій, творчого мислення можна буде повністю алгоритмізувати, перетворити на своєрідне обчислення, що дозволило б отримати істину майже автоматично [2]. Проте ґрунтовних та системних досліджень трансформації облікової системи під впливом науково-технічного прогресу у формі повної автоматизації досить мало в науковій думці.

Автоматизація в загальному вигляді становить комплекс дій технічного, організаційного й економічного характеру, який полягає у мінімізації або у повному вилученні безпосередньої участі людини на основі масового застосування новітніх інформаційних технологій.

Завдяки застосуванню інформаційних технологій можлива повна автоматизація функціонування простих систем, у яких відбувається кругообіг часто повторюваної (циклічної) інформації про традиційні для підприємства факти господарської діяльності.

Затримка первинної інформації до її обробки на комп'ютері буває тому, що дуже важко і довго юридично оформляються первинні документи, на яких заснований облік, а також занадто застарілі способи передачі цих документів на обробку. Багаторазове збирання одних і тих же даних для потреб різних видів обліку призводить до значного збільшення витрат і часу на реєстрацію та обробку зібраної таким чином інформації, а це недопустиме з огляду на рівень розвитку сучасних технологій та вимог нового інформаційного суспільства і може призвести до катастрофічних наслідків щодо управління підприємством у зв'язку з несвоєчасністю та недостовірністю зібраної та обробленої інформації [4]. Вирішенням таких проблем може стати повна автоматизація обліку.

При повній автоматизації обліку отримана внаслідок збору інформація не придатна для використання людиною, оскільки є машинним кодом, котрий за допомогою засобів комунікації у вигляді інформаційного потоку передається для оброблення у вигляді реєстрації інформації в пам'яті комп'ютера [5]. Отже, збір відбувається за допомогою сучасних технологічних пристроїв, до того ж цей процес може проходити у значній віддаленості від місця комп'ютерної обробки інформації. Зібрана таким чином інформація передається для подальшої реєстрації на комп'ютер, який може знаходитися в іншій частині будівлі, міста чи країни. Реєстрація інформації автоматична, за попередньо розробленим алгоритмом. Обробка отриманих внаслідок збору даних разом з умовно-постійною інформацією з номенклатурних довідників є підставою для складання бухгалтерського проведення та інших облікових процедур без участі людського чинника. Суть такого процесу полягає в тому, що завдяки попередньо сформованим масивам з нормативною, розцінковою, довідковою, планово-договірною та іншою інформацією й отриманих після збору даних, що дозволяють ідентифікувати факт господарської події як певний набір цих унікальних параметрів, можна повністю автоматично сформувати бухгалтерське проведення [6].



На рисунку порівняно збір первинної облікової інформації при ручному, автоматизованому та повністю автоматизованому обліку.

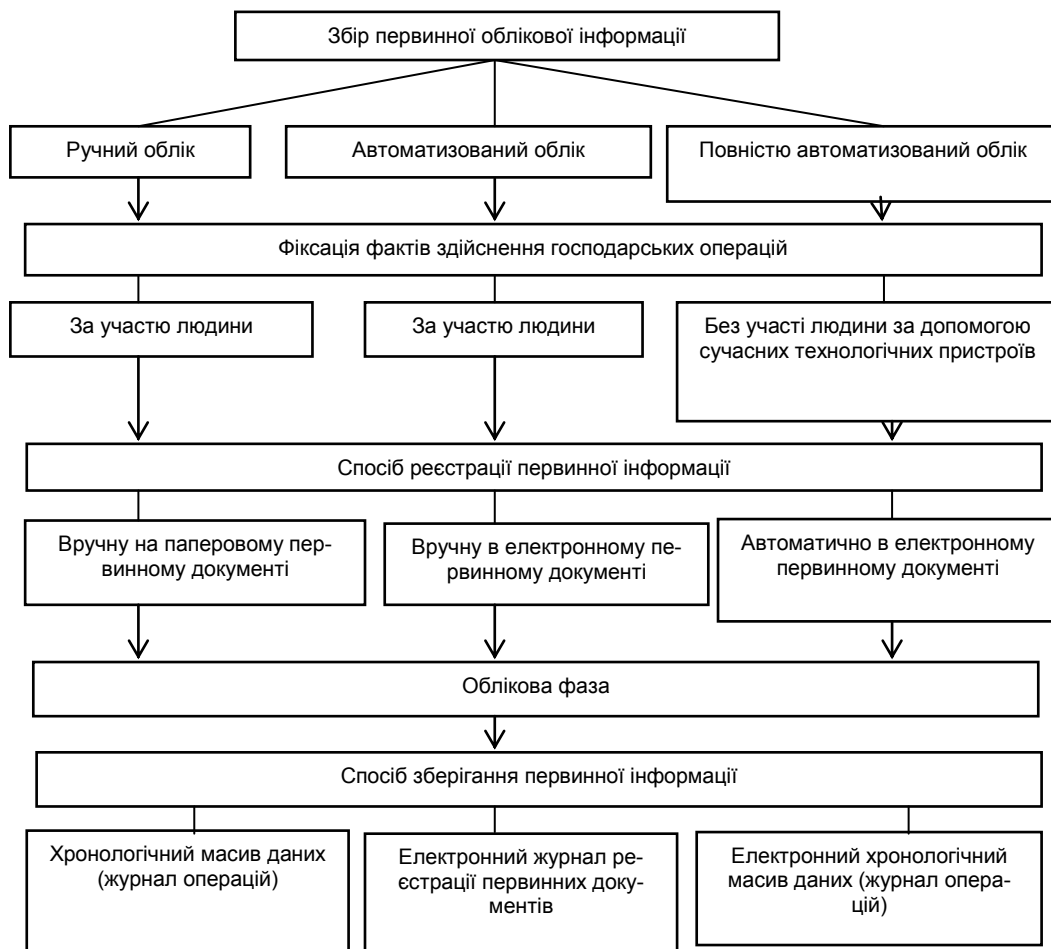


Рис. Збір первинної інформації при ручному, автоматизованому та повністю автоматизованому обліку

Таким чином, фіксація фактів здійснення господарських операцій при повному автоматизованому обліку здійснюється без участі людини, на відміну від ручного обліку або автоматизованого. Це відбувається за допомогою різноманітних технологічних датчиків, сканерів, смарт-карток, лічильників, електронних зважувальних пристроїв, годинників, штрихкодів тощо. Реєстрація також відбувається автоматично, це означає, що така інформація є високою мірою достовірною, оскільки отримана та зареєстрована без участі суб'єктивно людського фактора, а отже, відсутні навмисні махінації чи випадкові помилки з боку облікового персоналу.

Отже, можна зробити висновок, що повністю автоматизований облік перед традиційними ручними та автоматизованими формами обліку має ряд таких переваг, що кардинально змінюють роль обліку в системі управління підприємством: автоматизований збір та реєстрація первинних даних за допомогою технічних пристроїв та їх передача за допомогою засобів комунікації дистанційними каналами до комп'ютерів є основним засобом збору первинної інформації, що дозволяє позбутися людського чинника у первинному обліку; документи в традиційному вигляді формуються при потребі з наявної інформаційної бази, а не складаються в місці виникнення первинної інформації; інформацію, яка відображає відхилення за тими чи іншими господарськими операціями, можна отримати повністю автоматично; звітна інформація виводиться у визначений строк; у повністю автоматизованому обліку на екран ПК надходить тільки та інформація, яка потрібна для вироблення та прийняття рішення, і як правило, у вигляді відхилень від нормативних показників, тоді як на паперовому носії (при потребі), що складаються традиційним способом, звичайно включають усі показники, які повністю чи частково характеризують процеси та операції, що відбуваються на об'єкті управління.

За умов переростання системи повністю автоматизованого первинного обліку в повністю автоматизовану інформаційну систему всього підприємства завдяки нейромережним технологіям і сучасним теоріям кібернетичного управління можливе автоматизоване здійснення на всіх рівнях управління підприємством. Проте в даний час найбільш реальним є створення системи підтримки

прийнятих рішень, яка б на основі автоматично отриманої з обліку інформації надавала менеджерам конкретні рекомендації щодо можливості та наслідків здійснюваних управлінських дій.

Наук. керівн. Писарчук О. В.

Література: 1. Голов С. Ф. Бухгалтерський облік в Україні: аналіз стану та перспективи розвитку : монографія / С. Ф. Голов. – К. : ЦУЛ, 2007. – 522 с. 2. Івахненко С. В. Інформаційні технології в організації бухгалтерського обліку та аудиту : навч. посібник / С. В. Івахненко. – К. : Знання-Прес, 2006. – 349 с. 3. Пушкар М. С. Креативний облік (створення інформації для менеджерів) : монографія / М. С. Пушкар. – Тернопіль : Карт-бланш, 2008. – 334 с. 4. Пушкар М. С. Створення інтелектуальної системи обліку : монографія / М. С. Пушкар. – Тернопіль : Карт-бланш, 2007. – 152 с. 5. Ситник В. Ф. Основи інформаційних систем : навч. посібник / В. Ф. Ситник. – 2-ге вид., переробл. і доп. – К. : КНЕУ, 2001. – 420 с. 6. Мей. К. Інформаційне суспільство. Скептичний погляд / К. Мей ; пер. з англ. – К. : К.І.С., 2004.

УДК 657.411

Захарюта А. С.

Студент 5 курсу
факультету обліку і аудиту ХНЕУ

ОРГАНІЗАЦІЯ ОБЛІКУ ВЛАСНОГО КАПІТАЛУ ПІДПРИЄМСТВА ТА ОСОБЛИВОСТІ ЙОГО ФОРМУВАННЯ

Анотація. Розглянуто особливості обліку та використання власного капіталу підприємств, розроблено рекомендації щодо вдосконалення організації обліку власного капіталу підприємств.

Аннотация. Рассмотрены особенности учета и использования собственного капитала предприятий, разработаны рекомендации по совершенствованию организации учета собственного капитала предприятия.

Annotation. The article examines accounting features and using of property asset of enterprise, recommendations for the improvement of property asset of equity accounting of enterprise are developed.

Ключові слова: власний капітал підприємства, фінансовий облік, управлінський облік, формування власного капіталу.

Власний капітал становить фінансову основу створення і розвитку будь-якого підприємства. Він виступає одним із найважливіших факторів економічної діяльності фірми. Структура та ефективність використання власного капіталу підприємства безпосередньо впливають на формування добробуту його власників, адже власний капітал підприємства є головним вимірником його ринкової вартості.

Власний капітал виступає одним із найважливіших об'єктів фінансового та управлінського обліку, які є основою інформаційного забезпечення фінансового менеджменту. Він також виступає об'єктом фінансового аналізу підприємства. Облік власного капіталу є важливим моментом у відносинах підприємства із зовнішніми кредиторами, оскільки величина власного капіталу пов'язана з платоспроможністю підприємства.

Таким чином, у сучасних умовах важливо не просто організувати облік власного капіталу відповідно до чинного законодавства, а й включити облік у систему управління підприємством. Тому актуальною є така організація обліку власного капіталу, при якій облік є інформаційною базою, яка дозволяє провадити оперативний аналіз ефективності використання власного капіталу з тим, щоб своєчасно розробляти і впроваджувати коригуючі заходи щодо усунення негативних тенденцій. Тобто потреба подальшого розвитку й удосконалення обліку та аналізу використання власного капіталу виробничих підприємств і визначила актуальність обраної теми статті.

З розвитком економіки збільшився інтерес до питання ефективності використання та формування власного капіталу. Проблеми власного капіталу завжди були в центрі уваги економістів. Дослідженням його сутності як економічної категорії в теоретичному і практичному аспектах, його формуванням та використанням у компанії займалися вітчизняні і зарубіжні вчені в різні часи еко-



номічного розвитку країн, такі, як: І. Бланк, Ю. Брігхем, Ю. Воробйов. Однак питання щодо організації обліку власного капіталу підприємства та ефективності його використання залишились розкриті не повністю.

Метою дослідження є розгляд особливостей обліку та використання власного капіталу підприємства і розробка рекомендацій щодо вдосконаленню організації обліку власного капіталу підприємств.

Завдання дослідження: проаналізувати можливі шляхи вдосконалення обліку власного капіталу на підприємстві; намітити шляхи підвищення ефективності використання власного капіталу.

Об'єкт дослідження – виробниче підприємство.

Предмет дослідження – організація обліку, аналізу та управління власним капіталом підприємства, ефективність його використання.

Власний капітал є важливою складовою серед джерел формування ресурсів підприємства. До власного капіталу відносяться: статутний капітал, пайовий капітал, додатковий вкладений капітал, інший додатковий капітал, резервний капітал, нерозподілений прибуток (непокритий збиток), неоплачений капітал, вилучений капітал.

Облік власного капіталу має досить велике значення з огляду на важливість даного виду капіталу для підприємства. Для обліку власного капіталу передбачені такі рахунки: 40 "Статутний капітал", 41 "Пайовий капітал", 42 "Додатковий капітал", 43 "Резервний капітал", 44 "Нерозподілені прибутки (непокриті збитки)", 45 "Вилучений капітал", 46 "Неоплачений капітал".

Рахунки 42, 43, і 44 призначені для обліку власного капіталу, який створюється у процесі господарської діяльності підприємства, але не є статутним капіталом. Цей капітал належить власникам і направляється на задоволення потреб господарюючого суб'єкта, проте він не закріплений за частками за кожним із учасників.

Складання Звіту про власний капітал регламентується П(С)БО 5 "Звіт про власний капітал". У цьому звіті відображаються всі зміни, які відбулися з власним капіталом за звітний період, у розрізі елементів (статей) власного капіталу. Цей звіт поєднується з іншими формами звітності [1]. Відповідно до п. 14 П(С)БО 5 "Звіт про власний капітал" власний капітал підприємства може зменшуватися в результаті виходу учасника, викупу або анулювання викуплених акцій акціонерним товариством, зменшення номінальної вартості акцій [1]. За наявності вилученого капіталу розмір власного капіталу підприємства, або вартість його чистих активів, буде меншою від статутного капіталу за умови нульової арифметичної суми інших елементів власного капіталу.

Облік власного капіталу має важливе значення з огляду на те, що він використовується кредитором для оцінювання кредитоспроможності підприємства, тому неправильний облік або ж фінансова звітність може потягнути за собою судові позови з боку тих суб'єктів ринку, які використовують цю інформацію для визначення своїх стосунків з даним підприємством. Окрім того, облік власного капіталу відіграє суттєву роль у стосунках між власниками підприємства, оскільки прибуток зазвичай розподіляється пропорційно частці у статутному капіталі кожного з власників чи засновників підприємства.

Аналітичний облік додаткового капіталу ведеться за видами. Субрахунки рахунку 42 є одночасно регістрами аналітичного обліку. Облік інших видів власного капіталу на багатьох підприємстві не ведеться. Необхідно зауважити, що за рахунок непокритих збитків відбувається фактичне зменшення власного капіталу підприємства, хоча в наказі про облікову політику питання можливості покриття збитків за рахунок додаткового чи резервного капіталу не зазначено. Організація синтетичного та аналітичного обліку власного капіталу має ряд недоліків. Серед них можна виділити:

відсутність у наказі про облікову політику підприємств окремого пункту про облік власного капіталу;

недостатню оперативність в одержанні облікової інформації через використання журнально-ордерної форми ведення обліку;

невизначеність ситуації з покриттям збитків, оскільки без кардинальних змін у діяльності прибутків у найближчому майбутньому очікувати не слід;

недосконалість аналітичного обліку статутного капіталу.

Ефективне використання власного капіталу полягає, з одного боку, в тому, щоб отримати якнайбільший прибуток, тобто максимізувати рентабельність власного капіталу, а з іншого – не втратити фінансової стійкості, залишитися платоспроможним. Використання лише власного капіталу підприємства робить його стан абсолютно стійким, але зводить до мінімуму рентабельність власного капіталу, а отже, і доходи власників підприємства. Залучення великої кількості позикових коштів збільшує рентабельність власного капіталу, але може потягти за собою втрату фінансової стійкості, частим наслідком якої є банкрутство. Саме тому ефективне управління власним капіталом полягає у вмінні знаходити "золоту середину" між прибутком і фінансовою стійкістю. Цей процес надзвичайно складний і потребує як правильної постановки процесу обліку власного капіталу, так і аналізу ринкової ситуації, неабиякого чуття та комерційної інтуїції.

Крім того, негативним моментом, який показує відношення до обліку власного капіталу на підприємстві, є відсутність відповідного розділу в наказі про облікову політику підприємства. Зокрема, необхідно визначити відсутні на сьогодні процедури оцінки внесків, викупу акцій у акціонерів, аналітичний облік додаткового капіталу. Потребує вдосконалення й аналітичний облік статутного капіталу з урахуванням управлінських потреб у світлі необхідності прийняття в недалекому майбутньому кардинальних управлінських рішень. Власний капітал є важливою складовою серед джерел формування ресурсів підприємства, процес формування власного капіталу характеризується рядом особливостей як з фінансового, так і з правового погляду, що впливає на управлінський аспект фінансових рішень на підприємстві.



Облік власного капіталу має досить велике значення через важливість даного виду капіталу для діяльності підприємства; облік власного капіталу на підприємстві організований лише для виконання вимог чинного законодавства, в той час як правильна організація обліку є запорукою отримання точної і потрібної інформації, яка є основою ефективних управлінських рішень.

Зараз особливо гостро постала проблема необхідності уточнення та упорядкування існуючого методологічного забезпечення обліку капіталу підприємств. З цією метою пропонується створити зрозумілі для бухгалтерів облікові шаблони, що дозволить їм забезпечувати, згідно з концептуальною основою Міжнародних стандартів фінансової звітності, якісні характеристики консолідованих звітів, таких, як: зрозумілість, доречність, достовірність і зіставність.

Наук. керівн. Писарчук О. В.

Література: 1. П(С)БО 5 "Звіт про власний капітал", затверджене наказом МФУ від 31.03.1999 р. № 7 // Все про бухгалтерський облік. – 2003. – № 14 (802). 2. Цивільний кодекс України // Відомості Верховної Ради України. – 2003. – № 40 – 44. 3. Господарський кодекс України // Відомості Верховної Ради України. – 2003. – № 18, 19 – 20, 21 – 22. 4. Сопко В. В. Бухгалтерський облік капіталу підприємства (власності, пасивів) / В. В. Сопко. – К. : Центр навчальної літератури, 2006. – 312 с.

УДК 005.8

Ткачова А. В.

Студент 5 курсу
факультету обліку і аудиту ХНЕУ

ПРОЦЕС КОНТРОЛЮ ПРОЕКТНОГО МЕНЕДЖМЕНТУ В СИСТЕМІ ОРГАНІЗАЦІЇ ОБЛІКУ НА ПІДПРИЄМСТВІ

Анотація. Розглянуто аналіз проектного менеджменту в організації обліку на підприємстві та організацію контролю проектного менеджменту.

Аннотация. Рассмотрены анализ проектного менеджмента в организации учета на предприятии и организация контроля проектного менеджмента.

Annotation. Analysis of project management in the organization of accounting at the enterprise and organization of control of project management are regarded.

Ключові слова: проект, проектний менеджмент.

Протягом останніх десятиліть формувалася нова наука – управління проектами, яка вивчає методи, форми та засоби найбільш ефективного і раціонального управління змінами та може бути застосована до організації обліку та контролю на підприємстві [1]. Для більш детальної організації обліку і контролю існує проектний менеджмент, який дозволяє визначити проходження процесу обліку та очікуваних результатів від діяльності. Процес контролю проектного менеджменту в організації обліку є дуже актуальним питанням у наш час, оскільки необхідно вміти не лише правильно організувати процес проектного менеджменту, але й потрібно мати певні навички та систему контролю за даними процесами на підприємстві.

Проблемами проектного менеджменту є визначення критеріїв його оцінки, які охоплюють значне коло питань, вивченням яких займалось багато вчених. Пилипенко А. А. [1] розглядав загальну структуру проектного менеджменту в системі організації обліку. Трілленберг Вілфрід [2] визначав практичні аспекти впровадження проектного менеджменту. Питанням проектного менеджменту займався Верба В. А. [3], який за допомогою аналізу розглянув проектний менеджмент та його вплив на діяльність організації. Проектний менеджмент є великою галуззю в системі організації обліку. Незважаючи на значний обсяг робіт за цим напрямком, питання щодо контролю проектного менеджменту як запоруки успіху проекту потребує додаткової уваги.

Головною метою дослідження є визначення поняття проектний менеджмент та контроль за виконанням проекту в системі організації обліку і контролю на підприємстві.

Завдання дослідження – визначити основні проблемні напрямки контролю проектного менеджменту в системі організації обліку на підприємстві та основні відмінності контролю на підприємстві та контролю в процесі організації проектного менеджменту.

© Ткачова А. В., 2011



Об'єкт дослідження – проектний менеджмент у системі організації обліку і контролю на підприємстві.

Предмет дослідження – процеси контролю в проектному менеджменті.

Менеджмент – це процес планування, організації та контролю організації з метою досягнення координації людських і матеріальних ресурсів, необхідних для ефективного досягнення цілей. Менеджмент пронизує всю організацію, торкається практично всіх сфер її діяльності. Існують основні етапи процесу управління цілями, одним із яких є планування дій. У свою чергу, одними з основних видів планів є політика організації, програма та проект [4]. Політика організації – це напрям розробки управлінських рішень менеджерами організації. Програма – це план одноразового застосування для прийняття спеціального рішення в межах загальних цілей організації. Проект – це частина загальної програми для щоденної діяльності підрозділу в організації [5]. Важливим етапом у менеджменті є стратегія діяльності підприємства, проект – це більш ефективна одиниця розробки стратегії, оскільки проектування дає змогу реалізації декількох ідей одночасно, при цьому завдяки ефективному розподілу ролейових обов'язків кожний співробітник виконує своє завдання найбільше конструктивно. Проект керується на будь-якій стадії його реалізації за допомогою контролю [6].

Основні цілі контролю у проектному менеджменті мають певні відмінності від здійснення цієї функції управління в умовах поточної діяльності фірми. Якщо контроль призначений для забезпечення виконання планових показників, то в умовах проекту контроль не відповідає сутнісним ознакам проекту. Система контролю виконання проекту має бути частиною загальної системи управління проектом, між елементами якої є зворотні зв'язки і можливості зміни завдань, які були встановлені раніше. Система має вхід, вихід і сам процес виконання, який можна віднести до будь-якої частини проекту, починаючи від елементарної проектної роботи. Ще до закінчення формування вихідних параметрів вони контролюються, порівнюються із встановленими параметрами і в разі їхньої невідповідності аналізуються причини відхилення, за результатами якого приймаються відповідні управлінські рішення.

Чим раніше будуть встановлені ці відхилення та визначені їх чинники, тим ефективніше функціонуватиме система контролю проекту. Саме на це і спрямовані процеси контролю у проектному менеджменті.

Вимоги до здійснення процесів контролю розробляються до початку реалізації проекту за участю зацікавлених сторін і визначають склад інформації, що аналізується, структуру звітів і відповідальність за їх подання, порядок прийняття рішень [5].

Для ефективної системи контролю проекту необхідно дотримуватись чіткої послідовності у виконанні поставленого завдання.

Вважаємо за доцільне виділити такі аспекти системи контролю проекту:

1) для успішного завершення проекту необхідне ретельне планування всіх проектних робіт. Для того щоб контроль за виконанням проекту був ефективний, необхідно, щоб були поставлені конкретні плани тому, що неможливо запровадити якісний контроль щодо планів, які складені неналежним чином;

2) необхідно точно оцінити витрати часу, ресурсів та затрат на виконання робіт;

3) потрібно вести чіткий облік порядку виконання робіт щодо витрат часу, ресурсів та затрат на виконання проекту;

4) необхідно вести чітку та постійну переоцінку часу і витрат, необхідних для виконання частини робіт, які ще необхідно зробити;

5) для того щоб не перевищити бюджет проекту, необхідно багатократне порівняння фактичного виконання та витрат згідно з календарним планом та бюджетом.

Отже, щоб проектний менеджмент у системі обліку був успішним, необхідно, щоб підприємство ретельно ставилося до організації і контролю проекту протягом усього періоду його здійснення, починаючи від розробки і закінчуючи звітом про виконані роботи.

Також є доцільним встановлення на підприємстві інформативної системи звітності. Звіти мають висвітлювати стан проекту відносно первісних планів на основі єдиних критеріїв. Для цього потрібно визначити прості процедури підготовки та отримання звітів. Для кожного виду звітів мають бути чітко встановлені відповідні терміни подання. Результати звітів мають обговорюватись на нарадах. Необхідна наявність ефективної системи аналізу фактичних показників і тенденцій. Процеси контролю проекту поділяються на основні й допоміжні і враховують:

1) загальний контроль за змінами – координацію змін за проектом у цілому;

2) ведення звітності за проектом – збирання та надання звітної інформації щодо ходу реалізації проекту, враховуючи прогноз наслідків відхилень;

3) контроль змін змісту;

4) контроль розкладу – контроль змін у календарному плані проекту;

5) контроль витрат – відстежування відхилень від планових витрат ресурсів і виконання бюджету проекту;

6) контроль якості – відстежування конкретних результатів проектних робіт для визначення їх відповідності встановленим плановим нормам та прийняття необхідних рішень, спрямованих на усунення чинників, які призводять до порушення характеристик якості;

7) контроль ризику – реагування на зміни рівня ризику в ході реалізації.

Головним показником ефективного контролю проектного менеджменту є розробка плану діяльності. Плани мають бути змістовними, чітко структурованими, фіксованими. У результаті аналізу зібраних даних керівництво проекту має визначитися, чи відповідає наявна ситуація запланованій, і якщо ні, то визначити причини відхилень та оцінити їх наслідки для дотримання параметрів реалізації проекту. Оцінка наслідків передбачає прогнози щодо дотримання термінів виконання

проектів та бюджету, змісту наступних робіт та можливої якості їх результатів. Після закінчення виконання плану керівник проекту має скласти звіт про виконані роботи та результати проекту.

Отже, основні проблеми проектного менеджменту на підприємстві полягають у ефективній розробці процесу контролю за виконанням проекту. Головною відмінністю побудови системи контролю в проектному менеджменті є її спрямованість на своєчасне виявлення можливих відхилень від термінів виконання проекту та витрат від запланованих. Для того щоб підприємство успішно функціонувало, потрібно, щоб на підприємстві було встановлено ефективну систему організації обліку та контролю.

Проектний менеджмент може застосовуватись у всіх сферах обліку на підприємстві. Необхідно дослідити вплив і розвиток проектного менеджменту в організації обліку починаючи з власного капіталу і закінчуючи організацією звітності підприємства.

Наук. керівн. Писарчук О. В.

Література: 1. Пилипенко А. А. Організація обліку і контролю / А. А. Пилипенко, В. І. Отенко. – Х. : ВД "ІНЖЕК", 2005. – 424 с. 2. Проектний менеджмент : конспект лекцій і семінарів (Трілленберг Вілфрід) [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://studentam.kiev.ua/content/view/742/98/>. 3. Верба В. А. Проектний аналіз : підручник / Верба В. А., Загородніх О. А. – К. : КНЕУ, 2000. – 322 с. 4. Бейкер С. Проектний менеджмент для "чайників" / С. Бейкер, К. Бейкер. – М. : Альфа букс, Нью-Йорк, 1998. – 480 с. 5. Кучеренко В. Р. Бізнес-планування фірми : навч. посібн. / В. Р. Кучеренко, О. С. Маркітан. – К. : Знання, 2006. – 423 с. 6. Суть, види проектів і моделі управління ними [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://buklib.net/component/option,com_jbook/task,view/Itemid,36/catid,146/id,5118/. 7. Управління проектами як специфічна галузь менеджменту [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.5dp.com.ua/content/view/4743/>.

УДК 005.584

Валєєва А. Ф.

Студент 5 курсу
факультету обліку і аудиту ХНЕУ

КОНТРОЛІНГ ЯК ОСНОВА ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЕФЕКТИВНОГО РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВА

Анотація. Розглянуто актуальність питань контролінгу при ефективному управлінні підприємством, необхідність запровадження контролінгу на підприємстві, а також запропоновано можливі варіанти організації служби контролінгу.

Аннотация. Рассмотрена актуальность вопросов контролинга при эффективном управлении предприятием, необходимость внедрения контролинга на предприятии, а также предложены возможные варианты организации службы контролинга.

Annotation. The relevance of controlling for the effective management of the enterprise, the need for controlling the company are considered. Possible options for controlling the service are also suggested.

Ключові слова: контролінг, управління, планування, контроль, ефективність діяльності.

Формування ринкових відносин, поява підприємств різних форм власності як у виробничій, так і невиробничій сферах вносять істотні зміни в систему управління мікроекономікою. На перший план виходять економічні, ринкові критерії ефективності, підвищуються вимоги до гнучкості управління. У цій ситуації неодмінною умовою вдосконалення методів управління є повне використання внутрішніх можливостей підприємства, тобто створення дієвої системи внутрішнього обліку і звітності. Відтак актуальною є проблема пошуку механізмів усередині підприємства, які б могли забезпечити його конкурентоспроможність, фінансову стійкість, оперативність реагування на виклики і загрози із зовнішнього середовища та захист інтересів власників бізнесу.

Істотним внеском на етапі становлення і розвитку концепції інформації та управління стали роботи зарубіжних авторів: А. Дайле [1], Р. Манн [2], Е. Майєр [2], П. Хорват [3], а також вітчизняних вчених: Стефанюк І. Б. [4], Задорожна Р. П. [5] та ін. А. Дайле [1] визначає контролінг як концепцію управління підприємством, орієнтовану на систему обліку та інформаційну систему підприємства. Р. Манн і Е. Майєр [2] називають контролінг системою управління прибутком підприємства. Стефа-



нюк І. Б. [4] визнає систему контролінгу принципово новою концепцією інформації й управління як обліково-аналітичну систему, що реалізує синтез елементів обліку, аналізу, планування, контролю. Згідно з П. Хорватом [3], контролінг повинен виконувати функцію інтеграції та координації процесу управління.

Вивчивши та проаналізувавши праці багатьох авторів, необхідно зазначити, що контролінг – нова концепція інформації й управління, що забезпечує підтримку внутрішнього балансу підприємства шляхом формування інформації про витрати та прибутки і надання її керівництву для прийняття оптимальних управлінських рішень. Контролінг досить широко використовується у практиці західних підприємств і приносить відчутні результати. В управлінні вітчизняними підприємствами він не знаходить належного застосування і, насамперед, внаслідок того, що потреба в ньому часто перевищує знання, що є в цій галузі.

На даний момент контролінг асоціюється із "системою управління" в цілому. Хоча контролінг найперше пов'язується зі словом "контроль", він є набагато ширшим поняттям і не звичайною перевіркою, охоплюючи значно більшу сферу діяльності підприємства [6].

Мета дослідження – визначення необхідності впровадження контролінгу та надання практичних рекомендацій щодо його організації на підприємстві.

Основними завданнями дослідження даної теми є розробка технології впровадження служби контролінгу з метою поліпшення стану підприємства, надання характеристики кожного етапу зазначеної вище технології, систематизація основних завдань та функцій служби контролінгу.

Об'єкт дослідження – вивчення діяльності підприємства з позиції підвищення його ефективності.

Суб'єкт – дослідження служби контролінгу як один із шляхів підвищення ефективності функціонування підприємства.

Сьогодні в Україні особливо гостро постає питання впровадження на підприємствах системи контролінгу. Використання передових методик управління підприємством, ефективного застосування інформації, забезпечення стабільного розвитку є надзвичайно актуальним. Ефективне функціонування підприємства в умовах потоку інформації про стан зовнішнього та внутрішнього середовища, що постійно змінюються, неможливо без розумної організації економічних служб підприємства, а отже, обґрунтованого й оптимального закріплення прав, обов'язків і відповідальності з метою координації взаємодій різних органів управління. Саме тому вважаємо за раціональне створення спеціального структурного підрозділу – служби контролінгу на підприємстві. Система контролінгу включає не тільки аналітичні показники та висновки, у ній присутня сильна організаційна складова – люди і потоки інформації.

Автор пропонує до уваги розробку низки етапів впровадження служби контролінгу на підприємстві. На першому етапі головним моментом є визначення необхідності даного структурного підрозділу, а також інформування персоналу шляхом проведення нарад та зборів. На другому етапі визначається чітка організаційна форма і відбувається створення приблизної моделі служби контролінгу. На третьому етапі необхідно розробити основні завдання та функції служби відповідно до вимог певного підприємства. Далі відбувається впровадження підрозділу та виноситься до уваги внутрішня нормативна документація щодо його діяльності. Останнім етапом є проведення аналізу ефективності діяльності служби контролінгу для даного підприємства (таблиця).

На основі технології впровадження служби контролінгу необхідно визначити завдання та функції даного підрозділу. Серед основних завдань можна виділити такі: 1) сприяння прийняттю рішень при розробці та затвердженні поточних планів; 2) консультування і самостійне проведення спеціальних економічних досліджень; 3) координація планів по всіх рівнях; 4) контроль прибутку в рамках поточних планово-контрольних розрахунків та сприяння у проведенні контрольних перевірок; 5) підготовка зведень планових і контрольних показників для керівників і фахівців підрозділів, що беруть участь у процесі планування і контролю; 6) прийняття рішень щодо характеристик систем, методів та організації управління і планування на підприємствах

Таблиця

Особливості впровадження служби контролінгу

Назва етапу	Короткий зміст етапу	Основні завдання
1	2	3
Прийняття рішення щодо організації служби контролінгу	Аналіз можливих ризиків у результаті впровадження служби контролінгу, а також визначення наявності необхідної кількості ресурсів	1. Інформування керівника щодо необхідності служби контролінгу. 2. Проведення вступних нарад для розуміння позитивних моментів введення нової служби персоналом
Визначення чіткої організаційної форми	Формування апарату і вибір певної організаційної структури служби контролінгу. Розробка еталонної моделі	1. Визначення необхідної кількості людських ресурсів. 2. Аналіз існуючої організаційної форми на підприємстві. 3. Аналіз можливих шляхів впровадження служби контролінгу в організаційну форму підприємства. 4. Визначення структури служби контролінгу

1	2	3
Визначення основних завдань, функцій і розробка вимог до служби контролінгу	Оцінка існуючого стану підприємства. Розробка внутрішньої нормативної документації	1. Розробка методики збору й аналізу даних. 2. Збір необхідних даних щодо діяльності підприємства. 3. Аналіз даних і визначення на їх основі завдань та вимог до служби контролінгу
Упровадження служби контролінгу	Здійснюється безпосередньо впровадження служби контролінгу	1. Підготовка впровадження служби контролінгу. 2. Опублікування внутрішньої нормативної документації. 3. Створення служби контролінгу. 4. Створення ІС контролінгу
Аналіз результатів	Аналіз оцінки ефективності впровадження нововведення до отриманих витрат	1. Розгляд існуючих моделей оцінки ефективності контролінгу. 2. Вибір прийнятної моделі для даного підприємства

Для ефективного функціонування підприємства служба контролінгу повинна виконувати такі функції, як методичну, організаційну, координаційну та консультативну.

Отже, проведене дослідження дозволяє стверджувати, що правильна і чітка організація служби контролінгу є передумовою ефективного функціонування системи контролю на підприємстві. Важливим моментом на етапі становлення даного підрозділу є визначення та чітка регламентація основних завдань і функцій служби контролінгу з метою забезпечення якісного управління всіма процесами, які відбуваються на підприємстві.

У подальшому планується розробка моделі ефективного функціонування служби контролінгу на підприємстві, практичних рекомендацій щодо досягнення стратегічних цілей за допомогою системи контролінгу, а також надання детальних рекомендацій правильного та ефективного формування структури служби контролінгу на підприємстві. Важливим напрямком розвитку даного дослідження буде зіставлення функцій та завдань служби контролінгу і розробка теоретичного плану роботи служби контролінгу на поточний рік задля уточнення її основних завдань.

Наук. керівн. Писарчук О. В.

Література: 1. Дайле А. Практика контролінга / А. Дайле. – М. : Финансы и статистика, 2001. – 336 с. 2. Манн Р. Контролинг для начинающих / Р. Манн, Э. Майер ; пер. с нем. – М. : Финансы и статистика, 1992. – 208 с. 3. Концепция контролинга / Hogvath & Partners ; пер. с нем. 3-го изд. – М. : Альпина Бизнес Букс, 2008. – 268 с. 4. Стефанюк І. Б. Поняття, сутність і причини виникнення контролінгу / І. Б. Стефанюк // *Фінанси України*. – 2007. – № 2 – С. 146–153 5. Задорожна Р. П. Контролінг як концепція управління фінансово-господарської діяльності підприємства / Р. П. Задорожна // *Вісник*. – 2010. – № 1. – С. 46–50. 6. Одноволик В. І. Контролінг – сучасна концепція забезпечення стабільного розвитку підприємства / В. І. Одноволик // *Актуальні проблеми економіки*. – 2009. – № 6. – С. 127–130.

УДК 657.471:004.78

Проценко А. М.

Студент 5 курсу
факультету обліку і аудиту ХНЕУ

УДОСКОНАЛЕННЯ АВТОМАТИЗАЦІЇ ОБЛІКУ ВИТРАТ ЗА ЦЕНТРАМИ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ ТА МІСЦЯМИ ЇХ ФОРМУВАННЯ

Анотація. Розглянуто економічну природу місць виникнення витрат, центрів відповідальності, визначено переваги використання бухгалтерської програми "Галактика" для такого способу обліку витрат.

© Проценко А. М., 2011



Аннотация. Рассмотрена экономическая природа мест возникновения затрат, центров ответственности, определены преимущества использования бухгалтерской программы "Галактика" для такого способа учета затрат.

Annotation. Organization of cost accounting for the places of origin and the responsibility is one of the main approaches to building an effective system of cost accounting. The article deals with the economic nature for cost, responsibility centers, identifies the benefits of accounting software "Galaxy" for this method of cost accounting.

Ключові слова: організація обліку, місце виникнення витрат, центр відповідальності, витрати, бухгалтерська програма.

Вирішення проблеми ефективного розвитку та економічного зростання підприємств неможливе без удосконалення, насамперед, системи управління витратами. Тому в практиці багатьох підприємств світу основними підходами до організації обліку витрат вважається облік за місцями виникнення та центрами відповідальності, а також раціональна автоматизація цього процесу.

На вітчизняних підприємствах вищевказані підходи до побудови обліку не надто поширені, тому обґрунтування переваг та основних принципів обліку за місцями виникнення і центрами відповідальності та його автоматизація залишаються актуальною темою дослідження вітчизняних науковців. Зокрема, в даному напрямку працюють: Бутинець Ф. Ф., Давидюк Т. В., Івахненко С. В. [1], Голов С. Ф., Пушкар М. С., Прокопович Л. Б. [2], Терещенко Л. О. [3], Шахрайчук Т. В. та ін. Вперше концепцію обліку витрат за центрами відповідальності сформулював Джон А. Хіггінс.

Дане дослідження спрямоване на побудову автоматизованої системи обліку витрат на підприємствах на основі концепції місць виникнення та центрів відповідальності.

Цільова спрямованість наукового дослідження передбачає вирішення таких завдань наукового та прикладного характеру:

розроблення наукових засад формування центрів відповідальності господарюючих суб'єктів;

автоматизація інформаційного забезпечення обліку витрат за місцями виникнення та центрами відповідальності, використовуючи бухгалтерську програму "Галактика".

Об'єктом дослідження є процес удосконалення обліку витрат на виробництво в організаціях України.

Предметом дослідження є організація і методика обліку витрат на виробництво в умовах ринкової економіки.

Принциповою особливістю організації обліку є необхідність визначення витрат не лише по підприємству в цілому, але і по центрах відповідальності та місцях формування всередині організації. Під центром відповідальності розуміється сфера, ділянка діяльності, очолювана відповідальною особою (менеджером), що має право і можливість приймати рішення.

Місцем витрат є територіально відособлений підрозділ організації, де здійснюються витрати. У практиці зарубіжних і вітчизняних підприємств центри відповідальності зазвичай встановлюють залежно від організаційної структури управління і функцій, що виконуються кожним підрозділом.

Організація обліку по місцях виникнення витрат і центрах відповідальності дозволяє децентралізувати управління витратами, спостерігати за їх формуванням на всіх рівнях управління, використовувати специфічні методи контролю витрат з урахуванням особливостей діяльності кожного підрозділу, виявляти винуватців непродуктивних витрат і, зрештою, істотно підвищити економічну ефективність господарювання.

Провідну роль у досягненні кінцевої мети підприємства відіграють виробничі центри відповідальності, де безпосередньо виготовляють продукцію, виконують роботи, надають послуги. Ці центри є сукупністю місць витрат різного рівня, що узагальнюють витрати на експлуатацію крупних агрегатів, технологічних ліній, груп устаткування усередині цеху, витрати окремих цехів основного та допоміжного виробництв і підприємства в цілому [2].

Правильно організований облік витрат у розрізі статей калькуляції, за місцями їх виникнення, центрами відповідальності дає керівництву достатній обсяг інформації для прийняття ефективних управлінських рішень. Стандартні підходи до обробки даних дають можливість взаємозамінювати бухгалтерів на різних ділянках роботи. Завдяки цьому скорочується кількість часу працівників бухгалтерії на виконання облікових функцій, зростають можливості для аналізу, статистичної обробки та підготовки аналітичної інформації, призначеної для ефективного управління підприємством.

Практично всі західні програми підтримують описані схеми розподілу за центрами витрат. Під центром витрат розуміють всі організаційно виділені підрозділи підприємства, за якими ведеться облік витрат. При цьому існують три стандартних механізми: віднесення (аналітичний облік на рахунках балансу) за центрами витрат; розподіл від рахунків балансового обліку до центрів витрат (у тих випадках, коли не використовується аналітичний облік за центрами витрат); розподіл за центрами витрат.

Комп'ютерні системи повинні підтримувати зберігання й реалізацію різних варіантів та схем розподілу за центрами витрат [3].

Незважаючи на те, що в даний час на ринку програмного забезпечення існує велика кількість бухгалтерських програмних продуктів різної потужності та вартості, на українських підприємствах надають перевагу все ж таки вітчизняним програмним продуктам масового тиражу, що більше відповідають умовам економіки та швидкій зміні законодавчих документів, що регулюють порядок ведення бухгалтерського обліку. Основними факторами, які впливають на впровадження комп'ютерних систем бухгалтерського обліку, є потреби підприємства та користувачів, а також наявність відповідних засобів для їх формування.



У комп'ютерній бухгалтерії через розширені можливості аналітичного обліку можлива побудова багаторівневих розрізів статей витрат, необхідних для потреб управління, а також облік витрат за центрами відповідальності.

Найбільш відомими і розповсюдженими є такі програми, як "Галактика", "Парус-Предприятие 7.11" та "1С:Предприятие" [1].

Програма "Парус-Предприятие" є комплексною програмою автоматизації бухгалтерського обліку підприємств малого та середнього бізнесу. Вона складається з функціонально відокремлених модулів: "Администратор", "Бухгалтерия", "Реализация на склад", кожен з яких містить один або декілька додатків, тобто програм, що працюють в ОС MS Windows.

"1С:Предприятие 7.7" – це універсальна програма автоматизації діяльності підприємства, яка використовується для будь-яких розрізів економічної діяльності підприємства, в тому числі й різних ділянок бухгалтерського обліку. Система "1С:Предприятие" може бути використана для ведення практично будь-яких розділів бухгалтерського обліку: облік операцій з банком та касою; облік основних засобів і нематеріальних активів; облік матеріалів і МШП; облік товарів, послуг та виробництва продукції; облік валютних операцій; облік взаєморозрахунків з організаціями, дебіторами, кредиторами, підзвітними особами; облік розрахунків по заробітній платні; облік розрахунків з бюджетом; інші розділи обліку [1].

Але ця програма має й свої недоліки, не останнім з яких є її висока ціна, яка відповідно до версії та конфігурації складає від 1 200 до 10 000 грн, а також неможливість чіткого розподілу витрат за центрами відповідальності та місцями виникнення.

Корпоративна інформаційна система "Галактика" надійшла на ринок програмних продуктів України у квітні 1995 р. і поступово нарощує коло підприємств, які здійснюють автоматизацію управлінської діяльності на її основі. Програма "Галактика" є багатокористувацькою комплексною системою автоматизації управління підприємством, яка охоплює всі аспекти його внутрішньої і зовнішньої господарської діяльності. Значною відмінністю програми "Галактика" від інших програм є комплексний підхід до проблеми автоматизації підприємства, що охоплює всі сфери управління сучасним підприємством, включаючи фінансове і господарське планування, управління кадрами, бухгалтерський облік, оперативне управління. Вирішення перерахованого комплексу завдань забезпечується контурами. Контур – це сукупність програмних модулів для виконання однорідних завдань. В програмі "Галактика" їх є чотири:

- 1) "Контур административного управління";
- 2) "Контур оперативного управління";
- 3) "Контур управління производством";
- 4) "Контур бухгалтерського учета".

Модульний принцип побудови даної програми дозволяє залежно від виробничо-економічної необхідності використовувати окремі програмні модулі або комбінувати їх за умови встановлення всіх модулів програми. Наприклад, модуль "Фактические затраты" призначений для розрахунку бухгалтерських фактичних затрат за підсумками виробничої діяльності підприємства за місяць. Основним джерелом первинної інформації для проведення розрахунків є книга бухгалтерських проводок. Розподіл непрямих витрат здійснюється шляхом такої процедури, як закриття рахунків. Ця процедура служить також для розподілу витрат при наданні зустрічних послуг підрозділів підприємства один одному. Результатом послідовного виконання операцій із закриття рахунків є бухгалтерські проводки, які містять суми затрат за аналітичними рахунками. Ці суми враховуються при розрахунках кошторисів витрат, зведення витрат і калькуляцій, на основі яких визначається фактична виробнича собівартість. Різноманітні звіти зі зведення витрат, кошторисів, калькуляцій, фактичного випуску дозволяють отримати повну картину калькулювання бухгалтерської фактичної собівартості.

Зазначимо, що концепцією системи "ГАЛАКТИКА" передбачено чіткий поділ функцій між фахівцями оперативних підрозділів і бухгалтерією.

Ведення виробничого обліку в системі "Галактика" передбачає певне групування затрат підприємства, які розподіляються за:

- 1) видами. Згідно з П(С)БО 16 "Витрати" затрати групуються за економічними елементами. Крім того, витрати на виробництво і реалізацію класифікуються за статтями затрат. Організація обліку витрат за їх видами дозволяє підприємству розрахувати структуру собівартості виробленої продукції. Аналіз структури собівартості сприяє виявленню найбільш ефективних напрямків її зниження;
- 2) місцями виникнення. Облік затрат за місцем виникнення забезпечує контроль за роботою підприємства в цілому та його структурних підрозділів зокрема. Комп'ютерні системи вирішують такого роду задачі досить оперативно, надаючи керівництву саму різноманітну аналітичну інформацію;
- 3) центрами відповідальності. Метою організації обліку за центрами відповідальності є накопичення даних про витрати за кожним з них, з тим, щоб відхилення від кошторису могли відноситись до матеріально відповідальної особи. Фактичні дані за центрами відповідальності відображаються у звітах про виконання кошторису. З них керівники центрів отримують інформацію про відхилення від кошторису за різними статтями витрат;
- 4) носіями затрат. Носіями витрат залежно від виду продукції і технології її виробництва можуть бути товари або напівфабрикати, групи однорідних товарів, будівельні об'єкти, види робіт та послуг;
- 5) іншими способами групування виробничих витрат. За допомогою комп'ютерної системи "Галактика" надається можливість групування витрат з метою планування і прийняття рішень. Застосовуючи дану систему, користувач може не тільки калькулювати собівартість, а й одночасно ділити витрати за місцями виникнення та центрами відповідальності, що дозволяє використовувати методи поглибленого оперативного аналізу для планування діяльності підприємства [1].



Також особливістю програми "Галактика" є найбільш природне та повне представлення первинних документів. Саме первинні документи є основою для реєстрації господарських операцій і ведення обліку. Вони можуть бути певним чином пов'язані між собою, відображаючи реальні господарські процеси. Ця перевага надає можливість у повній мірі контролювати процес відображення в обліку витрат як за місцями виникнення, так і за центрами відповідальності.

Програма "Галактика" є багатофункціональною і тому вона підходить для великих підприємств, об'єднань, корпорацій тощо. На Україні дана програма використовується на таких великих підприємствах, як наприклад, компанія "NEMIROFF".

Отже, побудова обліку витрат за місцями виникнення та центрами відповідальності є одним з вагомих кроків на шляху до організації ефективного управлінського обліку, оскільки його концепція допомагає:

- децентралізувати систему управління затратами підприємства, що, у свою чергу, дає можливість поглибити інформацію про сутність і причини затрат, оперативно реагувати на негативні наслідки господарської діяльності;

- планувати витрати, що дає можливість чітко усвідомлювати завдання, які стоять перед керівниками центрів відповідальності;

- накопичувати інформацію про величину витрат за місцями виникнення;

- отримувати інформацію про величину відхилень (позитивних, негативних) від планових витрат та їх причини;

- оперативно управляти й ефективно контролювати витрати підприємства за місцями виникнення;

- аналізувати ефективність діяльності структурних підрозділів та їх керівників;

- розробляти спільно з керівниками центрів відповідальності концепцію стратегічного управління витратами на основі об'єктивної й обґрунтованої інформації про їх виникнення.

Таким чином, побудова управлінського обліку на основі зазначеної концепції є, безперечно, одним із перспективних методів, котрий може забезпечити вітчизняним підприємствам ефективність управління витратами та вироблення стратегії на шляху до зниження витратомісткості виробленої продукції.

Організація системи обліку за місцями виникнення та центрами відповідальності вимагає певних витрат, пов'язаних із зміною структури підприємства, підбором професійного персоналу для організації та ведення такого обліку, повною автоматизацією обліку витрат за місцями виникнення та центрами відповідальності на підприємствах.

Методологічне забезпечення впровадження такої системи обліку, на думку автора, повинно бути узагальнене на законодавчому рівні шляхом розроблення методичних рекомендацій щодо застосування методу обліку за місцями виникнення та центрами відповідальності в системі управлінського обліку.

Наук. керівн. Писарчук О. В.

Література: 1. Інформаційні системи бухгалтерського обліку : підручник для студентів вищих навчальних закладів спеціальності 7.050106 "Облік і аудит" / Бутинець Ф. Ф., Івахненко С. В., Давидюк Т. В. та ін. ; за ред. проф. Ф. Ф. Бутинця. – 2-ге вид., переробл. і доп. – Житомир : ПП "Рута", 2002. – 544 с. 2. Прокопович Л. Б. Контроль витрат за центрами відповідальності / Л. Б. Прокопович // Тези доповідій I Всеукраїнської науково-практичної конференції "Облік і контроль в управлінні підприємницькою діяльністю". – Кіровоград : КДТУ, 2003. – С. 120–121. 3. Терещенко Л. О. Інформаційні системи і технології в обліку : навч. посібник / Л. О. Терещенко. – К. : КНЕУ, 2004. – 187 с.

Бараннік А. А.

УДК 657.425

Студент 5 курсу
факультету обліку і аудиту ХНЕУ

ОЦІНКА МЕТОДІВ АМОРТИЗАЦІЇ ОСНОВНИХ ЗАСОБІВ ТА ВИБІР ОПТИМАЛЬНОГО

Анотація. Розглянуто різні методи нарахування амортизації основних засобів, представлено класифікацію даних методів за різними ознаками та запропоновано використання оптимального варіанта вибору нарахування амортизації на підприємстві.

© Бараннік А. А., 2011

Аннотация. Рассмотрено методы начисления амортизации основных средств, представлена классификация данных методов по разным признакам и предложено использование оптимального варианта выбора начисления амортизации на предприятии.

Annotation. In the given article different methods of charging amortization of basic facilities are considered, classification of the given methods is presented after different signs and the use of optimum variant of choice of charging amortization on an enterprise is offered.

Ключові слова: амортизація, амортизаційна політика, методи амортизації, основні засоби, залишкова вартість.

Нестабільність економічної ситуації, жорсткість конкурентної боротьби, обмеженість матеріальних ресурсів та зростання їх вартості обумовлюють підвищення актуальності проблем, пов'язаних з оцінкою, придбанням, використанням та оновленням необоротних активів. Зокрема, важливим для суб'єктів господарювання є проведення зваженої амортизаційної політики, що є особливо необхідним для підприємств, результативність яких значною мірою залежить від ефективного управління основними засобами.

Дослідженням даної проблеми займалися такі вчені, як: М. Котова [1], Н. Лелюк [2], С. Сажинець [3], Ю. Тараруєв [4], але вони лише описували законодавчо установлені методи амортизації основних засобів, а проблема вибору оптимального методу не була повністю розкрита в цих роботах, тому потребує більш детального вивчення.

Метою статті є дослідження різних методів амортизації, які передбачені законодавством, та вибору оптимального серед них.

Для вирішення поставленої мети було сформульовано та вирішено наступне завдання – визначити особливості нарахування кожного з методів та можливість вибору підприємством оптимального.

Об'єкт дослідження – амортизація основних засобів.

Предмет дослідження – процес нарахування та вибору оптимального методу амортизації основних засобів.

Важливість упровадження ефективної амортизаційної політики впливає з наступного: амортизація необоротних активів дозволяє підприємствам здійснювати капітальні інвестиції за рахунок власних джерел фінансування;

застосування методів прискореної амортизації дає можливість підприємствам оптимізувати податкові виплати;

вибір методів амортизації впливає на розмір грошових потоків, які генеруються підприємством і врешті-решт – на величину його вартості, що особливо важливо у разі оцінки підприємства за допомогою дохідного підходу.

Згідно з П(С)БО 7 "Основні засоби" [5] підприємство самостійно приймає рішення про розміри і методи нарахування амортизації. Об'єктом амортизації є всі основні засоби, крім земельних ділянок і об'єктів незавершеного будівництва. Амортизація основних засобів може нараховуватися за нормами і в порядку, передбаченому податковим законодавством, а також з використанням таких методів: кумулятивний, виробничий, прямолінійний, метод зменшення залишкової вартості, метод прискореного зменшення залишкової вартості.

Різні методи нарахування амортизації мають переслідувати одну загальну вимогу: забезпечити систематичний та раціональний розподіл купівельної вартості довгострокового активу нарахуванням зносу протягом майбутніх періодів його корисного використання.

Аналіз методів амортизації, які використовуються сьогодні в Україні, свідчить, що їх упровадження не гарантує можливості повного оновлення об'єктів необоротних активів протягом терміну їх експлуатації, оскільки переважна більшість з них орієнтована на відшкодування первісної вартості об'єкта на дату його придбання і не враховує можливих змін цієї величини протягом терміну експлуатації вказаних об'єктів. Інакше кажучи, методи амортизації не забезпечують реалізації призначення цього економічного процесу. За результатами дослідження [1, с. 71], можна зробити висновок, що підприємства України переважно застосовують прямолінійний метод та метод зменшення залишкової вартості.

Прямолінійний метод передбачає визначення щомісячної суми амортизації відношенням вартості об'єкта, що амортизується (первісна за вирахуванням ліквідаційної), на кількість місяців очікуваного корисного використання об'єкта. Використання прямолінійного методу доцільно, коли ступінь експлуатації об'єкта основних засобів у кожному звітному періоді залишається незмінною. Він передбачає практично рівномірне зменшення економічної корисності об'єкта з року в рік. Даний метод, як правило, використовується відносно об'єктів основних засобів, стан яких залежить виключно від терміну корисного використання. До таких основних засобів, зокрема, можливо віднести будівлі та споруди, меблі.

Згідно з методом зменшення залишкової вартості щорічна сума амортизації визначається множенням залишкової вартості на початок звітного року на річну норму амортизації. Використання методу зменшення залишкової вартості при нарахуванні амортизації передбачає певне значення ліквідаційної вартості об'єкта основних засобів, що амортизується, інакше об'єкт основних засобів буде повністю "замортизований" на протязі одного року [3, с. 43]. При використанні даного методу можлива ситуація, коли залишкова вартість об'єкта в кінці запланованого терміну експлуатації не буде дорівнювати ліквідаційній вартості. Такі розбіжності можуть виникати у випадках, коли об'єкт основних засобів був введений в експлуатацію в середині звітного періоду. У зв'язку з цим підпри-



емство може прийняти рішення про зміни терміну амортизації та доамортизувати частку вартості, що залишилась, або вважати залишкову вартість об'єкта ліквідаційною.

Метод прискореного зменшення залишкової вартості, за яким річна сума амортизації дорівнює добутку залишкової вартості об'єкта на початок звітного року або первісної вартості на дату початку нарахування амортизації та подвоєної річної норми амортизації. Даний метод доцільно використовувати, коли нараховується амортизація на автомобілі, механізми, верстати та ін., тому що в перші роки їх використання відбувається більш інтенсивно.

Кумулятивний метод – це метод, за яким річна сума амортизації визначається як добуток вартості, що амортизується, та кумулятивного коефіцієнта. Цей метод, за суттю, вважається також прискореним, оскільки дає змогу нараховувати амортизацію у перші роки експлуатації у більших розмірах, ніж надалі.

Виробничий метод застосовує натуральні та вартісні показники виробництва продукції, робіт, послуг за звітний період для помноження їх на виробничу ставку амортизації. В основі виробничого методу лежить уявлення про те, що фактично отриманий дохід від експлуатації відповідного матеріального активу в кожному звітному періоді пов'язаний з випуском одиниці продукції. Використання виробничого методу доцільно, коли економічні вигоди того чи іншого основного засобу зменшуються у зв'язку з експлуатацією його у виробництві, а не у зв'язку із впливом на нього часу. Виробничий метод не знайшов широкого використання, оскільки практично неможливо визначити фактичний обсяг продукції, виробленої з використанням того чи іншого необоротного активу промисловості [4, с. 247].

Методи нарахування амортизації умовно можна поділити на два види:

що базуються на часі використання основних засобів. До них відносяться прямолінійний метод, метод зменшення залишкової вартості, метод прискореного зменшення залишкової вартості, кумулятивний метод;

що базується на кількості одиниць, отриманих від використання об'єктів основних засобів. До нього відноситься виробничий метод нарахування амортизації.

Відмінність застосовуваних методів амортизації полягає в різному рівні нарахованих амортизаційних відрахувань, а також у способі їх розподілу. Залежно від виду основних засобів, умов експлуатації, моральної зношеності підприємством на власний розсуд застосовується найбільш економічно доцільний метод амортизації.

Автор пропонує методи нарахування амортизації основних засобів розподілити на групи, подані на рисунку.

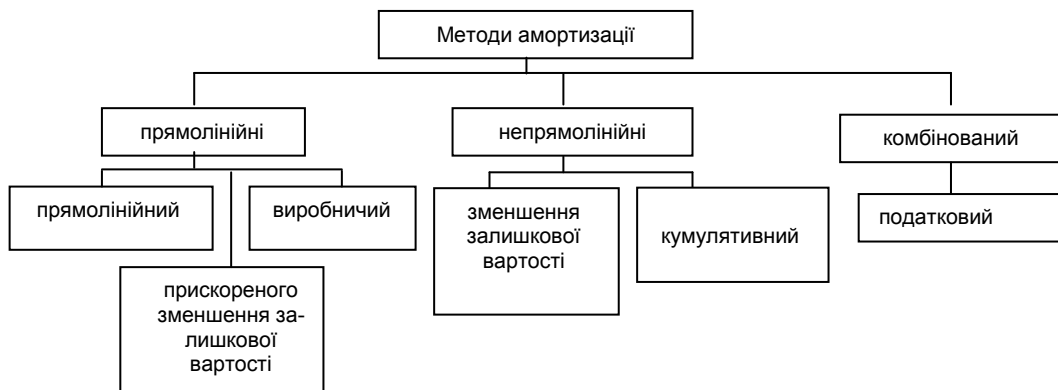


Рис. Методи нарахування амортизації

Аналізуючи всі методи, які сьогодні застосовуються у промисловості при розрахунках амортизації, слід підкреслити, що за різними методами використовується і різна база щодо нарахування амортизаційних відрахувань. Так, при прямолінійному та кумулятивному методах – вартість основного засобу, що амортизується; при методі зменшення залишкової вартості та прискореного зменшення залишкової вартості – залишкова вартість основного засобу на початок кожного звітного року (у перший рік – первісна вартість); для виробничого методу – обсяг продуктивної віддачі (виробітку) конкретним об'єктом основного засобу.

Важливо прийняти до уваги існуючий взаємозв'язок обраних методів амортизації та доходів від реалізації продукції промисловості. При збільшенні амортизаційних відрахувань збільшується собівартість продукції, та за умови незмінності ціни та обсягу, який забезпечує беззбитковість виробництва, зростає. При незмінності одиниць продукції, яку необхідно виробити та реалізувати, щоб повністю покрити витрати при зростанні амортизаційних відрахувань, необхідно підвищувати ціну продукції. Отже, для забезпечення належного рівня рентабельності продукції, за умов збільшення суми амортизаційних відрахувань, слід нарощувати обсяг виробництва або підвищувати ціну продукції.

Аналіз нарахування та використання амортизації, показав, що переважна більшість підприємств практично не використовує нараховану амортизацію на відновлення і розширення виробництва, тому щороку зростає розрив між реальним зносом та фінансовими можливостями відновлення



основних засобів, що призводить до погіршення фінансового становища підприємств [3, с. 48]. У зв'язку з цим керівництву підприємств доцільно комплексно оцінювати вплив обраного методу на розмір амортизації та, як наслідок, на грошовий потік і прибуток підприємства. Це приводить до ідеї, що за час експлуатації основного засобу доцільно застосовувати не один, а кілька методів нарахування амортизації, тобто їх комбінацію.

На промисловому підприємстві України одночасно використовувати декілька методів нарахування амортизації основних засобів заборонено законодавством. При зміні методу амортизації необхідно спочатку внести відповідні зміни до наказу про облікову політику підприємства, який можна змінювати раз у рік. Тому для деяких видів основних засобів, які інтенсивно експлуатуються спочатку, необхідно використовувати, наприклад, метод прискореного зменшення залишкової вартості, а через деякий час, коли обладнання матиме значний знос і не буде так інтенсивно використовуватися, то внести відповідні зміни до облікової політики підприємства і використовувати прямолінійний метод. Це дасть змогу підприємству більш точно визначати суму амортизації, використовувати її на відновлення даного основного засобу, внаслідок чого експлуатувати його більш тривалий строк і відповідно отримувати додатковий фінансовий результат. Узагальнююча методика являє собою сукупність методів нарахування амортизації, які ґрунтуються на відносних формалізованих показниках амортизації у вигляді накопиченої амортизації та залишкової вартості основного засобу в частках його первісної балансової вартості за звітними періодами.

Особливість побудови узагальнюючої методики полягає у формалізації показників амортизації, введенні відносних показників та їх застосуванні для трансформації всіх розглянутих методів нарахування амортизації, що уможливує автоматизацію механізму нарахування амортизації всіма методами та обрати оптимальний. Ця методика може бути запропонована для застосування на підприємствах усіх форм власності різних галузей України.

Наук. керівн. Писарчук О. В.

Література: 1. Котова М. Вибір оптимального методу нарахування амортизації за бухгалтерським обліком для підприємств промисловості / М. Котова // Актуальні проблеми економіки. – 2009. – № 4. – С. 70–74. 2. Лелюк Н. Використання інформаційних технологій для вибору методу нарахування амортизації / Н. Лелюк // Научно-технический сборник. – 2007. – № 77. – С. 298–304. 3. Сажинець С. Організація обліку амортизації основних фондів на підприємствах / С. Сажинець // Бухгалтерський облік та аудит. – 2004. – № 5. – С. 42–50. 4. Тараруєв Ю. Удосконалення методів амортизації інтелектуальних та інших необоротних активів / Ю. Тараруєв // Научно-технический сборник. – 2007. – № 77. – С. 245–252. 5. Положення (стандарт) бухгалтерського обліку 7 "Основні засоби" № 288/4509 від 18.05.2000 р.

УДК 657.421.1

Бондаренко К. В.

Студент 5 курсу
факультету обліку і аудиту ХНЕУ

ОСОБЛИВОСТІ ОРГАНІЗАЦІЇ ОБЛІКУ НЕОБОРОТНИХ АКТИВІВ У БЮДЖЕТНИХ УСТАНОВАХ

Анотація. Здійснено аналітичний огляд, теоретичне узагальнення особливості організації обліку необоротних активів у бюджетних установах та відображення операцій з ними.

Аннотация. Произведены аналитический осмотр, теоретическое обобщение организации учета необоротных активов бюджетных учреждений и отображение операций с ними.

Annotation. In article analytical survey, theoretical generalization of the account of non-turnaround actives of establishments health and display of operations with them are made.

Ключові слова: облік необоротних активів, організація обліку, основні засоби, необоротні активи, первісна вартість, установи охорони здоров'я, бюджетні установи.

Інтеграція України до Європейської спільноти вимагає реформування бюджетної системи, складовою якої є галузі соціально-культурної сфери, в тому числі й установи охорони здоров'я. Це, перш за все, пов'язано з невідповідністю рівня медичних послуг, що надаються такими установами, вимогам, які ставляться до них в умовах функціонування ринку.

© Бондаренко К. В., 2011



Відсутність належного рівня бюджетного фінансування, недосконалий механізм впливу на якість медичних послуг, морально і фізично застаріле обладнання дають підстави стверджувати про необхідність удосконалення управління ними, адже діяльність бюджетних установ прямо або опосередковано впливає на стан суспільства в цілому. Тому розгляд питань щодо особливостей організації обліку необоротних активів у бюджетних установах є актуальним у сучасних умовах.

Питання обліку необоротних активів бюджетних установ є актуальним і завжди привертало до себе увагу багатьох науковців, серед них слід виділити Джогу Р. Т., Атамаса П. Й., Палія В. Ф., Гаценко О. П. [1], Панкевича Л. В., Свірко С. В. [2] та ін. Віддаючи належне науковим напрацюванням вітчизняних вчених, слід відзначити, що розкриття питання обліку необоротних активів бюджетних установ потребують подальшого наукового дослідження.

Мета дослідження – визначення особливостей організації обліку необоротних активів у бюджетних установах.

Завдання дослідження – надання критичної оцінки сучасного стану та виділення особливостей організації обліку й аналізу необоротних активів у бюджетних установах; розроблення пропозицій щодо його вдосконалення.

Об'єкт дослідження – організація обліку необоротних активів у бюджетних установах.

Предмет дослідження – бухгалтерський облік необоротних активів та його організаційні аспекти.

Бюджетні установи як неприбуткові організації у фінансово-господарській діяльності мають певні особливості, що впливають на методологію бухгалтерського обліку бюджетних установ. Визначальним є те, що вони становлять складову частину бюджетної системи країни і фінансуються з бюджетів різних рівнів для здійснення своєї діяльності. Важливу роль в управлінні бюджетними коштами виконує система бухгалтерського обліку і фінансової звітності установ, які утримуються за рахунок державного або місцевого бюджетів.

Необоротні активи – це сукупність матеріально-речових і нематеріальних цінностей та об'єктів, які належать установі, забезпечуючи її функціонування, і мають очікуваний термін корисної дії чи експлуатації понад один рік [3]. Особливістю необоротних активів є постійне їх використання у процесі повсякденної діяльності, збереження початкового зовнішнього вигляду (форми) протягом тривалого періоду, який перевищує один рік.

Під впливом зовнішніх умов вони зношуються і протягом нормативного терміну переносять свою первісну вартість на кінцевий результат діяльності установ. Виходячи з особливостей діяльності бюджетних установ, кінцевий результат діяльності переважно не відображається у грошовому еквіваленті, тому в бюджетних установах нараховується знос, спираючись на відповідну інструкцію.

У бюджетному обліку установи всі основні засоби відображаються за первісною вартістю, яка оцінюється в повних гривнях, без копійок. Сума копійок, оплачених при придбанні об'єктів, відноситься на витрати установи за кодом бюджетної класифікації 2110 "Придбання устаткування і предметів довгострокового використання".

Згідно з п. 1.5 Інструкції № 64 [4] первісна вартість необоротних активів – це вартість, що історично склалася, тобто собівартість за фактичними витратами на придбання, спорудження та вивантаження.

До первісної вартості необоротних активів бюджетних установ на відміну від галузей національної економіки не включаються: витрати за наймання транспорту для перевезення необоротних активів та суми податку на додану вартість (далі – ПДВ), сплачені при придбанні необоротних активів – вони відносяться на фактичні видатки установи, за винятком випадків, коли придбання необоротних активів здійснюється за рахунок коштів спеціального фонду та установу зареєстровано платником ПДВ. У цьому випадку сума ПДВ відноситься до податкового кредиту з ПДВ. Витрати на транспортування відносяться на витрати за кодом бюджетної класифікації 1135 "Оплата транспортних послуг і утримання транспортних засобів", а ПДВ – 2110 "Придбання устаткування і предметів довгострокового використання" [2]. Для порівняння – в міжнародній практиці обліку в бюджетних установах до первісної вартості необоротних активів прийнято включати як транспортні витрати, так і податкові платежі з приводу їх придбання.

Іншою особливістю необоротних активів у бюджетних установах є їх придбання через проведення тендерних торгів. Із цією метою утворюються тендерні комітети (постійні чи тимчасові), до складу яких відповідно до Положення [5] рекомендовано включати посадових осіб організації-замовника з економічного, юридичного та фінансових підрозділів. Представником бухгалтерської служби у складі тендерного комітету може бути головний бухгалтер чи його заступник.

Приймаючи об'єкт, комісія має визначити: придатність його до експлуатації; належність об'єкта до тієї чи іншої групи та підгрупи згідно з розробленою класифікацією; повноту укомплектованості об'єкта (у разі недокомплектації – виявити відсутні частини); точну площу об'єкта; наявність технічної документації та її повноту й достовірність. На підставі проведеного огляду комісія складає типовий акт прийняття-передачі основних засобів 03-1(б) [5]. Акт складається у двох примірниках, підписують його члени комісії, а затверджує керівник установи. Після оформлення у термін, встановлений графіком документообігу бюджетних установ, акт разом з технічною документацією, що стосується даного активу, передається в бухгалтерію (централізовану бухгалтерію).

Коли необоротні активи надходять до установи, матеріально відповідальна особа на документі постачальника або на акті має засвідчити своїм підписом одержання цих цінностей і прийняття їх на зберігання.

Ураховавши міжнародний досвід та проаналізувавши практичну діяльність, вважаємо, що до складу первісної вартості необоротних активів бюджетних установ також необхідно включати витрати, пов'язані з їх придбанням та доведенням до стану експлуатації, оскільки це впливає із

самого визначення первісної вартості. У свою чергу, такий механізм дозволить сформувати повну вартість необоротних активів бюджетних установ.

Таким чином, у роботі були розглянуті особливості організації обліку необоротних активів в бюджетних установах, їх склад, формування первісної вартості та особливості обліку за кодами економічної класифікації. Також було розглянуто придбання необоротних активів з використанням тендерних торгів.

Серед напрямків подальшого дослідження доцільно виділити розробку механізму контролю за ефективним використанням необоротних активів бюджетних установ та розробку системи заходів з підвищення такої ефективності.

Наук. керівн. Писарчук О. В.

Література: 1. Гаценко О. П. Облік у бюджетних організаціях : навч. посібник для дистанційного навчання / О. П. Гаценко. – К. : Університет "Україна", 2006. – 248 с. 2. Свірко С. В. Необоротні активи бюджетних установ в вітчизняній та міжнародній обліковій практиці: характеристика та порівняльний аналіз / С. В. Свірко // Формування ринкової економіки в Україні : науковий збірник. Спецвипуск 15. Ч. 2. Обліково-аналітичні системи суб'єктів господарської діяльності в Україні. – Л. : Інтереко, 2005. – С. 270–277. 3. Наказ МФУ № 92 від 27.04.2000 р. Положення (стандарту) бухгалтерського обліку 7 "Основні засоби". 4. Інструкції з обліку основних засобів та інших необоротних активів бюджетних установ, затверджена наказом Головного управління Державного казначейства, Міністерства економіки, Державного комітету статистики України від 17.07.2000 р. № 64. 5. Положення про порядок створення та головні функції тендерних комітетів щодо організації та проведення процедур закупівель товарів, робіт і послуг за державні кошти, затверджене Наказом Міністерства економіки України від 26.12.2000 р. № 280.

УДК 658.14:621.396 (477)

Золотаренко В. О.

Студент 6 курсу
фінансового факультету ХНЕУ

ДОСЛІДЖЕННЯ ЧИННИКІВ ВПЛИВУ НА СЕРЕДНЬОЗВАЖЕНУ ВАРТІСТЬ КАПІТАЛУ ПІДПРИЄМСТВ РАДІОЕЛЕКТРОННОЇ ГАЛУЗІ

Анотація. Запропоновано модель оптимальної структури капіталу, яка дозволить забезпечити ефективну діяльність підприємства.

Аннотация. Предложена модель оптимальной структуры капитала, которая позволит обеспечить эффективную деятельность предприятия.

Annotation. The model of optimum capital structure which allows to provide effective activity of enterprise is suggested in the article.

Ключові слова: оптимальна структура капіталу, власний капітал, позиковий капітал.

Необхідність створення комплексної системи управління майном підприємства та забезпечення стабільних позитивних результатів його діяльності в період появи кризових явищ в економіці потребує досконального вивчення причинно-наслідкових зв'язків результативних показників діяльності підприємства та визначення збалансованої оптимальної структури як майна підприємства, так і джерел його фінансування. У ринкових умовах господарювання типовим наслідком кризових явищ для розвитку підприємства є гостра нестача капіталу, яка зазвичай супроводжується низькою якістю його формування. Світовий досвід свідчить, що результати діяльності підприємства залежать від ефективного управління процесом формування і використання його капіталу, тому створення ефективної моделі управління структурою капіталу є актуальним для вітчизняних підприємств.

Значний внесок у дослідження методів оптимізації структури капіталу підприємства внесли С. Майерс [1], М. Міллер [2], Ф. Модільяні [2], Дж. К. Ван Хорн [3], російські вчені: Бланк І. О. [4], Ковальов В. В. [5], Воробйов Ю. М. [6], Стоянова О. С. [7], Балабанов І. Т. [8].

Але на сьогодні немає єдиного методу оптимізації структури капіталу підприємства, застосовуючи який підприємство визначило б оптимальне співвідношення між власним та позиковим ка-



піталом. Особливо це стосується підприємств радіоелектронної галузі України, які особливо гостро потребують оптимізації структури капіталу.

Метою даної роботи є визначення моделі управління структурою капіталу підприємств з урахуванням особливостей радіоелектронної галузі України, яка б забезпечила найбільш раціональне співвідношення власного та позикового капіталу підприємств даної галузі.

Традиційні методи економічного аналізу дозволяють визначити вплив тих чи інших факторів на результати діяльності підприємства, як правило, в разі, якщо вони знаходяться у функціональній залежності. Вплив же на показник, що досліджується, сукупності факторів, що не знаходяться у функціональній залежності, цими методами оцінити неможливо. Тому поряд з традиційними методами економічного аналізу мають застосовуватися математико-статистичні методи.

Найбільш розповсюдженим на даний момент вважається метод регресійного аналізу. Він дає можливість врахувати вплив причинно-наслідкових зв'язків та взаємообумовленості факторів на показники діяльності підприємства.

Застосування економетричних моделей є дієвим механізмом визначення пріоритетних "факторів", що формують певний інтегрований показник. Такий підхід можна використати при дослідженні оцінки і прогнозуванні впливу зміни чинників на результативний показник при вивченні будь-якого економічного явища.

На підставі конкретних даних про виробничо-господарську діяльність підприємства можливо одержати результати, які сприятимуть прийняттю раціональних управлінських рішень з метою підвищення економічної ефективності виробництва.

Для оптимізації структури капіталу радіоелектронних підприємств України необхідно провести кореляційно-регресійний аналіз обраних показників. Кореляційно-регресійний аналіз здійснимо за допомогою програмного продукту STATISTICA.

STATISTICA – це універсальна інтегрована система, призначена для статистичного аналізу, візуалізації даних і розробки призначених для користувача застосувань.

Як підприємства аналізованої галузі оберемо ПАТ "Коннектор", ВАТ "Рівненський завод "Газотрон", ПАТ "Рівнерадіозавод", ПАТ "Харківський завод електромонтажних виробів № 1", ВАТ "Харківський електротехнічний завод "Трансзв'язок", ВАТ "Квазар", ВАТ "Елегал", ВАТ "Хартрон", ВАТ "Південний радіозавод".

Активи даних підприємств, які використовуються у їх фінансово-господарській діяльності, фінансуються за рахунок власного та позикового капіталу, кожен з яких має свою вартість. Середня вартість власних та позикових ресурсів суттєво впливає на рівень прибутковості підприємства, на те, як буде змінюватися вартість підприємства за рахунок власного прибутку. Ураховуючи це необхідно визначити, чи впливають показники фінансової діяльності на середньозважену вартість капіталу радіоелектронних підприємств. Як такі показники пропонується взяти коефіцієнт фінансового ризику, коефіцієнт рентабельності власного капіталу, ефект фінансового леввериджу, коефіцієнт автономії, коефіцієнт маневреності власного капіталу, коефіцієнт операційного леввериджу, коефіцієнт абсолютної ліквідності, коефіцієнт загальної ліквідності. Вибір саме цих показників зумовлений тим, що вони характеризують ефективність використання капіталу підприємства, мінімізація вартості якого є одним з основних завдань фінансових менеджерів. Тому для аналізу було обрано залежною змінною середньозважену вартість капіталу, а незалежними – вище перераховані показники використання капіталу.

Дані показники попередньо розраховані для аналізованих підприємств радіоелектронної галузі за 2010 рік.

Постановка економіко-математичного моделювання із застосуванням кореляційно-регресійного аналізу визначення оптимальної структури капіталу проводиться в два етапи. На першому етапі будується регресія в тимчасових рядах даних. Складаємо таблицю з початковими даними (табл. 1).

Як вхідні дані прийнято: X_1 – коефіцієнт автономії; X_2 – коефіцієнт фінансового ризику; X_3 – коефіцієнт рентабельності власного капіталу; X_4 – коефіцієнт маневреності власного капіталу; X_5 – ефект фінансового леввериджу; X_6 – коефіцієнт операційного леввериджу; X_7 – коефіцієнт абсолютної ліквідності; X_8 – коефіцієнт загальної ліквідності; Y – середньозважена вартість капіталу.

Таблиця 1

Вхідні дані для побудови регресійної моделі

Назва підприємства	X_1	X_2	X_3	X_4	X_5	X_6	X_7	X_8	Y
ПАТ "Коннектор"	0,88	0,14	-0,02	0,72	-0,012	-10,78	0,17	5,58	0,0194
ВАТ "Рівненський завод "Газотрон"	0,45	0,55	-0,22	0,32	-0,073	-0,29	0,05	1,26	0,085
ПАТ "Рівнерадіозавод"	0,84	0,18	-0,05	0,00	-0,028	-0,04	0,12	1,81	0,023
ПАТ "Харківський завод електромонтажних виробів № 1"	0,85	0,17	0,01	2,10	0,043	4,79	0,22	0,63	0,022
ВАТ "Харківський електротехнічний завод "Трансзв'язок"	0,72	0,40	0,01	0,32	-0,013	30,09	0,00	1,83	0,050
ВАТ "Квазар"	0,54	0,84	-0,08	0,22	-0,088	-2,03	0,29	5,87	0,081
ВАТ "Елегал"	0,92	0,09	-1,11	-33,54	-0,011	-2,13	0,14	3,53	0,014
ВАТ "Хартрон"	0,85	0,18	0,01	0,10	-0,030	-0,10	0,98	1,71	0,021
ВАТ "Південний радіозавод"	-0,19	-6,40	1,04	5,32	1,556	0,60	0,00045	0,17	0,137



Для того щоб визначити, чи існує мультиколінеарність між вхідними змінними, тобто зв'язок у багатofакторній регресійній моделі двох або більше незалежних змінних між собою лінійною залежністю, побудуємо матрицю парних кореляцій. Результати наведено у вигляді табл. 2.

Між вхідними змінними існує мультиколінеарність, якщо кореляція між ними за модулем більше 0,5. Виходячи з табл. 2, можемо сказати, що серед деяких показників існує мультиколінеарність, наприклад, між коефіцієнтом автономії та коефіцієнтом фінансового ризику, коефіцієнтом рентабельності власного капіталу та коефіцієнтом автономії.

Таблиця 2

Матриця парних коефіцієнтів

	X ₁	X ₂	X ₃	X ₄	X ₅	X ₆	X ₇	X ₈
X ₁	1	0,839	-0,734	-0,391	-0,862	-0,012	0,345	0,361
X ₂	0,839	1	-0,728	-0,220	-0,998	0,069	0,252	0,450
X ₃	-0,734	-0,728	1	0,821	0,747	0,095	-0,069	-0,405
X ₄	-0,391	-0,220	0,821	1	0,249	0,134	0,055	-0,254
X ₅	-0,862	-0,998	0,747	0,249	1	-0,040	-0,272	-0,447
X ₆	-0,012	0,069	0,095	0,134	-0,040	1	-0,223	-0,390
X ₇	0,345	0,252	-0,069	0,055	-0,272	-0,223	1	0,066
X ₈	0,361	0,450	-0,405	-0,254	-0,447	-0,390	0,066	1

На другому етапі проводиться безпосередня побудова моделі оптимізації структури капіталу за допомогою кореляційно-регресійного аналізу економічних показників.

У результаті побудови множинної регресії отримуємо такі результати (табл. 3). Процедуру множинної регресії пропонується обрати почергово з включенням.

Таблиця 3

Результати множинної регресії

	БЕТА	Станд. помилка БЕТА	B	Станд. помилка B	t(2)	p-рівень
Вільний член			0,14645	0,00158	92,68496	0,00012
X ₁	-1,26975	0,01444	-0,15225	0,00173	-87,96103	0,00013
X ₂	0,78008	0,12581	0,01465	0,00236	6,20028	0,02504
X ₈	0,06656	0,00788	0,00137	0,00016	8,44347	0,01374
X ₆	0,04525	0,00774	0,00017	0,00003	5,84662	0,02803

Виходячи з даних табл. 3, можна сказати, що змінні X₃, X₄, X₅, X₇ мають низькі значення коефіцієнта Стьюдента, мають високий рівень похибки, тобто є статистично не значущими, а тому їх можна виключити з моделі.

Проаналізуємо отримані результати. Одним із показників, що показує, на скільки відсотків варіація результативної ознаки залежить від досліджуваного фактора, є коефіцієнт детермінації. Для аналізованої сукупності коефіцієнт детермінації отриманої моделі складає 99,97 %, значення якого свідчить про те, що фактичне значення середньозваженої вартості капіталу підприємства на 99,97 % визначається дією включених у модель чинників. На ті 0,03 %, що залишилися, припадають чинники структури капіталу, які не були враховані в моделі з причини малої значущості.

У результаті проведених розрахунків на основі методу відбору змінних вибрані найбільш вагомі показники, що впливають на середньозважену вартість капіталу, які надалі були включені в регресійну модель визначення оптимальної структури капіталу підприємства.

Рівняння множинної регресії для оптимізації структури капіталу підприємства має такий вигляд:

$$y = 0,147 - 0,152X_1 + 0,015X_2 + 0,0014X_3 + 0,00017X_4.$$

Тобто найбільший вплив на середньозважену вартість капіталу підприємств радіоелектронної галузі України за аналізований період мають коефіцієнт автономії, коефіцієнт фінансового левериджу, коефіцієнт загальної ліквідності та коефіцієнт операційного левериджу. Це свідчить про те, що, формуючи оптимальну структуру капіталу, підприємствам аналізованої галузі необхідно враховувати вплив даних показників. Причому слід взяти до уваги той факт, що дані коефіцієнти впливають на середньозважену вартість капіталу по-різному.

Побудована модель достатньо достовірно характеризує оптимальну структуру капіталу підприємств радіоелектронної галузі України на даному етапі розвитку. Для отримання точніших і надійніших розрахунків ступеня впливу чинників на результативний показник, за допомогою якого бу-



де визначена оптимальна структура капіталу, необхідно безліч початкових економічних показників звести до декількох узагальнювальних характеристик, тобто до комплексних чинників.

Наук. керівн. Журавльова І. В.

Література: 1. Майерс С. Принципы корпоративных финансов / С. Майерс. – М. : Олимп-Бизнес, 2006. – 345 с. 2. Modigliani F. The Cost of Capital, Corporate Finance And the Theory of Investments / Modigliani F., Miller M. H. // American Economic Review. – 1958. – № 48. – Р. 261–297. 3. Хорн Ван Дж. К. Основы управления финансами / Дж. К. Хорн Ван. – М. : Финансы и статистика, 2003. – 800 с. 4. Бланк И. О. Финансовый менеджмент / И. О. Бланк. – К. : Эльга, Ника-Центр, 2004. – 656 с. 5. Ковалев В. В. Введение в финансовый менеджмент / В. В. Ковалев. – М. : Финансы и статистика, 2007. – 544 с. 6. Воробьев Ю. Н. Капитал предпринимательских структур в системе финансового менеджмента / Ю. Н. Воробьев. – Симферополь : Таврия, 2000. – 323 с. 7. Стоянова Е. С. Финансовый менеджмент : учебник для вузов / Е. С. Стоянова. – М. : Перспектива, 2005. – 537 с. 8. Балабанов И. Т. Основы финансового менеджмента / И. Т. Балабанов. – СПб. : Питер, 2000. – 564 с.

Бусургіна М. А.

УДК 005.915

Студент 5 курсу
фінансового факультету ХНЕУ

МОДЕЛЮВАННЯ ІНТЕГРАЛЬНОГО ПОКАЗНИКА СТІЙКОСТІ ФІНАНСОВОГО СТАНУ ПІДПРИЄМСТВА

Анотація. Розглянуто підходи до формування інтегрального показника, висвітлено переваги та недоліки кожного з них, запропоновано удосконалений інтегральний показник стійкості фінансового стану.

Анотация. Рассмотрены подходы к формированию интегрального показателя финансового состояния предприятия, проанализированы преимущества и недостатки каждого из подходов, предложен усовершенствованный интегральный показатель финансового состояния.

Annotation. Methods of integral index development of financial position of company are considered, advantages and disadvantages are analyzed developed integral index is offered.

Ключові слова: фінансовий стан, моделювання, інтегральний показник, стійкість фінансового стану, рейтингові оцінки, динамічні моделі, бальний показник, матричний метод.

У сучасних умовах інформація про стійкість фінансового стану підприємства є важливою для різних категорій користувачів, що робить проведення аналізу діяльності підприємства необхідним. Така інформація використовується при плануванні діяльності підприємства, управлінні підприємством, оцінці підприємства як партнера, його інвестиційної та кредитної привабливості тощо. Крім того, у сучасних умовах нестабільності зовнішнього середовища, у якому функціонує підприємство, актуальним питанням постає динамічна оцінка ефективності його діяльності.

Фінансовий стан – це комплексне поняття, що потребує узагальненого підходу до його оцінки. Така природа фінансового стану підприємства робить його аналіз трудомістким та тривалим процесом.

З урахуванням вищенаведеного, створення узагальненого показника, який дозволив би швидко та комплексно оцінити наявний стан підприємства є актуальним.

Питанням створення інтегрального показника займалися такі вчені, як: Е. Альтман [1], О. Синягін [2], Слав'юк Р. А. [3], В. Ліс [1, 4], Дж. Таффлер [1], Г. Тішоу [4], Сайфунін Р. С. [1], Зайцева О. П. [1], Терещенко О. О. [1], Давидова Г. В. [4], Беліков А. Ю. [4], У. Бівер [1; 4], Д. Дюран [1; 4], Абрютіна М. С. [1], Кизим М. О. [1], Забродський В. А. [1], Хорн Дж. К. Ван [1], Азарова А. О. [1], Трідід О. М. [4].

У досліджених літературних джерелах поширеним є проведення експрес-аналізу фінансового стану, що дозволяє за короткий час визначити рівень фінансової стійкості підприємства, але разом з тим не дає поглибленої інформації щодо факторів, які впливають на фінансовий стан підприємства.

© Бусургіна М. А., 2011

Метою даного дослідження є вдосконалення інтегрального показника. Для досягнення поставленої мети були вирішені такі завдання:
 ознайомлення та аналіз існуючого досвіду розробки інтегрального показника;
 розробка алгоритму створення інтегрального показника;
 удосконалення моделі інтегрального показника для підприємств будівельної галузі.
 Проведений аналіз літературних джерел свідчить про наявність декількох підходів до створення комплексного показника фінансового стану підприємства. У табл. 1 наведено групування та характеристику існуючих методів розробки узагальненої оцінки фінансового стану підприємства.

Таблиця 1

Методи оцінки фінансового стану підприємства

Назва підходу	Вчені	Коротка характеристика	Переваги	Недоліки
Інтегральний показник	Е. Альтман, В. Ліс, Дж. Таффлер, Г. Тішоу, Сайфунін Р. С., Зайцева О. П., О. Синягін, Славюк Р. А., Терещенко О. О., Давидова Г. В., Беліков А. Ю.	Використовують набір показників, що найбільш повно характеризують фінансовий стан. Кожному з показників надається відповідний ваговий коефіцієнт. Сумуванням добутку вагового коефіцієнта та фактичного значення коефіцієнта отримується інтегральна оцінка фінансового стану підприємства	легкість розрахунку, інформаційна доступність	суб'єктивність призначення вагових коефіцієнтів
Бальний показник	У. Бівер, Д. Дюран	Обирають та розраховують кілька показників, що найбільш повно характеризують фінансовий стан підприємства. Розробляється градація значень показників для певних груп підприємств. При належності розрахованого значення до певного проміжку надаються бали, які згодом додаються та визначають клас, до якого належить підприємство	легкість розрахунку для окремого підприємства, мінімізація суб'єктивного впливу	необхідність досугу та обробки великої кількості статистичних даних для розробки критеріїв груп
Показник оснований на узагальнюючих показниках	Стоянов Е. А. [1]	Інтегральний показник розраховується на основі узагальненого показника платоспроможності, фінансової незалежності, якості активів. Створюються узагальнені показники для кожної з груп на основі даних розрахованих фактичних показників за допомогою середньої геометричної або середньої арифметичної зваженої. Кожній групі надається коефіцієнти значущості. Інтегральний показник розраховується як середнє арифметичне або геометричне з узагальнених показників	широке охоплення проявів фінансового стану підприємства	застосування методів середніх величин може призвести до помилки
Матричний метод	Хорн Дж. К. Ван	Вихідними даними слугують матричні таблиці балансу та звіту про фінансові результати. Визначаються одиничні, блочні та комплексні оцінки. Одиничні показники відображають окремі фінансові елементи і розташовуються на перетині рядків та стовпців і оцінюються в порівнянні з нормативними значеннями. Блочні показники визначаються як середнє арифметичне оцінних показників, включених до одного блока. Комплексна – середня арифметична блочних	системність у виборі фінансових показників, комплексність характеристики	використання середніх величин нівелює негативні значення деяких показників
Динамічні моделі	Абрютіна М. С., Кизим М. О., Забродський В. А.	Порівняння темпів зміни окремих показників	характеризує динамічність зміни фінансового стану підприємства	важкість визначення статичної оцінки фінансового стану підприємства у певний момент часу
Рейтингові оцінки	Костіна Н. І. [1], Алексеев А. А. [1], Василик О. Д. [1]	Здебільшого застосовуються для великої кількості підприємств для визначення рівня розвитку кожного з них, але також може використовуватись для порівняння рівня стійкості фінансового стану на початок та на кінець періоду. Аналіз проводиться на основі таксономічного аналізу	комплексність оцінки, гнучкість відповідно до цілей дослідження	невраховування вагомості кожного показника

Таким чином, у практиці аналізу фінансового стану існує багато різноманітних підходів до створення комплексного показника фінансового стану.

Для комплексного аналізу фінансового стану підприємства оберемо першу методику – інтегральний показник. Дана методика дозволяє комплексно оцінити фінансовий стан підприємства, враховувати значущість кожного показника та одночасно аналізувати фактори, які негативно впливають на фінансовий стан підприємства. Створення інтегрального показника, набір коефіцієнтів,



що входитимуть у його склад, залежать, перш за все, від цілей аналізу фінансового стану підприємства. Основними цілями проведення аналізу можуть бути:

- визначення ефективності діяльності підприємства;
- визначення прибутковості підприємства для власників;
- визначення кредитної та інвестиційної привабливості підприємства тощо.

Для кожного з цих напрямів необхідними для аналізу будуть різні групи показників, що відповідно характеризуватимуть різні аспекти діяльності підприємства.

Метою створення інтегрального показника у даній роботі є загальна оцінка ефективності діяльності підприємства, стійкості фінансового стану з позиції внутрішніх менеджерів підприємства.

План розробки інтегрального показника фінансового стану підприємства включає етапи, наведені на рисунку.

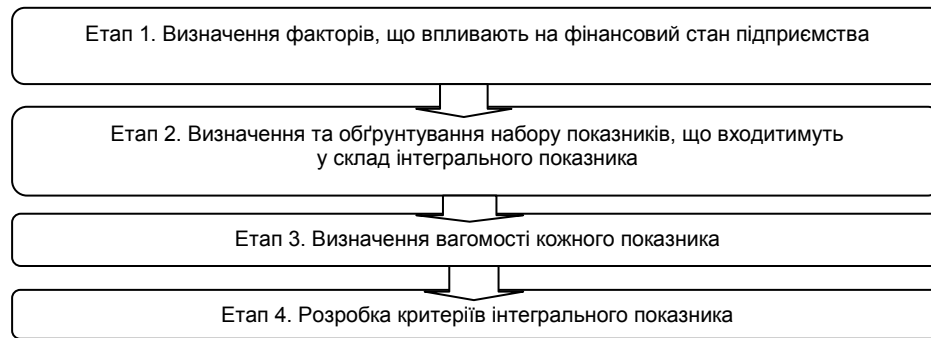


Рис. Етапи розробки інтегрального показника

На фінансовий стан підприємства впливають різні групи внутрішніх факторів, до яких відносяться:

- рівень ефективності використання активів підприємства;
- рівень раціональності фінансування діяльності;
- рівень ліквідності та платоспроможності підприємства;
- рівень рентабельності діяльності підприємства;
- рівень фінансової стійкості підприємства.

Для визначення набору показників, що найбільш повно характеризують стійкість фінансового стану, було проведено аналіз значущості показників методом попарних порівнянь у кожній групі, а саме у показниках: стану активів, ділової активності, фінансової стійкості, ліквідності та рентабельності. У кожній групі було виділено кілька показників, що найбільш повно характеризують стійкість фінансового стану, тобто відповідно: забезпеченість засобами та предметами виробництва, придатність основних фондів підприємства, здатність підприємства до самофінансування, незалежність від зовнішнього фінансування, поточна платоспроможність підприємства та прибутковість основної діяльності.

Для побудови моделі були обрані лише відносні величини, оскільки дані показники є взаємопорівняльними та не призводять до нівелювання окремих значень. З цією ж метою було обрано лише ті показники, збільшення (зменшення) яких свідчить про покращення (погіршення) фінансового стану.

Для створення інтегрального показника було обрано шість коефіцієнтів. До них належать такі: коефіцієнт придатності основних засобів, коефіцієнт реальної вартості майна, коефіцієнт сталого економічного розвитку, коефіцієнт рентабельності основної діяльності, коефіцієнт фінансової незалежності та коефіцієнт поточної ліквідності.

В основу створення показника була покладена модель, що запропонована О. Синягінін [2]. Дана модель відповідно до даного дослідження має вигляд такої формули (1):

$$I_{сфсп} = (1 + K_1)K_n + (1 + K_2)K_{рвм} + (1 + K_3)K_{сер} + (1 + K_4)K_{род} + (1 + K_5)K_{фн} + (1 + K_6)K_{пл}, \quad (1)$$

- де K_n – коефіцієнт придатності основних засобів;
- $K_{рвм}$ – коефіцієнт реальної вартості майна;
- $K_{сер}$ – коефіцієнт сталого економічного розвитку;
- $K_{род}$ – коефіцієнт рентабельності основної діяльності;
- $K_{фн}$ – коефіцієнт фінансової незалежності;
- $K_{пл}$ – коефіцієнт поточної ліквідності.

Значення коригуючих коефіцієнтів (κ) визначають вагомість певного показника у формуванні оцінки фінансового стану.

Для визначення даної значущості скористаємось експертним методом, а саме методом попарних порівнянь, що згадувався раніше. У результаті маємо таку табл. 2.

Визначення вагомості показників

Показник	Коефіцієнт придатності	Коефіцієнт реальної вартості майна	Коефіцієнт сталого економічного розвитку	Рентабельність основної діяльності	Коефіцієнт фінансової незалежності	Коефіцієнт поточної ліквідності
Коефіцієнт придатності		1				
Коефіцієнт реальної вартості майна						
Коефіцієнт сталого економічного розвитку		1				
Рентабельність основної діяльності	1	1			1	1
Коефіцієнт фінансової незалежності		1	1			1
Коефіцієнт поточної ліквідності	1	1	1			

Визначення значення коригуючого коефіцієнта відбувається шляхом порядкового сумування кількості одиниць та відношення даної кількості до сумарно проставлених балів. Таким чином, маємо шестифакторну адитивну модель оцінки стійкості фінансового стану підприємства:

$$I_{сфсл} = 1,083K_{п} + K_{рвм} + 1,083K_{сер} + 1,333K_{род} + 1,250K_{фн} + 1,250K_{пл} . \quad (2)$$

Для визначення стійкості фінансового стану підприємства запропоновано такі порогові значення, подані у табл. 3. Порогові значення інтегрального показника фінансового стану були отримані шляхом підстановки відповідних критичних значень показників, що входять до складу інтегрального показника.

Таблиця 3

Порогові значення інтегрального показника стійкості фінансового стану підприємства

Показник	Рекомендоване значення
Коефіцієнт придатності	більше 0,5
Коефіцієнт реальної вартості майна	більше 0,5
Коефіцієнт сталого економічного розвитку	більше 0
Рентабельність основної діяльності	більше 0
Коефіцієнт фінансової незалежності	більше 0,5
Коефіцієнт поточної ліквідності	більше 1,7
Інтегрального показнику стійкості фінансового стану	більше 3,792

Таким чином, удосконалено інтегральний показник оцінки стійкості фінансового стану підприємства з урахуванням усіх груп показників, що характеризують стабільність діяльності підприємства. Подальшим розвитком дослідження інтегрального показника може бути його факторний аналіз, тобто обґрунтування, дослідження та аналіз факторів, що впливають на стійкість фінансового стану за допомогою методів економіко-математичного моделювання.

Наук. керівн. Литвиненко А. О.

Література: 1. Азарова А. О. Математичні моделі та методи оцінювання фінансового стану підприємства : монографія / А. О. Азарова, О. В. Рузакова. – Вінниця : ВНТУ, 2010. – 171 с. 2. Синягин А. Специфика фінансового анализа в российских условиях / А. Синягин // Рынок ценных бумаг. – 1999. – № 6. – С. 20–26. 3. Слав'юк Р. А. Фінанси підприємств : навчальний посібник / Р. А. Слав'юк. – К. : Центр навчальної літератури, 2004. – 460 с. 4. Тридід О. М. Економіко-математичні моделі оцінки фінансового стану суб'єктів господарювання : монографія / О. М. Тридід, О. Г. Тижненко, Л. О. Тижненко. – К. : УБС НБУ, 2009. – 214 с.



Студент 6 курсу
фінансового факультету ХНЕУ

МЕХАНІЗМИ УПРАВЛІННЯ ФІНАНСОВИМИ РИЗИКАМИ ПАТ "ХАРКІВСЬКИЙ ПЛИТКОВИЙ ЗАВОД"

Анотація. Проаналізовано особливості управління фінансовими ризиками підприємства та сформовано механізм ризик-менеджменту ПАТ "Харківський плитковий завод".

Аннотация. Проанализированы особенности управления финансовыми рисками предприятия и сформирован механизм риск-менеджмента ПАО "Харьковский плиточный завод".

Annotation. In this article the peculiarities of the management of financial risks of the company are analyzed and the mechanism of risk-management PJSC "Kharkiv tile plant" is formed

Ключові слова: фінансові ризики, бізнес-процес, ризик-менеджмент.

Фінансові ризики є невід'ємним елементом фінансового менеджменту, що визначає необхідність формування адекватної моделі управління такими ризиками – цілісної фінансової системи, спрямованої на виявлення, ідентифікацію, оцінку та нейтралізацію операційних, інвестиційних та фінансових ризиків [1, с. 431].

На практиці цю сферу управління фінансами здебільшого виокремлюють у специфічний напрям діяльності фінансового менеджменту – ризик-менеджмент.

Під ризик-менеджментом слід розуміти систему управління ризиками на підприємстві, що передбачає використання методів та інструментів, спрямованих на виявлення, ідентифікацію ризиків, розрахунок ймовірності їх настання, оцінку і нейтралізацію їх негативних наслідків [2, с. 69].

Основні етапи процесу управління фінансовими ризиками є елементами стратегії підприємства, тому кожен попередній визначає частку участі наступного етапу. З огляду на те, що окреме підприємство має формувати власну систему ризик-менеджменту, складові кожного етапу формуються в результаті прийняття управлінських рішень на кожному окремому підприємстві. Відповідно до даної особливості формування системи ризик-менеджменту для ПАТ "Харківський плитковий завод" є актуальним.

Аналізуючи останні публікації, можна виявити, що управління ризиками підприємства підлягає більш глибокому вивченню. Проблематикою управління фінансовими ризиками займається низка вітчизняних та іноземних науковців. Істотний внесок у дослідження питання управління фінансовими ризиками здійснили: Бланк І. А., Васюренко О. В., Коваленко Л. О., Таран В. О., Ремньова Л. М., Ситнік Л. С., Рогова М. О., Ш. Де Ковни та ін. Аналіз цих досліджень дозволяє сформувати систему управління фінансовими ризиками менеджера або керівнику окремого підприємства [3, с. 19].

Мета статті – вивчення та узагальнення існуючих положень механізмів управління фінансовими ризиками підприємства і формування системи ризик-менеджменту ПАТ "Харківський плитковий завод".

Проблема управління фінансовими ризиками є однією з ключових у діяльності промислового підприємства. По-перше, це пов'язано з тим, що ступінь ризику, який приймається, здійснює вплив на формування рівня дохідності фінансової операції будь-якого підприємства. По-друге, фінансові ризики є основною формою прямої загрози не лише втрати стійкості підприємства, але й банкрутства, оскільки витрати, пов'язані з даними ризиками, найбільш відчутні. У зв'язку з цим майже всі фінансові рішення, направлені на прибутковість діяльності та попередження загроз, потребують володіння теорією та методологією ризик-менеджменту [4, с. 137].

Як система ризик-менеджмент утворюється з низки заходів організаційно-фінансового характеру, метою яких є управління фінансовими ризиками. Організація ефективного ризик менеджменту забезпечується в результаті розробки дійової політики управління ризиками, яка містить систему цілей та завдань управління ризиками; методи і засоби досягнення цих цілей.

Як згадувалося вище, система управління фінансовими ризиками має певну послідовність. Для більш детального аналізу етапів здійснення ризик-менеджменту можна використати функціональну модель BPwin, яка призначена для аналізу та реорганізації бізнес-процесів, якими виступають етапи управління фінансовими ризиками підприємства. Побудова ієрархічної системи діаграм відповідає принципам ризик-менеджменту, саме тому її використано для формування системи ризик-менеджменту ПАТ "Харківський плитковий завод" (рисунок).

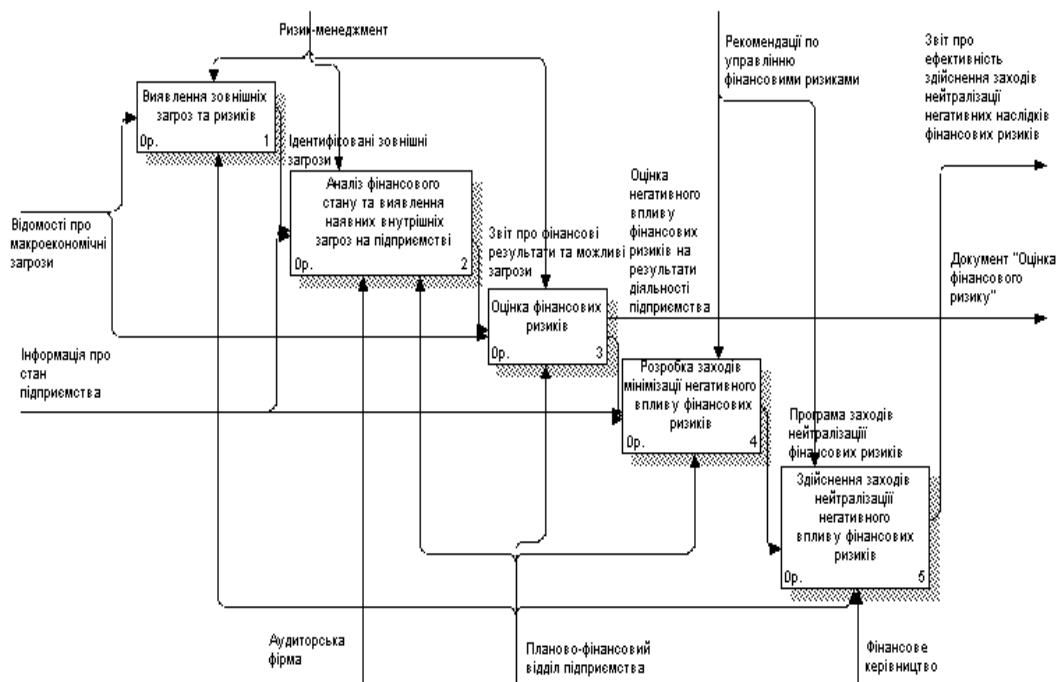


Рис. Модель ризик-менеджменту ПАТ "Харківський плитковий завод"

Технологія створення даного механізму дозволила побудувати адекватну модель управління фінансовими ризиками, яка відповідає характеристичі існуючих бізнес-процесів на підприємстві.

Варто уточнити, що в даній моделі виділено механізми впливу (методологія ризик-менеджменту, рекомендації що управління фінансовими ризиками), суб'єкти, які здійснюють управління та спричиняють вплив (аудиторська фірма, планово-фінансовий відділ підприємства, фінансовий директор), а також вхідні (відомості про макроекономічні загрози, інформація про стан підприємства) та вихідні (звіт "Оцінки фінансових ризиків", звіт "Про ефективність здійснення заходів нейтралізації негативних наслідків фінансових ризиків") дані. Вказані елементи прямо впливають на здійснення процесу управління та його ефективність.

Окремий етап ризик-менеджменту включає в себе набір інструментів і методів для його реалізації, який безпосередньо обирається в рамках формування системи ризик-менеджменту та з урахуванням специфіки підприємства [5, с. 310].

Етап виявлення зовнішніх загроз передує всім наступним етапам та реалізується шляхом аналізу впливу державного регулювання, податкової політика та схеми взаємодії з постачальниками та споживачами на фінансовий результат підприємства. Це дозволяє виокремити вплив зовнішніх факторів від внутрішніх для їх подальшої обробки та аналізу.

Наступним виділено аналіз фінансового стану загалом та виявлення внутрішніх ризиків зокрема. Дана процедура не може бути повністю конкретизованою через ймовірний характер фінансових ризиків та відсутність точної інформації про наявність того чи іншого виду ризику. Але даний етап є основою для подальшої реалізації ризик-менеджменту.

Виявлені на попередніх стадіях управління фінансові ризики оцінюються за допомогою кількісних та якісних методів оцінки і на основі оціненого рівня їх негативного впливу здійснюється розробка заходів нейтралізації негативного впливу фінансових ризиків. Заходів такого характеру існує дуже багато, проте вибір того чи іншого формується на основі виявлених загроз та існування конкретного заходу нейтралізації або мінімізації негативного впливу даної загрози, саме після цього здійснюється реалізація заходів.

Звісно, на кожному етапі управління необхідно здійснювати моніторинг для визначення результативності реалізованої моделі ризик-менеджменту. Особливо це стосується останнього етапу, який і характеризує ефект заходів.

Формування адекватної та ефективної моделі управління ризиками передбачає вирішення сукупності питань, сутність яких полягає у мінімізації негативних наслідків фінансових ризиків на діяльність підприємства, оскільки повне їх уникнення неможливе [6, с. 215].

У першу чергу, підприємство має позиціонуватися як активне в плані формування моделі управління фінансовими ризиками, що забезпечить суттєве скорочення витрат і, як наслідок, зростання доходу [7, с. 226].

Таким чином, незважаючи на галузеву специфіку, в більшості секторів економіки пропонується використовувати деякою мірою спільні механізми управління фінансовими ризиками – ризик-менеджмент.

Проте врахування специфіки діяльності підприємства дозволяє сформувати найбільш відповідну та адаптовану систему, яка здатна мінімізувати негативний вплив фінансових ризиків. Сформована модель ризик-менеджменту ПАТ "Харківський плитковий завод" відповідає основним



принципам управління фінансовими ризиками та уточнює механізм впливу на фінансову діяльність підприємства шляхом виділення суб'єктів управління та існуючої вхідної вихідної інформації. Підприємство позиціонує себе активним, включаючи у власну стратегію розробку та реалізацію механізму управління фінансовими ризиками. Результатом цього є отримання ПАТ "Харківський плитковий завод" прибутків протягом тривалого періоду та їх зростання.

Наук. керівн. Кузенко Т. Б.

Література: 1. Комаренко Г. О. Фінансовий менеджмент : підручник / Комаренко Г. О., Чорна О. Є. – К. : Центр навчальної літератури, 2006. – 520 с. 2. Васюренко О. В. Ризики як складова економічних процесів / Васюренко О. В., Таран О. В. // Фінанси України – 2005. – № 7. – С. 68–74. 3. Міщук Є. П. Лімітування як дієвий механізм обмеження фінансових ризиків / Міщук Є. П., Нусінов В. В. // Бухгалтерський облік та аудит. – 2007. – № 12. – С. 18–24. 4. Ігнатенко А. В. Механізм нейтралізації фінансових ризиків українських підприємств в умовах глобалізації / А. В. Ігнатенко, В. Г. Кабанов, О. І. Харченко // Актуальні проблеми економіки. – 2009. – № 5. – С. 136–144. 5. Коваленко Л. О. Фінансовий менеджмент : навч. посібник / Коваленко Л. О., Ремньова Л. М. – 3-тє вид., виправл. і доп. – К. : Знання, 2008. – 483 с. 6. Ситник Л. С. Фінансовий менеджмент : навч. посібник / Л. С. Ситник. – К. : Центр навчальної літератури, 2006. – 352 с. 7. Шелудько В. М. Фінансовий менеджмент : підручник / В. М. Шелудько. – К. : Знання, 2006. – 439 с.

Целуйко О. В.

УДК 658.155:004.78

Студент 6 курсу
фінансового факультету ХНЕУ

РОЗРОБКА ПРОГРАМИ ОПТИМІЗАЦІЇ ПРИБУТКУ ПІДПРИЄМСТВА ЗА ДОПОМОГОЮ ВИКОРИСТАННЯ МЕТОДОЛОГІЇ IDEF0

Анотація. Присвячено розробці інформаційної моделі оптимізації прибутку підприємства, для чого використовується методологія опису бізнес-процесів IDEF0. Розроблено інформаційну систему, що складається з блоків, які повністю характеризують весь процес оптимізації прибутку підприємства.

Анотация. Посвящена разработке информационной модели оптимизации прибыли предприятия, для чего используется методология описания бизнес-процессов IDEF0. Разработана информационная система, состоящая из блоков, которые полностью характеризуют весь процесс оптимизации прибыли предприятия.

Annotation. Article is dedicated to the development of information model optimizing profits to develop the methodology of business process description IDEF0. An information system consists of blocks, which fully characterize the entire process of optimization of profits.

Ключові слова: бізнес-процес, методологія IDEF0, функціональна модель оптимізації прибутку підприємства.

В умовах жорсткої конкуренції керівники багатьох підприємств постійно шукають шляхи миттєвого отримання результату від діяльності підприємства, прагнучи до досягнення лідируючих позицій. Проте більшість таких підприємств згодом стають збитковими, оскільки не приділяють достатньої уваги плануванню прибутку.

Питання отримання та збільшення прибутку стосується кожного підприємства. З цієї точки зору доцільним та актуальним є розробка науково обґрунтованих моделей оптимізації прибутку підприємств з метою підвищення ефективності їх діяльності та конкурентоспроможності на ринку товарів та послуг.

У сучасній практиці моделювання управлінської і виробничої діяльності для позначення об'єктів моделювання прийнято використовувати термін "бізнес-процес" (business-process) [1].

Моделювання бізнес-процесів застосовується на практиці для вирішення широкого спектра завдань і є важливою складовою частиною проектів по реорганізації бізнес-процесів. На сьогоднішній момент існує проблема вибору адекватних методів та інструментів моделювання, що породжує їх розмаїтість і відсутність єдиних стандартів засобів та методів моделювання [2].

© Целуйко О. В., 2011

Однією з найбільш поширених методологій для створення функціональних моделей (описів) складних систем і процесів є методологія IDEF0.

Мета побудови функціональної моделі процесу – необхідний і достатній формалізований опис усіх підпроцесів, з яких складається модельований процес, а також характеру взаємозв'язків між ними. Така модель здатна забезпечити повне уявлення як про функціонування досліджуваного процесу, так і про всі потоки інформації [3].

Основу методології IDEF0 складає графічна мова опису бізнес-процесів. Модель у нотації IDEF0 є сукупністю ієрархічно впорядкованих і взаємопов'язаних діаграм. Вершина цієї деревовидної структури, що є найзагальнішим описом системи і її взаємодії із зовнішнім середовищем, називається контекстною діаграмою. Після опису системи в цілому проводиться розбиття її на великі фрагменти. Цей процес називається функціональною декомпозицією, а діаграми, які описують кожен фрагмент і взаємодію фрагментів, – діаграмами декомпозиції. Усі функції та взаємодії відображаються на діаграмах у вигляді прямокутників (функції) і стрілок (взаємодії). Положення стрілки відносно до прямокутника показує конкретну роль взаємодії. Після декомпозиції контекстної діаграми проводиться декомпозиція кожного великого фрагмента системи на дрібніші і так далі до досягнення потрібного рівня подробиць опису. Результатом вживання IDEF0 є модель [4].

Слід зазначити, що метод структурно-функціонального моделювання ґрунтується на положенні, що будь-яка система має межу, яка відокремлює її від зовнішнього середовища (інших систем). Взаємодія системи з ним розглядається як вхід (ресурс, який переробляється системою, відображається з лівої сторони блоку), вихід (результат діяльності системи, з правої сторони блоку), управління (стратегії і процедури, під управлінням яких проводиться робота, – з верхньої сторони блоку) і механізм (ресурси, необхідні для проведення роботи – з нижньої сторони блоку).

Отже, метою побудови функціональної моделі є опис технології розроблення програми оптимізації прибутку підприємства. Модель розроблена з точки зору фінансового директора підприємства.

Процес моделювання системи починається з побудови контекстної діаграми, тобто найбільш абстрактного рівня опису системи у цілому [5].

Контекстну діаграму бізнес-процесу розробки програми оптимізації прибутку підприємства наведено на рис. 1.

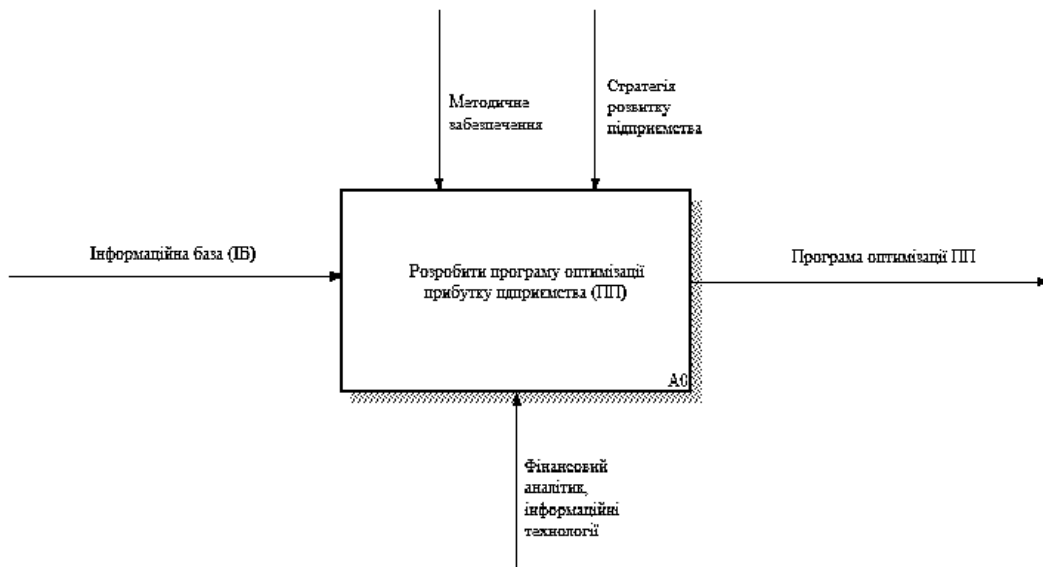


Рис. 1. Контекстна діаграма IDEF0 моделі

На контекстній діаграмі по центру знаходиться блок головної задачі, який відображає сутність моделі, мету її побудови та передбачає сукупність запитань, на які має відповідати модель. З усіх боків до головного блока надходять інтерфейсні дуги, які визначають:

вхідну інформацію, необхідну для здійснення розроблення програми;
назву модельованого процесу;

ініціатора – особу, під управлінням якої проводиться робота з розроблення стратегії управління;
вихідний документ, тобто результат, який необхідно отримати (в даному випадку – це програма оптимізації прибутку підприємства).

Як видно з рис. 1, результатом розроблення програми оптимізації прибутку підприємства, яка має бути розроблена фінансовим аналітиком підприємства за допомогою застосування сучасних інформаційних технологій (ІТ), що забезпечує підвищення якості прийняття управлінських рішень щодо означеної предметної області, з урахуванням таких обмежень, як існуюче методичне забезпечення та стратегія розвитку підприємства на основі інформаційної бази, виступає програма оптимізації прибутку підприємства.

Послідовність етапів реалізації процесу розробки програми оптимізації прибутку підприємства можна отримати з діаграми декомпозиції контекстної діаграми, яку наведено на рис. 2.

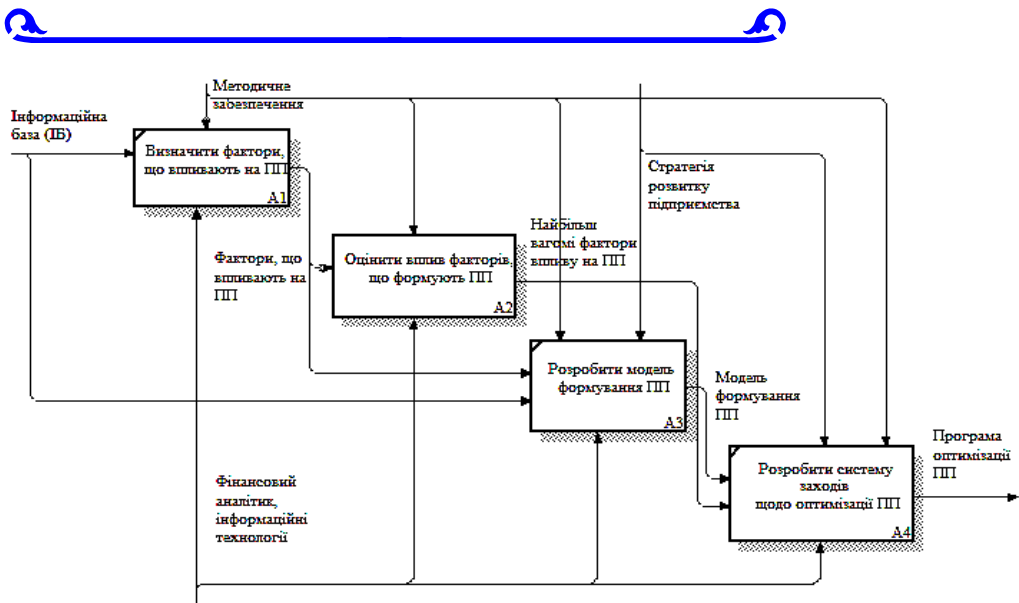


Рис. 2. Діаграма декомпозиції розроблення програми оптимізації прибутку підприємства

Рис. 2 дає змогу побачити, що процес розробки програми оптимізації прибутку підприємства складається з чотирьох підпроцесів, а саме: визначення факторів зовнішнього та внутрішнього середовищ, що впливають на прибуток підприємства на основі інформаційної бази, результатом чого є перелік факторів впливу на прибуток підприємства;

оцінка впливу факторів, результатом чого є виявлення найбільш вагомих факторів на прибуток підприємства;

розроблення моделі формування прибутку підприємства, результатом чого виступає конкретна модель формування прибутку;

розроблення системи заходів щодо оптимізації прибутку підприємства, результатом чого є програма оптимізації прибутку підприємства.

Усі аналізовані процеси реалізуються фінансовим аналітиком згідно з методичним забезпеченням та стратегією розвитку підприємства.

Діаграму декомпозиції оцінки впливу факторів, що формують прибуток підприємства, подано на рис. 3.

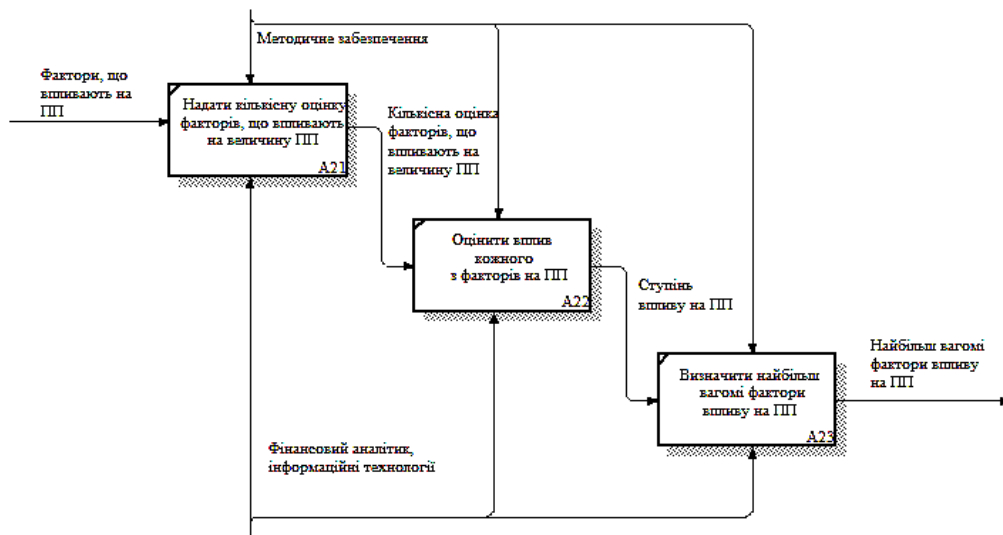


Рис. 3. Діаграма декомпозиції оцінки впливу факторів на прибуток підприємства

З рис. 3 видно, що процес оцінки впливу факторів, що формують прибуток підприємства, складається з трьох етапів: надання кількісної оцінки факторів, що впливають на прибуток, оцінка впливу кожного з факторів та визначення найбільш вагомих факторів впливу на прибуток підприємства. Усі етапи даного процесу реалізуються строго один за одним. Результатом процесу є отримання переліку найбільш вагомих факторів впливу на прибуток підприємства.

Декомпозицію розроблення моделі формування прибутку підприємства подано на рис. 4.

Послідовність блоків, яку наведено на рис. 4, відображає технологію процесу розроблення моделі формування прибутку підприємства, сутність якого полягає у:

розрахунку показників прибутку за методом CVP, результатом чого є визначення суми маргінального операційного прибутку, валового операційного прибутку та чистого операційного прибутку; визначенні мінімально необхідного розміру прибутку підприємства ("точки беззбитковості"), результатом чого є безпосередньо розрахована "точка беззбитковості"; плануванні величини маргінального, валового та чистого операційного прибутку підприємства, результатом чого є отримання планової величини маргінального, валового та чистого операційного прибутку; визначенні "межі безпеки" у процесі здійснення операційної діяльності, результатом чого є розрахована величина "межі безпеки" підприємства; розрахунку сили операційного важеля.

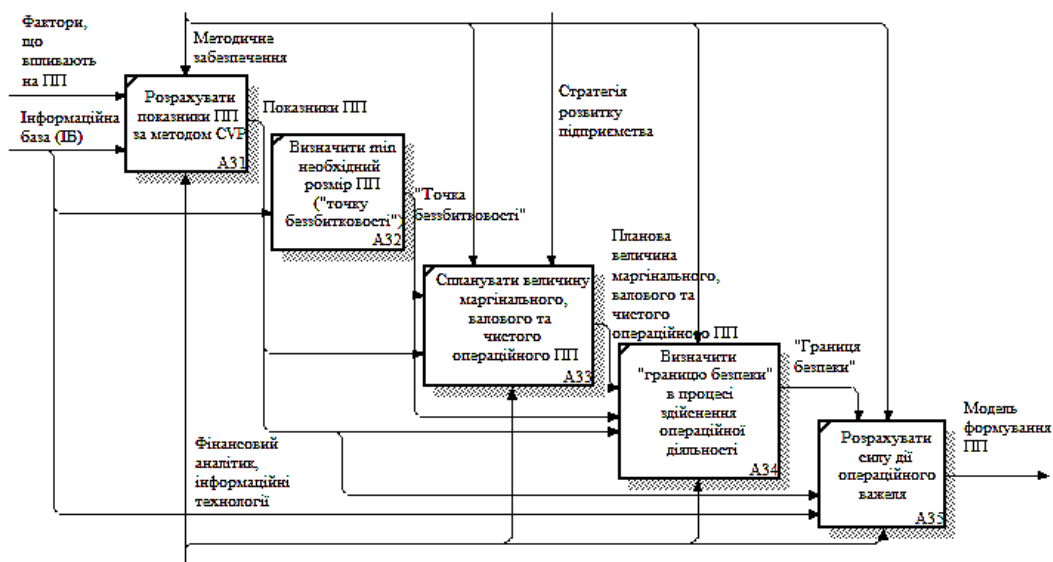


Рис. 4. Діаграма декомпозиції розроблення моделі формування прибутку підприємства

Слід також відзначити, що всі етапи модельованого процесу виконуються із застосуванням інформаційних технологій, що сприяє підвищенню якості прийняття управлінських рішень щодо означеної предметної області [6].

Отже, застосування CASE-засобу моделювання бізнес-процесів підприємницької одиниці дозволив подати у стандарті IDEF0 процес формування програми заходів щодо оптимізації прибутку підприємства та при її подальшій декомпозиції наочно відобразити сценарій діяльності фінансового аналітика при виконанні своїх обов'язків щодо модельованої предметної області.

Таким чином, використання методології IDEF0 моделювання бізнес-процесів на підприємстві ТОВ "Променергобуд" є одним з перспективних напрямків удосконалення системи управління господарською діяльністю. Використання цього методу в подальшій діяльності підприємства робить можливими агрегування й деталізацію великих потоків даних та інформації.

Застосування методології IDEF0 на підприємстві стане в пригоді для прискорення нарощування відриву від найближчих конкурентів і створенні унікальних конкурентних переваг, урахуваючи той факт, що багато компаній вважають, що знайшли найкращу модель бізнесу, в якій не варто що-небудь змінювати. IDEF0-моделювання дозволить підприємству дедалі краще адаптуватися до попиту і ринкової кон'юнктури в цілому.

Наук. керівн. Кузенко Т. Б.

Література: 1. Репин В. В. Процессный подход к управлению. Моделирование бизнес-процессов [Текст] / В. В. Репин, В. Г. Елиферов. – М. : РИА "Стандарты и качество", 2004. 2. Измайлова К. В. Сучасні технології фінансового аналізу : навч. посібн. / К. В. Измайлова. – К. : МАУП, 2003. – 148 с. 3. Кривицька О. Р. Планування прибутку підприємства під час визначення стратегії його розвитку / О. Р. Кривицька // Фінанси України. – 2005. – № 3. – С. 138–147. 4. Бариленко В. И. Методы экономического анализа / В. И. Бариленко ; под ред. Бариленко В. И. [и др.]. – Саратов : Изд. Сарат. универ., 2005. – 200 с. 5. Орловський Д. Л. Моделі, методи та інформаційні технології ситуаційного управління прибутком підприємства : автореф. дис. канд. екон. наук. спец. 05.13.06 "Автоматизовані системи управління та прогресивні інформаційні технології" / Д. Л. Орловський. – Х., 2005. – 20 с. 6. Фінансовий аналіз: техніка розрахунків та моделювання економічних ситуацій / І. В. Алексєєв, А. С. Мороз, Є. М. Романов та ін. – Львів : Бескид Біт, 2005. – 152 с.



Студент 6 курсу
фінансового факультету ХНЕУ

КЛАСТЕРИЗАЦІЯ ПІДПРИЄМСТВ ХІМІКО-ФАРМАЦЕВТИЧНОЇ ГАЛУЗІ ЗА ЕФЕКТИВНІСТЮ УПРАВЛІННЯ ФІНАНСОВИМИ РЕСУРСАМИ

Анотація. Розглянуто ефективність управління фінансовими ресурсами підприємств хіміко-фармацевтичної галузі.

Аннотация. Рассмотрена эффективность управления финансовыми ресурсами предприятий химико-фармацевтической отрасли.

Annotation. In the article efficiency of management financial resources by the enterprises of chemical-pharmaceutical industry is considered.

Ключові слова: кластер, хіміко-фармацевтична галузь, управління фінансовими ресурсами, стратегія.

Відомо, що для початку своєї діяльності і подальшого успішного функціонування на ринку будь-якому господарюючому суб'єктові необхідні різні види ресурсів: трудові, матеріальні, фінансові та ін. Отже, успішне функціонування підприємства багато в чому визначається ефективністю управління цими ресурсами і, зокрема, фінансовими.

В умовах недавнього закінчення світової фінансової кризи проблема ефективного управління фінансовими ресурсами є вельми актуальною. Важливість фінансових ресурсів визначається тим, що постійний їх дефіцит приводить до порушень нормального функціонування підприємств, організацій, галузей і в цілому народного господарства. У зв'язку з цим найважливішим завданням підприємств є найбільш раціональне використання фінансових ресурсів з метою підвищення ефективності роботи підприємства в цілому.

Основною метою статті є оцінка ефективності управління фінансовими ресурсами підприємств хімічної-фармацевтичної галузі на основі їх кластеризації та підвищення ефективності роботи цих підприємств на основі впровадження досконаліших способів використання фінансових ресурсів і управління ними.

Динаміка процесу виробництва хімічних підприємств, їх економічний розвиток та фінансова стійкість значною мірою залежать від ефективного управління фінансовими ресурсами.

Зазначимо, що в цілому по країні фінансовий результат від звичайної діяльності до оподаткування хімічних підприємств за даними державної статистики у 2010 році склав 1 140 млн грн, що є досить суттєвим збитком для бюджету України [1]. У той час як Словаччина отримала прибуток від хімічної галузі на суму 24,4 млн євро, Австрія – 8 446 млн євро, Китай – 21473 млн євро [1].

Виходячи з цього, можна зробити висновок про невідкладну необхідність розробки заходів щодо подолання кризового стану хімічної промисловості нашої країни. У зв'язку з цим виникає необхідність розробки підходів і способів запобігання кризи на підприємстві. Одним із способів запобігання кризовому стану організації є оптимізація використання фінансових ресурсів. Для цього, перш за все, необхідно розробити систему управління фінансовими ресурсами цих підприємств з урахуванням специфіки цієї галузі та економічних умов їх функціонування.

Головною проблемою, яка стоїть на заваді розробки системи управління фінансовими ресурсами, є відсутність єдиного підходу до оцінки ефективності управління фінансовими ресурсами. Так, наприклад, різним аспектам ефективності управління фінансовими ресурсами приділяється постійна увага як науковців, так і спеціалістів-практиків. Значний вклад у вирішення проблемних питань внесли відомі вітчизняні вчені О. Гудзь, І. Зятковський, П. Стецюк та багато інших дослідників. Однак, незважаючи на глибоку теоретико-методологічну основу та нормативно-методичну базу в цій сфері фінансової теорії, нині відсутнє системне та однозначне вирішення деяких актуальних питань, а підходи та погляди щодо їх розв'язання варіюють у досить широких межах. Окремі автори оцінку ефективності управління фінансовими ресурсами розглядають у контексті фінансового аналізу [2], інші – у складі аналізу виробничо-фінансової діяльності [3]. Ще один підхід ґрунтується на оцінці оборотності активів та окремих елементів фінансових ресурсів – грошових коштів, фінансових інвестицій, дебіторської заборгованості [4].

На погляд автора, підприємствам доцільніше здійснювати оцінку фінансових ресурсів за допомогою методу фінансового аналізу. Однак відомо, що оцінка ефективності управління фінансовими ресурсами за допомогою цього методу включає безліч складових. Вважаємо за доцільне для оцінки використовувати такі показники:

рентабельність власного капіталу, що характеризує ефективність використання фінансових ресурсів;

оборотність оборотних активів, що характеризує інтенсивність використання фінансових ресурсів;

коефіцієнт автономії, що характеризує структуру капіталу організації та його фінансову стійкість; коефіцієнт поточної ліквідності, що характеризує платоспроможність підприємства.

Далі обґрунтуємо вибір саме цих показників. Отже, ефективність використання фінансових ресурсів характеризують показники рентабельності, які більш повно, ніж прибуток, відображають результати діяльності підприємства. Але головним показником ефективності функціонування підприємства є рентабельність власного капіталу, оскільки найважливіше завдання будь-якої організації – збільшення суми власного капіталу і підвищення рівня його прибутковості.

Вважається також, що показники швидкості оборотності активів є головними вимірниками ефективності використання оборотних засобів, до складу яких входять і фінансові ресурси. Крім того, оскільки обігові кошти інвестуються підприємством у поточні операції в період кожного операційного циклу, то критерієм ефективності їх використання слугує чинник часу, а мірою інтенсивності застосування виступає оборотність. Саме тому для визначення ефективності управління фінансовими ресурсами було вирішено використовувати коефіцієнт оборотності оборотного капіталу.

В умовах ринкової економіки підвищується значущість фінансових ресурсів, за допомогою яких здійснюється формування оптимальної структури і нарощування виробничого потенціалу підприємства, а також фінансування поточної господарської діяльності. Від того, який капітал має у своєму розпорядженні господарюючий суб'єкт, наскільки оптимальна його структура, наскільки доцільно він трансформується до основних і оборотних фондів, залежить фінансове благополуччя підприємства і результати його діяльності. Доцільно проводити визначення структури капіталу через розрахунок коефіцієнта автономії.

Крім того, найпоширенішою для вітчизняних підприємств є криза ліквідності, при якій через збитки, що збільшуються, підприємству загрожує втрата платоспроможності або платоспроможність вже відсутня. Тому важливо, щоб ця криза була відмічена на ранній стадії. Для цього необхідно визначити коефіцієнт поточної ліквідності, який є одним з головних показників платоспроможності.

Далі на рис. 1. надамо середні значення зазначених фінансових показників у хіміко-фармацевтичній галузі, які будуть використовуватись у подальшому для порівняння з показниками підприємств, ефективність управління фінансовими ресурсами яких буде оцінюватись [1].

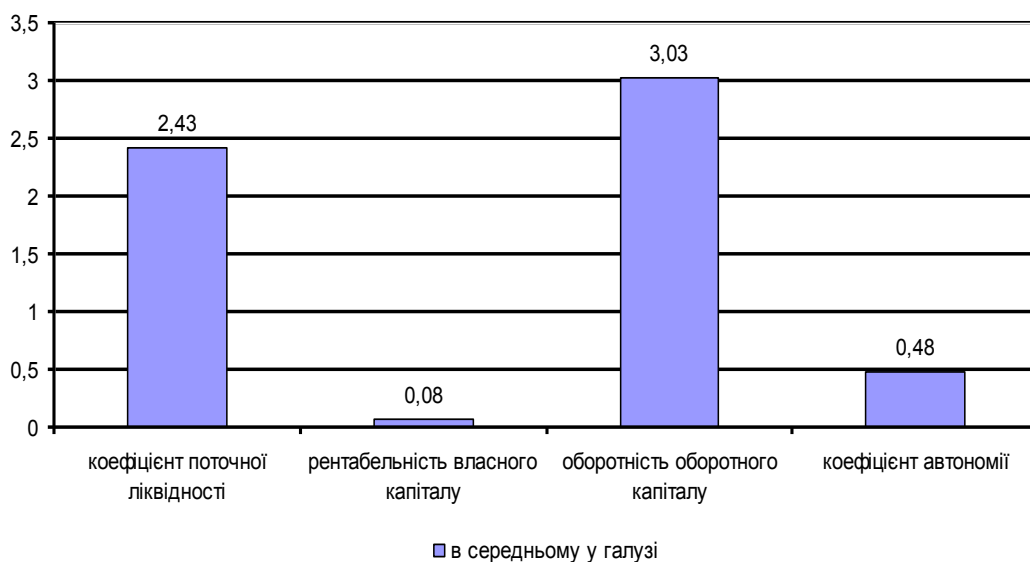


Рис.1. Середні значення фінансових показників у хіміко-фармацевтичній галузі

Отже, після формування показників, за допомогою яких буде визначатись ефективність управління фінансовими ресурсами підприємствами хіміко-фармацевтичної галузі, було взято фінансову звітність 18 підприємств зазначеної галузі [5]. Після цього за допомогою програми Statistica та чотирьох обраних показників був проведений кластерний аналіз ефективності управління фінансовими ресурсами на обраних підприємствах. Внаслідок чого виявили, що надані підприємства доцільно розділити на п'ять кластерів (таблиця).

Кластеризація підприємств хіміко-фармацевтичної галузі за ефективністю управління фінансовими ресурсами

Кластер	Рівень ефективності управління фінансовими ресурсами	Підприємство	Коефіцієнт поточної ліквідності	Рентабельність власного капіталу	Оборотність оборотних активів	Коефіцієнт автономії
1	Високоєфективне управління	ПАТ "Сумісне Українсько-Бельгійське хімічне підприємство "ІнтерХім"	1,6	0,78	5,06	0,52
2	Належне управління	ПАТ "БІОФАРМА" ПАТ "Стома"	10,15	0,12	2,15	0,89
3	Задовільне управління	ПАТ "БІОВЕТФАРМ" ПАТ "Науково-виробниче об'єднання "Йодобром" ПАТ "Луганський хіміко-фармацевтичний завод" ПАТ "ФАРМАК" ПАТ "Шосткинський завод хімічних реактивів" ДП "Завод хімічних реактивів" ПАТ "Перечинський лісохімічний комбінат"	1,5	0,05	4,06	0,68
4	Незадовільне управління	ЗАТ Науково-виробничий центр "Борщагівський хіміко-фармацевтичний завод" ПАТ "Галичфарм" ПАТ "Лубнифарм" ПАТ "Монфарм" ПАТ "Хімфармзавод "Червона зірка" ПАТ "Київський вітамінний завод"	1,79	0,14	2,22	0,35
5	Неефективне управління	ПАТ "Завод побутової та промислової хімії" ПАТ "Донецький завод хімічних реактивів"	0,54	-0,38	1,74	-0,25

Після цього вважаємо за доцільне надати рекомендації для кожного кластера та сформува-ти конкретну стратегію розвитку (рис. 2).

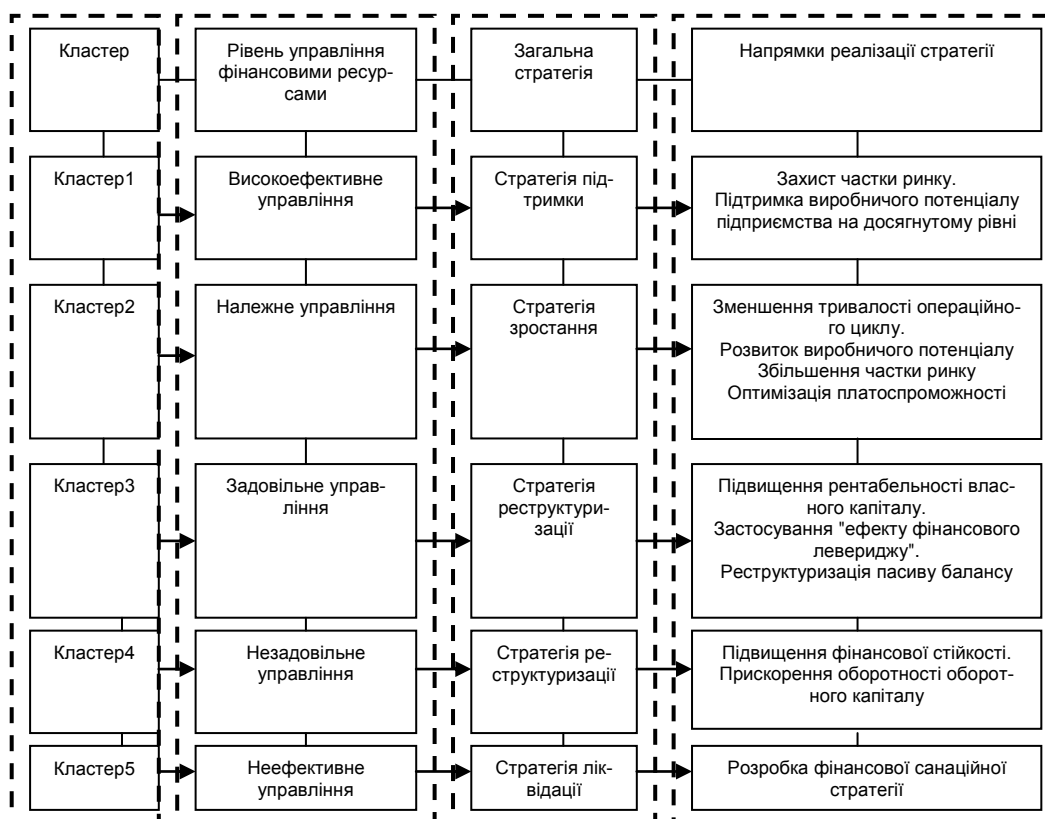


Рис. 2. Рекомендації щодо формування стратегії бізнесу для отриманих кластерів



Так, до першого кластера увійшло одне підприємство, яке можна охарактеризувати як домінуючого лідера галузі. Адаже значення показників цього підприємства, що характеризують ефективність управління фінансовими ресурсами, у декілька разів перевищують середньогалузеві показники. Це, безумовно, є свідченням високоєфективного управління фінансовими ресурсами. Тому головним стратегічним завданням цього підприємства має бути підтримання надалі такого ж фінансового стану і здійснення безперервного контролю за фінансово-господарською діяльністю.

До другого кластера увійшли підприємства, які мають належне управління фінансовими ресурсами, а саме: рівень рентабельності, платоспроможності та фінансової стійкості перевищує середньогалузеві показники. "Вузким місцем" даного кластера є низька оборотність оборотних активів. Тому надалі даним підприємствам необхідно формувати стратегію зростання та вжити заходи щодо зменшення операційного циклу і прискорення оборотності оборотних активів. Крім цього, даним підприємствам необхідно оптимізувати платоспроможність, адже коефіцієнт поточної ліквідності у 5 разів перевищує норму.

До третього кластера увійшли сім підприємств, які мають задовільне управління фінансовими ресурсами. Варто відзначити, що підприємства даного кластера мають найвищий, після першого кластера, коефіцієнт оборотності оборотного капіталу. Це характеризує ефективно використання, перш за все, оборотних засобів, до складу яких входять і фінансові ресурси, але "вузьким місцем" даного кластера є замала рентабельність власного капіталу при відносно високому значенні коефіцієнта автономії. Отже, головним завданням для цих підприємств надалі має стати підвищення рентабельності власного капіталу. Причому дане підвищення можливо зробити за рахунок реструктуризації пасивів, а саме зниження коефіцієнта автономії, тобто використати так званий "ефект фінансового левериджу".

Головним стратегічним завданням для підприємств четвертого кластера є збільшення фінансової стійкості та прискорення оборотності оборотного капіталу.

До останнього, п'ятого, кластера увійшли підприємства, які є аутсайдерами галузі. Ці підприємства знаходяться у кризовому стані, адже за всіма показниками вони мають найгірші значення з усіх аналізованих підприємств. Тому як методичні рекомендації підприємству необхідно розробити фінансову санаційну стратегію підприємства, яка повинна враховувати всі стратегічні спрямування задля виходу підприємства з кризи.

Таким чином, проведений кластерний аналіз дав змогу оцінити ефективність управління фінансовими ресурсами підприємствами хіміко-фармацевтичної галузі. Після цього були надані рекомендації, що дозволять підприємствам раціональніше розподіляти доходи, організувати взаємодії з кредитно-грошовими і комерційними організаціями. Запропоновані стратегії розвитку сприятимуть зростанню прибутковості, виявленню причин збитковості, а також забезпеченню стабільного фінансового стану і, отже, дозволять запобігти кризисній ситуації і вчасно розпізнати її симптоми.

Наук. керієн. Алексєєнко І. І.

Література: 1. Державний комітет статистики України. – Режим доступу : <http://ukrstat.gov.ua>. 2. Гудзь О. Є. Фінансові ресурси сільськогосподарських підприємств : монографія / О. Є. Гудзь. – К. : ННЦ ІАЕ, 2007. – 578 с. 3. Стецюк П. А. Теорія і практика управління фінансовими ресурсами сільськогосподарських підприємств : монографія / П. А. Стецюк. – К. : ННЦ ІАЕ, 2008. – 386 с. 4. Зятковський І. В. Теоретичні засади фінансів підприємств / І. В. Зятковський // Фінанси України. – 2000. – № 4. – С. 24–27. 5. Єдиний інформаційний масив даних про емітентів цінних паперів [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://smida.gov.ua>.

УДК 658.15:004.78

Головко В. О.

Студент 6 курсу
фінансового факультету ХНЕУ

ОПТИМІЗАЦІЯ УПРАВЛІННЯ ФІНАНСОВОЮ СТІЙКІСТЮ ПІДПРИЄМСТВА ЗА ДОПОМОГОЮ CASE-ЗАСОБУ ВРWIN

Анотація. Здійснено структурно-функціональне моделювання бізнес процесу "Управління фінансовою стійкістю підприємства" та проаналізовано склад даного процесу.

Аннотация. Осуществлено структурно-функциональное моделирование бизнес-процесса "Управление финансовой стойкостью предприятия" и проанализирован состав данного процесса.

© Головко В. О., 2011



Annotation. In the article structurally functional design business of process of "Management of enterprise" financial firmness is carried out and composition of this process is analysed.

Ключові слова: підприємство, фінансова стійкість, оптимізація управління.

Сьогодні управління фінансовою стійкістю підприємства здійснюється в умовах невизначеності, зумовленої науковим прогресом, нестабільністю політичної ситуації, зростанням конкуренції на товарних і фінансових ринках, посиленням глобалізаційних процесів та дефіцитом інформації, а також за наявності різноманітних способів і варіантів перетворення можливостей у дійсність та багатоваріантності реалізації управлінських рішень. Сучасні напрямки розвитку ефективної діяльності підприємств вимагають раціонального вибору обсягів і структури джерел фінансування, оскільки перед підприємством стоїть управлінське завдання сформулювати стратегію управління фінансовою стійкістю підприємства, яка враховувала б всі зміни внутрішнього та зовнішнього фінансового середовища.

Виходячи з цього, метою статті є розроблення методичного підходу до вдосконалення фінансової стійкості підприємства з використанням структурно-функціональної моделі, що дозволяє як формалізувати послідовність процесу формування фінансової стійкості, так і спостерігати за проміжними результатами.

Об'єктом дослідження є процес управління фінансовою стійкістю підприємства.

Предметом дослідження є процес оптимізації управління фінансовою стійкістю підприємства.

Питання оптимізації управління фінансовою стійкістю підприємства досліджувало багато вчених. Серед них викликають інтерес роботи таких вчених: Бланка І. О. [1], Коробова М. Я. [2], Савицької Г. В. [3], Кизима М. О. [4], Ермоленка Г. Г. [5], Сайфуліна Р. С. [6], К. Друрі [7], К. Хеддервіка [8] та ін. Проте, незважаючи на досить велику кількість публікацій з даної проблеми, у сучасній літературі досі відсутній єдиний методичний підхід до вдосконалення фінансової стійкості підприємства, тому питання розробки методичного підходу залишається актуальним.

Відповідно до цього головним завданням статті є розроблення методичного підходу до вдосконалення фінансової стійкості підприємства за допомогою CASE-засобу BPwin.

Для оптимізації управління фінансовою стійкістю підприємства пропонується розробити методичний підхід з використанням структурно-функціональної моделі. Позитивними характеристиками структурно-функціональної моделі є можливість заочно ілюструвати порядок дій при оцінюванні впливу структури капіталу підприємства на його фінансову стійкість.

Структурно-функціональна модель удосконалення фінансової стійкості підприємства передбачає використання CASE-засобу в програмному продукті, що є основою для осмислення бізнес-процесу та оцінки впливу тих або інших подій, а також опису взаємодії процесів і потоків інформації в організації. Неефективна, високовитратна або надлишкова діяльність при цьому може бути легко виявлена і, отже, вдосконалена, змінена або усунена відповідно до загальних цілей організації. Наслідки змін зовнішніх обставин мають бути ретельно вивчені й осмислені перед тим, як система буде перероблена з їх обліком. BPwin може допомогти користувачеві впродовж всього циклу, надавши можливість оптимізувати бізнес-процес, якого торкнуться ці зміни. За допомогою BPwin користувач може зробити свою роботу продуктивнішою [9].

Побудова на основі стандарту IDEF0 за допомогою CASE-засобу BPwin-модель бізнес-процесу "Управління фінансовою стійкістю підприємства" передбачає опис етапів модельованого процесу. Особливостями даного стандарту є те, що він дозволить подати алгоритм удосконалення у вигляді діаграми та наочно представити послідовність етапів модельованого процесу.

Реалізація цього стандарту здійснюється в такий спосіб. Процес моделювання системи починається з побудови контекстної діаграми, тобто найбільш абстрактного рівня опису системи у цілому.

Контекстну діаграму "Управління фінансовою стійкістю підприємства" подано на рис. 1.

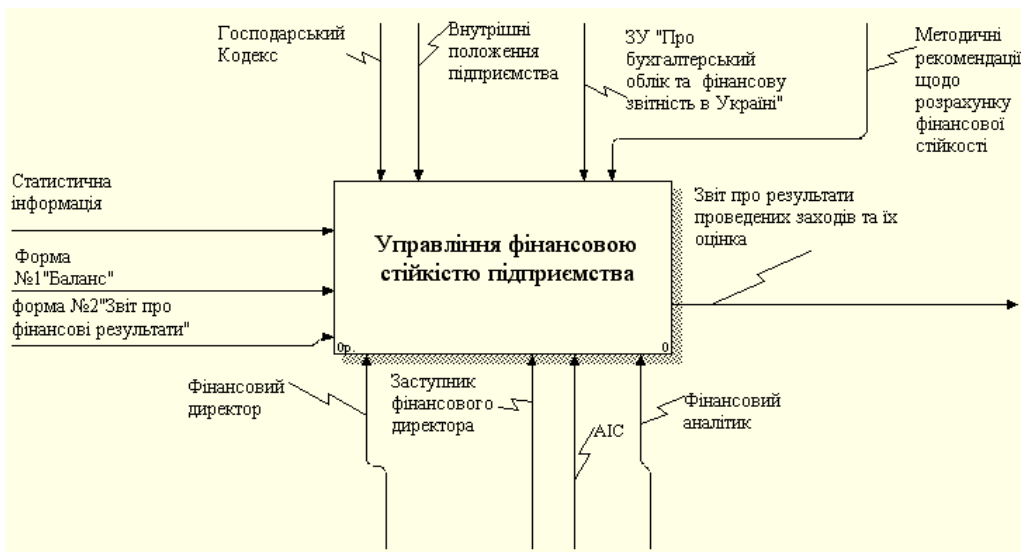


Рис. 1. Контекстна діаграма IDEF0 моделі "Управління фінансовою стійкістю підприємства"

Відповідно до рис. 1 на контекстній діаграмі по центру знаходиться блок головної задачі, який відображає сутність моделі, мету її побудови та передбачає сукупність запитань, на які має відповідати модель. З усіх боків до головного блока надходять інтерфейсні дуги, які визначають: вхідну інформацію, необхідну для здійснення удосконалення – форми звітності підприємства та статистичну інформацію; елементи управління – нормативно-правові акти договірних відносин, методика бухгалтерського обліку, внутрішні положення підприємства; механізм виконання – фінансовий директор, заступник фінансового директора, фінансовий аналітик та автоматизовані інформаційні системи (AIC); вихідну інформацію – звіт про результати проведених заходів та їх оцінка.

Другим етапом моделювання є декомпозиція контекстної діаграми (рис. 1), результатом чого є діаграма, яка відображає структуру етапів процесу, який відображено у контекстній діаграмі. Декомпозицію контекстної діаграми наведено на рис. 2.

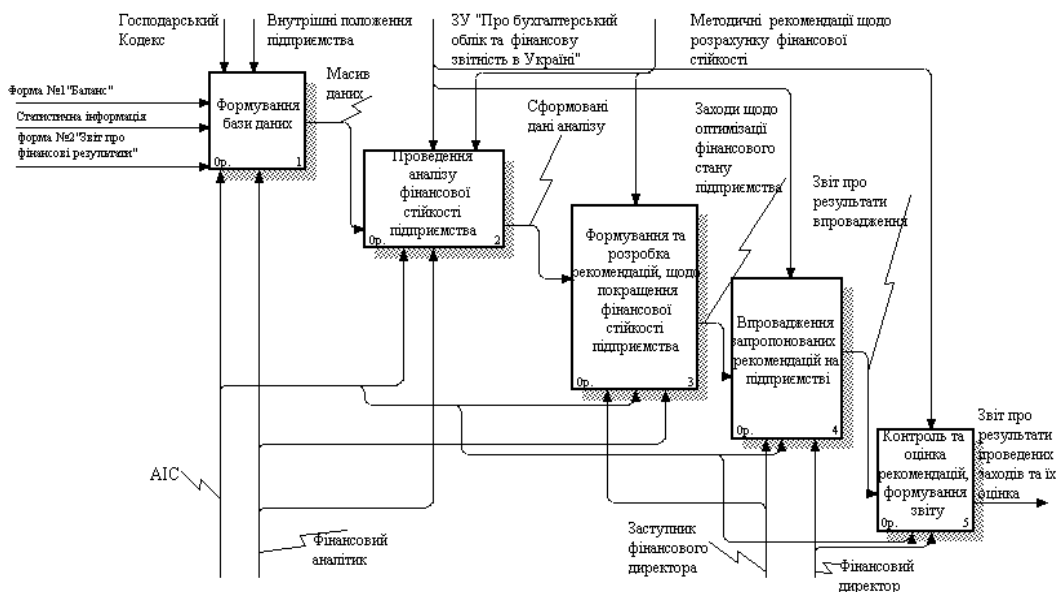


Рис. 2. Діаграма декомпозиції контекстної діаграми

Структурно-функціональна модель, зображена на рис. 2, відображає формалізовану послідовність управління фінансовою стійкістю підприємства з метою подальшої оптимізації. Формалізація даного процесу є ретельною підготовкою до майбутнього з урахуванням впливу факторів внутрішнього та зовнішнього середовищ.

- Логіка проведення процесу оптимізації правління фінансовою стійкістю полягає у:
- формуванні бази даних;
 - проведенні аналізу фінансової стійкості підприємства;
 - формуванні та розробці рекомендацій щодо покращення фінансової стійкості підприємства;
 - впровадженні запропонованих рекомендацій на підприємстві;
 - контролі та оцінці рекомендацій, формуванні звіту.

Реалізація усіх зазначених на рис. 2 етапів моделюючого процесу має відбуватися фінансовим аналітиком, фінансовим директором та його заступником, а також AIC.

На першому етапі – формування бази даних – відбуватиметься первинна обробка даних, відбір даних для аналізу та створення масиву даних, необхідних для проведення аналізу фінансового стану підприємства.

На другому етапі бізнес-процесу "Управління фінансовою стійкістю підприємства" – проведення аналізу фінансової стійкості підприємства – відбувається аналіз складових потенціалу підприємства: кадрового, фінансового, інноваційного, виробничого; проводиться аналіз фактичного стану управління фінансовою стійкістю та розрахунок відповідних коефіцієнтів.

На п'ятому етапі – контроль та оцінка рекомендацій, формування звіту – відбувається аналіз та оцінка фінансової стійкості після впровадження запропонованих заходів і формування звіту про виконання роботи.

З огляду на те, що третій та четвертий етапи є найбільш значущими при проведенні оптимізаційних заходів, то доцільно їх відобразити на рис. 3 та 4 відповідно.

Третій етап – формування та розробка рекомендацій щодо покращення фінансової стійкості підприємства – включає в себе створення інформаційної бази, формування шляхів та методів управління основними, оборотними, власними та залученими коштами, розробку методик та моделей досягнення необхідного рівня фінансової стійкості і прийняття рішення про систему заходів, які є найбільш прийнятні для підприємства в умовах господарювання.

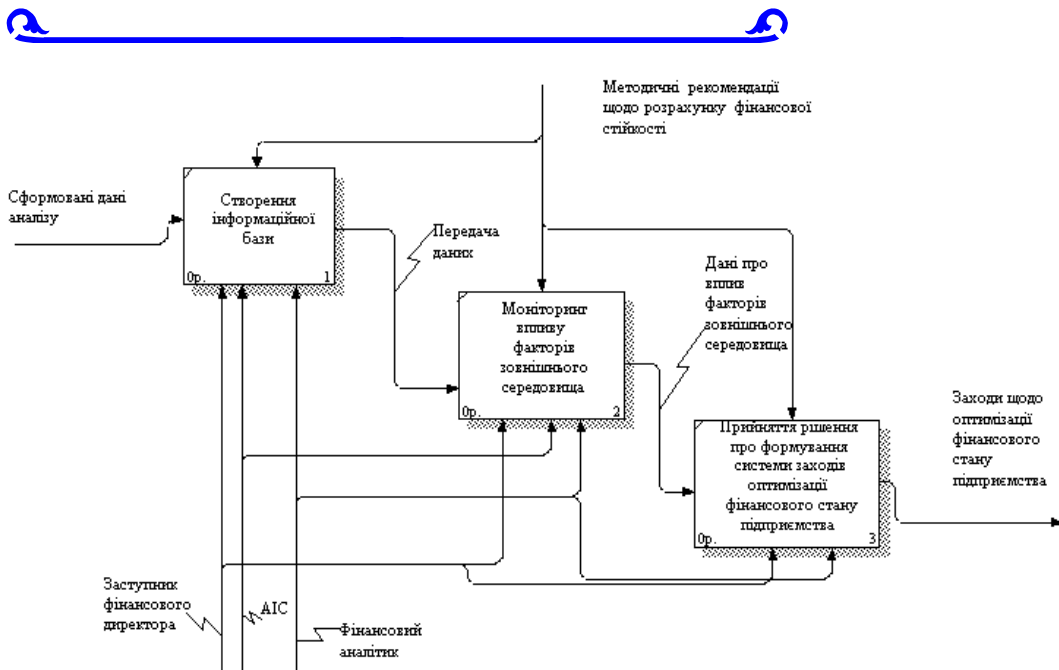


Рис. 3. Декомпозиція формування та розробка заходів щодо покращення фінансової стійкості підприємства

У результаті формування та розробки рекомендацій виникає потреба в переході на наступний етап.

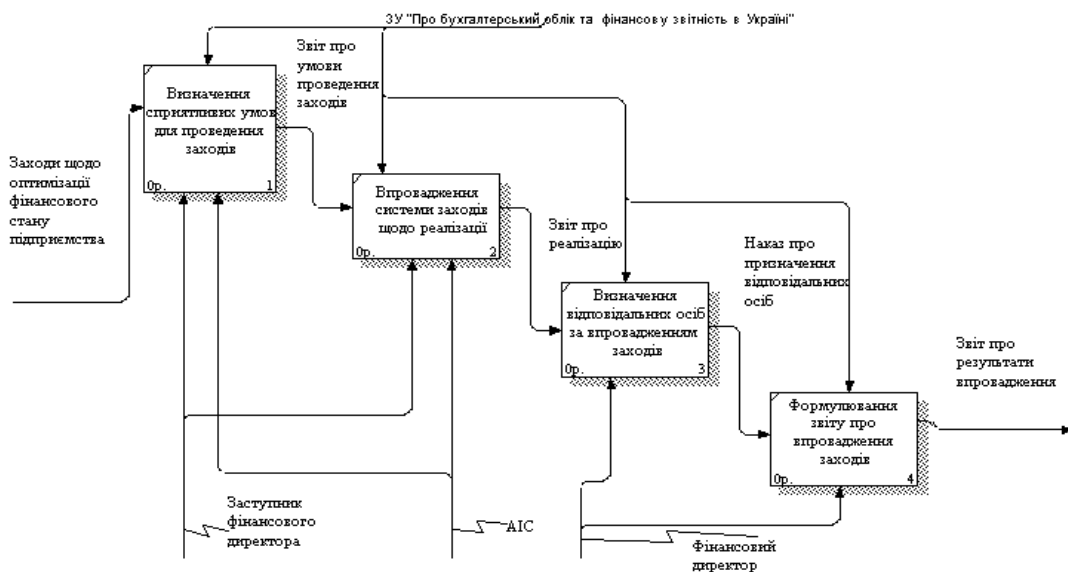


Рис. 4. Декомпозиція впровадження запропонованих рекомендацій на підприємстві

Відповідно до рис. 4 на даному етапі визначаються сприятливі умови, шляхи та методи досягнення необхідних результатів на практиці, відповідальні особи та формування звіту про впроваджені заходи для переходу на наступну стадію.

Реалізація всіх зазначених етапів модельючого процесу має відбуватися під наглядом виконуючих механізмів з урахуванням вхідної інформації та елементів управління, при цьому вихідна інформація з кожного етапу буде вхідною для іншого.

Слід відзначити, що всі етапи модельованого процесу виконуються із застосуванням інформаційних технологій, що сприяє підвищенню якості прийняття управлінських рішень щодо означеної предметної області.

Таким чином, застосування структурно-функціонального моделювання до бізнес процесів дозволить представити у стандарті IDEF0 процес оптимізації управління фінансовою стійкістю під-

приємства та при її подальшій декомпозиції наочно відобразити сценарій діяльності фінансового менеджера при виконанні своїх обов'язків щодо модельованої предметної області.

Наук. керівн. Литовченко О. Ю.

Література: 1. Бланк И. А. Словарь-справочник финансового менеджера / И. А. Бланк. – К. : Ника-Центр, 1998. – 480 с. 2. Коробов М. Я. Фінансово-економічний аналіз діяльності підприємств : навч. посібн. / М. Я. Коробов. – К. : Знання, 2000. – 378 с. 3. Савицька Г. В. Економічний аналіз діяльності підприємства : навч. посібн. / Г. В. Савицька. – 3-тє вид., випр. і доп. – К. : Знання, 2007. – 668 с. 4. Оцінка і діагностика фінансової стійкості підприємства : [монографія] / [М. О. Кизим, В. А. Забродський, В. А. Зінченко, Ю. С. Копач]. – Х. : ІНЖЕК, 2003. – 144 с. 5. Ермоленко Г. Г. Теоретические аспекты исследования понятия финансовой устойчивости хозяйствующих субъектов / Г. Г. Ермоленко, Е. И. Копачева // Ученые записки Таврического национального университета им. В. И. Вернадского. Серия : Экономика и управление. – 2010. – Т. 23 (62). – № 1. – С. 68–76. 6. Шеремет А. Д. Финансы предприятий / А. Д. Шеремет, Р. С. Сайфулин. – М. : ИНФРА-М, 1999. – 343 с. 7. Друри К. Производственный и управленческий учет / К. Друри. – М. : ЮНИТИ, 2005. – 476 с. 8. Хеддервик К. Финансовый и экономический анализ деятельности предприятий / К. Хеддервик ; пер. с англ. Д. П. Лукичева и А. О. Лукичевой ; под ред. Ю. Н. Воропаева. – М. : Финансы и статистика, 1996. – 192 с. 9. Мінухін С. В. Лабораторний практикум з курсу "CASE-технології" для студентів спец. 7.080401, 7.080407 усіх форм навчання / С. В. Мінухін, О. М. Беседовський. – Х. : Вид. ХНЕУ, 2005. – 80 с.

УДК 658.154

Машкіна Т. В.

Студент 6 курсу
фінансового факультету ХНЕУ

ТЕОРЕТИКО-МЕТОДИЧНИЙ ПІДХІД ДО ОЦІНКИ ЯКОСТІ ФІНАНСОВОГО РЕЗУЛЬТАТУ КОМУНАЛЬНОГО ПІДПРИЄМСТВА

Анотація. Розглянуто теоретичні основи оцінки якості фінансового результату та доведено об'єктивну необхідність впровадження даної категорії у практику управлінської діяльності комунального підприємства. Запропоновано систему показників оцінювання якості прибутку у процесі його використання на підприємстві.

Аннотация. Рассмотрены теоретические основы оценки качества финансового результата и доказана объективная необходимость внедрения данной категории в практику управленческой деятельности коммунального предприятия. Предложена система критериев оценки качества прибыли в процессе его использования на предприятии.

Annotation. The article deals with the essence of the concept of quality financial performance and the objective necessity of implementation of this category of practice management in the enterprise. The system of quality criteria in profits during its use in the enterprise is proposed.

Ключові слова: якість фінансового результату, прибуток, прибутковість, інтегральний показник, потенціал економічного розвитку.

У ринкових умовах господарювання, які характеризуються досить розвинутим рівнем конкурентних відносин, кількісний показник фінансового результату є недостатньою підставою для прийняття ефективних управлінських рішень, які повинні бути спрямовані на забезпечення стабільних тенденцій позитивної динаміки результативності, платоспроможності, прибутковості, економічного розвитку комунального підприємства.

Вирішення таких актуальних проблем потребує впровадження у практику господарської діяльності комунального підприємства категорії "якість фінансового результату", яка вимагає формування теоретико-методологічного її обґрунтування.

У діяльності будь-якого підприємства прибуток відіграє вирішальну роль, а також є основним джерелом відтворення інтенсивного й інноваційного процесу розвитку підприємства, реконст-



рукції та модернізації його виробництва. Важливою проблемою в управлінні прибутковістю підприємств є досягнення не тільки відповідного рівня величини прибутку, але й достатнього рівня його якості на всіх етапах його проходження у процесі формування і використання. Зважаючи на те, що категорія фінансового результату за своїм змістовним наповненням є ширшою, ніж поняття прибутку, який виступає однією з форм прояву останньої, недослідженими залишаються питання теоретичного та методологічного обґрунтування поняття якості фінансового результату господарської діяльності підприємства.

Таким чином, метою даної статті є дослідження сутності та обґрунтування визначення поняття якості прибутку, вивчення особливостей формування показника якості фінансового результату у процесі діяльності підприємства.

Дослідження якості фінансового результату підприємства знайшли своє відображення у працях таких економістів, як: Л. Бернстайн, М. Баканов, І. Бланк, О. Зінченко, А. Турило, О. Хістева, О. Хмелевський.

Беручи до уваги те, що категорія фінансового результату за глибиною свого змісту є ширшою, порівняно з поняттям прибутку, яке є однією з форм її прояву, виникає необхідність визначення різниці між економічними категоріями якості фінансового результату та прибутку підприємства. Тобто величина фінансового результату, яка відображається через абсолютні значення показників прибутку або збитку, вимагає формулювання визначення поняття якості прибутку, що характеризується категорію якості фінансового результату, залежно від форми прояву останнього. Якість фінансового результату фінансової діяльності комунального підприємства визначається одним із двох наступних показників: якості позитивного фінансового результату (прибутку) або якості негативного фінансового результату (збитку), які прямо пропорційно залежать від рівня результативності діяльності суб'єкта господарювання. Проблема сутності та оцінки якості фінансового результату є достатньо новою. Термін "якість фінансового результату" характеризує економічні відношення, що пов'язані з отриманням певного фінансового результату на якісній основі і відображають способи фінансового забезпечення та механізми взаємодії всіх основних елементів виробництва щодо досягнення поставленої мети [1].

У найбільш узагальненому вигляді якість фінансового результату "характеризує структуру джерел формування прибутку за усіма видами діяльності — операційною, інвестиційною, фінансовою" [1]. Так, відповідно до поглядів Бланка І. А., висока якість прибутку супроводжується зростанням обсягів випуску продукції, зменшенням рівня витрат, а низька якість прибутку характеризується підвищенням цін на продукцію та незмінністю обсягів її випуску й реалізації в натуральних одиницях [2].

Оцінка рівня якості фінансового результату (прибутку) підприємства є самостійним заданням і значення її зростає прогресуючими темпами. Тому дане питання потребує серйозної уваги. Однак відповідних пропозицій щодо її вимірювання практично немає, що пов'язано зі складністю та багатогранністю даної категорії. Вважаємо, що як для дослідження сутності категорії "якість фінансового результату", так і для оцінки її інтегрального рівня потрібно, по-перше, виділити в ній головний змістовний аспект, а по-друге, встановити чинники, які формують його величину. Виходячи з цього, якість фінансових ресурсів формується під впливом трьох основних чинників, а саме: процесу інновації підприємства [3; 4]; ділової активності підприємства; процесу формування і забезпечення необхідної ринкової позиції підприємства.

Тобто виникає задача кількісного виміру даних чинників з наступним формуванням методу розрахунку інтегрального показника якості фінансового результату підприємства. Вважаємо, що перший чинник, а саме рівень інновації підприємства, можна добре представити показником організаційно-технічного рівня підприємства. Він значною мірою відображає всі інноваційні процеси на підприємстві. Однак високе інноваційне оснащення підприємства – це тільки потенціал, бо реалізується він тільки у процесі його діяльності. Ступінь ефективності такої реалізації добре характеризує ділова активність підприємства, ключовим показником якої є показник оборотності капіталу, або коефіцієнт оборотності активів. Чим вище рівень інновації підприємства і його ділової активності, тим вище буде не тільки обсяг фінансового результату, а й його якісна складова, тому що одна одиниця інноваційного ресурсу підприємства дає більшу віддачу, ніж застарілий вид ресурсу при однаковій їх вартості і коефіцієнті використання.

Таким чином, будемо вважати, що змістовну сутність та кількісну оцінку якості фінансового результату господарської діяльності найбільш достовірно буде відображати відношення показників фінансового результату від основної та звичайної діяльності до оподаткування (1), яке характеризує результативність, прибутковість, ступінь реалізації потенціалу економічного розвитку діяльності підприємства [4 – 6].

$$ЯФР = \frac{ФРод}{ФРздн}, \quad (1)$$

де $ЯФР$ — якість фінансового результату діяльності даного підприємства;

$ФРод$ — фінансовий результат від основної діяльності;

$ФРздн$ — фінансовий результат від звичайної діяльності до оподаткування.

Ураховуючи двоїсту природу показника фінансового результату, який відображається через абсолютну величину прибутку або збитку, виникає необхідність розробки формул для розрахунку якості позитивного (2) та негативного (3) фінансового результату господарської діяльності даного підприємства:

$$\frac{\text{Под}}{\text{Зздп}} = \text{ЯПФР} = \frac{\text{Под}}{\text{Пздп}}, \quad (2)$$

де *ЯПФР* – якість позитивного фінансового результату діяльності підприємства;

Под – прибуток від основної діяльності;

Пздп – прибуток від звичайної діяльності до оподаткування;

Зздп – абсолютний розмір збитку від звичайної діяльності до оподаткування.

$$\frac{\text{Зод}}{\text{Пздп}} = \text{ЯНФР} = \frac{\text{Зод}}{\text{Зздп}}, \quad (3)$$

де *Зод* – збиток від основної діяльності.

Таким чином, можна говорити про те, що управлінські рішення повинні бути спрямовані на оптимізацію показника якості фінансового результату шляхом забезпечення тенденції сталого зростання прибутку і зменшення розміру збитку від основної та звичайної (до оподаткування) діяльності підприємства, що сприятиме повній мобілізації й реалізації потенціалу економічного розвитку підприємства в довгостроковій перспективі його господарської діяльності.

Інноваційний чинник, який характеризує рівень інноваційності, прогресивності, науковомісткості діяльності, за умов практичного його впровадження у господарський процес комунального підприємства, стане головним джерелом забезпечення швидкого і стабільного зростання якості позитивного та негативного фінансового результату. Причому для даного підприємства, яке характеризується збитковістю основної діяльності, ефективно залучення позичкового капіталу з урахуванням фінансування за рахунок цих коштів рентабельних інноваційних проектів забезпечить не лише беззбиткову діяльність, але й сприятиме стійкому зростанню прибутковості та якості позитивного фінансового результату суб'єкта господарювання в довгостроковому періоді.

Показник якості фінансового результату залежить від абсолютної величини фінансового результату від основної та звичайної (до оподаткування) діяльності комунального підприємства. Дане твердження дозволяє здійснити диференціацію кількісної оцінки якості фінансового результату, з виділенням певних критеріальних рівнів змістовного значення даного показника (таблиця) [5, 6].

Таблиця

Оцінка якості фінансового результату господарської діяльності комунального підприємства

Показник	Рівень якості фінансового результату		
	Високий (оптимальний)	Середній	Низький
Якості позитивного фінансового результату, ЯПФР $\text{ЯПФР} = \frac{\text{Под}}{\text{Пздп}}$	$0 < \text{ЯПФР} \leq 1$ $\text{ЯПФР} \rightarrow \max$ Критерій: $\text{Под} \leq \text{Пздп}$	$\text{ЯПФР} > 1$ $\text{ЯПФР} \rightarrow \max$ Критерій: $\text{Под} > \text{Пздп}$	—
$\text{ЯПФР} = \frac{\text{Под}}{\text{Зздп}}$	—	—	$\text{ЯПФР} < 0$ $\text{Зздп} \rightarrow 0 \rightarrow \min;$ $\text{ЯПФР} \rightarrow \max$ Критерій: $\text{Под}, \text{Зздп}$
Якості негативного фінансового результату, ЯНФР $\text{ЯНФР} = \frac{\text{Зод}}{\text{Пздп}}$	$\text{ЯНФР} < 0$ $\text{Зод} \rightarrow 0 \rightarrow \min; \text{ЯНФР} \rightarrow \max$ Критерій: $\text{Зод}, \text{Пздп}$	—	—
$\text{ЯНФР} = \frac{\text{Зод}}{ \text{Зздп} }$	—	$\text{ЯНФР} < 0$ $\text{Зод}, \text{Зздп} \rightarrow 0 \rightarrow \min;$ $\text{ЯНФР} \rightarrow \max$ Критерій: $\text{Зод} > \text{Зздп}$	$\text{ЯНФР} < 0$ $\text{Зод}, \text{Зздп} \rightarrow 0 \rightarrow \min;$ $\text{ЯНФР} \rightarrow \max$ Критерій: $\text{Зод} < \text{Зздп}$

Оцінку якості фінансового результату необхідно здійснити за триступеневою критеріальною шкалою виміру, яка відображає діапазон рівнів якості фінансового результату (високий (оптимальний), середній, низький) залежно від значення показників фінансового результату від основної та звичайної (до оподаткування) діяльності підприємства, які задовольняють вимоги відповідного критерію.

Оптимальному та середньому рівням якості позитивного фінансового результату буде відповідати позитивне (додатне) значення показника, який відображає ефективний, прибутковий господарський процес та свідчить про економічний розвиток підприємства.



Але наявність показника якості позитивного фінансового результату, незважаючи на його від'ємне значення, свідчить про те, що у підприємства є усі необхідні умови та потенціал для забезпечення зростання результативності, прибутковості господарської діяльності та сприяння економічному розвитку підприємства. Усі три рівні (високий, середній, низький) якості негативного фінансового результату будуть відображати наявність від'ємного значення результативного показника, що характеризуватиме відсутність чи низьку ефективність господарського процесу, тенденцію збитковості та економічного спаду суб'єкта господарювання.

Зменшення від'ємного значення абсолютного показника негативного фінансового результату до точки беззбиткового обороту є головним завданням при реалізації процедур управління фінансовими результатами підприємства. Відобразимо можливі варіанти впливу динаміки показників фінансового результату від основної та звичайної діяльності (до оподаткування) на рівень якості фінансового результату діяльності комунального підприємства (рисунок) [6].

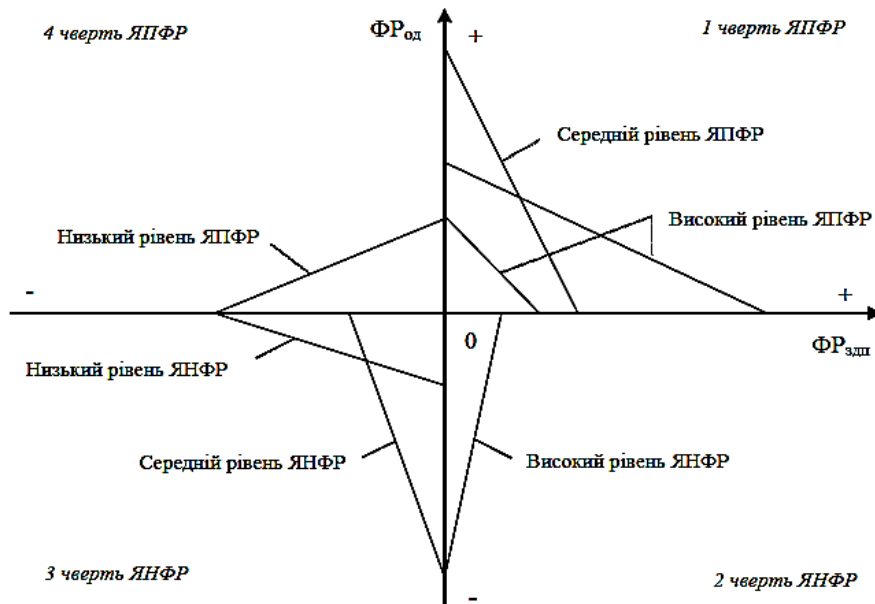


Рис. Графічна інтерпретація оцінки якості фінансового результату діяльності комунального підприємства

Зауважимо, що існування подібної ситуації у практичних умовах діяльності підприємства спостерігається дуже рідко, оскільки прибутковість господарської діяльності забезпечується переважно за рахунок одержаного позитивного фінансового результату від основної діяльності, який, у свою чергу, опосередковано впливає на фінансовий підсумок неопераційної (фінансової, інвестиційної) діяльності суб'єкта господарювання.

Отже, впровадження у практику фінансової діяльності комунального підприємства категорії якості фінансового результату допоможе створити ключові передумови для зростання результативності, прибутковості та забезпечення сталого економічного розвитку суб'єкта господарювання в довгостроковій перспективі. Рациональне, інтеграційне впровадження запропонованого показника в загальну систему управління підприємством буде сприяти не лише оптимізації даного процесу, але й відповідати стратегічним пріоритетам зростання конкурентоспроможності та розвитку економіки підприємства. Тобто наукову цінність перспективних досліджень будуть складати проблеми детального обґрунтування методики використання показника якості фінансового результату в межах управління фінансовими результатами діяльності підприємств комунальної власності.

Переваги запропонованих у даній роботі методів вимірювання показника якості фінансового результату підприємства полягають у тому, що вони дозволяють оцінювати його за конкретними напрямками діяльності: за процесом інновацізації, діловою активністю і позиціонуванням на ринку. При цьому кожен із цих напрямків може суттєво деталізуватися й оцінюватися за певною групою часткових показників, що дасть можливість здійснювати системний пошук резервів збільшення загальної величини показника якості фінансового результату підприємства.

Наук. керівн. Журавльова І. В.

Література: 1. Хістева О. В. Якість прибутку та його вплив на сталий розвиток підприємства : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. екон. наук: спец. "Економіка торгівлі та послуг" / О. В. Хістева. – Донецьк, 2007. – 28 с. 2. Бланк І. А. Управление прибылью / И. А. Бланк. – К. : Ника-Центр, 2004. – 544 с. 3. Хмельський О. В. Механізм управління прибутковістю підприємства : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня

канд. екон. наук: спец. "Економіка та управління підприємствами" / О. В. Хмелевський. – Хмельницький, 2008. – 23 с. 4. Турило А. М. Показники і критерії оцінки якості прибутку на стадії його формування в системі менеджменту підприємства / А. М. Турило, О. А. Зінченко // Фінанси України. – 2008. – № 10. – С. 106–115. 5. Зінченко О. А. Вимірювання якості прибутку підприємства з позиції його конкурентоспроможності / О. А. Зінченко // Вісник економіки транспорту і промисловості. – 2010. – № 29. – С. 96. 6. Баканов М. И. Оценка качества прибыли предприятия [Электронный ресурс] / М. И. Баканов, В. В. Мелетьева // Корпоративный менеджмент. – Режим доступа : <http://www.cfin.ru/press/afa>. 7. Бернштейн Л. А. Анализ финансовой отчетности: теория, практики и интерпретация / Л. А. Бернштейн ; пер. с англ. И. И. Елисеев. – М. : Финансы и статистика, 2007. – 624 с. 8. 28 Положень (стандартів) бухгалтерського обліку. – К. : КНТ, 2005. – 120 с. 9. Про оподаткування прибутку підприємств : Закон України від 28.12.94 № 334/94-ВР [Електронний ресурс] / Верховна Рада України. – Режим доступу : <http://zakon.rada.gov.ua/cgi>.

УДК 005.334:004.78

Копя М. В.

Студент 6 курсу
фінансового факультету ХНЕУ

СТРУКТУРНО-ФУНКЦІОНАЛЬНЕ МОДЕЛЮВАННЯ АНТИКРИЗОВОГО УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВОМ ЗА ДОПОМОГОЮ CASE-ЗАСОБУ WPwin

Анотація. Досліджено основні етапи антикризового управління. Розроблено структурно-функціональну модель антикризового управління підприємством. Подано порівняння моделей "як є" і "як повинно бути".

Аннотация. Исследованы основные этапы антикризисного управления. Разработана структурно-функциональная модель антикризисного управления предприятием. Предоставлено сравнение моделей "как есть" и "как должно быть"

Annotation. The basic stages of antirecessionary management are investigated. The structural-functional model of antirecessionary business control is developed. The comparison of models "as is" and "to be" is given.

Ключові слова: антикризове управління, криза на підприємстві, структурно-функціональна модель.

В умовах ринкової економіки діяльність суб'єктів господарювання супроводжується виникненням кризових явищ. Для забезпечення ефективної діяльності, а також конкурентоспроможності підприємство має не тільки своєчасно виявляти несприятливі тенденції у своєму розвитку і прогнозувати банкрутство, але й знаходити адекватні шляхи та засоби виходу з кризи з мінімальними витратами та в найкоротший термін. Виникнення кризової ситуації на багатьох українських підприємствах пов'язане з низьким рівнем антикризового менеджменту, тому для успішного функціонування він має бути більш гнучким та адаптивним. У зв'язку з цим формування найбільш ефективного процесу антикризового управління та розробка заходів для адаптації підприємств до невизначених, складних та динамічних умов господарювання на сьогодні є досить актуальною.

Тематика антикризового управління вже досить довго знаходяться в полі зору науковців, проте до сьогодні не втратила своєї актуальності. Дослідженням даного питанням займалися такі науковці, як: І. Бланк [1], Ю. Капітанець [2], І. Карпунь [3], Л. Лігоненко [4], О. Сизоненко [5], С. Степанчук [6] та ін. Однак, незважаючи на велику кількість наукових розробок, проблема формування адекватної моделі антикризового управління залишається досі не вирішеною.

Метою статті є моделювання процесу антикризового управління підприємством та розробка практичних рекомендацій щодо його оптимізації.

У сучасній спеціальній літературі відсутня єдність поглядів на процес антикризового управління підприємством. В окремих дослідників [7] послідовність процесу антикризового впливу взагалі не формалізується, а інші, зокрема проф. Бланк І. О. [1], пропонують чітке структурування послідовності управлінських зусиль. Розгляд переліку основних етапів антикризового управління серед досліджень на дану тему поданий у табл. 1.

Основні етапи антикризового управління

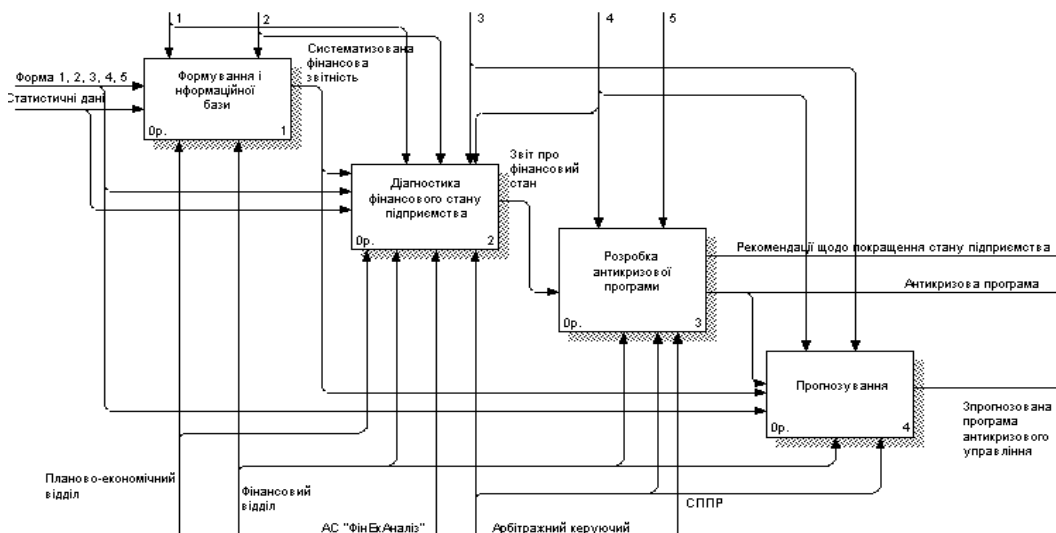
Етапи	Джерело					
	І. Карпунь [3]	Л. Лігоненко [4]	І. Бланк [1]	О. Сизоненко [5]	С. Степанчук [6]	Ю. Капітанець [2]
Фінансово-економічна діагностика	+	+	+	+	+	+
Визначення масштабів кризового стану	+		+		+	
Прогнозування тенденцій кризових явищ						+
Виявлення основних чинників кризи	+		+	+	+	
Формування мети і завдання	+	+	+		+	
Оцінка обмежень		+				
Розробка антикризової програми (планування заходів)	+	+	+	+	+	+
Упровадження і контроль за виконанням	+	+	+	+	+	
Коригування	+					
Розробка профілактичних заходів		+				

Проведений аналіз етапів антикризового управління на підприємстві дає змогу змодельовувати даний бізнес-процес на основі стандарту IDEF0 за допомогою CASE-засобу BPwin. Особливостями стандарту IDEF0 є те, що він дозволяє подати алгоритм удосконалення у вигляді діаграми, наочоно представити послідовність дій формування основних напрямів антикризового управління.

Метою побудови функціональних моделей звичайно є виявлення найбільш слабких і вразливих місць діяльності організації, аналіз переваг нових процесів бізнесу і міри зміни існуючої структури організації бізнесу. Аналіз недоліків і "вузьких місць" починають з побудови моделі AS-IS ("як є"), тобто моделі існуючої організації роботи [8].

Реалізація антикризового управління на підприємствах Харкова складається з таких етапів: 1 – формування інформаційної бази; 2 – аналіз фінансового-господарського стану; 3 – аналіз причин кризи та виявлення "слабких місць"; 4 – розробка та реалізація антикризової програми [9].

Для оптимізації процесу управління пропонується така розробка реалізації антикризового управління – моделі TO-BE ("як повинно бути"). Запропоновану модель наведено на рисунку.



TOBE: TITLE: Антикризове управління підприємством NUMBER:

Рис. Етапи антикризового управління підприємством (ТО-ВЕ) (декомпозиція I рівня "Антикризове управління")

Взаємодія системи з навколишнім світом описується як вхід (ресурс, який переробляється системою, показується з лівої сторони блока) [8]. На вході даної моделі подаються форма 1 "Баланс", форма 2 "Звіт про фінансові результати", форма 3 "Звіт про рух грошових коштів", форма 4 "Звіт про власний капітал" та статистичні дані (середньогалузеві показники та ін.).

Елементи управління представлено: 1 – Положення (стандарту) бухгалтерського обліку; 2 – Закон України "Про аудиторську діяльність" від 22.04.1993 року № 3125-XII; 3 – Методичні рекомендації щодо виявлення ознак неплатоспроможності підприємства та ознак дій з приховування банкрутства, фіктивного банкрутства чи доведення до банкрутства" від 17 січня 2001 р. № 10; 4 – Методичні

рекомендації щодо проведення фінансових розрахунків; 5 – Закон України "Про відновлення платоспроможності боржника або визнання його банкрутом" від 14.05.1992 р. № 2343-XII.

Механізм (ресурси, необхідні для проведення роботи, – показуються з нижньої сторони блока) включає планово-економічний відділ, СППР, аудитора та арбітражного керуючого. На виході отримуємо антикризову програму та рекомендації щодо покращення фінансово-господарського стану підприємства.

Порівняння моделей AS-IS ("як є") і TO-BE ("як повинно бути") для модуля "Антикризове управління підприємством" наведено в табл. 2.

Таблиця 2

Таблиця порівняння моделей AS-IS і TO-BE

AS-IS		TO-BE		Відмінності
№	Назва етапу	№	Назва етапу	
1	Формування інформаційної бази	1	Формування інформаційної бази	–
2	Аналіз фінансово-господарського стану	2	Діагностика фінансового стану підприємства	Об'єднання етапів 2 та 3 моделі AS-IS у "Діагностику фінансового стану підприємства"
2.1	Визначення методів фінансового аналізу та системи необхідних показників	2.1	Розрахунок показників фінансового аналізу	
2.2	Проведення необхідних розрахунків			
2.3	Порівняння показників з нормативними та середньогалузевими			
3	Аналіз причин кризи та виявлення "слабких місць"	2.2	Розрахунок інтегрального показника фінансового стану	
3.1	Діагностика внутрішніх причин	2.3	Порівняння тенденцій показників з інтегральним показником	
3.2	Проведення SWOT-аналізу	2.4	Аналіз зовнішніх причин кризи	
3.3	Інтегральна оцінка причин кризи			
4	Розробка антикризової програми	3	Розробка антикризової програми	–
		4	Прогнозування	Введення додаткового етапу
		4.1	Прогнозування інтегрального показника фінансового стану	
		4.2	Визначення джерел розвитку негативних тенденцій	
		4.3	Розробка рекомендацій для управлінських рішень	

Першим етапом проведення антикризового процесу залишається формування інформаційної бази, де збирається та оброблюється вся фінансова звітність підприємства. Цей етап досить важливий, оскільки саме на цьому етапі формується необхідна база інформації, що в подальшому буде використовуватися при здійсненні фінансового аналізу.

З метою оптимізації пропонується об'єднати блоки "Аналіз фінансово-господарського стану підприємства" та "Аналіз причин кризи та виявлення "слабких" місць" у єдиний блок "Діагностика фінансового стану підприємства".

Таке об'єднання доцільне, оскільки процес здійснення оцінки фінансового стану підприємства передбачає використання різних методів, прийомів, концепцій. Важливим методом, за допомогою якого можна оцінити фінансовий стан підприємства, є використання системи фінансових показників та коефіцієнтів. Проте його варто доповнити застосуванням інтегральної оцінки.

Комплексна оцінка фінансового стану підприємства на основі інтегрального показника дає можливість провести моніторинг фінансової діяльності підприємства, виявити тенденції у динаміці його фінансового стану, а також створити умови для прийняття рішень з антикризового управління, зокрема управління фінансами.

Третім етапом діагностики пропонується ввести порівняння тенденцій локальних показників з інтегральним показником. Визначивши найбільш істотні локальні інтегральні показники, робітник фінансово-економічного відділу чи арбітражний керуючий може розглядати їх як основні важелі управління щодо запобігання розвитку кризи на підприємстві, а також використовувати їх для розробки таблиць управлінських заходів щодо його оздоровлення.

Останнім етапом діагностики фінансового стану підприємства є аналіз зовнішніх чинників кризового стану, оскільки воно як відкрита система знаходиться під впливом як внутрішніх, так і зовнішніх факторів. Цей етап також є досить важливим з огляду на те, що подальша розробка антикризових заходів повинна базуватися не лише на основі інформації стосовно фінансового стану підприємства, а й на аналізі зовнішнього середовища, його шансів та ризиків.

Для забезпечення ефективної роботи в ринкових умовах необхідно правильно формувати стратегію і тактику розвитку виробництва, обґрунтувати плани та управлінські рішення. Зробити це можливо лише на основі вмілого прогнозування поточної та майбутньої ситуації, тому пропонується додати до етапів моделі "як є" прогнозування.

Також для оптимізації процесу системи управління пропонується додати такий механізм як АС "ФінЕкАналіз". Дана автоматизована система дозволить прискорити і підвищити якість проведення аналізу фінансового стану підприємства та зробить його комплексним.



Таким чином, удосконалено методичний підхід антикризового управління підприємством, який дозволить значно підвищити ефективність даного управління на підприємстві та стане основою стабільного подальшого розвитку підприємства в майбутньому. Перспективами подальшої розвідки є розробка інтегрального показника діагностики кризового стану на підприємствах України.

Наук. керівн. Сабліна Н. В.

Література: 1. Бланк И. А. Финансовый менеджмент : учебн. курс / И. А. Бланк. – К. : Эльга, Ника-центр, 2004. – 656 с. 2. Капітанець Ю. Формування моделі антикризового управління підприємством [Електронний ресурс] / Ю. Капітанець // Всеукраїнський науково-виробничий журнал "Сталий розвиток економіки". – 2011. – № 1. – С. 52 – 63. – Режим доступу : http://www.nbuv.gov.ua/portal/soc_gum/sre/2011_1/58.pdf. 3. Карпунь І. Н. Фінансова санація та банкрутство підприємств (в модулях) : навч. посібник / І. Н. Карпунь. – Львів : Магнолія–2006, 2008. – 432 с. 4. Лігоненко Л. О. Антикризове управління підприємством: теоретико-методологічні засади та практичний інструментарій / Л. О. Лігоненко. – К. : КНТЕУ, 2001. – 580 с. 5. Сизоненко О. Запобіжний механізм антикризового управління промислового підприємства [Електронний ресурс] / О. Сизоненко // Всеукраїнський аналітично-інформаційний журнал "Схід". – 2011. – № 3 (110). – С. 50–54. – Режим доступу : http://www.nbuv.gov.ua/portal/Soc_Gum/Skhid/2011_3/12.pdf. 6. Степанчук С. Проблеми застосування антикризового управління підприємством [Електронний ресурс] / С. Степанчук, Н. Брюшкова // Наукові записки. Серія "Економіка". – 2010. – Вип. 15. – С. 224–229. – Режим доступу : http://www.nbuv.gov.ua/portal/chem_biol/nvntlu/20_4/115_Stepanczuk_20_4.pdf. 7. Чернявський А. Д. Антикризове управління підприємством : навч. посібник / Чернявський А. Д. – К. : МАУП, 2006. – 256 с. 8. Лабораторний практикум з курсу "CASE-технології" для студентів спец. 7.080401, 7.080407 усіх форм навчання / [укл. С. Мінухін, О. Беседовський]. – Х. : Вид. ХНЕУ, 2005. – 136 с. 9. Офіційний сайт Харківської міської ради, міського голови, виконавчого комітету. – Режим доступу : <http://www.city.kharkov.ua/>.

Михайлець А. В.

УДК 658.15

Студент 6 курсу
фінансового факультету ХНЕУ

СТРУКТУРНО-ФУНКЦІОНАЛЬНЕ МОДЕЛЮВАННЯ ПРОЦЕСУ УПРАВЛІННЯ ГРОШОВИМИ ПОТОКАМИ ПІДПРИЄМСТВА

Анотація. Розглянуто застосування методу структурно-функціонального моделювання з метою розробки рекомендацій щодо оптимізації процесу управління грошовими потоками підприємства.

Аннотация. Рассмотрено применение метода структурно-функционального моделирования с целью разработки рекомендаций по оптимизации процесса управления денежными потоками предприятия.

Annotation. In the article the applicability of the structural and functional modeling to develop recommendations for improving the money streams of enterprises are regarded.

Ключові слова: грошовий потік підприємства, структурно-функціональне моделювання, CASE-засіб, програмний продукт BPwin.

Функціонування підприємства – це складний динамічний процес, що є результатом безперервного циклічного руху грошових коштів. Однією із проблем, що виникають перед підприємствами в сучасних умовах, є відновлення і збереження динаміки циклів операційної, інвестиційної і фінансової діяльності, що є запорукою необхідної ліквідної позиції підприємства. Щоб вирішити цю проблему, слід провести глибокі дослідження економічних механізмів, що визначають грошові потоки кожного окремого суб'єкта господарювання, тому одним з актуальних напрямів стратегічного управління стає забезпечення високого рівня процесу управління грошовими потоками підприємства

Під грошовим потоком науковці і практики розуміють надходження й використання грошових коштів у процесі здійснення всіх видів господарської діяльності. Дослідження сутності поняття "грошові потоки", їх систематизація, аналіз і планування висвітлюються у працях провідних вітчизняних та закордонних вчених, а саме: Бланка І. О. [1], Поддєрьогіна А. М. [2], Коваленко Л. О. [3] та ін. Разом з тим питання вдосконалення процесу управління грошовими потоками підприємства вимагають подальшого дослідження.

© Михайлець А. В., 2011

Мета статті полягає в розробці заходів щодо оптимізації процесу управління грошовими потоками підприємств на базі застосування структурно-функціонального моделювання.

Для розроблення рекомендацій щодо покращення процесу управління грошовими потоками підприємства пропонується використання CASE-засобу в програмному продукті BPwin за стандартом IDEF0.

Особливостями використання програмного продукту BPwin за стандартом IDEF0 є те, що він дозволяє подати алгоритм процесу формування у вигляді набору взаємопов'язаних функціональних блоків.

Процес оптимізації процесу управління грошовими потоками підприємства слід розпочати з побудови моделі AS IS, тобто "як є".

Модель AS IS складається з таких етапів: підготовка даних, необхідних для аналізу, аналіз та розроблення програми оптимізації грошових потоків, реалізація та контроль за реалізацією програми. Модель AS IS "Управління грошовими потоками підприємства" наведена на рис. 1.

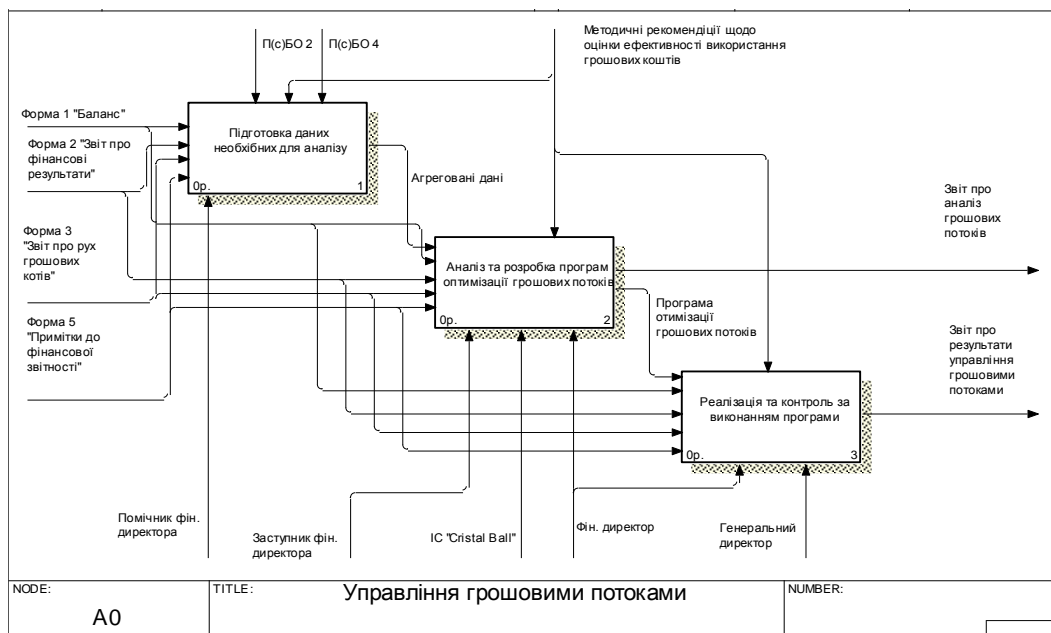


Рис. 1. Модель AS IS "Управління грошовими потоками підприємства"

З метою вдосконалення процесу управління грошовими потоками розробляється модель TO BE, тобто "як повинно бути".

Модель TO BE "Управління грошовими потоками підприємства" відображена на рис. 2.

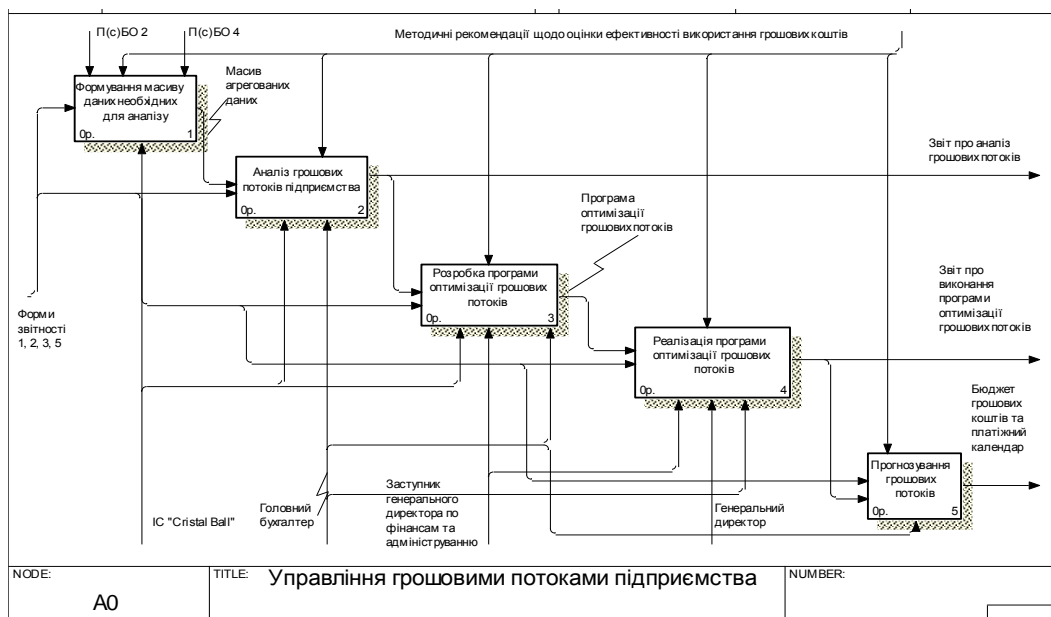


Рис. 2. Модель TO BE "Управління грошовими потоками підприємства"



Згідно з рис. 2, модель TO BE "Управління грошовими потоками підприємства" дозволила виділити функціональні підсистеми, відповідно до яких процес управління складається з таких етапів: формування масиву даних, необхідних для аналізу, аналіз грошових потоків підприємства, розробка програми оптимізації грошових потоків, реалізація програми оптимізації грошових потоків та прогнозування грошових потоків.

Процес управління грошовими потоками охоплює весь спектр інформації, що постійно змінюється, та враховує потенційні можливості розвитку підприємства. Загальна схема управління грошовими потоками підприємства повинна стати тим інструментом у системі стратегічного управління підприємством, який би з урахуванням наявних цілей діяльності на основі аналізу фінансового стану та статистики розвитку підприємства дозволив своєчасно виявляти можливі зміни його фінансового становища та корегувати діяльність підприємства.

Характеристика моделей AS IS та TO BE процесу управління грошовими потоками підприємства наведена у таблиці.

Таблиця

Характеристика моделей AS IS та TO BE

Модель AS IS		Модель TO BE		Відмінні характеристики
№	Назва етапу	№	Назва етапу	
1	Підготовка даних, необхідних для аналізу	1	Формування масиву даних, необхідних для аналізу	–
2	Аналіз та розроблення програми оптимізації грошових потоків підприємства	2	Аналіз грошових потоків підприємства	Здійснюється аналіз та оцінка грошових потоків підприємства
2.1	Аналіз грошових потоків	2.1	Формування системи показників для аналізу грошових потоків	
2.2	Розробка програми оптимізації грошових потоків	2.2	Оцінка ефективності грошових потоків	
2.3	Корегування розробленої програми	2.3	Формування звітності	Відбувається створення програми оптимізації грошових потоків підприємства
3	Реалізація та контроль за виконанням програми	3	Розробка програми оптимізації грошових потоків	
3.1	Виконання розробленої програми	3.1	Створення програми	
3.2	Контроль за виконанням	3.2	Оцінка розробленої програми	Здійснюється реалізація програми оптимізації та контроль за реалізацією програми
3.3	Формування звітності	3.3	Корегування розробленої програми оптимізації грошових коштів	
		4	Реалізація програми оптимізації грошових коштів	
		4.1	Реалізація розробленої програми	Здійснюється реалізація програми оптимізації та контроль за реалізацією програми
		4.2	Контроль за реалізацією програми	
		4.3	Оцінка ефективності реалізації програми	
		4.4	Формування звіту	Прогнозування грошових потоків, їх аналіз
		5.	Прогнозування грошових потоків	
		5.1	Прогнозування грошових надходжень та видатків	
		5.2	Аналіз надходжень та видатків грошових коштів	Прогнозування грошових потоків, їх аналіз
		5.3	Складання прогнозних фінансових документів	

Першим етапом для моделі AS IS процесу управління грошовими потоками підприємства виступає збір необхідної інформації для аналізу. Даний етап є однаковим для обох моделей. Суть даного етапу полягає у зборі форм звітності для подальшої систематизації та аналізу.

Наступним етапом є аналіз та розроблення програми оптимізації грошових потоків підприємства, який містить такі складові: аналіз грошових потоків, розробка програми оптимізації грошових потоків та корегування розробленої програми.

Завершальним етапом для моделі AS IS є реалізація та контроль за виконанням розробленої програми оптимізації грошових коштів підприємства.

Для більшої деталізації та ефективності процесу управління грошовими потоками підприємства модель TO BE передбачає розширення етапів.

Другим етапом для моделі TO BE виступає аналіз грошових потоків підприємства. Для даного етапу характерно формування системи показників для розрахунку грошових потоків, аналіз грошових потоків, оцінка ефективності грошових потоків та формування звітності.

Наступним бізнес-процесом виступає розробка програми оптимізації грошових коштів, яка направлена на створення програми, оцінку розробленої програми та корегування програми оптимізації грошових потоків. Управління формується на основі інформаційної системи Cristal Ball, голов-

ного бухгалтера та заступника генерального директора з фінансів та адміністрування. Вихідною інформацією є програма оптимізації грошових потоків.

Здійснення програми оптимізації грошових потоків є передостаннім етапом процесу оптимізації грошових потоків. Реалізація розробленої програми складається з контролю за реалізацією програми, оцінки ефективності реалізації програми та формування звіту.

Завершальним етапом моделі ТО ВЕ виступає прогнозування грошових потоків, що направлене на прогнозування грошових надходжень та видатків, аналіз надходжень та видатків грошових коштів підприємства і складання прогнозних фінансових документів. За допомогою прогнозу руху коштів можна визначити, скільки грошових коштів необхідно вкласти в господарську діяльність підприємства, синхронність їх надходження та використання, що дає можливість визначити потребу у залученому капіталі й визначити майбутню ліквідність підприємства.

Таким чином, запропонована модель дозволяє розглядати процес управління грошовими потоками підприємства як цілісну систему, тобто як послідовний процес постановки завдань та їх виконання, що дозволить підприємству більш ефективно використовувати та прогнозувати грошові потоки від фінансово-господарської діяльності.

Наук. керівн. Сабліна Н. В.

Література: 1. Бланк И. А. Финансовый менеджмент / И. А. Бланк. – К. : Эльга Ника-Центр, 2006. – 653 с. 2. Поддєрьогін А. М. Ефективність управління грошовими потоками підприємства / А. М. Поддєрьогін, Я. І. Невмержицький // Фінанси України. – 2007. – № 11. – С. 119–127. 3. Коваленко Л. О. Фінансовий менеджмент / Л. О. Коваленко, Л. М. Ремньова. – К. : Знання, 2005. – 485 с.

УДК 336.14

Насанович С. Г.

Студент 6 курсу
фінансового факультету ХНЕУ

ОЦІНКА ПЛАСПРОМОЖНОСТІ БЮДЖЕТУ ХАРКІВСЬКОГО РАЙОНУ

Анотація. Досліджено методи та інструментарій для проведення оцінки платоспроможності місцевого бюджету. Визначено рівень платоспроможності бюджету Харківського району за допомогою рейтингування.

Аннотация. Исследованы методы и инструментарий для проведения оценки платежеспособности местного бюджета. Определен уровень платежеспособности бюджета Харьковского района с помощью рейтингования.

Annotation. The methods and tools for assessing the solvency of local budget are investigated. The level of solvency of the budget of the Kharkiv region with the rating is determined.

Ключові слова: місцевий бюджет, платоспроможність, доходи.

Проблема платоспроможності місцевих бюджетів є одним з нових наукових напрямків. Оцінка платоспроможності необхідна для здійснення загальної оцінки фінансового стану місцевого бюджету. Її виникнення зумовлене відсутністю універсальної системи визначення рівня платоспроможності місцевого бюджету.

Проблеми функціонування місцевих фінансів розглядалися багатьма вітчизняними науковцями: з погляду фінансового потенціалу місцевих бюджетів – В. Кравченком, системи міжбюджетних відносин – І. Луніною, О. Сукач у своїй роботі розглядає методики визначення фінансової забезпеченості регіону, Т. Ю. Коритько – методи оцінки фінансової стійкості місцевих бюджетів, О. Західна – проблему стійкості територіальних одиниць, а важливим показником фінансової стійкості виступає платоспроможність. Однак не існує єдиного підходу для визначення платоспроможності, що є дуже важливим для визначення факторів впливу на фінансову спроможність місцевого бюджету.

© Насанович С. Г., 2011



Метою статті є обґрунтування методичних підходів до оцінки платоспроможності на основі рейтингових оцінок для визначення рівня фінансової спроможності місцевого бюджету.

Платоспроможність місцевого бюджету – це можливість на конкретну дату погасити за рахунок наявних та очікуваних грошових активів (у тому числі залишків бюджетних коштів) загального фонду місцевого бюджету, за винятком субвенцій з інших бюджетів, додаткових дотацій та трансфертів іншим бюджетам та коштів резервного фонду, бюджетні фінансові зобов'язання [1]. Здійснення оцінки платоспроможності місцевого бюджету є одним із найважливіших чинників успішного управління бюджетними ресурсами, що за своїм змістом відображає фінансову здатність забезпечення видатків адміністративно-територіальної одиниці (АТО).

Стійка платоспроможність місцевого бюджету – це здатність органів місцевої влади задовольняти потреби населення у суспільних благах. У зв'язку з цим одним із завдань органів місцевого самоврядування є контроль за формуванням дохідної частини бюджету, оскільки від ступеня його наповнення залежить стан інфраструктури міста, якісні показники забезпеченості населення необхідними послугами та рівень життя населення [2].

Для оцінки платоспроможності місцевого бюджету існує набір відповідних показників. Як видно з табл. 1, всі автори пропонують для оцінки платоспроможності використовувати чотири основні показники: коефіцієнт самостійності, коефіцієнт трансфертів, показник виконання бюджету за доходами та видатками і показник дефіциту (профіциту) [1 – 4]. Окрім вищезазначених показників, Коритько Т. Ю. пропонує також використовувати для оцінки платоспроможності місцевого бюджету коефіцієнт бюджетної забезпеченості, коефіцієнт надходжень у бюджет розвитку, коефіцієнт міжбюджетних відносин. О. Сукач пропонує розраховувати коефіцієнт заборгованості із заробітної плати АТО, коефіцієнт надходжень у бюджет розвитку, коефіцієнт міжбюджетних відносин. Західна О. Р. пропонує використовувати коефіцієнт бюджетної забезпеченості, коефіцієнт боргового навантаження, коефіцієнт надходжень у бюджет розвитку. Кравченко В. М., у свою чергу, для оцінки платоспроможності пропонує використовувати коефіцієнт бюджетної забезпеченості, коефіцієнт міжбюджетних відносин.

Таблиця 1

Показники платоспроможності місцевого бюджету

Показники	Коритько Т. Ю.	О. Сукач	Західна О. Р.	Кравченко В. М.
Коефіцієнт самостійності	+	+	+	+
Коефіцієнт заборгованості із заробітної плати АТО	-	+	-	-
Коефіцієнт трансфертів	+	+	+	+
Коефіцієнт бюджетної забезпеченості	+	-	+	+
Коефіцієнт боргового навантаження	-	-	+	-
Коефіцієнт надходжень у бюджет розвитку	+	+	+	-
Показник виконання бюджету за доходами та видатками	+	+	+	+
Показник дефіциту (профіциту)	+	+	+	+
Коефіцієнт міжбюджетних відносин	+	+	-	+

Узагальнення різноманітних підходів і методів оцінки платоспроможності свідчить про відсутність уніфікованої системи показників.

Отже, основними показниками, що характеризують рівень платоспроможності бюджету місцевого рівня, є такі показники: коефіцієнт самостійності; коефіцієнт трансфертів; коефіцієнт бюджетної забезпеченості в гривнях на одну особу; коефіцієнт надходжень у бюджет розвитку; показник виконання бюджету за доходами та видатками; показник дефіциту (профіциту); коефіцієнт міжбюджетних відносин.

Коефіцієнт самостійності – це відношення власних доходів місцевого самоврядування до загальної суми доходів місцевого бюджету, включаючи трансферти. Даний коефіцієнт показує міру залежності фінансових можливостей місцевих органів влади при фінансуванні витрат місцевого бюджету від трансфертів з державного бюджету.

Коефіцієнт трансфертів у місцеві бюджети – це відношення обсягу трансфертів до загальної суми доходів місцевого бюджету, включаючи трансферти. Коефіцієнт трансфертів до місцевих бюджетам показує міру залежності місцевих органів влади від фінансування з державного бюджету.

Коефіцієнт бюджетної забезпеченості – це відношення обсягу доходів бюджету до кількості населення регіону. Даний коефіцієнт показує, яка сума доходів бюджету припадає на 1 жителя району.

Коефіцієнт надходжень у бюджет розвитку – відношення суми відрхувань до бюджету розвитку до загального фонду. Коефіцієнт характеризує асигнування на інноваційну й інвестиційну діяльність, пов'язану з капітальними вкладеннями в соціально-економічний розвиток муніципальної освіти, на соціальні програми, інші витрати на розширене відтворення.



Коефіцієнт міжбюджетних відносин – це відношення суми дотацій і субвенцій, які надійшли до місцевого бюджету, до суми сукупних доходів. Коефіцієнт показує відносини між державою та місцевим самоврядуванням щодо забезпечення бюджету фінансовими ресурсами, необхідними для виконання функцій, передбачених Конституцією України та законами України.

Інформаційною базою для оцінки платоспроможності місцевого бюджету є доходи, що враховуються при визначенні міжбюджетних трансфертів згідно зі статтею 64 Бюджетного кодексу України, та доходи, що не враховуються при визначенні міжбюджетних трансфертів згідно із статтею 69 Бюджетного кодексу України [5], сума дефіциту бюджету, дані щодо виконання дохідної та видаткової частин бюджету.

Оцінка платоспроможності місцевого бюджету є основою для кращого розуміння поточної фінансової ситуації місцевого бюджету, показником уміння ефективного управління бюджетними ресурсами та індикатором інвестиційної привабливості для потенційних інвесторів (кредиторів).

Однак самі показники не дають чіткої відповіді про стан платоспроможності місцевого бюджету, тому доцільно буде застосувати метод рейтингування [1]. Процедура рейтингування складається з двох етапів: на першому етапі проводиться розрахунок визначених коефіцієнтів, на другому етапі – ранжування показників, причому кращому присвоюється один бал, найгіршому – три бали. Рейтинг проводиться шляхом складання балів за роками. Даний підхід апробований на прикладі бюджету Харківського району.

Результати розрахунків за даними коефіцієнтами занесемо в табл. 2 і визначимо рейтинг платоспроможності бюджету Харківського району за 2008 – 2010 р.

Таблиця 2

Рейтингова оцінка платоспроможності бюджету Харківського району

Показники, застосовані для оцінки платоспроможності	Періоди					
	2008	р	2009	р	2010	р
Коефіцієнт самостійності (Кс)	0,067	2	0,071	1	0,059	3
Коефіцієнт трансфертів (Кт)	1,61	1	1,7	2	1,98	3
Коефіцієнт бюджетної забезпеченості в грн на 1 особу (Кз)	1818,4	3	1910,7	2	2023,5	1
Коефіцієнт надходжень у бюджет розвитку (Кр)	0,006	3	0,025	2	0,027	1
Коефіцієнт міжбюджетних відносин (Км.в)	0,49	2	0,48	1	0,6	3
Сума дефіциту/профіциту, тис. грн	-519,7	2	-3007	3	4735,3	1
Відсоток виконання бюджету за доходами, %	119,1	1	101,8	3	103,4	2
Відсоток виконання бюджету за видатками, %	94,66	3	98,46	1	97,72	2
Рейтинг		17		15		16

Як видно з табл. 2, найвища платоспроможність бюджету Харківського району була у 2009 році, адже сума виставлених балів найменша (15) за аналізований період. Як бачимо, на другому місці 2010 рік, а на останньому місці в рейтингу – 2008 рік, що свідчить про найнижчу платоспроможність бюджету даної територіально-адміністративної одиниці в аналізованому періоді.

Таким чином, на платоспроможність місцевого бюджету впливають такі фактори: сума податкових надходжень до власних коштів місцевого бюджету; рівень дотацій та субвенцій; рівень дефіциту (профіциту); достовірність планування дохідної та видаткової частин місцевого бюджету.

Для зміцнення платоспроможності місцевого бюджету необхідно: розмежувати відповідальність центральних і місцевих органів виконавчої влади і органів місцевого самоврядування у сфері надання державних та суспільних послуг; розширити власну дохідну базу місцевих бюджетів всіх рівнів і створити відповідні стимули для нарощування доходів; упровадити систему фінансового вирівнювання і систему трансфертів, які ґрунтуються на прозорій правовій основі та об'єктивних критеріях.

Таким чином, платоспроможність бюджету значною мірою залежить від регулювання і прямої фінансової допомоги з бюджетів вищого рівня. Структуру бюджетних надходжень слід оптимізувати у напрямі збільшення власних доходів і скорочення централізованих впливів. Як видно, розрахунок зазначених показників дає змогу визначити причини явищ у бюджетній сфері та більш якісно управляти бюджетним процесом.

Наук. керієн. Алексєєнко І. І.

Література: 1. Кравченко В. М. Місцеві фінанси України / В. М. Кравченко. – К., 2003. – С. 160–179. 2. Сукач О. Методика визначення фінансової забезпеченості регіону / О. Сукач // Формування ринкової економіки України. – 2009. – Вип. 19. – С. 449–453. 3. Коритько Т. Ю. Методика оцінки фінансової стійкості місцевих бюджетів / Т. Ю. Коритько // Економічний простір. – 2008. – № 12/1. – С. 140–145. 4. Західна О. Р. Дослідження стійкості фінансової системи регіонального рівня / О. Р. Західна // Науковий вісник Національного лісотехнічного університету України. – 2009. – Вип. 19.6. – С. 170–176. 5. Бюджетний кодекс України від 21.06.2001 року № 2542-III // Відомості Верховної Ради (ВВР). – 2010. – № 50 – 51. – С. 572.



Студент 6 курсу
фінансового факультету ХНЕУ

ПОБУДОВА СТРАТЕГІЇ УПРАВЛІННЯ ФІНАНСОВИМ РОЗВИТКОМ ПІДПРИЄМСТВА В СЕРЕДОВИЩІ BUSINESS STUDIO

Анотація. Наведено результати дослідження щодо теоретичних аспектів побудови стратегічної карти державного підприємства на основі збалансованої системи показників, а також сформовано стратегію управління фінансовим розвитком аналізованого підприємства.

Аннотация. Представлены результаты исследования теоретических аспектов построения стратегической карты государственного предприятия на основе сбалансированной системы показателей, а также сформирована стратегия управления финансовым развитием рассматриваемого предприятия.

Annotation. The article presents the results of the theoretical aspects of building a strategy map of the state enterprise on the basis of the balanced scorecard, and also develops strategies for the financial development of the analyzed enterprise.

Ключові слова: стратегія управління фінансовим розвитком, стратегічна карта, збалансована система показників.

Економічна криза національного господарства України зумовлюється багатьма факторами, серед яких важливе місце займає недосконалість системи управління. Перед підприємствами, що функціонують у сучасних умовах господарювання, гостро постає питання виживання та ефективної діяльності у довгостроковій перспективі. Таким чином, виникає проблема необхідності розробки усіма підприємствами стратегії та їх цільової спрямованості.

Постійна мінливість ринкового середовища зумовлює необхідність вибору підприємствами пріоритетних напрямків діяльності. Підприємства, які змогли вирішити завдання виживання у конкурентному середовищі, одержали можливість та одночасно постали перед потребою формування стратегії подальшого розвитку. У зв'язку з цим головною метою діяльності кожного підприємства стає підвищення його конкурентоспроможності та досягнення лідируючих позицій на ринку. Для досягнення конкурентоспроможності виробленої продукції та реалізації її в запланованому обсязі особливу увагу підприємствам необхідно приділяти стратегії розвитку.

Питанням теорії та практики формування стратегії розвитку підприємств присвячені праці провідних учених: І. Ансоффа [1], Бланка І. О. [2], Ф. Котлера [3], Г. Мінцберга [4], Наливайка А. П. [5], М. Портера [6], Томпсона А. А. [7], Дж. Стрікланда [7], Шершньової З. Є. [8] та ін.

Таким чином, ураховуючи досягнення закордонних та вітчизняних вчених у галузі стратегічного управління, актуальними залишаються дослідження щодо формування стратегії управління фінансовим розвитком на державних підприємствах.

З огляду на потужний науковий доробок у сфері стратегічного управління підприємством метою статті є побудова стратегії управління фінансовим розвитком на підґрунті програмного продукту Business Studio на прикладі ДП ХМЗ "ФЕД".

Перед ДП ХМЗ "ФЕД" стоїть головна проблема – це не виконання обсягів замовлень, що призводить до зменшення розміру прибутку. Така ситуація може бути спричинена проблемами, сформованими за такими напрямками, як: маркетинговий, виробничий, фінансовий та кадровий. Проте найвагомішою є проблема системи управління на підприємстві, тому що саме оптимізація системи управління персоналом та виробництвом забезпечить виконання стратегічних цілей і завдань підприємства.

Проблема системи управління на ДП ХМЗ "ФЕД", перш за все, пов'язана з низькою ефективністю організаційних, технологічних та виробничих бізнес-процесів підприємства, а також недосконалою системою мотивації виконавців всіх рівнів на кінцевий результат. Крім того, перед підприємством виникає загроза неготовності до можливих негативних наслідків (ризиків) післякризового періоду. Виходячи з цього, постає завдання вдосконалення системи стратегічного управління, яка забезпечить:

ринкову ефективність та фінансову стійкість підприємства в ході процесу реформування, спрямованого на реалізацію обґрунтованих та прийнятих цілей стратегічного розвитку, а також формування необхідних умов для переходу підприємства на інноваційний шлях розвитку;

удосконалення системи стратегічного розвитку, а також системи управління змінами за рахунок формування на підприємстві постійно діючого механізму пошуку і впровадження нових технологій та інноваційних ідей;

системне та цілеспрямоване використання принципів мотивації всіх робітників на розвиток підприємства, пошук ринкових та економічно ефективних інновацій, реалізацію змін.

Система стратегічного управління фінансовим розвитком ДП ХМЗ "ФЕД" знаходиться у стадії формування, що пов'язано з невеликим періодом існування відділу стратегічного розвитку підприємства, який було створено лише у 2010 році, а також із відсутністю досвіду стратегічного управління на державних підприємствах. Виходячи з цього, розвиток системи стратегічного управління, а саме відділу стратегічного розвитку, може сприяти підвищенню ефективності управлінської діяльності на підприємстві, а також покращенню економічних та фінансових результатів діяльності підприємства у довгостроковій перспективі.

З огляду на необхідність удосконалення системи стратегічного управління на ДП ХМЗ "ФЕД" пропонується застосування такого програмного продукту, як Business Studio – система бізнес-моделювання процесів, організаційної структури та системи управління підприємством.

Здійснивши стратегічний та фінансово-аналітичний аналізи діяльності ДП ХМЗ "ФЕД", на підґрунті Business Studio було побудовано стратегію управління фінансовим розвитком підприємства (рисунок).

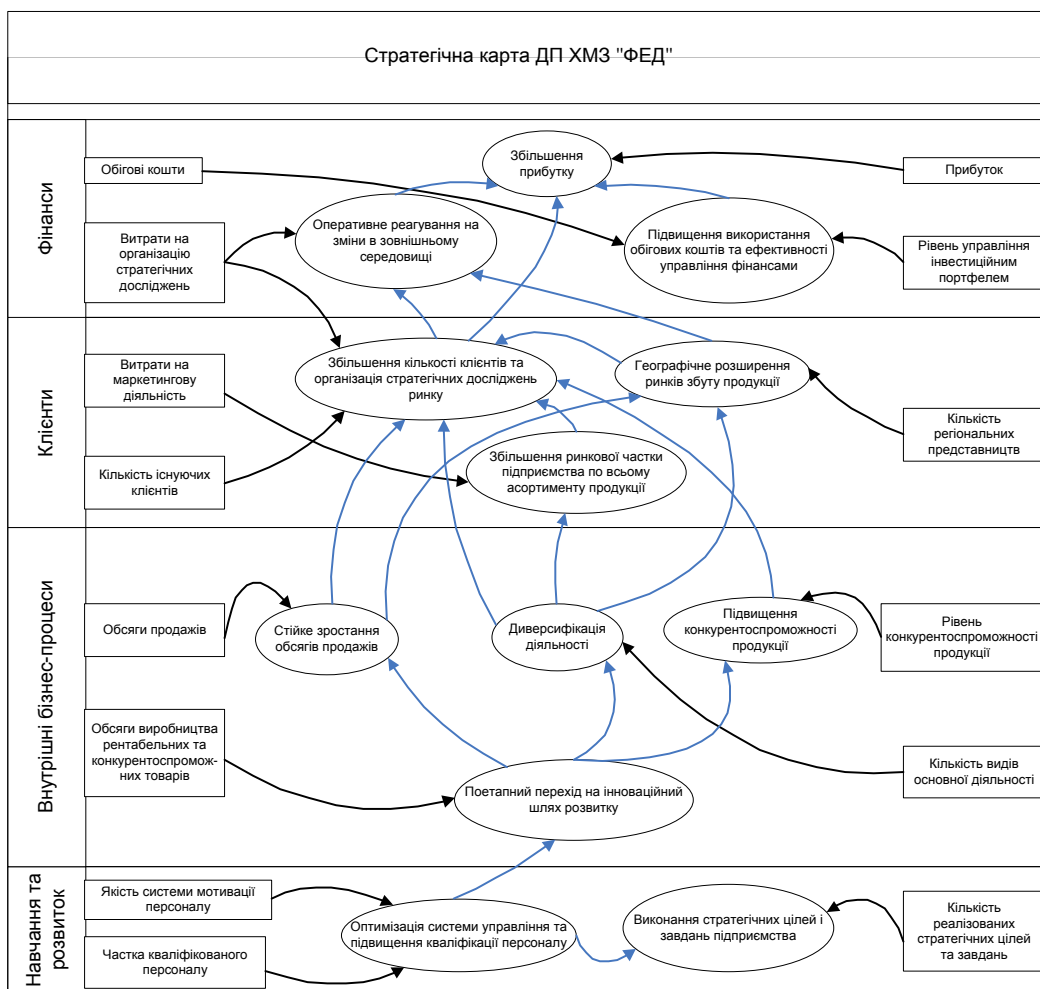


Рис. Стратегія управління фінансовим розвитком ДП ХМЗ "ФЕД"

Стратегію управління фінансовим розвитком аналізованого підприємства було побудовано у вигляді стратегічної карти, яка становить певне прикладне зображення стратегії, яке на одному листі паперу розповідає, яким чином інтегровані і скомбіновані цілі чотирьох складових трансформуються у єдину стратегію [9]. Іншими словами, стратегічна карта – це план дій (стратегія) підприємства у вигляді набору причинно-наслідкових зв'язків.

Стратегічна карта підприємства побудована на основі збалансованої системи показників, яка становить систему стратегічного управління підприємством на основі вимірювання й оцінки його ефективності за набором показників, які підібрані таким чином, щоб урахувати всі істотні з точки зору стратегії аспекти його діяльності – фінансові, виробничі та маркетингові. Збалансована система показників поєднує в собі чотири основні перспективи:

фінансова перспектива – містить фінансово-економічні показники на рівні компанії або бізнес-напряму, що відображають стратегічні цілі акціонерів;

перспектива "ринок/клієнти" – містить показники, що характеризують реакцію середовища на здатність компанії задовольняти потреби клієнтів для досягнення фінансових цілей;



перспектива внутрішніх процесів – містить показники, характеризують ефективність бізнес-процесів для досягнення цілей у двох вищерозташованих областях;

перспектива навчання та розвиток – містить показники здатності забезпечувати ефективність ключових бізнес-процесів за допомогою основних нематеріальних активів – компетентності і культури персоналу, управлінської та технологічної інфраструктури.

Таким чином, на першому рівні стратегічної карти, наведеної на рисунку, розташовується проєкція фінансів підприємства, яка охоплює стратегії збільшення прибутку, оперативне реагування на зміни в зовнішньому середовищі, підвищення використання обігових коштів та ефективності управління фінансами.

На другому рівні розташовується проєкція клієнтів, яка відображає, як організація прагне виглядати в очах клієнтів, тобто це конкурентна пропозиція компанії. У даному випадку проєкція клієнтів охоплює стратегії збільшення кількості клієнтів, географічне розширення ринків збуту, а також збільшення ринкової частки підприємства по всьому асортименту продукції.

На третьому рівні стратегічної карти розташовується проєкція внутрішніх бізнес-процесів, яка визначає ключові внутрішні процеси, в яких підприємство повинне перевершити конкурентів, щоб виконати завдання, виражені в конкурентній пропозиції. Проєкція охоплює стратегії зростання обсягів продажів, диверсифікацію діяльності, а також підвищення конкурентоспроможності продукції.

В основі загальної стратегічної карти лежить проєкція навчання і зростання, яка визначає основні елементи культури, технології і навичок, які критично важливі для підприємства, якщо воно дійсно планує виконувати свої внутрішні процеси, а значить, і стратегію. Проєкція охоплює стратегії оптимізації системи управління та підвищення кваліфікації персоналу, а також виконання стратегічних цілей і завдань підприємства.

Отже, створення стратегічної карти – необхідний крок для визначення перспектив, цілей і показників, а також причинно-наслідкових зв'язків між ними. Чіткі причинно-наслідкові співвідношення на стратегічній карті дозволяють підприємству ефективно забезпечувати підтримку виконання стратегії на всіх рівнях підприємства. Стратегічна карта дає можливість донести до окремих підрозділів і співробітників підприємства їх роль у реалізації стратегії. Стратегічні карти можуть бути створені на будь-якому рівні управління, і кожен рівень буде мати можливість бачити своє місце на загальній стратегічній карті.

Таким чином, впровадження програмного продукту Business Studio в систему стратегічного управління розвитком ДП ХМЗ "ФЕД" є одним зі способів удосконалення даної системи, що приведе до підвищення ефективності довгострокового та стратегічного планування на підприємстві, розробки дієвої фінансової стратегії та стратегії управління фінансовим розвитком, а також до покращення системи управління підприємством у цілому. Розроблена стратегічна карта на основі збалансованої системи показників є інструментом, який надає підприємству можливість систематизувати і концентрувати свої зусилля на виконання довгострокової стратегії, що дозволяє ефективно управляти реалізацією стратегії, використовуючи майбутнє як ресурс.

Наук. керівн. Журавльова І. В.

Література: 1. Ансофф И. Стратегическое управление / И. Ансофф. – М. : Экономика, 1989. – 519 с. 2. Бланк И. А. Финансовый менеджмент / И. А. Бланк. – К. : Ника-Центр, 2004. – 528 с. 3. Котлер Ф. Основы маркетинга / Ф. Котлер ; пер. с англ. – М. : Ростинтер, 1996. – 704 с. 4. Минцберг Г. Школы стратегий / Г. Минцберг, Б. Альстренд, Д. Лемпел. – СПб. : Питер, 2000. – 336 с. 5. Наливайко А. Теория стратегий предприятия. Современный стан та перспективы развития : монография / А. Наливайко. – К. : КНЕУ, 2001. – 227 с. 6. Портер Майкл Е. Стратегия конкуренции / Портер Майкл Е. ; пер. з англ. – К. : Основи, 1997. – 390 с. 7. Томпсон А. Стратегический менеджмент. Искусство разработки и реализации / А. Томпсон, Дж. Стрикленд. – М. : Юнити, 1998. – 576 с. 8. Шершньова З. С. Стратегічне управління : навч. посібн. / З. С. Шершньова, С. В. Оборська. – К. : КНЕУ, 1999. – 384 с. 9. Каплан Р. Збалансованная система показателей / Р. Каплан, Д. Нортон. – М. : Олимп Бизнес, 2003. – 446 с.

Золотухіна К. А.

УДК 336.717.1

Студент 6 курсу
фінансового факультету ХНЕУ

УПРОВАДЖЕННЯ СИСТЕМИ ЕЛЕКТРОННИХ ПЛАТЕЖІВ В УКРАЇНІ

Анотація. Досліджено історію впровадження системи електронних платежів в Україні та надано рекомендації щодо використання платіжних карток.

© Золотухіна К. А., 2011

Аннотация. Исследована история внедрения системы электронных платежей в Украине и представлены рекомендации относительно использования платежных карточек.

Annotation The history of electronic payment system in Ukraine is studied and recommendations on the use of pay cards are given.

Ключові слова: безготівкові розрахунки, платіжний оборот, система електронних платежів, банки.

Безготівкові розрахунки є головною формою розрахунків між юридичними особами, а також розрахунки з участю фізичних осіб, пов'язані із здійснюванням ними підприємницької діяльності. Впровадження системи електронних платежів дало змогу підвищити швидкість, якість і надійність проведення платежів, безпеку і конфіденційність банківської інформації.

В Україні дослідженням організації та перспектив розвитку системи електронних платежів підприємств присвячені праці В. Міщенко, О. Махаєва, М. Савлук, М. Рибченко та ін. Вагомий науковий внесок у висвітлення питань методики організації та перспектив розвитку зробили такі фахівці, як В. Новак, Л. Політюк, А. Савченко, А. Ступицький, А. Чухно.

До початку 90-х років ХХ століття у нашій країні основним видом безготівкових розрахунків була акцептна форма за допомогою платіжних вимог. За цією формою увесь розрахунковий механізм був пристосований до:

несвоєчасного проведення платежів у зв'язку з відсутністю коштів на рахунках підприємств-платників;

зберігання у зв'язку з цим неоплачених документів у картотеці;

нарахування і стягування пені за несвоєчасну оплату;

надання кредитів для завершення розрахунків.

На початку 1990-х рр. Україна постала перед проблемою щодо реорганізації державної фінансової системи, коли світові держави продовжували вдосконалювати різноманітні форми систем електронних платежів. Систему безготівкових розрахунків потрібно було зробити наближеною до сучасного міжнародного рівня розрахунків. Використання накопиченого за радянський період досвіду виявилось малоєфективним, оскільки нові умови економічного розвитку України, новий характер відносин банків з підприємствами та галузями народного господарства накреслили перед банківською системою нові завдання, серед яких – проблема розбудови системи електронних розрахунків, які б прискорили міжбанківські розрахунки та підвищили їхню надійність та безпеку.

У 1991 – 1992 рр. чинна система міжгосподарських розрахунків ускладнила взаємовідносини між сторонами, які брали в них участь, тому у 1992 р. було розроблено Концепцію створення системи електронного грошового обігу. Ця концепція передбачає впровадження в народне господарство України нової технології обслуговування банків, організацій та фізичних осіб, заснованої на виконанні різноманітних платіжних операцій за безпаперовою комп'ютерною технологією. Така система має назву "система електронних платежів" (СЕП). Вона є розвитком традиційних видів платіжних послуг на основі нової методології. При проектуванні системи електронних платежів за основу було взято зміст паперового платіжного доручення, чинного на той час у країні.

Програмне забезпечення та засоби захисту інформації системи електронних міжбанківських розрахунків Національного банку України, або системи електронних платежів, були розроблені фахівцями Національного банку [1].

Основними законодавчими актами, що стали правовою основою для розробки, впровадження та функціонування СЕП, є:

Закон України "Про банки і банківську діяльність" [2];

Закон України "Про захист інформації в автоматизованих системах" [3];

Закон України "Про Національний банк України" [4];

Основними документами НБУ, що регламентують проведення розрахунків за допомогою СЕП, є:

Положення про міжбанківські розрахунки в Україні, затверджене Постановою Правління НБУ № 621 від 27.12.1999 року. Воно визначає загальний регламент щодо організації та форми міжбанківських розрахунків. Дія цього положення поширюється на установи НБУ та комерційні банки України, які здійснюють міжбанківські розрахунки в Україні [5];

Інструкція "Про безготівкові розрахунки в Україні в національній валюті", затверджена Постановою Правління НБУ № 22 від 21.01.2004 р. [6].

На 1 січня 1994 р. практично всі філії комерційних банків були підключені до системи електронних міжбанківських платежів. Це дало змогу відмовитися від використання поштових і телеграфних авізо та значно підвищити швидкість, якість і надійність проведення платежів, безпеку і конфіденційність банківської інформації.

Упровадження системи електронних платежів України дало змогу досягти таких принципових результатів:

прискорення виконання розрахунків та обігу коштів;

зменшення документообігу;

зменшення вірогідності фальсифікації міжбанківських розрахункових документів, завдяки чому знизилася прихована емісія, пов'язана з надходженням до обігу коштів, отриманих за підробленими документами;

вивільнення грошової маси;

посилення контролю за станом грошової маси у державі, поява нових можливостей впливу з боку Національного банку України на цей стан;

підвищення можливостей НБУ контролювати здійснення платежів;



значне зниження збитків держави та підприємців, які виникали раніше внаслідок високих темпів інфляції, низької швидкості виконання розрахунків та використання підроблених платіжних документів.

Таким чином, упровадження СЕП підняло банківську індустрію України на якісно новий рівень. Це, зокрема, довів і досвід проведення грошової реформи в серпні – вересні 1996 р., коли у зв'язку з упровадженням нової національної валюти обсяг міжбанківських розрахунків збільшився у 2 – 3 рази і висувалися підвищені вимоги до швидкості та регламенту виконання платежів. СЕП успішно виконала поставлені перед нею в цей час завдання. Так, 30 серпня 1996 р. СЕП було оброблено платежів на суму понад 500 трлн крб. Це стало переконливим підтвердженням правильності стратегічного вибору НБУ щодо створення електронної платіжної системи країни.

Суму та кількість безготівкових платежів та отриманої банками готівки за 2002 – 2010 роки наведено в таблиці.

Таблиця

Сума та кількість операцій з використанням платіжних карток, емітованих українськими банками [7]

№ з/п	Дані за	Сума операцій (млн грн)			Кількість операцій (млн шт.)		
		Безготівкові платежі	Отримання готівки	Усього	Безготівкові платежі	Отримання готівки	Усього
1	2002 р.	1 163	18 885	20 048	6	68	74
2	2003 р.	1 356	26 744	28 100	7	115	122
3	2004 р.	3 418	60 341	63 759	12	226	238
4	2005 р.	3 196	96 542	99 738	18	306	324
5	2006 р.	5 049	147 597	152 646	31	428	459
6	2007 р.	8 118	217 003	225 121	45	487	532
7	2008 р.	16 980	355 438	372 418	67	567	634
8	2009 р.	18 375	334 791	353 166	77	513	590
9	1 квартал 2010 р.	6 167	86 683	92 850	24	128	152
10	2 квартал 2010 р.	6 515	98 371	104 886	27	142	169
11	3 квартал 2010 р.	7 633	110 626	118 259	31	143	174

У розвинутих країнах готівка становить незначну частину грошової маси – 5 – 7 %. У нашій країні у зв'язку з початком ринкових перетворень в економіці готівковий оборот зараз займає близько 40 % усього грошового обороту.

У готівковому обороті України спостерігається стрімке зростання обсягів готівки, особливо останнім часом. У 2009 році готівка поза банками збільшилася на 1,5 %, або на 2,3 млрд грн, – до 157,0 млрд грн [8].

Як видно, в країні не відбувається достатнього вивільнення грошової маси, що призводить до інфляційних процесів. По-перше, необхідно збільшити обсяги інформації про зручність та ефективність платіжних карток і платіжної системи в цілому, тобто активно рекламувати електронні платежі та зручність безготівкових розрахунків серед населення.

Платежі з використанням платіжних карток дозволяють швидко і зручно проводити розрахунки у мережах супермаркетів, які стають усе більш популярними серед пенсіонерів, тому було б доцільно запровадити виплату пенсій у безготівковій формі з використанням платіжних карток. Але оскільки ця система може бути незручною для деяких консервативних або літніх людей, доцільно було б нараховувати пенсію на електронні картки по бажанню – тим, хто купує у супермаркетах та вважає цю систему зручною для себе.

Можна зробити висновок, що протягом останніх років в Україні система електронних платежів у цілому успішно виконувала покладені на неї функції державної системи міжбанківських розрахунків, задовольняла потреби її учасників у переказі коштів, забезпечувала максимальну швидкість, прозорість, високий рівень безпеки та надійності проведення платежів, але необхідно розвивати цю систему, особливо шляхом інформування населення про зручність безготівкових розрахунків за допомогою проведення рекламних заходів. Таким чином, в Україні буде відбуватися більш інтенсивний процес вивільнення грошової маси.

Наук. керівн. Кондусова Л. Ф.

Література: 1. Чухно А. А. Постіндустріальна економіка: Теорія, практика та їх значення для України / Чухно А. А. – К. : Логос, 2001. – 631 с. 2. Про банки і банківську діяльність: Закон України від 07.12.2000 р. № 2121-III // Законодавчі і нормативні акти з банківської діяльності. – 2001. 3. Про захист інформації в автоматизованих системах : Закон України від 05.07.1994 р. № 80/94-ВР // Законодавчі і нормативні акти з банківської діяльності. – 2001. 4. Про Національний банк України : Закон України від 20.05.1999 р. № 679-XIV // Законодавчі і нормативні акти з банківської діяльності. – 2004. 5. Положення про міжбанківські розрахунки в Україні, затверджене Постановою Правління НБУ № 621 від 27.12.1999 року // Законодавчі і нормативні акти з банківської діяльності. – 2004. 6. Інструкція про безготівкові розрахунки в Україні в національній валюті, затверджена Постановою Правління Національного банку України від 21.01.2004 р. № 22 // Законодавчі і нормативні акти з банківської діяльності. – 2004. 7. Загальні показники розвитку ринку платіжних карток в Україні [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://www.bank.gov.ua/pl_syst/Charge_card.htm. 8. Політнюк Л. Г. Особливості системи електронних платежів нового покоління в Україні / Л. Г. Політнюк, О. І. Малкова // Науково-технічний збірник Східноукраїнського національного університету ім. В. Даля. – К., 2009. – № 77. – 428 с.

ФОРМУВАННЯ ОПТИМАЛЬНОГО РОЗМІРУ ДЕБІТОРСЬКОЇ ЗАБОРГОВАНОСТІ ДЛЯ ПІДПРИЄМСТВ ХІМІЧНОЇ ГАЛУЗІ

Анотація. Розроблено алгоритм визначення платоспроможності покупців з урахуванням факторів впливу зовнішнього середовища.

Аннотация. Разработан алгоритм определения платежеспособности покупателей с учетом воздействия факторов внешней среды.

Annotation. An algorithm for determining the solvency of buyers, taking into account the impact of environmental factors is developed.

Ключові слова: дебіторська заборгованість, оборотні активи, виручка від реалізації, прибутковість, платоспроможність, факторинг.

Нестабільне зовнішнє середовище та ринкова конкуренція, яка характерна для українських підприємств, призводить до суттєвого зростання ризиків при продажу товарів з відстрочкою платежу. Тому для утримання каналів збуту товару підприємства вимушені реалізувати продукцію з відстрочкою платежу, що вимагає створення спеціальної фінансової політики, яка б забезпечила ефективність таких дій без втрати підприємствами кредиторами фінансової стійкості, ліквідності, ділової активності та, насамперед, прибутковості.

Ефективна політика управління дебіторською заборгованістю дозволяє розширювати ринки збуту продукції, залучати нових дистриб'юторів, але прорахунки в роботі з дебіторами можуть призвести до непередбачуваних наслідків, у тому числі і до банкрутства підприємства. Отже, розмір дебіторської заборгованості здійснює прямий вплив на величину оборотного капіталу. Тому чим більша величина дебіторської заборгованості, тим більшу суму додаткового фінансування необхідно знайти для покриття поточних витрат.

Сучасний фінансовий стан, зокрема підприємств хімічної галузі, характеризується зростанням дебіторської заборгованості, що призводить до уповільнення платіжного обороту, в результаті чого виникає потреба формування оптимального розміру дебіторської заборгованості.

Сучасні теоретичні та методичні аспекти досліджуваної в роботі проблеми певною мірою висвітлювалися в працях вітчизняних і зарубіжних науковців: М. Білик [1], Л. Лігоненко [2], Т. Момот [3], Н. Новікової [4], В. Смачило [5], М. Гольцберга [6] та ін.

Метою статті є розробка політики формування оптимального розміру дебіторської заборгованості з урахуванням факторів зовнішнього середовища на прикладі підприємств хімічної галузі.

У сучасних умовах господарювання надзвичайно гострим постає питання підвищення ефективності ведення господарської діяльності та максимально ефективного використання наявних фінансових ресурсів.

За останнє десятиріччя відбулися суттєві порушення нормального циклічного процесу формування та інкасації дебіторської заборгованості. Так, за статистичними даними частка дебіторської заборгованості у складі оборотних активів підприємств хімічної галузі протягом 2002 – 2010 рр. залишається на рівні близько 60 – 65 % (рис. 1). У структурі дебіторської заборгованості понад 50 % складає заборгованість за товари і послуги [7].

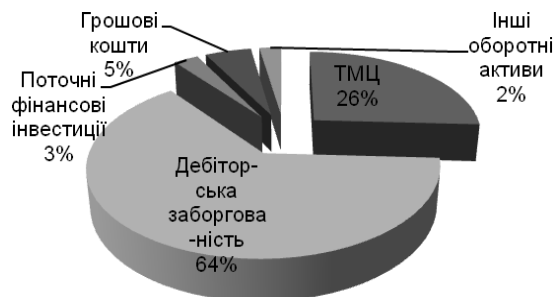


Рис. 1. Структура оборотних активів підприємств хімічної галузі України за станом на 30.09.2010 р.



Зростання дебіторської заборгованості темпами, що перевищують темпи випуску та реалізації продукції, призвело до неефективної структури оборотних активів і погіршення фінансового стану підприємств.

Для хімічних підприємств України характерним є незначне перевищення кредиторської заборгованості над дебіторською (табл. 1) [7]. З одного боку, це свідчить про раціональне використання коштів, оскільки підприємство залучає в оборот більше коштів, ніж відволікає з обороту, а з іншого – підприємство мусить погашати свої борги незалежно від стану дебіторської заборгованості.

Таблиця 1

Співвідношення дебіторської на кредиторської заборгованості підприємств хімічної галузі України

Показник	01.01.2008	01.01.2009	01.01.2010	30.09.2010
Дебіторська заборгованість, млн грн	18247,10	29672,30	27860,10	33531,80
Кредиторська заборгованість, млн грн	17410,90	27308,30	31065,30	36660,80
Коефіцієнт співвідношення дебіторської та кредиторської заборгованості	1,05	1,09	0,90	0,91

У зв'язку з кризовими явищами, що відбуваються в Україні, першорядного значення для вітчизняних підприємств набувають питання ефективного управління дебіторською заборгованістю через інструменти стягнення дебіторської заборгованості. В Україні використовуються такі методи та інструменти стягнення дебіторської заборгованості: взаємозалік; реструктуризація, а саме погашення дебіторської заборгованості шляхом врахування до бюджету; факторинг та облік векселів. До цього переліку також необхідно віднести уступку вимоги переведення боргу, оскільки така операція уже визначена Цивільним кодексом. Однак ця операція не здійснюється в Україні, у першу чергу, через необхідність правової бази, методики обліку тощо.

Розглянемо одну з основних форм рефінансування дебіторської заборгованості, що є достатньо новим фінансовим інструментом для України – факторинг.

Розподіл за основними галузями обсягу наданих фінансових послуг за укладеними договорами факторингу в I кварталі 2009 та 2010 років наведений на рис. 2 [8].

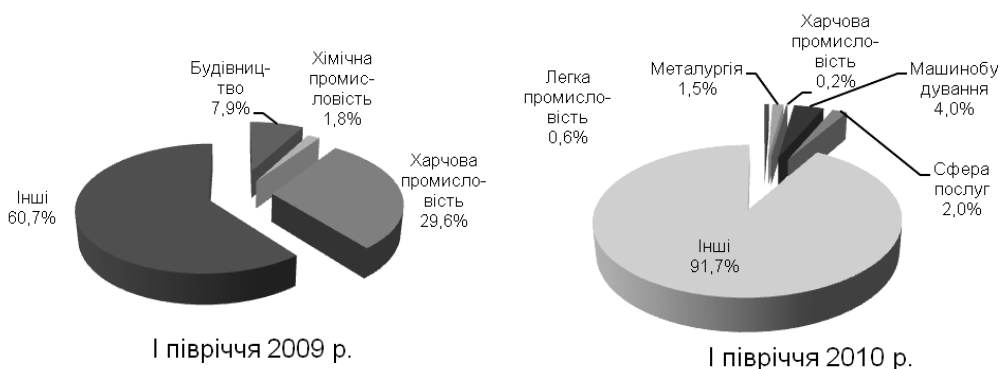


Рис. 2. Розподіл укладених договорів факторингу за основними галузями, %

Аналізуючи розподіл укладених фінансовими компаніями договорів факторингу в I кварталі 2010, можемо зробити висновок, що найменшу питому вагу з укладених договорів факторингу за основними галузями мають харчова промисловість – 0,2 %, легка промисловість – 0,6 %, дещо більшу частку займає металургія – 1,5 % та машинобудування – 4,0 %, а найбільшу – 91,7 % охоплюють інші галузі, тобто рефінансування дебіторської заборгованості за допомогою інструменту факторингу в хімічній промисловості майже не використовується.

Як видно зі статистичних даних хімічної галузі, в Україні склалась катастрофічна ситуація стосовно повернення дебіторської заборгованості, бо її сума залишається дуже великою, а інструменти рефінансування використовуються вкрай рідко. Тому одним із напрямів політики управління дебіторською заборгованістю, який сприятиме скороченню розмірів такої заборгованості, має стати посилення контролю за нею через створення спеціального механізму управління.

Отже, для визначення гранично допустимих розмірів дебіторської заборгованості був проаналізований фінансовий стан 30 підприємств хімічної галузі України протягом 2008 – 2010 років [9]. За результатами досліджень встановлено, що розмір дебіторської заборгованості за товари, роботи та послуги хімічних підприємств не повинен перевищувати в середньому 16 – 19 % виручки від реалізації та 30 – 35 % питомої ваги у структурі оборотних активів (рис. 3).

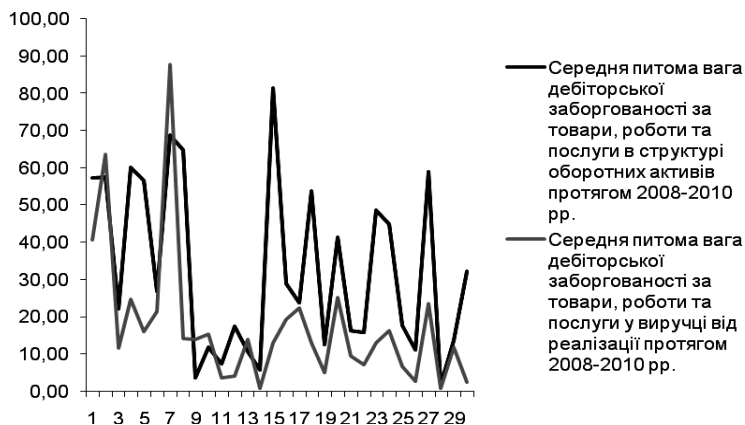


Рис. 3. Середні розміри дебіторської заборгованості за товари, роботи та послуги хімічної галузі у структурі оборотних активів підприємства та у виручці від реалізації протягом 2008 – 2010 рр.

На основі проведеного аналізу фінансова політика стосовно формування оптимального розміру дебіторської заборгованості повинна проводитись у три етапи (табл. 2).

Таблиця 2

Етапи визначення рівня ризику певного дебітора

Компонент	Значення показника	Бал
I. Визначення кількісних показників		
1. Оборотність дебіторської заборгованості за товари, роботи та послуги	менше 3	1
	3 – 6	2
	6 – 9	3
	9 – 12	4
	понад 12	5
2. Період погашення дебіторської заборгованості за товари, роботи та послуги	від 1 – 30 днів	5
	від 31 – 60 днів	4
	від 61 – 90 днів	3
	від 91 – 180 днів	2
	понад 181 день	1
3. Відношення дебіторської заборгованості за товари, роботи та послуги до виручки від реалізації	менше 4,25 %	5
	4,26 – 8,5 %	4
	8,6 – 12,75 %	3
	12,76 – 17 %	2
	понад 17 %	1
4. Відношення дебіторської заборгованості за товари, роботи та послуги до розміру оборотних активів	менше 15%	3
	15 – 30 %	2
	понад 30 %	1
II. Визначення якісних показників		
1. Період взаємин між кредитором та дебітором	немає	1
	одноразові	2
	до 1 року	3
	від 1 до 3 років	4
	понад 3 роки	5
2. Наявність договору	усний	1
	письмовий	2
3. Досвід платіжної дисципліни	негативний (несвоєчасна оплата)	0
	немає	1
	позитивний (своєчасна оплата)	2
4. Практика використання дебітором інструментів рефінансування	немає	1
	є	2
5. Наявність забезпечення (гарантія, поручництво, застава)	немає	1
	є	2
III. Визначення стану зовнішнього середовища під здійснення господарської операції		
1. Інфляційна складова	помірна	3
	галопуюча	2
	гіперінфляція	1
2. Валютна складова	здешевлення національної валюти	1
	укріплення національної валюти	2
3. Стан нормативної бази відповідно до технічних норм, використання виробленої продукції	застаріла законодавча база	1
	невідповідні законодавчі норми	1
	оновлена та актуальна законодавча база	2
4. Стан галузі господарства, у якій функціонує дебітор	продукція користується попитом	3
	стабільний стан	2
	спад попиту на даний вид продукції	1
5. Політичний стан	стабільний	2
	нестабільний	1



Першим критерієм вибору окремого дебітора виступають кількісні показники покупців, а саме: оборотність дебіторської заборгованості покупця, період погашення заборгованості, відношення дебіторської заборгованості до обсягу реалізованої продукції, питома вага дебіторської заборгованості у структурі оборотних активів. Сукупність таких показників дає можливість співставити умови комерційного кредитування кредитора і боржника та розмір коштів, які підприємство-дебітор може використати для покриття власної кредиторської заборгованості, тобто визначити внутрішні резерви для покриття боргу.

На етапі якісної оцінки дебіторської заборгованості доцільним є визначення майбутньої поведінки боржника через його кредитну історію, юридичні аспекти та намічені перспективи співпраці. До складу якісної системи показників відносяться: період співпраці між контрагентами, правове оформлення відносин, кредитна історія та забезпеченість комерційного кредиту.

Останній етап визначення ризику для певного дебітора актуальний у період реалізації господарської операції в умовах нестабільного зовнішнього середовища. Так, наприклад, спад виробництва, безумовно, збільшує розміри дебіторської заборгованості, криза неплатежів однозначно приводить до зростання дебіторської заборгованості; обмеження емісії в кінцевому підсумку ускладнює розрахунки між підприємствами; в період високих темпів інфляції багато підприємств не поспішають погасити свої борги, керуючись принципом, чим пізніше термін сплати боргу, тим менше його сума та інші фактори зовнішнього середовища, особливості яких притаманні певній країні. Прорахунки цієї групи факторів можуть збільшити розміри безнадійної дебіторської заборгованості, а відповідно, стримувати розвиток підприємства.

Далі за кожним з цих компонентів нараховуються бали від 0 (високий ризик) до 5 (незначний, або нульовий, ризик), за яким згодом визначається рейтингова оцінка відповідно трьох етапів та присвоюється певний клас дебітору.

Отже, ступінь ризикованості поділяється на 5 класів згідно з рейтинговою оцінкою, що дає можливість стежити за рівнем ризикованості дебіторів та враховувати фактори, які призводять до цих змін.

Перша категорія клас А (43 – 38 балів) – нульовий, або мінімальний, ризик повернення комерційного кредиту не викликає сумнівів.

Наступний клас Б (37 – 31 бал) – характеризуються комерційним ризиком, тобто ризик допустимий, характеристики боржника дещо нижче від оптимальних, що пов'язано з певними короткостроковими проблемами.

Третій клас В (30 – 25 балів) – помірний ризик, існують випадки порушення платіжної дисципліни, з такими господарюючими суб'єктами необхідно жорстко визначити терміни платежу, застосувати штрафні санкції в разі прострочення платежу та вести над ними постійний контроль.

Четвертий клас Г (24 – 19 балів) – існує значний ризик неповернення комерційного кредиту, а з іншого боку, такі операції виявляються найбільш вигідними. Дана група боржників повинна піддаватись жорсткому контролю.

Остання п'ята група Д (19 – 13 балів) – характеризується високим ризиком неповернення грошових коштів через фінансову неспроможність. До даної групи доцільно використовувати лише передплату.

Запропонований алгоритм оцінки ризикованості кожної господарської операції дозволить сформулювати оптимальний розмір дебіторської заборгованості підприємств хімічної галузі за рахунок кількісних, якісних оцінок боржника та з урахуванням факторів зовнішнього середовища. Це, у свою чергу, сприятиме вирішенню питання формування принципів та механізмів кредитної політики відповідно кожного дебітора, приведе до зменшення ризику неплатежів при використанні комерційного кредитування, дозволить зменшити розмір як нормальної, так і безнадійної дебіторської заборгованості, покращить стан платоспроможності підприємства-кредитора, відповідно усуне потребу в додаткових фінансових ресурсах та скоротить часові витрати фінансового менеджера.

Наук. керівн. Берест М. М.

Література: 1. Білик М. Д. Управління дебіторською заборгованістю підприємств / М. Д. Білик // Фінанси України. – 2003. – № 12. – С. 24–36. 2. Лігоненко Л. Управління дебіторською заборгованістю підприємств / Л. О. Лігоненко, Н. М. Новікова. – К. : КНТЕУ, 2005. – 275 с. 3. Момот Т. Управление дебиторской задолженностью предприятия / Т. Момот // Бизнес Информ. – 1999. – № 11–12. – С. 97–99. 4. Новікова Н. М. Структурно-логічна модель уявлення дебіторською заборгованістю підприємства / Н. М. Новікова // Актуальні проблеми економіки. – 2005. – № 1 (43). – С. 75–82. 5. Смачило В. Управление дебиторской задолженностью / В. Смачило, Е. Дубровская // Финансовый директор. – 2007. – № 5(57). – С. 47–53. 6. Гольцберг М. Как управлять дебиторской задолженностью / М. Гольцберг // Бизнес. – 2004. – № 7. – С. 60–61. 7. Оборотні активи та поточні зобов'язання за видами промислової діяльності [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.ukrstat.gov.ua>. 8. Розвиток факторингового бізнесу в Україні на кінець I півріччя 2010 року [Електронний ресурс] // НРА "Рюрік". – Режим доступу : http://www.rurik.com.ua/documents/research/factoring_-_Шкв2010.pdf. 9. Агентство з розвитку інфраструктури фондового ринку України [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.smida.gov.ua>.

ФОРМУВАННЯ СИСТЕМИ УПРАВЛІННЯ ГРОШОВИМИ ПОТОКАМИ ПІДПРИЄМСТВА В СЕРЕДОВИЩІ BРWin 4.0.

Анотація. Запропоновано модель управління грошовими потоками, що забезпечує оптимізацію їх структури в результаті фінансово-господарської діяльності підприємства. Проаналізовано складові системи управління грошовими потоками та взаємозв'язок між ними.

Аннотация. Предложена модель управления денежными потоками, которая обеспечивает оптимизацию их структуры в результате финансово-хозяйственной деятельности предприятия. Проанализированы составляющие системы управления денежными потоками и взаимосвязь между ними.

Annotation. The management model is offered by monetary streams which would provide optimization of their structure as a result of financial and economic activity of the enterprise. Making control systems of monetary streams interrelation between them are analysed.

Ключові слова: грошові кошти, грошові потоки, система управління грошовими потоками, оптимізація грошових потоків.

Однією з головних проблем української економіки є дефіцит грошових коштів у підприємств, що значно обмежує можливості їх поточної та інвестиційної діяльності. Причиною цього дефіциту є, зазвичай, низька ефективність залучення та використання грошових коштів, обмеженість фінансових інструментів, технологій і механізмів, що застосовуються при цьому. Отже, одним із напрямів подолання дефіциту грошових коштів є формування ефективної системи управління грошовими потоками, яка б забезпечувала досягнення тактичних і стратегічних цілей діяльності підприємства.

Планування грошових потоків останнім часом набуває все більшої актуальності. Серед дослідників, які намагалися розв'язувати проблеми управління грошовими потоками, слід виділити праці Бланка І. А. [1], Бочарова В. В. [2], Поддєрьогіна А. М. [3], Хаханової Н. Н. [4] та ін. Разом із тим, необхідно відзначити, що методика управління грошовими потоками як самостійним фінансовим об'єктом розроблено ще недостатньо. Зокрема, відсутній комплексний інструментарій щодо їх оптимізації, який би зміг охопити всю сукупність грошових потоків підприємства, реально вплинути на поліпшення його фінансового стану.

Метою даного дослідження є формування системи управління грошовими потоками підприємства через дослідження її складових та взаємозв'язків між ними як основного фактора підвищення ефективності фінансової політики підприємства, забезпечення його конкурентоспроможності та стійкого економічного розвитку.

Потреба у створенні та розвитку ефективної системи управління грошовими потоками підприємства є необхідною, як і важливість усвідомлення необхідності розробки теоретичних аспектів її функціонування для апарату фінансового менеджменту підприємств.

Важливість ефективного управління грошовими потоками обумовлюють такі обставини: грошові потоки забезпечують господарську діяльність в усіх її аспектах; економічне зростання підприємства, його фінансову стійкість визначають синхронізовані між собою в обсягах і часі грошові потоки; при ефективному управлінні грошовими потоками зменшується потреба у залученні капіталу; оптимізація грошових потоків забезпечує прискорення оборотності оборотних активів підприємства;

активні форми управління грошовими потоками дають змогу підвищити прибутковість операцій, пов'язаних з рухом грошових коштів та знизити ризик неплатоспроможності підприємства, що набуває особливої актуальності в умовах фінансової кризи.

Управління грошовими потоками підприємства є важливою складовою частиною загальної системи управління його фінансово-господарською діяльністю.

Основною метою управління грошовими потоками є забезпечення фінансової рівноваги підприємства у процесі його діяльності і розвитку шляхом балансування обсягів надходження й витрачання грошових коштів підприємства та формування необхідної звітності, що забезпечить проведення всебічного аналізу грошових потоків. Метою аналізу є оцінка здатності підприємства генерувати грошові потоки в обсягах та за строками здійснення необхідних планових платежів, забезпечення оптимізації грошового потоку.

Процес управління грошовими потоками можна згрупувати в декілька етапів. Моделювання бізнес-процесу управління грошовими потоками слід здійснити в середовищі BPWin 4.0

Етапи управління грошовими потоками подано на рисунку. Поетапне здійснення управління грошовими потоками підприємства забезпечить постійний моніторинг рівномірності і синхронності формування грошових потоків у розробці окремих інтервалів часу.

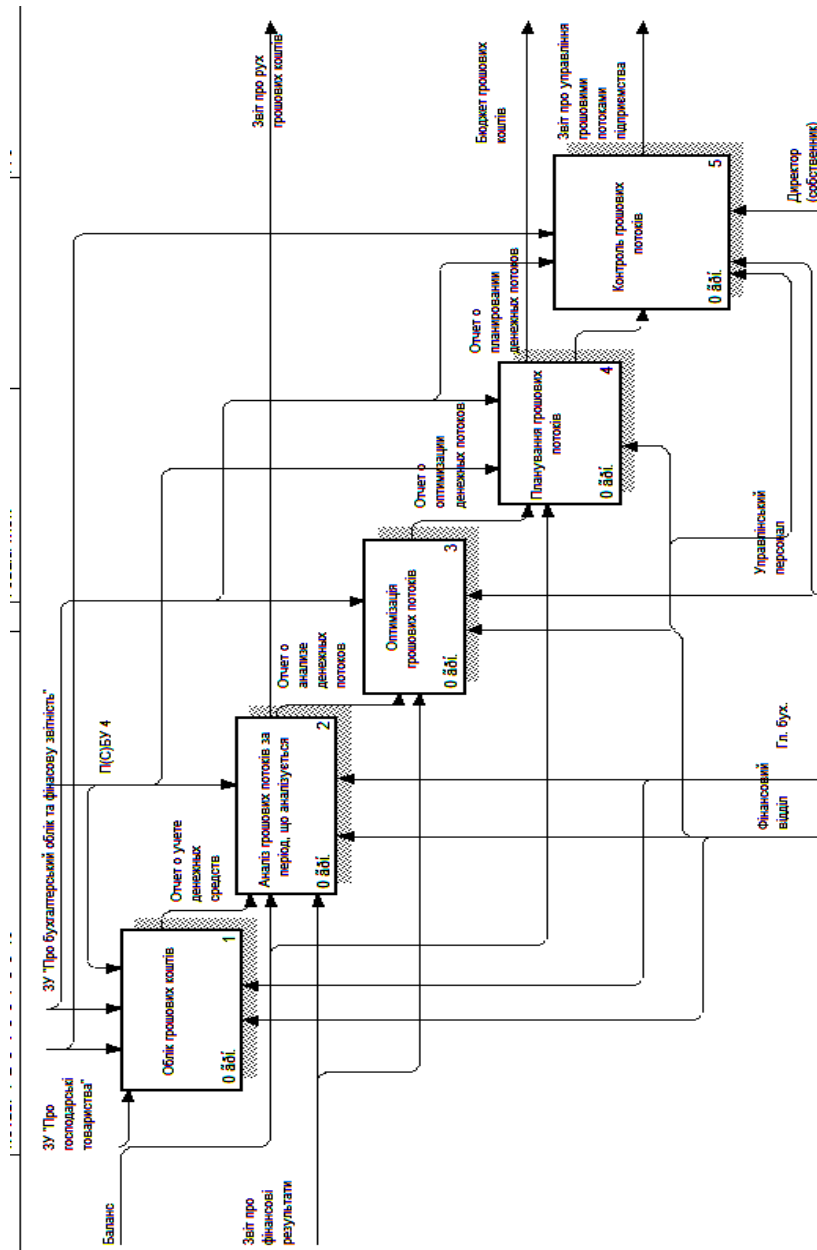


Рис. Етапи управління грошовими потоками

На першому етапі передбачається забезпечення повного та достовірного обліку грошових коштів на підприємстві і формування звіту про облік грошових коштів. Цей етап управління покликаний аналізувати фактичний стан грошових потоків, їх обсягів, джерела та напрямки використання грошових коштів. У процесі здійснення цього етапу забезпечується координація функцій і завдань служби бухгалтерського обліку.

Звіт про облік грошових коштів є необхідною інформацією для фінансових менеджерів для проведення всебічного аналізу грошових потоків, їх планування та контролю.

Після підготовки інформації здійснюється процес аналізу грошових потоків за період, що аналізується. На цьому етапі метою бухгалтерської служби є виявлення рівня достатності коштів, необхідних для нормального функціонування підприємства. Визначення ефективності та інтенсивності їхнього використання у процесі операційної, інвестиційної і фінансової діяльності є основною метою на даному етапі фінансового відділу. Саме на цьому етапі відбувається формування звіту про рух грошових коштів на основі використання непрямого методу подання інформації, оскільки в Україні згідно з П(С)БО 4 на практиці застосовується саме цей метод.



Логічним продовженням попереднього етапу управління грошовими потоками є оптимізація грошових потоків підприємства. Цей етап передбачає проведення оптимізації середнього залишку грошових активів підприємства, проведення балансування грошових потоків, тобто забезпечення збалансованості обсягів потоку за обсягом та в часі, а також синхронізації доходів та витрат підприємства. Після проведення балансування грошових потоків бухгалтерська служба здійснює аналіз взаємозв'язку між грошовими потоками від різних видів діяльності підприємства та передає звіт з агрегованою інформацією управлінському персоналу для аналізу можливостей забезпечення умов максимізації чистого грошового потоку. Одночасно формується звіт про розробку заходів щодо оптимізації грошових потоків підприємства.

Наступним етапом управління є планування грошових потоків підприємства, на основі якого фінансовий менеджер визначає джерела коштів та оцінює їх використання, а також виявляє очікувані грошові потоки, а отже, і перспективи зростання підприємства та його майбутні фінансові потреби. На даному етапі пропонується складання бюджету грошових коштів, тобто плану руху грошових коштів за окремими напрямками діяльності підприємства.

Завершальним етапом системи управління грошовими потоками є проведення контролю за рухом грошових коштів, що передбачає своєчасне виявлення відхилень величини та строків формування вхідних і вихідних грошових потоків від індикаторних величин, локалізацію виявлених відхилень та проведення аналізу причин їх формування, своєчасне інформування фінансових менеджерів про виявлення відхилень. Для здійснення коригування фінансові менеджери можуть переглядати цільові (прогнозні та планові) показники формування грошових потоків підприємства, відстрочувати формування вихідних грошових потоків шляхом здійснення пролонгації заборгованості, реструктуризації боргів, інкасувати відстрочені вхідні грошові потоки [5].

Система управління грошовими потоками суб'єкта господарювання є індивідуальною для кожного підприємства, оскільки необхідно враховувати особливості його фінансово-господарської діяльності та специфічні умови зовнішнього і внутрішнього середовища її реалізації.

Отже, наведена структура системи управління грошовими потоками дозволяє підвищити ступінь фінансової і виробничої гнучкості підприємства та покращити оперативне управління з точки зору збалансованості надходжень і витрат грошових коштів, підвищити ефективність управління борговими зобов'язаннями та вартістю їх обслуговування, підвищити ліквідність і платоспроможність підприємства.

Наук. керівн. Берест М. М.

Література: 1. Бланк И. А. Управление денежными потоками / И. А. Бланк. – К. : Ника-Центр, Эльга-Н, 2002. – 736 с. 2. Бочаров В. В. Управление денежным оборотом предприятий и корпораций / В. В. Бочаров. – М. : Финансы и статистика, 2001. – 144 с. 3. Поддєрьогін А. М. Фінансовий менеджмент / А. М. Поддєрьогін. – К. : КНЕУ, 2005. – 536 с. 4. Хахонова Н. Н. Учет, аудит и анализ денежных потоков предприятий и организаций / Н. Н. Хаханова. – М. : ИКЦ "МарТ", 2003. – 304 с. 5. Гриценко Л. Л. Контролінг грошових потоків / Л. Л. Гриценко, І. М. Боярко, В. В. Роецько // Актуальні проблеми економіки. – 2010. – № 3. – С. 148–154.

УДК 658.15(477+100)

Ковшова С. О.

Студент 5 курсу
фінансового факультету ХНЕУ

ВІТЧИЗНЯНИЙ ТА ЗАРУБІЖНИЙ ДОСВІД АНАЛІЗУ ГРОШОВИХ ПОТОКІВ ПІДПРИЄМСТВА

Анотація. Визначено основні підходи до аналізу та оцінки грошових потоків на підприємстві. Виділено основні стадії аналізу грошових потоків, які дозволять систематизувати та спростити процеси аналізу та оцінки для внутрішніх й зовнішніх користувачів.

Аннотация. Выделены основные подходы к анализу и оценке денежных потоков предприятия. Определены основные стадии анализа денежных потоков, которые позволяют систематизировать и упростить процессы анализа для внутренних и внешних пользователей.

© Ковшова С. О., 2011



Annotation. The article defines the main methods of enterprise cash flow analysis and estimating. On the basis of already existing methods the most common stages of cash flow analysis, which allow to make estimating processes easier and more systematic for internal and external users were defined.

Ключові слова: грошові потоки, рух грошових коштів, фінансовий стан підприємства, оптимізація грошових потоків, організація грошових потоків, платоспроможність, ліквідність, операційна діяльність, фінансова діяльність, інвестиційна діяльність.

Актуальність теми зумовлена складністю процесу вибору зовнішніми та внутрішніми користувачами того чи іншого методу аналізу грошових потоків залежно від його мети. Тому очевидно є необхідність систематизації та вдосконалення підходів, що є найбільш адаптованими до вітчизняної економіки. У контексті сучасних економічних умов господарювання доцільною є систематизація численних методів і прийомів аналізу, розроблених різними вченими, для створення методик, адаптованих до специфіки діяльності окремих суб'єктів господарювання.

Метою роботи є виділення існуючих вітчизняних та зарубіжних підходів до аналізу грошових потоків підприємства, виділення основних цілей та напрямків аналізу, а також формування загальних стадій аналізу грошових потоків.

Особливості аналізу грошових потоків вивчалися в працях зарубіжних і вітчизняних науковців, таких, як: Бланк І. А., В. Бондарев, Н. Хахонова, Ковальов В. В., Ковальов А. І., Привалов В. П., Суторміна В. Н., Бочаров В. В., Шеремет А. Д., Негашев Е. В., Е. Данилова, Л. Лігоненко, Г. Ковальчук, Л. Песина [1 – 6].

Грошові потоки підприємства становлять багатокомпонентний об'єкт аналізу. Тому методи й підходи до їх аналізу у вітчизняній теорії й практиці мають як спільні, так і відмінні риси порівняно із зарубіжною практикою фінансового аналізу. Створенню ефективної методики аналізу грошових потоків присвячені праці провідних вітчизняних і закордонних учених.

На даному етапі єдиний підхід до формулювання мети аналізу грошових потоків ще не розроблено. На думку Бланка І. А., основна його мета – виявлення резервів для підвищення ефективності діяльності підприємства в довгостроковій перспективі [1, с. 154]. В. Бондарев вважає основною метою аналізу грошових потоків пошук причин дефіциту (надлишку) коштів, визначення джерел їхнього надходження й напрямків використання [2, с. 86]. Згідно з дослідженнями Н. Хахонової, аналіз грошових потоків доцільно робити для оцінки здатності підприємства генерувати кошти в розмірах та у строки, необхідні для здійснення планових виплат [5, с. 163].

Існує багато підходів до визначення цілей аналізу грошових потоків, але можна виділити два основних напрямки в методиці оцінки. Перший напрямок базується на аналізі абсолютних показників та є пріоритетним в роботах Ковальова В. В., Ковальова А. І., Привалова В. П., Суторміної В. Н., Бочарова В. В., Шеремета А. Д., Негашева Е. В. [1 – 3; 5]. Другий напрямок схиляється до аналізу відносних показників грошових потоків, у тому числі коефіцієнтів ліквідності грошового потоку, коефіцієнта платоспроможності, оборотності, реінвестування грошових потоків й ін. Цей напрямок є пріоритетним у роботах Бланка І. А., Е. Данилової, Л. Лігоненко, Г. Ковальчук, Л. Песиної й інших [2; 4; 6].

Підходи до аналізу грошових потоків вітчизняними та зарубіжними авторами подано у вигляді табл. 1.

Таблиця 1

Основні підходи до аналізу грошових потоків вітчизняних та зарубіжних авторів

Автор	Виділені напрямки й підходи до аналізу
1	2
Вітчизняний досвід	
Бланк І. А. [1, с. 157]	Проводиться вертикальний і горизонтальний аналіз абсолютних значень грошових потоків, порівняльний аналіз грошових потоків, аналіз коефіцієнтів ефективності грошових потоків, аналіз загального циклу грошового обігу, Свот-аналіз грошового потоку
Радіонов Н. В., Радіонова С. П. [3, с. 78]	Проводиться динамічний аналіз грошових потоків, дисконтування грошових потоків
Поддєрьогін А. Н., Лігоненко Л. О., Ковальчук Г. В. [3, с. 78]	Проводиться аналіз обсягу й складу грошових активів підприємства, аналіз грошового обігу й грошових потоків підприємства, аналіз джерел формування і напрямків використання коштів підприємства, оцінка ритмічності, синхронності й достатності грошових потоків, аналіз платоспроможності підприємства й ефективності керування грошовими потоками
Білуха М. Т. [2, с. 97]	Передбачається, що грошовий потік характеризує здатність підприємства виконати всі свої зобов'язання й рекомендує використати його для оцінки кредитоспроможності, фінансової стійкості й недопущення банкрутства, проводиться оцінка ритмічності, синхронності й достатності грошових потоків
Зарубіжний досвід	
Т. Райс, Б. Койли [3, с. 79]	Грошовий потік розглядається як інструмент регулювання кредитного ризику й основного показника кредитоспроможності позичальника

1	2
Лафуенте А. М. [3, с. 78]	Проводиться аналіз рівня самофінансування й залежності від зовнішнього фінансування за допомогою показника грошового потоку
Хелферт Е. [3, с. 78]	Проводиться аналіз рівня самофінансування й залежності від зовнішнього фінансування за допомогою показника грошового потоку, аналіз грошового обігу й грошових потоків підприємства, розроблена шестифакторна дискримінанта модель інтегральної оцінки фінансового становища підприємства, у якій два із шести факторів базуються на показнику операційного грошового потоку – коефіцієнт рентабельності операційних продажів по Cash-flow

Таким чином, згідно з табл. 1 можемо виділити такі найпоширеніші цілі аналізу грошових потоків: аналіз обсягів вхідного й вихідного грошового потоку й оцінка їхньої структури; аналіз загальних тенденцій у функціонуванні підприємства; аналіз достатності грошового потоку для обслуговування різних видів діяльності підприємства; аналіз збалансованості вхідних і вихідних грошових потоків; аналіз ліквідності грошових потоків; аналіз напрямків використання коштів; аналіз основних причин розбалансованості грошових потоків; аналіз ритмічності грошових потоків; аналіз ефективності діяльності й "якості" фінансового результату [6, с. 71].

Зазначимо також, що після проведення експрес-аналізу необхідно здійснити коректування мети аналізу грошових потоків у зв'язку з тим, що можуть бути виявлені додаткові проблемні аспекти, зокрема систематичне виникнення дефіцитного грошового потоку й т. п. [4, с. 83].

Згідно з виділеними цілями аналізу грошових потоків можемо сформулювати три основних напрямки аналізу грошових потоків: аналіз формування грошових потоків, аналіз використання грошових потоків, аналіз ефективності грошових потоків.

Систематизацію підходів до аналізу грошових потоків доцільно почати з виділення загальних стадій аналізу, що притаманні працям як вітчизняних, так і зарубіжних вчених. Стадії наведено у вигляді табл. 2 [3, с. 69].

Таблиця 2

Загальні стадії аналізу грошових потоків

Найменування	Мета проведення	Основні заходи
Підготовчий етап	Підготувати джерела інформації, визначити пріоритетні напрями аналізу	Підбір, підготовка й узагальнення вихідних даних для аналізу; вибір організаційно-технічного й програмного забезпечення; визначення пріоритетних цілей аналізу на наступних етапах, тривалості аналізу; методів аналізу, що відповідають поставленій меті
Експрес-аналіз	Дати первісну оцінку грошовим потокам підприємства	Проведення первинного аналізу; визначення проблемних напрямків, що вимагають більш глибокого вивчення; проведення коректування первісних цілей аналізу у світлі отриманих результатів; вибір необхідних інструментів аналізу з урахуванням сформульованої мети
Деталізований аналіз	Дати якісну оцінку й вирішити всі поставлені перед аналітиками завдання	Добуток аналітичних розрахунків; узагальнення отриманих результатів, і формування висновків; формування запланованих звітів з результатами аналізу й узагальнення отриманих висновків; коректування майбутніх цілей аналізу грошових потоків

У результаті проведених досліджень можна сформулювати висновки про те, що різноманітні розроблених методів і прийомів вимагає конкретизації цілей проведення аналізу для кожного суб'єкта господарювання. Основу створення методикою аналізу грошових потоків повинна складати специфіка діяльності суб'єкта господарювання, особливості його діяльності та система розрахунків, що застосовується підприємством. Коректування мети аналізу після завершення кожного етапу сприяють підвищенню його ефективності. Системний підхід до аналізу грошових потоків й адаптація існуючих методів і прийомів до специфіки діяльності, особливостей виробничо-фінансового циклу підприємства дозволяє значним чином підвищити якість аналізу й сприяє більш швидкому досягненню поставленої мети. Таким чином, у результаті оптимізації методик проведення аналізу грошових потоків підприємства спрощується процедура аналізу грошових коштів підприємства залежно від поставленої мети, тим самим спрощується прийняття управлінських рішень щодо прискорення руху грошових коштів і підвищення на цій основі оборотності активів і капіталу, а також забезпечення фінансової стійкості та платоспроможності підприємства.

Наук. керівн. Литвиненко А. О.

Література: 1. Бланк И. А. Управление денежными потоками / И. А. Бланк. – К. : Ника-Центр "Эльга", 2002. – 736 с. 2. Бочаров В. Управление денежным оборотом предприятий и корпораций / В. Бочаров. – М. : Финансы и статистика, 2001. – 144 с. 3. Жежель Ю. В. Особенности анализа денежных потоков / Ю. В. Жежель // Вісник СевДТУ. – 2008. – № 92. – С. 67–72. 4. Томпсон А. А. Стратегический менеджмент. Искусство разработки и реализации стратегии : учебник для вузов / Томпсон А. А., Стрикленд А. Дж. ; пер. с англ. ; под ред. Л. Г. Зайцева, М. И. Соколовой. – М. : Банки и биржи, ЮНИТИ, 1998. – 576 с. 5. Хахонова Н. Н. Учет, аудит и анализ денежных потоков предприятий и организаций / Н. Н. Хахонова. – М. : ИКЦ "МарТ" ; Ростов н/Д : Изд. центр "МарТ", 2003. – 304 с. 6. Хелферт Э. Техника финансового анализа / Э. Хелферт ; пер. с англ. – М. : Аудит; ЮНИТИ, 1996. – 663 с.

Студент 6 курсу
факультету менеджменту та маркетингу ХНЕУ

ІНТЕРАКТИВНИЙ МАРКЕТИНГ ДЛЯ ПІДЛІТКІВ

Анотація. Висвітлено особливості інтерактивного маркетингу для підлітків. Описано зміни засобів медіа при орієнтації на підлітків.

Аннотация. Освещены особенности интерактивного маркетинга для подростков. Описаны изменения средств медиа при ориентации на подростков.

Annotation. This article highlights the features of interactive marketing for teenagers. Changes in the orientation of the media on teenagers are described.

Ключові слова: підлітки, Інтернет, web-сайт.

У даний час багато організацій використовують у своїй діяльності мережу Інтернет, яка володіє практично всіма якостями, властивими більшості маркетингових засобів.

У даній статті розглянуті питання гідності і недоліки інтерактивного маркетингу й особливості використання медіа, орієнтованих на підлітків. Відмітною особливістю інтерактивного маркетингу для підлітків є широке використання соціальних мереж як просування того або іншого товару. Зараз активно пропагується новий напрям – маркетинг у соціальних мережах і блогах. Насправді це було і раніше: просування у форумах, дошках оголошень і так далі. Але популярність соціальних мереж виводить ці послуги на новий рівень. Позиціонування цих послуг для клієнтів будується на дешевизні і масовості. Вартість контакту в рази дешевша, ніж при використанні інших видів реклами, що є додатковою перевагою для продавця. До переваг інтерактивного маркетингу для продавця слід також віднести:

- можливість його вживання як великими фірмами, так і малими;
- практично необмежений електронний (на відміну, наприклад, від друкарського) рекламний простір;

- досить швидкий доступ і копіювання інформації;
- як правило, конфіденційність і прудкість електронних покупок.

Окрім переваг, сучасний інтерактивний маркетинг володіє деякими недоліками:

- обмеженість доступу покупців і, отже, об'ємів покупок;
- деяка односторонність демографічної і психографічної інформації про покупців;
- хаотичність і інформаційна перевантаженість у глобальних мережах;
- недостатня безпека і секретність даних.

Термін "інтерактивний" може охопити категорію всіх модних слів – соціальний, вірусний, мобільний, діджитал [1]. Ці терміни на нашому слуху останні 10 років, але всі вони зводяться до одного результату: у споживачів є можливість вибору відносно маркетингових повідомлень [2].

Як це відноситься до категорії підлітків? Коли діти стають підлітками і дорослішають, певні випробувані медіа-стратегії стануть менш ефективними. Щоб використовувати найбільш ефективний маркетинговий мікс, необхідно спостерігати за змінами в поведінці і медіа-вжитку підлітків.

Є багато причин уважного та позитивного ставлення до підлітків. Вони вже можуть витратити гроші, вони купують в основному предмети "розкоші" – одяг, електроніку, музику. Вони приймають власні рішення про покупку, і при цьому значною мірою впливають на родинні покупки. І найважливіше те, що компанії знають – якщо дитина або підліток стають прибічниками бренда, вони з високою вірогідністю залишаться з ним назавжди [3].

Донести свою інформацію до підлітків можливо за допомогою реклами в журналах, на телебаченні та Інтернеті; випуску ліцензійних продуктів, таких, як одяг, іграшки, аксесуари; укладання договорів у школах з виробниками прохолодних напоїв і продажу переможцеві аукціону право на назву свого спортзалу. Компанії збирають безцінну інформацію про витрати підлітків за допомогою безневинних опитів і тестів в Інтернеті.

Маркетологи знають, куди направлена увага дітей і підлітків, що для них важливо і що їх турбує, наприклад, зовнішній вигляд, прийняття своїм колом, потреба у владі. В рекламі для тинейджерів постійно використовуються ці мотиви. Інколи в рекламі для підлітків можна зустріти мотиви, які їх батьки вважають неприйнятними, що збільшує показник "крутості" продукту.

Чому реклама, направлена на підлітків, така ефективна? Реклама працює краще всього тоді, коли викликає відчуття невпевненості, наприклад у зовнішньому вигляді. Успішна реклама переконує глядача в тому, що у нього є проблема, і потім пропонує рішення. Основна ідея в тому, що "підлітки



недостатньо хороші самі по собі". Більшість підлітків приймають цю думку, оскільки через особливості віку відчують невпевненість у собі. Рекламу змушує їх надмірно критично ставитися до себе через те, що вони не відповідають певному образу, який, як вони думають, необхідний для щастя.

Проте багато хто стурбований тим, наскільки залежними стають підлітки через рекламу, яка підсилює їх комплекси. Отже, зараз можна бачити, як з'являється реклама, побудована на інших принципах. Вона буває такою, що шокує, але не використовує незадоволеність собою як двигун продажів, і прагне не лише використовувати підлітків для підвищення продажів, але і виховувати їх, звертаючись до них як до осіб.

Не варто забувати про ту роль, яку відіграє медіа у вжитку продукту підлітками. Прослідимо, які зміни відбуваються при орієнтації медіа на підлітків:

1. Активні медіа стають пасивними медіа, але не втрачають своєї важливості. Можна сказати: "традиційні медіа мертві", але чи так це? Згідно з дослідженнями, ТБ залишається найефективнішим способом у швидкому досягненні масової аудиторії. Дослідження також показали, що підлітки прихильніші до реклами ТБ, чим здається.

2. Головне – досвід. Головну роль у зміні поведінки відіграє негайне задоволення. Підлітки можуть сидіти в он-лайн годинами, читаючи "Вконтакте" і обговорюючи тут же розміщені новини. У офф-лайн мобільні телефони заповнили простір між контактами і надали для людей форум, куди можна потрапити у будь-який час доби.

Незалежно від того, де взаємодіють підлітки – в он-лайн або офф-лайн – важливий досвід бренду. Важливо використовувати кобрендингові можливості з музикою, як це зробив Nike з групою Ok Go або кіно/відео, з додатками або іграми. Можна провести просту промоцію, конкурс або лотерею. Але треба враховувати, що наступним кроком в підлітковому маркетингу є винагорода за те, що вони взаємодіяли з кампанією.

3. Купони знову в моді, а програми лояльності працюють. Як тільки ви пішли цією двосторонньою дорогою зі своїм споживачем, інвестуйте в співтовариство. Якщо це "Вконтакте" – створіть свою сторінку і наповніть її. Якщо ця система винагороди в магазинах – зробіть її краще, ніж у ваших конкурентів.

Наук. керівн. Прохорова Т. П.

Література: 1. Стоун М. Прямой и интерактивный маркетинг / Мерлин Стоун, Элисон Бонд, Элизабет Блейк. – М. : Баланс Бизнес Букс, 2005. – 220 с. 2. Котлер Ф. Основы маркетинга / Котлер Филип, Армстронг Гари. – М. : Вильямс, 2003. – 1200 с. 3. http://interimanager.blogspot.com/2011/04/blog-post_25.html.

УДК 005.332.4

Гренадьорова О. Ю.

Студент 5 курсу
факультету менеджменту та маркетингу ХНЕУ

МЕТОДИ ОЦІНКИ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

Анотація. Наведено основні поняття методів конкурентоспроможності підприємства. Розглянуто чинники, які впливають на конкурентоспроможність підприємства.

Аннотация. Приведены основные понятия методов конкурентоспособности предприятия. Рассмотрены факторы, которые влияют на конкурентоспособность предприятия.

Annotation. The basic concepts of methods of competitiveness of enterprise are resulted in the article. Factors which influence the competitiveness of firms are examined.

Ключові слова: конкурентоспроможність, конкурентне середовище, методи оцінки.

Класифікація методів оцінки конкурентоспроможності підприємства передбачає їх поділ на окремі групи за певною ознакою. Найчастіше такою ознакою виступає форма представлення результатів оцінки, відповідно до якої виділяють графічні, матричні, розрахункові та комбіновані (розрахунково-матричні, розрахунково-графічні) методи.

© Гренадьорова О. Ю., 2011



Метою статті є класифікація основних методів оцінки конкурентоспроможності підприємства.

Графічний метод оцінки конкурентоспроможності базується на побудові так званої "радіальної діаграми конкурентоспроможності", або "багатокутника конкурентоспроможності" [1, с. 174].

Побудова багатокутників здійснювалася таким чином: коло було поділене радіальними оцінними шкалами на рівні сектори, кількість яких дорівнювала кількості обраних критеріїв; шкали на радіальних прямих було градуйовано так, щоб всі значення критеріїв знаходилися всередині оцінного кола; значення критеріїв збільшувалися в міру віддалення від центра кола; на кожній осі з використанням відповідного масштабу вимірювання було позначено точки, що відповідали значенням критеріїв; по точках відповідно для кожного з підприємств проведено ламану лінію, яка і сформувала багатокутник.

Перевагою графічного методу оцінки конкурентоспроможності підприємства є його простота та наочність. Недоліком слід вважати те, що він не дає змоги встановити значення узагальненого критерію конкурентоспроможності підприємства.

Матричні методи оцінки конкурентоспроможності підприємства базуються на використанні матриці – таблиці впорядкованих за рядками та стовпцями елементів. Найбільш показовим прикладом може слугувати широко відома матриця БКГ ("Бостонська консалтингова група"), побудована за принципом системи координат: по вертикалі – темпи зростання місткості ринку, що розміщуються по рядках матриці у лінійному масштабі; по горизонталі, тобто по стовпцях матриці – в логарифмічному масштабі відкладається відносна частка виробника продукції на ринку. Найбільш конкурентоспроможними вважаються підприємства, що займають значну частку на швидко зростаючому ринку [2, с. 244].

Переваги методу такі: дає змогу дослідити розвиток процесів конкуренції в динаміці та при наявності достовірної інформації про обсяги реалізації дозволяє забезпечити високу репрезентативність оцінки. Як недолік відзначають надмірну спрощеність методу та неможливість проведення аналізу причин того, що відбувається, внаслідок чого ускладнюється вироблення управлінських рішень. Окрім матриці БКГ, існує достатньо багато матричних моделей, які можуть бути використані для оцінки рівня конкурентоспроможності підприємства:

матриця "Привабливість ринку/конкурентоспроможність" (модель GE/Mc Kinsey);

матриця "Привабливість галузі/конкурентоспроможність" (модель Shell/DPM);

матриця "Стадія розвитку ринку/конкурентна позиція" (модель Hofer/Schendel);

матриця "Стадія життєвого циклу продукції/конкурентна позиція" (модель ADL/LC) тощо.

Табличний метод оцінки рівня конкурентоспроможності підприємства фактично становить варіацію матричного і тому не виділяється тут в окрему категорію [2, с. 257].

Розрахункові методи оцінки конкурентоспроможності підприємства є вельми численними. Вони поділяються на:

специфічні методи – методи, що дозволяють оцінити конкурентоспроможність підприємства за окремими аспектами його діяльності – виробничим, інноваційним, маркетинговим, фінансовим тощо; комплексні методи – методи, що базуються на комплексному підході до оцінки конкурентоспроможності підприємства.

Серед комплексних методів оцінки визначальне місце посідають:

метод, що використовує як головний підхід оцінку конкурентоспроможності продукції підприємства;

метод, що базується на аналізі порівняльних переваг підприємств-конкурентів;

метод, що ґрунтується на основі теорії ефективної конкуренції;

інтегральний метод;

метод самооцінки (Європейська модель ділової досконалості, Англійська методика матриці вдосконалення бізнесу (BIM)).

До ключових методів оцінки конкурентоспроможності підприємства відносяться методи, в основі яких лежить: життєвий цикл товару (послуги); оцінка конкурентоспроможності одиниці продукції; теорія ефективної конкуренції; конкурентна перевага [3, с. 89].

Метод, що заснований на теорії ефективної конкуренції. Згідно з цією теорією найбільш конкурентоспроможними є ті підприємства, де найкращим чином організована робота всіх підрозділів і служб. На ефективність діяльності кожною із служб впливає безліч чинників – ресурсів фірми.

Оцінка ефективності роботи кожною з підрозділів припускає оцінку ефективності використання ними цих ресурсів. В основі методу лежить оцінка чотирьох групових показників – критеріїв конкурентоспроможності.

Метод, що базується на оцінці конкурентоспроможності продукції підприємства. Використання методу передбачає оцінювання рівня конкурентоспроможності підприємства, виходячи із споживчої цінності підприємства та споживчої цінності виробленої продукції.

Найбільш конкурентоспроможним вважається товар, що має оптимальне співвідношення цих характеристик. Чим вищою є різниця між споживчою вартістю товару для покупця і ціною, котру він за нього сплачує, тим вищим є запас конкурентоспроможності. Він урахує найбільш важливий критерій, що впливає на конкурентоспроможність підприємства, – конкурентоспроможність товару; дозволяє отримати лише обмежене уявлення щодо переваг і недоліків у роботі підприємства, тобто, абстрагуючись від інших аспектів, конкурентоспроможність підприємства ототожнюється виключно з конкурентоспроможністю товару [4, с. 423].

Метод, що базується на аналізі порівняльних переваг підприємств-конкурентів. Метод базується на положеннях теорії міжнародного розподілу праці, відповідно до яких передумовою для завоювання галузю чи підприємством стійких конкурентних позицій є наявність порівняльних переваг, що дозволяють забезпечити відносно нижчі витрати виробництва порівняно з конкуруючою галузю чи підприємством [5, с. 257].

Оцінка рівня конкурентоспроможності здійснюється шляхом співставлення не лише виробничих витрат, а й обсягів та норми прибутку, та/або обсягів продажів, та/або ринкових часток.

Таким чином, розглянувши основні методи оцінки конкурентоспроможності підприємства, можна зазначити, що розрахункові методи є найбільш ефективні, тому що дозволяють оцінити конкурентоспроможність підприємства у повному обсязі.

Наук. керівн. Рубан В. В.

Література: 1. Азоев Г. Л. Конкурентные преимущества фирмы / Г. Л. Азоев, А. П. Челенков. – М. : ОАО "Типография "Новости", 2008. – 256 с. 2. Борисенко З. М. Основы конкурентной политики : підручник / З. М. Борисенко. – К. : Таксон, 2008. – 704 с. 3. Лифиц И. М. Формирование и оценка конкурентоспособности товаров и услуг : учебн. пособ. / И. М. Лифиц. – М. : Юрайт-Издат, 200. – 335 с. 4. Фатхутдинов Р. А. Управление конкурентоспособностью организации : учебн. пособ. / Р. А. Фатхутдинов. – М. : Изд. "Эксмо", 2009. – 544 с. 5. Шевченко Л. С. Конкурентне управління : навч. посібн. / Л. С. Шевченко. – Х. : Еспада, 2009. – 520 с.

УДК 004.3:005.332.4

Лавренчук К. Г.

Студент 6 курсу
факультету менеджменту та маркетингу ХНЕУ

ОЦІНКА КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ КОМП'ЮТЕРНОЇ ТЕХНІКИ

Анотація. Проаналізовано поточний стан ринку персональних комп'ютерів. Коротко охарактеризовано розрахункові методи оцінки конкурентоспроможності, які найкраще підходять для оцінки комп'ютерної техніки.

Аннотация. Проанализировано текущее состояние рынка персональных компьютеров. Кратко охарактеризованы расчетные методы оценки конкурентоспособности, которые лучше всего подходят для оценки компьютерной техники.

Annotation. The article analyzes the current state of the personal computer market. It summarizes the calculation methods of evaluating competitiveness, which are best suited for evaluating computer equipment.

Ключові слова: конкуренція, конкурентоспроможність, диференціальний метод, комплексний метод.

У часи зниження купівельної спроможності населення України, а, як наслідок, і зниження попиту на комп'ютерну техніку, проблема підвищення конкурентоспроможності дуже актуальна для вітчизняних підприємств.

Теоретичні та практичні питання оцінки конкурентоспроможності досліджували провідні вітчизняні та зарубіжні вчені, а саме: Ламбен Ж. Ж., М. Портер, Ф. Хайск, Герчикова І. Н., Цигичко Л. І., А. Дайян, М. Кастенс, Н. Палей, Єферін В. П., Мотім В. В., А. Олів'є, Ермолов М. О., Таран В. А., Должанський І. З. та ін.

Метою статті є підвищення достовірності оцінки конкурентоспроможності комп'ютерної техніки для прийняття ефективних рішень.

Зростання ринку персональних комп'ютерів (ПК) в Україні в першому кварталі 2011 р. склало більше 30 % порівняно з минулим роком. Усього в країну було відвантажено близько 555 тис. комп'ютерів, серед яких 250 тис. пристроїв (45 %) є настільними комп'ютерами [1].

Місткість ринку настільних ПК практично досягла рівня 2007 р., у першому кварталі якого в країну було поставлено 267 тис. настільних комп'ютерів. У числі причин вдалого кварталу для ринку пристроїв постачальники, в першу чергу, відзначають відсутність великих залишків у роздрібному каналі, в результаті чого торговельні мережі на початку року заповнювали вітрини новими пристроями.

© Лавренчук К. Г., 2011



Обсяг ринку портативних комп'ютерів у першому кварталі 2011 р. перевищив 305 тис. одиниць, що на 35 % більше показників аналогічного періоду минулого року і майже на 17 % перевищує показники першого кварталу 2008 р. При цьому склад п'ятірки лідерів не змінився: як і раніше Acer, Asus, HP, Lenovo і Samsung контролюють понад 90 % (Acer – 27,4 %, Asus – 19,0 %, HP – 16,7 %, Lenovo – 15,6 %, Samsung – 14,4 %) поставок пристроїв в Україні [1].

Незважаючи на позитивну динаміку ринку мобільних комп'ютерів, до початку квітня на складах українських дистриб'юторів залишалось близько 300 тис. нереалізованих мобільних пристроїв. Деякі дистриб'ютори відзначають, що при таких обсягах складських запасів немає необхідності завозити нові партії пристроїв протягом усього наступного кварталу.

Для того щоб прийняти правильне рішення про зміну комплектуючих чи конструкції комп'ютерів; якості пакування, транспортування, монтажу; цін на продукцію, цін на послуги, з обслуговування і ремонту; системи стимулювання постачальників треба оцінити конкурентоспроможність кожної моделі комп'ютерів.

Конкурентоспроможність товару (послуги) – здатність товару (послуги) витримати порівняння з аналогічними товарами (послугами) інших виробників і продаватися у зв'язку з цим за цінами не нижче середньоринкових. Визначається сукупністю техніко-економічних показників, що відображають його конкретну суспільну потребу, і низкою чинників (форми і методи торгівлі, реклами, відповідність вимогам ринку та ін.) [2, с. 126].

До технічних показників належать параметри потреби, які характеризують зміст цієї потреби й умови її задоволення. До них відносяться: параметри призначення (характеризують сферу застосування продукції й функції, які вона призначена виконувати); ергономічні параметри (характеризують продукцію з погляду її відповідності властивостям людського організму при споживанні); естетичні параметри (моделюють зовнішнє сприйняття продукції й відображають найбільш важливі для споживача зовнішні властивості), нормативні параметри (характеризують властивості продукції, які регламентуються законодавством, стандартами й обов'язковими нормами на ринку, де цю продукцію передбачається збувати).

До економічних належать повні витрати споживача на придбання й споживання продукції (одноразові й поточні витрати), а також умови її придбання й використання.

При оцінці конкурентоспроможності товару використовуються диференціальний і комплексний методи. Оцінка здійснюється шляхом порівняння параметрів аналізованої продукції з параметрами бази порівняння. Порівняння здійснюється за групами технічних та економічних параметрів.

Диференціальний метод заснований на використанні одиничних параметрів аналізованої продукції й бази порівняння та їх порівнянні. У результаті оцінки буде визначено чи досягнуто рівень у цілому, за якими параметрами він не досягнутий, які з параметрів найбільш сильно відрізняються від базових.

Якщо за базу оцінки береться потреба, розрахунок одиничного показника конкурентоспроможності здійснюється за формулою [3]:

$$q_i = \frac{P_i}{P_{io}} \times 100 \% , \quad (1)$$

де q_i – одиничний параметричний показник конкурентоспроможності по i -му параметру ($i = 1, 2, 3, \dots, n$);

n – кількість параметрів;

P_i – величина i -го параметра для аналізованої продукції;

P_{io} – величина i -го параметра, за якого потреба задовольняється повністю.

Якщо базові значення параметрів встановлені нормативно-технічною документацією, спеціальними умовами, замовленнями, договорами, то одиничний показник може бути більше або дорівнює одиниці.

Якщо за базу оцінки береться зразок, розрахунок одиничного показника конкурентоспроможності проводиться за формулами [3]:

$$q_i = \frac{P_i}{P_{io}} \times 100 \% \quad (i = 1, 2, 3, \dots, n); \quad (2)$$

$$q'_i = \frac{P_{io}}{P_i} \times 100 \% , \quad (3)$$

де q_i – одиничний показник конкурентоспроможності по i -му технічному параметру;

P_i – величина i -го параметра для аналізованої продукції;

P_{io} – величина i -го параметра, за якого потреба задовольняється повністю.

З формул (2) та (3) вибирають ту, в якій зростанню одиничного показника відповідає підвищення конкурентоспроможності. Для технічних параметрів продукції, які не мають кількісної оцінки (комфорт, зовнішній вигляд та ін.), використовують експертні методи оцінки в балах.



Перевагою диференційного методу є те, що він може використовуватися на всіх етапах життєвого циклу продукції. Він дозволяє лише констатувати факт конкурентоспроможності аналізованої продукції або наявності в ній недоліків порівняно з товаром-аналогом. Недоліком є те, що не враховується вплив на перевагу споживача при виборі товару вагомості кожного параметра.

Комплексний метод ґрунтується на застосуванні комплексних показників або зіставленні питомих корисних ефектів аналізованої продукції й зразка.

Розрахунок групового показника за нормативними параметрами здійснюється за формулою [3]:

$$I_{ГП} = \prod_{i=1}^n q_{ni} , \quad (4)$$

де $I_{ГП}$ – груповий показник конкурентоспроможності за нормативними параметрами;

q_{ni} – одиничний показник конкурентоспроможності по i -му нормативному параметру, розраховується за формулою (1).

Особливістю цієї формули є те, що якщо хоча б один з одиничних показників дорівнює 0, то груповий показник також дорівнює 0. Товар при цьому буде неконкурентоспроможний.

Розрахунок групового показника за технічними параметрами (крім нормативних) здійснюється за формулою [3]:

$$I_{ГП} = \sum_{i=1}^n q_i \times a_i , \quad (5)$$

де $I_{ГП}$ – груповий показник конкурентоспроможності за технічними параметрами;

a_i – вагомість i -го параметра в загальному наборі з n технічних параметрів, характеризують потребу.

Отриманий груповий показник $I_{ГП}$ характеризує ступінь відповідності даного товару існуючій потребі за всім набором технічних параметрів, чим він вищий, часом у цілому повніше задовольняються запити споживачів.

Розрахунок групового показника за економічними параметрами проводиться на основі визначення повних витрат споживача на придбання та споживання продукції. Повні витрати споживача визначаються за формулою [3]:

$$З = З_c + \sum_{i=1}^T C_i , \quad (6)$$

де $З$ – повні витрати споживача на придбання і споживання (експлуатацію) продукції;

$З_c$ – одноразові витрати на придбання продукції;

C_i – середні сумарні витрати на експлуатацію продукції, пов'язані з i -м роком її служби;

T – термін служби;

i – рік по порядку.

Оцінка терміну служби для продукції споживчого призначення проводиться на основі відомостей про фактичні терміни служби аналогічних виробів, а також швидкості морального старіння товарів даного класу.

Для оцінки конкурентоспроможності комп'ютерної техніки краще за все використовувати змішаний метод, в якому поєднано диференціальний і комплексний методи. У змішаному методі використовується частина параметрів, розрахованих диференціальним методом, і частина параметрів, розрахованих комплексним методом. Але слід урахувати недолік методу – споживчі властивості товару та їх набір визначаються без урахування думки споживача. Поліпшення характеристик товару порівняно з базовим зразком зовсім не гарантує появу конкурентних переваг. Вирішальну роль варто віддавати споживачеві в оцінці переваг або недоліків товару.

Таким чином, ефективне використання методів оцінки конкурентоспроможності може допомогти прийняти правильне рішення та підвищити потенціал і конкурентоспроможність підприємства.

Наук. керівн. Рубан В. В.

Література: 1. HiTech.Expert [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://expert.com.ua/64126.html>. 2. Коноплицький В. Це – бізнес : тлумачний словник економічних термінів / В. Коноплицький, Г. Філіна. – К. : МСП "Альтерпрес", 1996. – 448 с. : іл. – ("Сімейне вогнище"). 3. Енциклопедія маркетингу [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.marketing.spb.ru/read/m19/4.htm>. 4. Академия рынка: Маркетинг / А. Дайан, Ф. Букерель, А. Оливье и др. ; пер с франц. ; научн. ред. А. Г. Худокормов. – М. : Экономика, 1993. – 571 с. 5. Конкурентоспроможність підприємства : конспект лекцій [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://library.if.ua/books/14.html>.

Студент 6 курсу
факультету менеджменту та маркетингу ХНЕУ

ОСНОВНІ ПРИЙОМИ МАРКЕТИНГОВОЇ ЦІНОВОЇ ПОЛІТИКИ

Анотація. Розглянуто основні елементи маркетингової діяльності, до яких належать формування та реалізація цінової політики підприємства, а також не менш істотні маркетингові прийоми, використання яких дозволяє значно знизити ступінь ризику при прийнятті рішень про величину і динаміку ціни конкретних товарів.

Аннотация. Рассмотрены основные элементы маркетинговой деятельности, которыми являются формирование и реализация ценовой политики предприятия, а также не менее существенные маркетинговые приемы, использование которых позволяет значительно снизить степень риска при принятии решений о величине и динамике цены конкретных товаров.

Annotation. The main elements of the marketing activity, which is the formation and implementation of enterprise pricing, as well as no less essential marketing techniques, use of which can significantly reduce the degree of risk when making decisions about the magnitude and dynamics of the prices of specific goods are regarded.

Ключові слова: цінова політика, ціна, максимізація прибутку, знижки, конкурентна боротьба, споживач.

Актуальністю даної теми є той факт, що одним з найбільш істотних факторів, які визначають ефективність діяльності підприємства, є цінова політика на товарних ринках. Ціни забезпечують підприємству запланований прибуток, конкурентоспроможність продукції та попит на неї.

Питаннями цінової політики і вирішенням проблем зниження ступеня ризику динаміки цін присвячено роботи багатьох вітчизняних та іноземних вчених, серед яких слід виділити, таких, як: А. Сміт, Ф. Котлер, Тарасевич В. М., Хикс Дж. Р., Пунін Є. І. та багато інших.

Через ціни реалізуються кінцеві комерційні цілі визначається ефективність діяльності всіх ланок виробничо-збутової структури підприємства. Якщо в ціну продукції не закладений певний рівень рентабельності, то на кожній наступній стадії кругообігу капіталу підприємство буде володіти все меншими коштами, що в кінцевому підсумку позначиться і на обсягах виробництва, і на фінансовому стані підприємства. У той же час в умовах конкуренції іноді допустимо застосовувати збиткові ціни для завоювання нових ринків збуту, якщо маркетингова політика підприємства спрямована на витіснення конкуруючих фірм і залучення нових споживачів.

Підприємство з метою впровадження на нові ринки іноді свідомо йде на зниження виручки від продажу продукції, щоб у подальшому компенсувати втрати за рахунок переорієнтації попиту на свою продукцію.

Якщо на собівартість продукції підприємство може впливати лише в дуже невеликих межах, оскільки гнучкість підприємства обмежена, як правило, розкидом цін на сировину, матеріали, напівфабрикати і робочу силу, а також внутрішніми резервами виробництва зі зниження матеріаломісткості продукції, то ціну реалізації на свою продукцію підприємство може встановлювати в практично необмежених межах. Однак можливість встановлення необмеженої ціни не тягне за собою зобов'язань споживача купувати продукцію підприємства за призначену ним ціну. Таким чином, цінова стратегія підприємства – суть рішення дилеми між високою ціною реалізації і великими обсягами продажів [1]. Спробуємо розглянути різні варіанти дії підприємства щодо встановлення цін на реалізовану продукцію.

Одним з найбільш складних і важко формалізованих елементів маркетингової діяльності є формування та реалізація цінової політики підприємства. Традиційні методи аналізу руху цін, що використовуються в ході оцінки фактичних результатів виробничо-господарської діяльності підприємства, часто виявляються непридатними, коли необхідно передбачити зміну цін. Головною перешкодою є наявність великої кількості зовнішніх факторів, що визначають ціну і її динаміку, а також брак точної інформації про цінову політику конкурентів. І тим не менше існують маркетингові прийоми, використання яких дозволяє значно знизити ступінь ризику при прийнятті рішень про величину і динаміку ціни конкретних товарів:

1. Динаміка цін багато в чому визначається виробленою стратегією ціноутворення. Вона часто формулюється у вигляді цілей, які підприємство має у сформованих ринкових умовах:
максимізація прибутку протягом тривалого періоду часу;
максимізація прибутку протягом обмеженого, короткого періоду часу;

зростання обсягу виробництва;
стабілізація ринку;
зменшення сприйнятливості споживачів до цін;
підтримка лідерства в цінах;
боротьба з конкурентами, що мають ціни з низькою нормою прибутку;
створення комфортних умов для середньостатистичного покупця;
стимулювання інтересу з боку покупців щодо пропонованого товару;
створення лояльного образу відносно конкурентів та ін. [2].

Наведені цілі дозволяють уточнити загальні принципи цінової політики підприємства на майбутній період. Однак на практиці цього не завжди достатньо для визначення напрямку зміни цін через відсутність необхідної інформації про конкретні прийоми і методи реалізації цільових установок.

2. Аналіз несприятливих ринкових ситуацій, які створюються через проблеми в ціноутворенні, дозволяє більш повно вирішити поставлене завдання. Для цього аналізуються й узагальнюються конкретні ринкові ситуації та обставини, що з'явилися причиною серйозних економічних втрат: зменшення обсягу продажів, прибутку, частки на ринку і т. п. Основними індикаторами подібних ситуацій можуть бути такі факти:

ціни завищені щодо цін конкурентів на аналогічні товари, щодо реальної вартості товару і т. п.;
ціни надзвичайно занижені, що приносить значні збитки;
підприємство виглядає як експлуататор споживачів і ненадійний продавець;
зміна цін відбувається дуже часто або дуже рідко і не враховує змін, що відбуваються на ринку;

підприємство перекладає значні фінансові складнощі на його оптових покупців;
ціна товару відображається негативно на репутації підприємства і на процесі реалізації інших його товарів;

ціна товару представляється покупцям набагато вище, чим вони можуть заплатити за нього;
цінова політика не залучає споживачів, для яких проектувався даний товар.

Узагальнення реакцій підприємства (конкурентів) на аналогічні ситуації може служити основою для визначення характеру майбутніх змін цін на реалізовану продукцію.

3. Вивчення практики надання знижок дає важливу інформацію про чутливість споживачів щодо ціни. Склад, обсяг і умови надання знижок повинні бути об'єктом постійної уваги. Найбільш часто користуються такими знижками з ціни:

знижка на придбану кількість товару (оптова знижка). Проводиться за рахунок економії на виробничу собівартість товарів, витрат на складування, транспортування, продаж. На величину знижок впливає безліч чинників. Найбільш істотні з них: обсяг разової покупки, вид товару, швидкість і обсяг капіталообігу у даному товару. Знижки на кількість можуть досягати 40 – 50 %;

бонусні знижки – надаються постійним покупцям, викуповують у підприємства певну кількість товарів у встановлений період часу. Бонусні знижки коливаються в межах 5 – 10 %;

персональні знижки – виробляються для спеціальних покупців, в яких зацікавлене підприємство;

сезонні знижки – виробляються на товари, які мають сезонний характер. Їх використовують у період закінчення сезону;

поточні знижки на продукцію – мають на меті стимулювати або підтримувати попит на продукцію масового виробництва;

вимушені знижки – здійснюються для зменшення збитків підприємства, наприклад за рахунок складування товарів.

У ході обґрунтування можливої динаміки цін підприємства важливо не упустити ще один прихований від безпосередньої оцінки момент цінової політики. Мова йде про вплив доходів споживачів на зрушення в ціновій політиці, що призводять до неявної зміни цін [3].

Якщо виходити з того, що мета конкурентної боротьби в кінцевому рахунку зводиться до вилучення максимального прибутку, а джерелом цього прибутку є доходи споживачів, то положення про те, що конкурентна боротьба підприємства ведеться за доходи споживачів, має великий практичний сенс. Справа в тому, що динаміка доходів споживачів істотно впливає на попит і підприємства часто опиняються в ситуації, коли при інших рівних умовах тільки доходи основних споживачів визначають ціни та обсяги реалізації продукції.

Головним результатом аналізу інформації про ціни, одержуваної з незалежних джерел і обробленої за допомогою різного інструментарію, має бути підвищення ефективності цінової політики підприємства за рахунок скорочення втрат, викликаних ціновими факторами.

Наук. керівн. Косенков С. І.

Література: 1. Пунин Е. И. Маркетинг, менеджмент и ценообразование на предприятиях (в условиях рыночной экономики) / Е. И. Пунин. – М. : Международные отношения, 1993. 2. Тарасевич В. М. Ценовая политика в системе маркетинга / В. М. Тарасевич. – СПб. : СПбГУЭФ, 1997. 3. Томас Т. Стратегия и тактика ценообразования / Томас Т. Негл, Рид К. Холден. – СПб. : Питер, 2001.

Студент 5 курсу
факультету менеджменту та маркетингу ХНЕУ

ОСНОВНІ ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ МАШИНОБУДІВНОГО КОМПЛЕКСУ УКРАЇНИ

Анотація. Розглянуто особливості функціонування машинобудівного комплексу України. Виявлено основні проблеми та перспективи його розвитку.

Аннотация. Рассмотрены особенности функционирования машиностроительного комплекса Украины. Освещены основные проблемы и перспективы его развития.

Annotation. Features of functioning of a machine-building complex of Ukraine are considered. The basic problems and prospects of its development are covered.

Ключові слова: машинобудівний комплекс, спеціалізація, кооперація, концентрація, виробничо-територіальні зв'язки.

Машинобудівний комплекс України – це потужна галузь промисловості, яка визначає рівень економічного і промислового розвитку країни. Комплекс обумовлює науково-технічний прогрес як власних підприємств, так і підприємств усіх галузей промисловості [1, с. 34].

Метою статті є виявлення основних проблем і перспектив розвитку машинобудівного комплексу України.

Дослідженню розвитку машинобудівного комплексу в Україні присвячені праці таких вітчизняних вчених, як: Чернюк Л. Г., Ковалевський В. В., Михайлюк Е. Л., Дейнека А. Г.

Машинобудівний потенціал України фахівці порівнюють з потенціалом Англії і Франції, разом узятих. Одним із підтверджень цього є те, що Україна має такі унікальні підприємства важкого машинобудування, як "Азовмаш" у Маріуполі, Новокраматорський машинобудівний завод, об'єднання "Луганськтепловоз", Харківське науково-виробниче об'єднання (НВО) "Турбоатом", Сумське НВО ім. Фрунзе і десятки інших заводів та об'єднань. Однак машинобудівний комплекс України і спеціалізовані територіальні системи не сформувалися. Однією з причин цього є те, що часто навіть підприємства-сусіди десятки років перебували в різних відомствах, були різко розмежовані. З Москви планувалися господарські зв'язки, взаємні поставки, визначалася спеціалізація окремих підприємств. Тепер, коли Україна стала незалежною, територіальна організація машинобудування визначилася як одна з найважливіших проблем цього розвитку.

Взагалі в Україні склалися сприятливі умови для розвитку машинобудівного комплексу, але через відсутність матеріальної бази країна не здатна повністю реалізувати свій потенціал. Це пов'язано ще і з тим, що всі розвинені країни світу давно перейшли на безвідходне і маловідходне виробництва, чого Україна не може зробити знову ж таки через відсутність фінансів. Але, незважаючи на це, уряд приділяє немало уваги проблемам машинобудування. Сучасна стратегія державної промислової політики України передбачає збільшення темпів випуску наукоємної продукції високого рівня, освоєння нових конкурентоспроможних зразків техніки, підвищення якості та ефективності виробництва з орієнтацією на потреби внутрішнього ринку та збільшення експортного потенціалу [2, с. 101].

Для подальшого розвитку машинобудування в Україні є всі передумови. Перспективи такі: переорієнтація на виробництво конкурентоспроможних товарів для населення і народного господарства, освоєння нових прогресивних технологій;

формування організаційних структур управління галузями і підгалузями;

створення в Україні інформаційних систем для прийняття управлінських рішень;

освоєння економічних методів управління в умовах переходу до ринкових відносин;

територіальна організація машинобудівного комплексу.

Загальні напрямки розвитку машинобудівної галузі України до 2015 р. можна об'єднати в такі основні групи:

зміна галузевої структури виробництва машинобудування з метою збільшення питомої ваги дизелебудування, підйомно-транспортного машинобудування, електротехнічної, автомобільної промисловості, машинобудування для легкої, харчової промисловості. У той же час пропонується зменшити частки гірничошахтного та гірничорудного машинобудування, приладобудування у загальному обсязі виробництва продукції машинобудування;

розширення обсягів виробництва машинобудівної продукції для внутрішнього ринку при одночасному підвищенні її якості і скорочення асортименту продукції, що імпортується. До 2015 р. по-



треби України в машинобудівній продукції вітчизняного виробництва повинні бути задоволені не менш ніж на 70 %;

збільшення валютних надходжень від експорту машинобудівної продукції шляхом використання досягнень науково-технічного прогресу і поставок на зовнішні ринки товарів з високим рівнем технологічної переробки, а також освоєння нових ринків збуту;

використання інвестицій не для розширення виробничих потужностей машинобудівних підприємств, а для створення замкнутих циклів виробництва;

розробка нових технологічних процесів виробництва продукції;

закупівля технологій і ліцензій для освоєння виробництва нової машинобудівної продукції з високим рівнем надійності, тривалим життєвим циклом і низькими витратами всіх видів матеріалів при експлуатації;

упровадження у виробництво нових зразків машинобудівної продукції з урахуванням мінімізації відходів і можливості їх подальшого використання для випуску інших товарів;

розширення номенклатури машинобудівної продукції для суб'єктів підприємницької діяльності та сфери побутового обслуговування населення за рахунок розробки і виробництва багатофункціональної та малогабаритної техніки, здатної конкурувати із зарубіжними аналогами.

Таким чином, у сучасних складних умовах для успішного розвитку машинобудування в Україні потрібна не спішна приватизація, а реформа управління у сферах державного та матеріального виробництва, створення чіткої організаційної структури. Потрібно доручити управління машинобудуванням тому, хто вміє успішно вирішити цю проблему. Однак не обійтися і без опрацювання наукових засад територіальної організації цього складного комплексу.

Наук. керівн. Рубан В. В.

Література: 1. Балабаниць А. Збутовий потенціал підприємства та методики його оцінки / А. Балабаниць // Торгівля і ринок України : темат. зб. наук. праць з пробл. торгівлі. – Донецьк : Б. в., 2008. – 867 с. 2. Матвеева С. О. Економічна соціологія : підручник / С. О. Матвеева, Л. І. Лясота. – Суми : Університетська книга, 2009. – 184 с. 3. Евдокимов Ф. И. Азбука маркетинга / Ф. И. Евдокимов, В. М. Гавва. – М. : ИКФ "Сталкер", 2010. – 420 с. 4. Котлер Ф. Основы маркетинга / Ф. Котлер ; пер. с англ. – СПб. : Питер, 2009. – 205 с.

УДК 339.138(100)

Чечельницька Т. М.

Студент 6 курсу
факультету менеджменту та маркетингу ХНЕУ

ОСОБЛИВОСТІ ГЛОБАЛЬНОГО МАРКЕТИНГУ

Анотація. Розглянуто основні аспекти та особливості діяльності фірми, що керується концепцією глобального маркетингу. Проаналізовано чинники, що впливають на успіх глобальної маркетингової стратегії. Визначено суб'єкти глобального маркетингу та основні принципи їх функціонування.

Аннотация. Рассмотрены основные аспекты и особенности деятельности фирмы, которая руководствуется концепцией глобального маркетинга. Проанализированы факторы, влияющие на успех глобальной маркетинговой стратегии. Определены субъекты глобального маркетинга и основные принципы их функционирования.

Annotation. Basic aspects and features of activity of firm which follows conception of the global marketing are considered. Factors influencing success of global marketing strategy are analysed. The subjects of the global marketing and basic principles of their functioning are certain.

Ключові слова: глобальний маркетинг, глобальний ринок, глобальна маркетингова стратегія.

Процеси, що відбуваються на світових ринках, мають, безумовно, універсальний характер. І хоча природним представляється твердження про те, що чим розвиненішим і високо конкурентним є ринок, тим більшого значення набувають маркетингові, міжнародно-маркетингові критерії підприємницької поведінки, можна з упевненістю стверджувати таке: дане питання стосується перспекти-



вних і насущних життєвих проблем учасників ринкових стосунків як і в індустріально розвинених країнах, так і в державах, які тільки прагнуть налагодити ефективні економічні механізми, засновані на принципах свободи реалізації попиту і пропозиції.

Стає все менш можливим для бізнесу уникнути впливу інтернаціоналізації національної економіки, глобалізації світових ринків, і зростання нових ринків. Існує зростаюча взаємозалежність серед країн, індустріальна і культурна "тканина" яких стає одноріднішою. З'являються наднаціональні сегменти, що становлять ринкові можливості для фірми. Таким чином, питання про глобальну ринкову діяльність фірми набуває великої важливості і має деякі особливості.

Питанням глобальної маркетингової діяльності присвячені роботи як вітчизняних, так і зарубіжних учених. Серед них: Ж.-Ж. Ламбен, Т. Амблер, Т. Левітт, Голубков Е. П., Черенков В. А., Попов Е. В. та ін.

Відмінності в міжнародній орієнтації і підході до міжнародних ринків, на яких ведуть діяльність компанії міжнародного бізнесу, можуть бути описані однією з трьох концепцій міжнародного маркетингового управління:

- концепцією розширення внутрішнього ринку;
- концепцією мультивнутрішнього ринку;
- концепцією глобального маркетингу.

Метою даної статті є розгляд особливостей здійснення маркетингової діяльності фірми, заснованої на концепції глобального маркетингу.

Компанія, що керується цією концепцією або філософією, зазвичай іменується глобальною компанією, а її маркетингова діяльність – глобальним маркетингом, і ринок цієї компанії охоплює весь світ. Компанія, що застосовує глобальну тактику маркетингу, прагне до надійної якості та ефективних шкал стандартизованої продукції, що розробляється і яка повинна продаватися за прийнятною розумною ціною на глобальному ринку. Головний постулат глобальної маркетингової концепції припускає орієнтацію світового ринку на покупця для задоволення їх потреб і бажань. Таким чином, покупці складають значні ринкові сегменти покупців з аналогічним попитом на певний продукт у всьому світі. З цією орієнтацією компанія намагається стандартизувати свої методики (підходи) і додати їм практичну спрямованість у всьому світі (на світовій арені). Певні рішення стають прикладними і застосовуються у всіх країнах. Глобальна компанія розглядає світ у цілому як єдиний ринок та розробляє глобальну стратегію маркетингу.

Ступінь адаптації до місцевих культурних і ділових умов – один з найважливіших моментів, що впливають на вибір стратегії. Цей підхід визначається так: "Повсюдно продавати один і той же продукт одним і тим же способом". Глобальна стратегія маркетингу ґрунтується на припущенні, що покупці всього світу стають усе більш і більш схожі один на одного. Тому стандартизація продукції і структури маркетингу може привести до величезної економії, особливо у сфері реклами, упаковки і дистрибуції, оскільки їх не доводиться змінювати. Така стратегія суперечлива, оскільки пов'язана з багатьма чинниками, які ускладнюють її перенесення на новий національний ринок [1].

Не багато компаній – і серед них Coca-Cola, McDonald's, Exxon і останнім часом Levi Strauss – домоглися значного успіху за допомогою стратегій, які дозволяють діяти стандартизованим чином на різних ринках. Рекламна кампанія "Ковбоя Мальборо" працює досить добре у всьому світі. Coca-Cola – найбільш впізнана торгова марка безалкогольних напоїв на планеті. Та все ж не багато компаній досягли успіху за допомогою цього підходу. Таким чином, багато компаній вимушено пристосовувати свої стратегії до різних ринків. У таблиці перелічені деякі чинники, які, впливають на успіх глобальної стратегії маркетингу.

Таблиця

Чинники впливають на успіх глобальної маркетингової стратегії [2]

Чинники	Сприяють глобальній стратегії	Сприяють індивідуалізованій стратегії
Навколишнє середовище		
Унікальні культурні чинники, що впливають на споживання	Немає	Так
Правова ситуація	Аналогічні	Різні
Географічні чинники	Аналогічні	Різні
Участь уряду в бізнесі	Невтручання	Контроль
Ставлення до змін	Гнучке	Негнучке
Характеристики ринку	–	–
Характер місцевого населення	–	–
Ступінь урбанізації	Висока	Низька
Загальна чисельність населення	Дуже велика	Незначна
Складність ринкових інститутів	Складні	Прості
Продукт	–	–
Об'єм потенційного ринку	Обмежений	Обширний
Технічна складність продукту	Простий	Складний
Фінансові чинники	–	–
Рівень витрат на дослідження і розробки	Високий	Низький
Вплив ціни	Істотний	Незначний
Доступність інвестиційного капіталу	Висока	Низька



Таким чином, глобальна маркетингова стратегія буде успішною в тому випадку, якщо планом глобального маркетингу передбачений стандартизований продукт для глобального ринку, але передбачена спеціальна реклама залежно від країни, або продукція певної тематики для всіх країн із залученням відмітних ринкових характеристик продукції, фабричної марки або відомого образу, особливих для певної країни. При цьому допускається адаптація продукту для ринків тих країн, етнічні і соціальні особливості яких вимагають цієї адаптації.

Слід вказати причину, що примушує всі компанії, середні та малі, що торгують в одній країні або на цілому світі, керуватися глобальною маркетинговою концепцією. Оскільки середовище конкуренції, в якій діють підприємства США, стає більш інтернаціональним – і цей чинник поза сумнівом зростатиме – найбільш ефективною орієнтацією для всіх фірм, що працюють на ринках інших країн, буде глобальна орієнтація. Це означає, що всі ринки зарубіжних країн та компанії, що діють на цих ринках, об'єднуються в єдиний ринок, для якого можлива стандартизація всіх маркетингових засобів і підходів (стандартизація продукції), коли це ефективно і здійснено з урахуванням соціальних і культурних особливостей країн.

Будь-яка форма глобального маркетингу вимагає керівництва. Необхідне чітке розділення відповідальності або сфер впливу між регіональним, міжнародним і місцевим керівництвом. Корпораціям, що оперують по всьому світу, необхідні міжнародні відділи маркетингу і локальні компанії, що займаються збутом. Компаніям, що діють у декількох країнах, достатньо міжнародного координатора торгової марки. Проте всі організаційні структури такого типу здійснюють свою діяльність, виходячи з основних принципів глобального маркетингу – культура, інформація і обмін знаннями. Згідно з Барлеттом і Гошелом, "ймовірно, найбільш важлива вимога до транснаціональної організації – необхідність організаційної конфігурації, заснованої на принципі зворотної залежності підрозділів. Подібна взаємозалежність ресурсів і відповідальності ламає ієрархічні зв'язки між локальними і глобальними інтересами, роблячи спільність ресурсів, ідей і можливостей самовідтворюваною нормою" [4].

Таким чином суб'єктом глобального маркетингу є транснаціональні компанії, що діють на міжнародному ринку та використовують єдину стратегію для товару (послуги), яка підходить усьому світовому (глобальному) ринку та забезпечує конкурентоспроможність та можливості економії ресурсів.

Виходячи з вищезазначеного, можна зробити висновок, що головною особливістю глобального маркетингу є глобальність мислення і локальність дії, яка забезпечує фірмі можливість синхронного виходу на міжнародні ринки.

Наук. керівн. Притиченко Т. І.

Література: 1. Амблер Т. Практический маркетинг / Т. Амблер. – СПб. : Питер, 2001. – 400 с. 2. Голубков Е. П. Современные тенденции развития маркетинга / Е. П. Голубков // Маркетинг в России и за рубежом. – 2004. – № 1. – С. 3–18. 3. Ламбен Ж.-Ж. Стратегический маркетинг. Европейская перспектива / Ж.-Ж. Ламбен. – СПб. : Наука, 1996. – 589 с. 4. Попов В. М. Менеджмент и маркетинг бизнеса в международных компаниях / В. М. Попов, С. И. Ляпунов, Л. Ю. Муртазалиева ; под ред. В. М. Попова. – М. : Финансы и статистика, 2001. 5. Черенков В. И. Международный маркетинг : пакет учебно-методический поддержки курса : в 4 ч. / В. И. Черенков, Н. И. Черенкова. – СПб. : Издательство СПбГУЭФ, 2001.

УДК [336.77:334.722] (477)

Коваленко К. О.

Студент 6 курсу
факультету менеджменту та маркетингу ХНЕУ

ФІНАНСОВО-КРЕДИТНІ МЕХАНІЗМИ ПІДТРИМКИ МАЛОГО ТА СЕРЕДЬОГО БІЗНЕСУ В УКРАЇНІ

Анотація. Розглянуто основні проблеми фінансування малого і середнього бізнесу, пов'язані з браком грошових коштів на розвиток підприємницької діяльності. Актуальність розвитку малого та середнього бізнесу обумовлюється тим, що сьогодні саме малими та середніми підприємствами створюється велика частина валового внутрішнього продукту в країнах з розвинутою ринковою економікою, на які зараз орієнтуються України. Запропоновано основні джерела фінансування малого і середнього бізнесу в Україні.

© Коваленко К. О., 2011



Аннотация. Рассмотрены основные проблемы финансирования малого и среднего бизнеса, связанные с нехваткой денежных средств на развитие предпринимательской деятельности. Актуальность развития малого и среднего бизнеса обуславливается тем, что сегодня именно малыми и средними предприятиями создается большая часть валового внутреннего продукта в странах с развитой рыночной экономикой, на которые сейчас ориентируется Украина. Предложены основные источники финансирования малого и среднего бизнеса в Украине.

Annotation. The main problems of financing small and medium-sized businesses related to lack of funds for business development are considered. The urgency of development of small and medium-sized businesses is caused by the fact that today SMBs are a great part of the gross domestic product in countries with developed market economies, which now focuses Ukraine. The basic sources of financing for small and medium-sized businesses in Ukraine are proposed.

Ключові слова: суб'єкти малого та середнього бізнесу, джерела фінансування та кредитування, позика, підтримка, кошти.

Глобалізація економіки, яка проявляється у розширенні можливостей переміщення людей, капіталів, знань, технологій, супроводжується посиленням конкуренції, структурною перебудовою світової промисловості і банківської системи, сплеском інтеграційних процесів у різних регіонах світу.

За даними Державного комітету статистики України, на початку 2010 року у сфері малого підприємництва в Україні налічувалося близько 300 тис. суб'єктів господарювання (без фермерських господарств). Але незважаючи на те, що темпи розвитку малого і середнього бізнесу в Україні на початку XXI століття були найвищими в СНД, кількість суб'єктів малого підприємництва ще надто невелика для створення необхідної для їх розвитку конкурентного середовища [1].

Особливо важливою для суб'єктів малого підприємництва є проблема пошуку джерел фінансування подальшого розвитку. Діючи в Україні малі підприємства, як правило, вимагають невеликих капіталів (до 5 – 10 тис. доларів), тому вони не привабливі для закордонних приватних інвесторів, а гроші вітчизняних кредитно-фінансових установ можуть задовольнити менше чверті готівкових проектів.

До того ж, комерційні банки не зацікавлені у кредитуванні малих підприємств, тому що віддача у вигляді майбутніх відсотків порівняно низька, а ризик великий. Основним державним органом, який надає фінансову підтримку малим підприємствам, є Український фонд підтримки підприємництва (УФПП). Він фінансує за пільговими відсотками цільові програми і проекти, проводить консультації. Але кошти, які держава направляє до фонду, дуже обмежені. З початку 2000-х років передбачені асигнування в розмірі 0,1 % видаткової частини бюджету. Для порівняння: у розвинених країнах – 1 – 2 %. Крім того, УФПП отримує з Фонду держмайна 5 % коштів, отриманих від приватизації. Цих сум далеко не достатньо для фінансування всіх заявок.

Друге державне джерело фінансів для малих підприємств – Український державний фонд підтримки селянських (фермерських) господарств, який обслуговує фермерів і кредитує проекти, пов'язані з експлуатацією земельних ділянок. Держава виділяє фонду в три рази менше коштів, ніж УФПП, що фактично нівелює його можливості [2].

В останні роки все більшу питому вагу в кредитуванні малого бізнесу становлять зарубіжні джерела. В Україні працюють ряд міжнародних інвестиційно-кредитних організацій, які разом із коштами українських фондів та комерційних банків підтримують розвиток малого бізнесу.

Загальним недоліком державних фондів і міжнародних інвесторів є те, що вони використовують традиційний арсенал фінансування малих підприємств. Найчастіше вони обмежуються кредитуванням за зниженими відсотковими ставками. Пільгові кредити, як правило, доходять до дуже невеликої кількості підприємств і протягом великого терміну. Багато часу забирає експертна оцінка проекту, конкурсний відбір претендентів, адміністративні процедури [3].

Отже, виходячи з того, що малий бізнес не є привабливим для традиційного банківського кредитування, а масштаби державної та закордонної фінансової підтримки невеликі і не йдуть ні в яке порівняння з реальними потребами, актуальним стає питання формування в Україні небанківського фінансового сектору.

Певні кроки в цьому напрямку на державному рівні вже зроблені. Так, розроблено проект Програми державної підтримки позабанківського фінансового сектору в Україні. У програмі зазначається, що головною метою держави повинно стати введення прогресивних фінансових технологій підтримки малих підприємств, фінансування пріоритетних напрямів розвитку малого бізнесу (за галузями, територіями), інтеграція фінансових механізмів у загальну фінансово-кредитну систему України. Провідною ідеєю програми є нова фінансова ідеологія, в якій акценти перенесені з бюджетних джерел на позабюджетні. На думку автора, програма за умови включення дієвих механізмів її реалізації має стати серйозним поштовхом у розвиток малого підприємництва [2].

Відповідно до програми одним із найефективніших напрямів фінансової допомоги малому бізнесу має стати використання механізмів гарантування позик. За оцінками експертів розвинених країн, надання малим підприємствам державних гарантій в Україну значно збільшить кількість програм і проектів, на які малі підприємства беруть позики в банках. Обсяг кредитів, що надається, зросте і на багато збільшить суми, які відволікаються держбюджетом для прямого фінансування. А якщо взяти до уваги те, що, за правилами, гарантії надаються лише на частину кредитної суми, то обсяг кредитування зросте ще більше.

Кредитно-гарантійна установа (далі КДУ) підтримки малого та середнього бізнесу розпочало свою роботу в лютому 2000 року шляхом надання гарантій виробничим малим підприємствам. За



невеликий термін роботи з КДУ підприємці відзначають істотне прискорення процедур кредитування, банки – можливість значного збільшення клієнтури за рахунок малих підприємств. Але все-таки вартість кредитних ресурсів, що надаються за допомогою КДУ, залишається досить високою для суб'єктів малого бізнесу. Негативний момент і в тому, що КДУ – лише одна установа на всю країну, і ясно, що всіх проблем вона не вирішить. Подібні установи, які фінансувалися б державою і спонсорами слід створити у всіх регіонах України або наділити гарантійними функціями вже існуючі фонди на місцях [4].

Держава також повинна брати участь у фінансуванні малих підприємств шляхом надання їм гарантованих замовлень на виробництво тієї чи іншої продукції, в законодавчому порядку регламентувати розміщення певної частини замовлень серед малих підприємств. У результаті останні отримають конкретні замовлення споживачів і гарантовані доходи, можливо, на довгостроковий період.

Становить інтерес і таке джерело фінансових ресурсів, як кредитні спілки. Це така форма самоорганізації громадян, яка передбачає створення кас взаємодопомоги. Підприємства, які обирають таку форму фінансування, не звертаються до банків або інших зовнішніх джерел інвестування, формують фінансовий резерв шляхом внесення паїв членів кредитної спілки. Але кредитні спілки спроможні не тільки виконувати функції взаємодопомоги. На вищому щаблі свого розвитку вони можуть виступати і як своєрідні банки або кредитні інститути.

А в економіці України продовжує зберігатися парадоксальна ситуація, коли надання дедалі більших коштів призводить або до погіршення ситуації, або до досягнення мінімальних результатів. Рішення приймаються особами, зацікавленими у збільшенні розмірів датування, відсутні незалежні оцінки.

Без створення особливої системи управління підприємствами, які використовують бюджетні ресурси, системи зацікавленості та відповідальності керівників усіх рангів проблему зростаючої необхідності в датуванні в промисловості не вирішити. Виваженість рішень, які приймаються, оптимальність використовуваних інструментів стають важливими передумовами для досягнення високої конкурентоспроможності держави. Не слід забувати, що проблема датування – це не тільки економічна, а й політична проблема, яка вимагає сильної волі, реального соціального партнерства, здатності нести відповідальність за подальший розвиток держави і суспільства [5].

Наук. керівн. Борисенко М. А.

Література: 1. Матеріали сервера Державного комітету статистики України [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.ukrstat.gov.ua>. 2. Сухорукова Т. Державна підтримка великого бізнесу / Т. Сухорукова // Економіка України. – К., 2007. – № 1. – С. 47–51. 3. Податковий кодекс України // Офіційний вісник України. – 2010. – Т. 1. – № 92. – С. 9 [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://zakon.rada.gov.ua/cgi-bin/laws/main.cgi?nreg=2755-17&c=1>. 4. Галь В. Розвиток малого та середнього бізнесу в Україні / В. Галь // Вісник національного банку України. – К., 2010. – № 1. – С. 13–15. 5. Про державну підтримку малого підприємництва : Закон України // Відомості Верховної Ради України. – 2000. – № 51. – Ст. 447 [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://zakon.rada.gov.ua/cgi-bin/laws/main.cgi?nreg=2063-14>. – Дата доступу : 01.06.2011.

УДК 658.624:664.6

Кузьменко В. В.

Студент 6 курсу
факультету менеджменту та маркетингу ХНЕУ

РОЗВИТОК ПІДПРИЄМСТВА ШЛЯХОМ ВИПУСКУ НОВИХ ТОВАРІВ НА РИНКУ БОРОШНЯНИХ КОНДИТЕРСЬКИХ ВИРОБІВ

Анотація. Досліджено стан і тенденції розвитку ринку борошняних кондитерських виробів. Розкрито поняття нового товару та виділено головні аспекти впровадження нового товару на ринок.

Аннотация. Исследовано состояние и тенденции развития рынка мучных кондитерских изделий. Раскрыто понятие нового товара и выделены главные аспекты внедрения нового товара на рынок.

© Кузьменко В. В., 2011



Annotation. This article explores the status and trends in the market of flour confectionery products. The concept of a new product is explained, and the main aspects of the new product to market are highlighted.

Ключові слова: інновація, новий товар, ринок кондитерських виробів, сегменти ринку.

Актуальність даної теми полягає у тому, що на кондитерському ринку борошняних виробів в умовах постійно мінливих запитів споживачів, технологій та конкурентного оточення виживання підприємства напряму залежить від того, наскільки успішно вона розробляє та впроваджує нові товари на ринок.

Упровадження нового продукту на ринок досліджували такі вчені і науковці, як: Ф. Котлер, Дж. Еванс, Б. Берман, Кардаш В. Я. Теоретичні проблеми взаємозалежності розвитку ринкової економіки й інновацій досліджували такі науковці, як Антонюк Л. Л., Глазьев С. Ю., Б. Лундвалл, Мосій О. Б., М. Хучек, Ж. Ламбен, Р. Купер та ін. Особливості та головні тенденції кондитерського ринку розкриті у публікаціях таких авторів, як С. Романьок, А. Сливончик, О. Ткаченко та ін.

Метою статті є обґрунтування необхідності впровадження нових товарів на ринок борошняних кондитерських виробів.

Розробка нових товарів – одна з ключових ланок комплексу маркетингу, в рамках якого ставиться завдання вивчення заходів з підвищення конкурентоспроможності товарів, особливо з точки зору якості та обліку запитів кінцевих споживачів, налагоджується процес випуску нових товарів, оптимізується товарний асортимент і подовжується життєвий цикл товарів.

Відповідно до міжнародних стандартів інновація визначається як кінцевий результат інноваційної діяльності, що одержав втілення у вигляді нового або удосконаленого продукту, впровадженого на ринку, нового або удосконаленого технологічного процесу, використовуваного в практичній діяльності, або в новому підході до соціальних послуг. Інновація може бути розглянута як в динаміці, так і в статистичному аспекті. В останньому випадку інновація рекомендується як кінцевий результат науково-виробничого циклу (НВЦ) [1].

Також визначимо поняття "новий товар" – це новий продукт, що надійшов на ринок і відрізняється від існуючих товарів схожого призначення якою-небудь зміною споживчих властивостей [2].

Розробка, впровадження у виробництво нової продукції мають для фірм важливе значення як засіб підвищення конкурентоспроможності й усунення залежності фірми від розбіжності життєвих циклів виробленої продукції.

Розробка і виведення на ринок нового товару зумовлені такими чинниками:

необхідністю захистити компанію від наслідків неминучого процесу старіння існуючих товарів, який викликається конкуренцією або моральним зносом. Введення нового товару або послуги в асортимент необхідно для захисту вже вкладених у компанію коштів;

необхідністю розширювати виробництво більш швидкими темпами, ніж це можливо при вузькому асортименті товарів, що випускаються, розподіляти комерційний ризик на більш широкий спектр товарів і послуг, зменшувати вплив конкуренції на окрему сферу діяльності компанії;

необхідністю забезпечити більш швидке і поступове збільшення загальної рентабельності компанії, що виражається відношенням прибутку до вкладеного капіталу, шляхом збереження і збільшення конкурентоспроможності, більш раціонального використання відходів виробництва, більш повного використання виробничих потужностей і можливостей персоналу і, як наслідок, більш рівномірного розподілу деяких накладних витрат, зменшення сезонних і циклічних коливань у рівні виробництва і збуту.

Ринок кондитерських виробів характеризується широким номенклатурним рядом товарів, які традиційно об'єднують у три групи: борошняні кондитерські вироби (солодке печиво, вафлі, пряники, рулети, кекси та ін.); шоколадні вироби, що містять какао (шоколад, шоколадні цукерки та ін.); цукристі вироби без какао (карамель, мармелад, зефір та ін.).

Ринок кондитерських виробів в Україні сьогодні досить розвинений і структурований. Виробники стимулюють зростання споживання якісних і складних у виготовленні кондитерських виробів. У структурі реалізації цієї продукції частка великих торгових мереж сягає 35 – 40 % у грошовому вираженні. До кризи кондитерська галузь в Україні стабільно зростала. Розвиток ринку став швидко сповільнюватися вже у 2008 р. – характерні для 2003 – 2005 рр. 40 – 50 % зростання змінилися на 15 – 18 %. Якщо у 2007 р. виробництво кондитерських виробів зросло на 6,1 % (до 253 тис. т), то у 2008 р. воно знизилося на 2 % (до 249 тис. т) [3].

За обсягами виробництва мучні кондитерські вироби у 2010 р. зайняли перше місце в структурі виробництва кондитерських виробів. Випуск цієї продукції склав 418,9 тис. т, що більше показників 2009 р. на 17,4 тис. т – 4,25 %. Ринок кондитерських виробів в Україну є висококонцентрованим.

У передсвяткові і святкові дні борошняні кондитерські вироби переходять з категорії повсякденного в категорію підвищеного попиту. Через свою специфіку і порівняно низьку еластичність попиту ринок борошняних кондитерських виробів залишався стійким, передбачуваним і дозволяв своїм гравцям відносно ефективно планувати розвиток бізнесу.

Особливість мислення споживачів полягає в тому, що вони дуже добре запам'ятовують у новій товарній категорії першу марку, яка цю категорію створила або перша почала в ній працювати, а всі наступні марки вже, як правило, у свідомості споживачів не мають тієї ваги, який має марка-піонер. Цим можна пояснити лідируючі позиції деяких виробників борошняних кондитерських виробів у своїх сегментах ринку.



Тенденції розвитку галузі:
зростання різноманітності видів борошняних кондитерських виробів;
підвищення якості продукції за рахунок придбання підприємствами більш якісного обладнання;
підвищення ціни на кінцевий продукт за рахунок підвищення цін на сировину;
збільшення виробництва борошняних кондитерських виробів у середньому і більш дешево-му сегменті за рахунок зниження купівельної спроможності населення (зміщення цінових сегментів у бік здешевлення);
концентрація ринку на тлі витіснення дрібних виробників, особливо це стосується малопо-тужних заводів продтоварів, хлібозаводів, цехів на непрофільних підприємствах.
Сегмент борошняних кондитерських виробів протягом 2006 – 2010 років утримував стабіль-ні позиції завдяки випуску нової продукції з ускладненою рецептурою.
Ринок кондитерських виробів майже досяг рівня свого повного насичення. Це зумовило по-силення конкурентної боротьби між виробниками, наслідком чого стала поява продукції з якісно новим набором цінностей. Таким чином буде забезпечено отримання підприємствами стійких кон-курентних переваг і максимальних вигод на ринку.
Отже, на ринку борошняних кондитерських виробів вирішальним чинником успіху є здат-ність компанії створювати принципово нові продукти і сегменти ринку.

Наук. керівн. Борисенко М. А.

Література: 1. Инновационный менеджмент / под ред. Ильенковой С. Д. – 3-е изд., перераб. и доп. – М. : Юнити-Дана, 2007. – 335 с. 2. Кардаш В. Я. Товарна інноваційна політика : підручник / В. Я. Кардаш. – К. : КНЕУ, 2002. – 266 с. 3. <http://eda.mk.ua> 4. <http://www.proinfo.com.ua>

УДК [004.738.1:658.8]:657.6

Омельяненко О. В.

Студент 6 курсу
факультету менеджменту та маркетингу ХНЕУ

АКТУАЛЬНІ ПИТАННЯ ІНТЕРНЕТ-МАРКЕТИНГУ. МАРКЕТИНГОВИЙ АУДИТ САЙТА

Анотація. Проаналізовано існуючий досвід використання маркетингового аудиту як ін-струменту комплексного аналізу ефективності сайту. Досліджено застосування маркетинго-вого аудиту на українських Інтернет-ресурсах. Виявлено причини доцільності аудиту сайтів в Інтернеті.

Аннотация. Проанализирован существующий опыт использования маркетингового ау-дита как инструмента комплексного анализа эффективности сайта. Исследовано применение маркетингового аудита на украинских Интернет-ресурсах. Выявлены причины целесообразно-сти аудита сайтов в Интернете.

Annotation. The existing experience of using a marketing audit had been analyzed as an instrument of the comprehensive analysis of efficiency of a site. The use of the marketing audit on the Ukrainian internet resources had been investigated. The reasons for the need for auditing sites on the internet had been identified.

Ключові слова: маркетинговий аудит сайту, сайт, ефективність сайту.

Забезпечення конкурентоспроможності та ефективності діяльності будь-якого сучасного суб'єкта господарювання вимагає освоєння віртуального ринку. Наявність функціонального сайту компанії сприяє досягненню цієї мети. У сучасних умовах вивчення ефективності маркетингової ді-яльності та віртуального ринку є об'єктивною потребою. Одним із засобів досягнення поставленої мети є здійснення маркетингового аудиту сайту, бо вже доведено, що його використання призвод-ить до позитивних економічних результатів.

Питанню необхідності маркетингового аудиту присвячені роботи як вітчизняних, так і зару-біжних вчених. Серед них Белявський І. К., Секерін В. Д., Ковалев А. М., Бухалков М. І., Г. Ассель, І. Ансофф та ін. Проте слід зауважити, що зарубіжна та українська практика впровадження цього



інструменту на віртуальному ринку відрізняються через невеликий досвід використання аудиту сайтів вітчизняними підприємствами.

Метою даної статті є висвітлення питань щодо доцільності постійного маркетингового аудиту сайта як необхідного інструменту його ефективного функціонування.

Аналіз та оцінка маркетингових кампаній є невід'ємною частиною роботи будь-якого відділу маркетингу. Традиційні питання, якими задаються маркетологи, це: "Яка ефективність ваших дій? Якою буде вартість залучення одного клієнта? Як оцінити внесок пропонованої акції в успіх фірми?" У той же час, поза їхньою увагою залишається оцінка витрат на сайт фірми.

У кожної сучасної компанії має бути Інтернет-представництво, яке потребує періодичної плати у вигляді різноманітних статей у бюджеті: на хостинг, на підтримку адміністратором, на створення контенту, на просування і на періодичні оновлення структури, навігації та дизайну [1].

У вітчизняному бізнесі поки що не є правилом аналізувати ефективність сайта так само, як аналізується ефективність маркетингової акції або окремої рекламної кампанії. Наявність функціонального сайта вже вважається достатнім. Аудит ефективності – це обов'язкова процедура, яка повинна систематично проводитися протягом усього періоду існування кожного сайта.

Ринок послуг аудиту сайтів в Україні тільки починає зароджуватися. До кризи головним і практично єдиним напрямом був технічний аудит, який рідко становить самостійну послугу і надається в рамках оптимізації або редизайну сайта. Головне завдання технічного аудиту – підвищити "видимість" сайта в пошукових системах, і, як наслідок, залучити більше відвідувачів. З початком кризи в Інтернет-маркетингу починає розвиватися новий для інтернету напрям – маркетинговий аудит сайта, який відповідає за підвищення ефективності самого сайта, поліпшення показника конвертації "Відвідувач/Клієнт" і зростання обсягів продажів [2]. У число головних запитань маркетингового аудиту входять такі:

Наскільки ефективним є сайт? Що заважає збільшенню його ефективності?

Наскільки складна процедура користування сайтом?

Який функціонал варто додати, а який вилучити?

Як покращити дизайн, навігацію та контент? Як підвищити юзабіліті?

Чим сайт відрізняється від сайтів конкурентів?

Проаналізувавши великий обсяг інформації щодо методики здійснення маркетингового аудиту, автор виділяє сім його складових, а саме:

1. Обґрунтованість обраної ідеології та стратегії. Стратегія охоплення віртуального ринку може змінюватися залежно від інтенсивності його глобалізації, однак ідеологія повинна бути незмінною.

2. Ефективність онлайн брендингу. Доцільним є оцінка якісних та кількісних характеристик купівельної поведінки споживачів. Серед них можна визначити: трафік прямих споживачів, вивчення сприйняття, кількість відвідуваних сторінок користувачем, повторні покупки [1].

3. Поліпшення юзабіліті. Юзабіліті – це зручність користування сайтом і концепція побудови веб-інтерфейсів сайта, які спрямовані на досягнення основної мети його існування [3]. Для поліпшення юзабіліті слід постійно проводити тестування за допомогою, наприклад, таких сервісів, як Userfly, Feedback Army, Google Website Optimizer та інші.

4. Якість пошукової оптимізації. Робота з оптимізації включає роботу з внутрішніми чинниками – приведення тексту і розмітки сторінок у відповідність із запитами, поліпшення якості та оптимізація кількості тексту на сайті, удосконалення структури, навігації і внутрішніх посилань сайта; а також із зовнішніми чинниками – обмін посиланнями, реєстрація в каталогах та інші заходи для підвищення частоти переходу на ресурс.

5. Обґрунтованість використання контекстної реклами. Контекстна реклама – це вид розміщення рекламних оголошень у мережі Інтернет, в основі якого має полягати принцип відповідності змісту рекламного оголошення контексту (вмісту) Інтернет-сторінки, на якій розміщується даний матеріал [2]. Проведення контекстної Інтернет-реклами включає: складання тексту оголошення і підбір ключових запитів; підбір оптимальних цін за перехід; підбір і підключення, у разі необхідності, рекламних майданчиків; індивідуальний графік показу оголошень.

6. Ефективність партнерських програм. Партнерська програма – це форма ділової співпраці між продавцем певного товару чи послуги в мережі Інтернет і посередниками, за якої вони, виступаючи у якості партнерів, привертають користувачів на сайт продавця, за що отримують винагороду у вигляді відсотка від продажів або фіксованої суми за якусь заздалегідь визначену дію користувача (покупку товару, заповнення форми, відвідування користувачем певних сторінок тощо) [3]. Для участі у такій партнерській програмі власникові сайта необхідно зареєструватися, згенерувати HTML-код партнерського банера або посилання (це робиться автоматично на сайті організатора) і вставити отриманий код у код своїх сторінок, розмістивши таким чином банери або посилання організатора на своєму сайті.

7. Інтернет PR. Інтернет PR – це розміщення статті або новини на сайті або декількох сайтах з метою сприяння створенню та підтриманню доброзичливих відносин між організацією та спільнотою у віртуальному просторі. Для цього, наприклад, визначається індекс цитування, що впливає на пошукову оптимізацію.

Зі зростанням конкуренції і скороченням бюджетів на рекламу зростає потреба в підвищенні ефективності сайта як інструменту бізнесу, тому прогнозується підвищення інтересу до маркетингового аудиту.

Власники сайтів прагнуть використовувати останні досягнення веб-проекування, навіть якщо частина аудиторії не готова оцінити їх через повільне Інтернет-з'єднання старих версій браузерів.



рів або відсутність відповідного програмного забезпечення. У той же час на українських Інтернет-ресурсах рідко зустрічаються такі функції, як голосовий супровід сайта чи можливість збільшення шрифту, що є об'єктивно необхідним для людей з обмеженими можливостями.

Для більшості зручність користування сайтом, швидкість знаходження потрібної інформації та відповідність сучасним тенденціям у дизайні – більш актуальні питання. Теоретично, контент (тексти, графіка, мультимедіа, файли) важливий для кожного сайта, проте до цих пір більшість сайтів становлять візитки та вітрини, а нечисленні тексти створюються майже виключно в цілях пошукової оптимізації.

Таким чином, маркетинговий аудит сайта – це пошук можливостей удосконалення сайта. Зростання показника конвертації "Відвідувач/ Клієнт" є одним із індикаторів доцільності маркетингового аудиту сайта. Особливо корисно провести аудит напередодні редизайну старого і через деякий час після запуску нового сайта [4]. На сьогоднішній день підключення маркетолога до створення сайта хоч і не є загальноприйнятим стандартом, проте вже набуває популярності.

Нарешті, аудит сайта знижує витрати на пошукову оптимізацію. Сайт оптимізувати методами маркетингового аудиту простіше, швидше і дешевше.

Наук. керівн. Борисенко М. А.

Література: 1. www.4p.ru. 2. Дихтль Е. Практический маркетинг / Е. Дихтль. – М. : Высшая школа, 2003. – 479 с. 3. <http://www.marketing.spb.ru>. 4. Бухалков М. И. Современная концепция маркетинга, его функции / М. И. Бухалков. – М. : ИНФРА-М, 2005. – 378 с.

УДК 336.713 (477)

Притиченко Н. В.

Студент 6 курсу
факультету менеджменту та маркетингу ХНЕУ

МЕТОДИЧНІ ПІДХОДИ ЩОДО РЕЙТИНГОВОЇ ОЦІНКИ КОМЕРЦІЙНИХ БАНКІВ В УКРАЇНІ ТА ЗА КОРДОНОМ

Анотація. Розглянуто основні аспекти та методи здійснення рейтингової оцінки банків. Проаналізовано ефективність існуючих методичних підходів щодо визначення конкурентної позиції банку та виявлено їх недоліки.

Аннотация. Рассмотрены основные аспекты и методы осуществления рейтинговой оценки банков. Проанализирована эффективность существующих методических подходов к определению конкурентной позиции банка и выявлены их недостатки.

Annotation. The article describes the main aspects and methods of rating banks. The effectiveness of existing methodological approaches to determining the competitive position of the bank were analysed and their shortcomings were identified.

Ключові слова: рейтингова оцінка, комерційний банк, методика рейтингової оцінки, рейтингова система оцінки.

Методики рейтингової оцінки українських комерційних банків сьогодні більшою мірою пристосовуються до постійно мінливих умов існування кредитно-фінансової системи, і тільки потім виконують свою основну функцію – обслуговують потреби суб'єктів ринку в інформації. У цих умовах практично будь-який банківський рейтинг (особливо побудований на вивченні формалізованих критеріїв) сьогодні буде лише відображати більшу або меншу рішучість комерційних банків відповідати вимогам часу, а не орієнтувати економічних партнерів у виборі їх стабільного фінансового партнера.

Метою даної статті є критичний аналіз існуючих методичних підходів щодо рейтингової оцінки банків в Україні та за кордоном.

Питанням оцінки конкурентної позиції, в тому числі і проблемам рейтингової оцінки банків, присвячено роботи багатьох вітчизняних та іноземних учених, серед яких слід виділити Азоева Г. Л., Герчікову І. М., Іванова Ю. Б., Колодізева О. М., Тригуб Д. В., Кромонова В. С., Хмелинко О. В., Ширінської О. Б. та ін.

Під рейтинговою оцінкою комерційного банку розуміється його віднесення до певного розряду або категорії на основі обраних оцінних показників. Для рейтингової оцінки необхідні такі два компоненти:

© Притиченко Н. В., 2011



система оцінних показників, що характеризують діяльність комерційного банку; обчислювальна процедура розміщення банків по місцях у рейтингу на основі оцінних показників.

Більшість закордонних та вітчизняних методик рейтингової оцінки банківських установ, що зустрічаються в літературі, можна розділити на 4 основні групи.

У першу групу входять методики оцінки за обмеженим набором абсолютних показників, причому в якості базису для порівняння банків часто обирається лише один з них. Їхнім загальним недоліком є неконкретність оцінки фінансових установ, що не надає повної інформації про банк, а лише характеризує його з позицій розміру.

До числа подібних методик можна віднести рейтинг журналу *Banker*, що у липні 1970 року першим на Заході опублікував рейтинг 300 найбільших міжнародних банків [1]. У польському журналі *Markets and Research* рейтинг центральноєвропейських комерційних банків побудований на їхньому ранжируванні за розміром капіталу. У країнах Співдружності до цієї групи можна віднести методику Агентства банківської інформації газети "Економіка и жизнь", де у якості бази для порівняння виступають активи банків [2].

Друга група методик заснована на використанні в оцінці банку абсолютних і відносних показників. Причому, як правило, абсолютні показники використовуються для попереднього ранжирування банків за їхньою величиною, а відносні – для наступного визначення з використанням якоїсь обчислювальної процедури комплексного значення рангу банку. Абсолютні й відносні показники можуть одночасно служити базою для розрахунку синтетичного рейтингу банку. Порівняно з методиками першої групи рейтинги другої мають певні переваги, тому що в останньому випадку діяльність банку характеризується більш детально. Однак тут дуже важливо правильно обрати набір показників й обмежень, які б об'єктивно описували якість роботи банку для стороннього спостерігача. Також у методиках другої групи вирішується питання про вагомість кожного з показників, що використовуються у підсумковому рейтингу. Тобто визначається, який показник є найважливішим при оцінці банку: ліквідність, рентабельність, надійність чи можливо інший.

Прикладом таких методик може служити система рейтингової оцінки газети "Комерсантъ – daily", яка експериментує в даній сфері починаючи з 1993 року. Слід відзначити, що незважаючи на те, що всі показники, які в ній застосовуються, носять відносний характер, всі банки-учасники поділені між собою на 5 груп за таким абсолютним показником, як капітал-нетто (регулятивний капітал). Далі рейтинг проводиться в середині кожної групи. Для того щоб привести розрахункові коефіцієнти різних банків у середині однієї групи, їх нормують шляхом розподілу кожного з них на максимальне для цієї групи значення. Ще однією специфічною рисою даного рейтингу є своєрідна ієрархічна структура знаходження його підсумкового значення. В основі цього процесу лежить оцінка діяльності за 4 напрямками: структура активів та пасивів, надійність і прибутковість, які характеризуються групою коефіцієнтів.

Методика третьої групи, окрім формалізованих показників (побудованих на підставі показників балансу), також враховує і неформалізовані критерії (тобто ті, які не можна безпосередньо представити в цифровій формі), що при абстрактному підході дозволяє здійснювати більш точну оцінку банку. Однак, з огляду на те, що в подібних методиках використовується значна кількість показників, зростає ймовірність помилок при виведенні підсумкового показника. Але більшу небезпеку викликає правильний метод оцінки неформалізованих показників, що може звести нанівець весь ефект їхнього використання в рейтингу.

Прикладом системи рейтингової оцінки третьої групи може бути методика Російського інформаційного центру "Рейтинг" (ІЦ "Рейтинг"), який ще в 1992 році приступив до аналізу балансів банків з метою визначення їх надійності. Сьогодні рейтинг ІЦ "Рейтинг" публікується в провідних російських видання щомісяця. Дана методика заснована на аналізі надійності банку з погляду різних суб'єктів: банків, вкладників й акціонерів.

Для кожного банку обчислюється свій показник надійності. Потім всі банки впорядковуються відповідно до величини цього показника.

Особливістю методики четвертої групи є те, що вона характеризує лише одну специфічну сферу діяльності банку з використанням, як правило, не менш специфічних показників і методів їхньої оцінки. Так, методика *Top-Content* аналізує імідж конкретного банку в засобах масової інформації, а методика журналу "Ревізор" – лояльність банку стосовно приватних вкладників.

Національний банк України для оцінки діяльності й надійності комерційних банків використовує американську систему *CAMELS*, яка також відноситься до четвертої групи та застосовується в США починаючи з 1978 року і становить стандартизовану рейтингову систему. Уже майже десять років НБУ періодично перевіряє кожний зареєстрований в Україні банк, у результаті чого банки одержують бали "Рейтингової системи оцінки банків *CAMELS*". Спостереження й контроль за діяльністю банків, що ґрунтується на оцінках ризиків, тобто рейтингова система *CAMELS*, ґрунтується на визначенні загального стану банку, виходячи із загальноприйнятих критеріїв, які охоплюють всі сторони діяльності банку. Така система рейтингу дає можливість визначити банки, фінансовий стан, операції або менеджмент яких мають недоліки, що можуть привести до банкрутства й вимагають особливої уваги з боку органів спостереження, а якщо необхідно – втручання Національного банку України для вирішення проблем, які виникли [3].

Сьогодні, крім рейтингової оцінки за показниками *CAMELS*, виділяються вісім самостійних рейтингових методик. У їх побудові застосовуються, як правило, змішані адитивно-мультиплікативні аналітичні моделі.

В останні роки на базі системи *CAMELS* розроблена нова система моніторингу фінансової надійності комерційного банку – система *FIMS*. Метою цієї системи є виявлення фінансових про-

блем банків, що виникають у період між інспекційними перевірками на основі поточної звітності. Ця система включає розрахунок зведених показників, які доповнюють один одного: рейтингу FIMS та категорії ризику FIMS.

Одним із відомих рейтингів є система оцінок, що була запропонована групою російських дослідників під керівництвом Кромонава В. С. [4], яка передбачає, що перед тим, як визначати загальний бал поданих рейтингових показників, кожному коефіцієнту присвоюється питома вага його значущості для клієнтів.

Існує ще одна методика рейтингової оцінки надійності банку, запропонована Ширінською О. Б., яка була впроваджена в практику вироблення лімітної політики Кредитімпекс Банку. Зміст лімітної політики полягає в тому, що жоден банк не почне працювати зі своїм банком-контрагентом, доки не прорахує на нього ліміт. Ліміт показує, наскільки банк довіряє своєму партнерові, наскільки він готовий ризикувати і розміщувати в нього свої активи. Чим більше лімітів банк отримує, тим вищою вважається надійність і сталість його фінансового становища [1].

Недоліком подібних методик є суб'єктивізм при визначенні вагомості окремих показників, що залежить від мети аналізу та користувачів інформації.

Таким чином, відсутність на сьогодні в Україні нормативних методик банківських рейтингових агентств і небажання більшості комерційних банків давати свої дані на фоні появи хоча і невеликого, але стійкого попиту на подібну інформацію, свідчить про те, що в найближчий час мають з'явитися і методики, і спеціалізовані інститути, а також підвищитися культура спілкування банків із навколишнім середовищем.

У найближчій перспективі великий інтерес щодо створення вітчизняної системи оцінки банків мають викликати основні джерела неточностей при складанні банківських рейтингів. Вони впливають, у першу чергу, з того, що поточне законодавство України не задовольняє потреби інвесторів, а тим більше рейтингових агентств, бо вимагає надання лише мінімальної інформації.

Крім того, необхідно відмітити те, що джерела неточностей при складанні банківських рейтингів все ж таки криються в самій методиці їхнього обчислення, тому що при аналізі банківської діяльності прийнято сьогодні використовувати різні оцінні коефіцієнти.

Наук. керівн. Борисенко М. А.

Література: 1. Заруба Ю. Особливості розвитку банківської конкуренції в Україні / Ю. Заруба // Банківська справа. – 2003. – № 6. – С. 23–29. 2. Балабанов И. Т. Деньги и финансовые институты / И. Т. Балабанов, О. В. Гончарук, Н. А. Савинская. – СПб. : Питер, 2000. – 224 с. : ил. – (Серия "Краткий курс"). 3. Колодізев О. М. Маркетинг у банку : навчальний посібник / О. М. Колодізев, Д. В. Тригуб, О. В. Хмелинко. – Х. : ВД "ИНЖЕК", 2004. – 156 с. 4. Шеремет А. Д. Методика фінансового аналізу / А. Д. Шеремет, Р. С. Сайфалина. – М. : ИНФРА-М, 1996. – 176 с. 5. Про банки та банківську діяльність : Закон України від 07.12.2000 р. № 2121-III (із змінами) [Електронний ресурс]. – Режим доступу : www.rada.gov.ua. 6. Про затвердження Інструкції про порядок регулювання діяльності банків в Україні : Постанова Правління Національного банку України від 28.08.2001 р. № 368 (із змінами) [Електронний ресурс]. – Режим доступу : www.rada.gov.ua.

УДК 659.111

Куценко Т. І.

Студент 6 курсу
факультету менеджменту та маркетингу ХНЕУ

НАПРЯМИ РОЗРОБКИ РЕКЛАМНОЇ КАМПАНІЇ ДЛЯ ПАТ "СОЛДІ І К^О"

Анотація. Висвітлено проблеми українського ринку кріплення. Викладено коротку характеристику фірми, наведено основні завдання реклами та виділено переваги продукції "Солді і К^О". Подано рекомендації щодо стратегії позиціонування і вибору засобу поширення.

Аннотация. Освещены проблемы украинского рынка крепежа. Изложена краткая характеристика фирмы, приведены основные задания рекламы и выделены преимущества продукции "Солди и К^О". Даны рекомендации относительно стратегии позиционирования и выбора средства распространения.

© Куценко Т. І., 2011



Annotation. The problems of the Ukrainian market fixing are touched upon. The article provided a brief description of the firm, the main job of advertising and highlighted the benefits of production "Soldi and C^o". The recommendations on the strategy of positioning and choice of means of distribution were given.

Ключові слова: маркетинг, реклама, рекламна кампанія, позиціонування, просування, ціна, збут, асортимент.

Проблем на українському ринку кріплення багато, головна серед них – це відставання українських підприємств від передових зарубіжних технологій. Здатність вітчизняних заводів з оновлення свого кріпильного виробництва незначна. Розраховувати на закордонні інвестиції не можна, тому що через високу конкурентоспроможність кріпильних виробів з Азії будь-який потенційний інвестор не зацікавлений вкладати свої ресурси в розвиток українського виробництва. Державної програми підтримки виробників кріплення на сьогоднішній день немає, оскільки це неперіоритетний напрям розвитку національної економіки [1].

Перспективи розвитку галузі передбачають, що конструювання нових кріпильних виробів буде продовжуватися у міру зростання інновацій у галузі будівельних і оздоблювальних матеріалів.

ПАТ "Солді і К^o" – сучасне підприємство з розвиненою інфраструктурою, що займає лідируючі позиції на ринку кріпильних виробів України. Компанія "Солді" є офіційним представником торгових марок Metalvis і Soudal на всій території України.

Metalvis – торгова марка, яка об'єднує найширший в Україні спектр кріпильних виробів. Продукція бельгійської компанії Soudal – це клеї, герметики, силікони і монтажні піни.

Компанія "Солді і К^o" займається як оптовою, так і роздрібною торгівлею, і має свої філії по всій Україні. Але має місце велика конкуренція, тому необхідна розробка рекламної кампанії.

"Солді і К^o" вже проводило низку рекламних кампаній. Деякі з них: оголошення у газеті "Харківський кур'єр" та розміщення в спеціальних довідниках – "СтройПрайс", "Золоті сторінки"; реклама на щитах; спецконструкції на фасаді; прапорці; дорожній показчик; фірмовий спецодяг (Metalvis, Soudal); візитки. Крім цього, проводилися рекламні акції в супермаркетах за певним товаром (піна монтажна, будівельна хімія).

Для підвищення ефективності рекламної діяльності підприємства, враховуючи специфіку товару, необхідно поставити такі завдання реклами:

1. Формування сприятливого образу фірми.
2. Поширення інформації про продукт підприємства.
3. Впізнаваність товарного знака.
4. Довіра до продукції фірми [2].

Основні ідеї вдосконалення рекламної концепції повинні будуватися на підкресленні її переваг. Це:

- високоякісна продукція;
- цінове лідерство;
- широкий асортимент продукції;
- 100-відсоткова сертифікація товарів, що реалізуються;
- індивідуальний підхід до кожного клієнта;
- гнучка система знижок.

Продаж кріпильних виробів має свою специфіку, тому важливо визначитися зі стратегією позиціонування та засобом просування.

Потрібно вибрати стратегії, які диференціюють продукт від продуктів конкурентів і відповідають очікуванням цільових споживачів; розробити комплекс маркетингу відповідно до результатів позиціонування і вибраних стратегій диференціації.

Використання ціни в якості одного з показників сітки позиціонування або як ключового атрибуту, за яким позиціонується товар, не ефективне. Зараз важливим є фактична наявність товару в заявленому асортименті і його якість [3]. Асортимент фірми "Солді і К^o" складає 4 800 найменувань, тому розбіжність між заявленим асортиментом і товаром у наявності може призвести до втрати клієнта. Тому головним напрямом у розробці рекламної кампанії буде виділення, в першу чергу, асортимента продукції та його висока якість.

Для реалізації рекламної кампанії необхідно визначити засіб просування. Це може бути: реклама, стимулювання збуту, директ-маркетинг, особисті продажі. Але якщо покупець не відчуває потреби в товарі промислового значення, переконати його придбати товар неможливо [4]. У цих умовах зростає роль іміджу компанії, відомостей про неї в публікаціях спеціалізованої преси і відгуків інших корпоративних клієнтів.

Реклама кріпильних товарів має свої особливості:

1. На ринку невелика кількість покупців. Це обмежує вибір як способів просування, так і рекламних носіїв. Залишаються способи просування, що дозволяють доносити інформацію диференційовано до цільової аудиторії: спеціалізована преса, виставки, Інтернет-реклама, сувенірна та друкована реклама.
2. Приймаючи рішення про покупку, покупці промислових товарів більш керуються раціональними мотивами, ніж емоційними або психологічними. Цей фактор найбільше впливає на змістовну частину реклами. Оригінальний креатив і красивий слоган не повинні витіснити змістовну частину рекламного повідомлення.
3. Покупець промислових товарів бажає мати довгострокові, постійні і довірчі партнерські відносини зі своїми постачальниками. Його не цікавить нове. Основний критерій вибору – це зручність, постійні і зрозумілі умови поставки, і головне – довіра до постачальника.
4. Обмежений не тільки обсяг попиту, а й обсяг пропозицій, що залежить від поставок заводів. Слід уникати явища надлишку рекламної інформації. Необхідно чітко проаналізувати, який об-



сяг товару планується закупити в прогнозований період, який потік клієнтів здатний пропустити складський комплекс і тільки після цього давати рекламу. Інакше рекламна кампанія може бути надто інтенсивною і привабливою, і попит перевищить пропозицію.

Основний обсяг інформації споживач отримує в ході переговорів, презентацій, виставок та ярмарків. Для потенційного покупця важлива наочність і саме на цьому етапі великого значення набувають поліграфічна продукція та сувеніри.

Інтернет-реклама також має свої особливості. Оскільки промислові товари не є товаром масового попиту, такі варіанти реклами, як масова розсилка по електронній пошті, реклама в банеро-обмінних мережах або іміджева реклама на популярних Інтернет-порталах не матиме відповідного ефекту, тому рекомендується використовувати в основному контекстну й банерну рекламу на тематичних порталах.

Галузеві та спеціалізовані сайти і торговельні системи; сайти професійних спільнот у мережі, в тому числі професійні тематичні Інтернет-форуми; непрофільні сайти, що відвідуються представниками цільової аудиторії – це те, де варто розмішувати інформацію про підприємства, що працюють на промисловому ринку. Важливо також створення власних сайтів, завдання яких не зводиться до розповіді про себе, а значно ширше. Потрібно не лише оприлюднити дані компанії, але докладно відсортувати і сформулювати інформацію таким чином, щоб вона повною мірою давала відповіді на всі запитання, які можуть виникнути у потенційного або реального клієнта в момент розгляду компанії як постачальника. Основна особливість – наявність каталогу на сайті, який може замінити паперові каталоги і не тільки дозволяє покупцям робити свій вибір віддалено, а ознайомитися з основними технічними характеристиками товару [5].

Наук. керівн. Прохорова Т. П.

Література: 1. <http://www.metalvis.ua>. 2. Барабаш В. В. Реклама и маркетинг (функции, цели, каналы распространения) / В. В. Барабаш, В. Л. Музикант. – М. : ПАИМС, 2003. – 298 с. 3. Хулей Г. Маркетингові стратегії та конкурентне позиціонування / Грем Хулей. – Дніпропетровськ : Баланс-Бізнес Букс, 2005. – 774 с. 4. Юлдашева О. У. Промышленный маркетинг: теория и практика / О. У. Юлдашева. – СПб. : СПбГУЭФ, 1999. – 123 с. 5. Базарова С. Особенности Интернет-маркетинга в продвижении промышленного бренда / С. Базарова // Интернет-маркетинг. – 2009. – № 5. – С. 22–25.

УДК 331.101.3:631.11

Хоменко Л. І.

Студент 6 курсу
факультету менеджменту та маркетингу ХНЕУ

МЕТОДИЧНІ ПРОБЛЕМИ СТВОРЕННЯ СИСТЕМИ СТИМУЛЮВАННЯ РОБІТНИКІВ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКОГО ПІДПРИЄМСТВА

Анотація. Розглянуто методичні проблеми створення системи стимулювання робітників сільськогосподарського підприємства на прикладі ВАТ "Охтирський м'ясокомбінат".

Аннотация. Рассмотрены методические проблемы создания системы стимулирования работников сельскохозяйственного предприятия на примере ОАО "Ахтырский мясокомбинат".

Annotation. Methodical problems of creating agricultural workers' stimulation system are regarded. ОАО "Akhtyrskyi Miasokombinat" has been considered as an example.

Ключові слова: маркетинг, персонал, керівництво, людські ресурси, стимулювання, мотивація, продуктивність праці, прибуток.

У світі, що швидко змінюється, важливо не відставати від світових досягнень у мотивації праці. У ринковій економіці при найгострішій конкуренції важливим чинником розвитку підприємства є співвідношення ціни та якості товару [1]. Наявність сучасного устаткування, відпрацьованого технологічного виробництва, необхідної сировинної бази зовсім не означає, що підприємство працюватиме успішно, оскільки такі ж ресурси можуть мати конкуренти. У цьому випадку основну увагу слід приділяти людським ресурсам [2].

© Хоменко Л. І., 2011



Підприємство ВАТ "Охтирський м'ясокомбінат" є організацією, метою діяльності якої є здобуття прибутку шляхом здійснення виробничої діяльності. Підприємство займається переробкою худоби і виробництвом м'ясопродуктів.

З метою створення міцної сировинної бази товариство надає кредити сільгоспвиробникам для вирощування кондиційної худоби. Створено підрозділ із заготівлі, який має у власному арсеналі спеціалізований транспорт та кваліфікованих фахівців.

Ураховуючи ринкові відносини та зацікавленість у реалізації власної продукції в Україні та країнах СНД, на підприємстві впроваджуються сучасні технології, проводиться модернізація виробництва.

На підприємстві існує комерційно-технологічний відділ, який займається закупівлею сировини і продажем готової продукції. Продукція постачається в магазини, на підприємства та інші установи. Замовлення продукції може також здійснити кожна фізична особа.

Але відділу маркетингу на м'ясокомбінаті не існує, а усі його обов'язки виконує фахівець з маркетингу. Він займається в основному реалізацією маркетингової програми, яку йому надає комерційний відділ. Головним завданням маркетолога є своєчасна реалізація намічених заходів та промоакцій і створення сприятливих для їх здійснення умов. Саме підприємство не проводить яких-небудь маркетингових досліджень. Переважною більшістю досліджень на підприємстві є класичний аналіз документів, тобто маркетолог спільно з менеджерами вивчає документи звітності з метою виявлення тих товарів, що користуються найбільшою популярністю, а також проблемних товарів. Це визначає необхідність підвищення маркетингової діяльності м'ясокомбінату. Серед напрямів підвищення маркетингової діяльності підприємства можна виділити вдосконалення системи стимулювання робітників.

Ураховуючи світовий досвід мотивації праці, можна стверджувати, що теоретична основа для створення такого механізму існує, однак його слід удосконалити з урахуванням результатів мотиваційного моніторингу і прилаштувати до своєрідної трудової ментальності українців, економічної ситуації в країні.

Мотивація персоналу в основному залежить від його потреб. Проаналізувавши основні потреби персоналу ВАТ "Охтирський м'ясокомбінат", було визначено, що основним стимулом трудової діяльності в сучасних умовах є одержання високого гарантованого реального доходу. Така постановка особливо важлива в результаті постійного зростання інфляції, оскільки не завжди підвищення зростання заробітної плати відповідає підвищенню продуктивності праці.

Отже, в цілях посилення матеріальної зацікавленості працівників м'ясокомбінату у виконанні завдань виробничого, технічного, комерційного, економічного характеру, спрямованих на подальше підвищення ефективності роботи усіх підрозділів і досягнення стабілізації фінансово-економічного стану, можна ввести систему преміювання працівників, а саме певний відсоток від прибутку. Цей вид премій можна нараховувати один раз на квартал, на рік або кожен місяць, на розсуд керівника. Також премії можна нараховувати за дострокове завершення роботи, за понаднормову роботу [3]. Підприємство має матеріальні можливості для здійснення такої мотивації працівників. Воно рентабельне і має стійке фінансове становище.

Важливою також є нематеріальна мотивація працівників. Вона дозволяє підвищити продуктивність без додаткових капіталовкладень. Сильним мотивуючим фактором є ставлення до підлеглих. Тому до кожного підлеглого потрібно ставитися як до особистості, вислуховувати його ідеї й підтримувати ініціативи [4]. Це на підприємстві використовується вдало, тому у робітників немає скарг на керівництво. Важливо, щоб працівники бачили перспективи свого професійного й кар'єрного зростання. Тим самим підприємство підвищить власну значущість в очах співробітників, знизить плинність персоналу і набагато легше притягне нові кадри при подальшому зростанні і розвитку компанії.

Програма розвитку кадрів підприємства повинна виходити з визнання того, що питання підготовки, перепідготовки і підвищення кваліфікації співробітників є пріоритетними в стратегічних планах підприємства [5].

Удосконалення системи розвитку кадрів і індивідуального кар'єрного зростання не лише знизить плинність персоналу на підприємстві, але і сприятиме підвищенню продуктивності праці, формуванню у співробітників лояльного відношення, поліпшенню морально-психологічного клімату і дасть можливість якнайповніше використовувати професійно-особовий потенціал співробітників [6].

Детально розроблена система стимулювання ефективності і якості праці дозволить мобілізувати трудовий потенціал, створити необхідну зацікавленість працівників у зростанні індивідуальних результатів, прояві творчого потенціалу, підвищенні рівня їх компетентності і якості виконуваних робіт.

Наук. керівн. Прохорова Т. П.

Література: 1. Бондаренко О. О. Трудова мотивація: проблеми та розвиток / О. О. Бондаренко // Економіка та держава. – 2008. – № 4. 2. Самойленко С. Мотивація як фактор конкурентоспроможності працівників на підприємстві / С. Самойленко // Економіка розвитку. – 2008. – № 3. 3. Червінська Л. П. Мотивація в системі реформування оплати праці / Л. П. Червінська // Економіка. Фінанси. Право. – 2010. – № 3. 4. Семенов А. Г. Мотивація трудової діяльності на підприємстві / А. Г. Семенова // Держава та регіони. Серія : Економіка та підприємництво. – 2007. – № 5. 5. Попова О. Особливості управління системою мотивування у процесі стратегічного управління підприємством / О. Попова // Економіст. – 2006. – № 12. 6. Ястремская Е. Повышение эффективности мотивации и стимулирования трудовых ресурсов предприятия / Е. Ястремская // Экономика развития. – 2004. – № 1.

СТИМУЛЮВАННЯ ТОРГОВОЇ МЕРЕЖІ

Анотація. Розкрито роль стимулювання торгової мережі. Розглянуто види, цілі та проблеми, з якими стикаються виробники при стимулюванні торгових посередників.

Аннотация. Раскрыта роль стимулирования торговой сети. Рассмотрены виды, цели и проблемы, с которыми сталкиваются производители при стимулировании торговых посредников.

Annotation. The article deals with the role of trade promotion network. The types, objectives and problems encountered by manufacturers in promoting trade intermediaries are considered.

Ключові слова: торгова мережа, посередники, стимулювання.

Актуальність статті полягає у тому, що стимулювання торгових посередників відіграє важливу роль у просуванні торгової марки. Головним завданням стимулювання є вплив на споживача і спрощення процесу продажу. Але перш ніж дійти до передбачуваного адресата, воно повинно бути прийнято і добре представлено торговою мережею. Звідси виникає необхідність постійного проведення спеціальних заходів стимулювання збуту.

Вивченням системи стимулювання продажів на підприємствах займалися такі вчені, як Б. Барнс, Дж. Блайд, А. Дейан, Ф. Котлер, Ж.-Ж. Ламбен, Л. Троядек, Дж. Фокс, Д. Шульц, Балабанова Л. В., Ромат Є. В. Однак аналізу системи стимулювання продажів у роботах не приділено достатньої уваги. Тому система стимулювання продажу має потребу в більш глибокому розгляді, аналізі та структуризації.

Метою статті є дослідження проблеми стимулювання торгової мережі.

Торгова мережа вільна обирати тих виробників, пропозиція яких відповідає її цілям, або тих, хто зможе гарантувати їй певний рівень рентабельності, завдяки стимулюючим акціям, призначеним або для споживача, або для неї самої. Що стосується виробника, то він змушений пропонувати все більше тимчасових пільг як торговому посереднику, так і споживачам з тим, щоб його товари лягли на полиці магазинів.

Проміжну позицію між виробником і споживачем посідають посередники. Вони виконують регульовальну функцію. Посередниками можуть бути і дистриб'ютори, які самі намагатимуться найбільше продати, а тому самі стимулюватимуть споживачів. За підрахунками деяких спеціалістів, нині в економічно розвинених країнах більша частина коштів на стимулювання витрачається на заохочення оптових і роздрібних торговців (63 %), а не споживачів (37 %). І це зрозуміло, оскільки заходи стимулювального характеру можуть переконати торговців (оптових і роздрібних) торгувати даною маркою, виділити їй належне місце на полицях своїх магазинів і демонстраційних залів, витратити кошти на рекламування її. Задля цього виробники погоджуються на значні поступки, надають торговцям можливість повернути залишки товару тощо [1].

Торговий посередник також є продавцем, але дещо своєрідним. Так само як і виробник, торговий посередник має на меті отримання прибутку за пропонування покупцеві товарів, які йому потрібні. Однак тут інтереси виробника й посередника не збігаються. Виробник прагне продати свій товар будь-кому. Торговий посередник має групу "своїх" покупців (тобто тих, хто користується його послугами) і вибирає товар, виходячи з інтересів саме цих покупців. Якщо товар не відповідає цим інтересам, посередник може відмовитися від нього. Він вільний у виборі тих виробників, пропозиції яких відповідають його цілям, або тих, хто може гарантувати йому певний рівень рентабельності. Отже, великого значення набувають стимулювальні акції виробників. Тому виробник завжди повинен враховувати особливості торгової мережі, з якою він працює, якщо у нього виникає намір запропонувати їй акцію зі стимулювання продажів.

Отже, метою стимулювання торгівлі може бути:

збільшення кількості та асортименту товарів, які надходять у торговельну мережу;

збільшення заінтересованості посередника в активному продажу тієї чи іншої марки товару;

поліпшення розпізнавання товару на прилавку або на полиці магазину;

прискорення продажу найбільш ходових товарів;

забезпечення регулярного продажу сезонних товарів;

пожвавлення попиту на товари, які перебувають на стадії занепаду тощо.

Виробник змушений систематично вдаватися до операцій "стимулювання – торговий посередник" у таких випадках:



а) у момент випуску товару в обіг, коли операції зі стимулювання носять масовий характер і мають тільки одну мету – добитися внесення товару в каталоги;

б) у період зростання продажів товару: для товару, що переживає зростання продажів, характерним є тимчасове виснаження запасів у місцях продажу, оскільки замовлення поступають не з розрахунку на майбутнє зростання продажів, а залежно від уже досягнутого рівня. Метою стимулювання в даному випадку буде забезпечення умов для закупівлі більшої кількості товарів, в його завдання увійде також отримання додаткових площ у торговому залі для розміщення товарів даної марки або ж їх розміщення в найбільш вигідних точках торгового залу;

в) у період зрілості товару: на цьому етапі продажі досягають оптимального рівня, і конкуренція стає небезпечною. Торгові посередники схильні уникати яких-небудь зусиль, спрямованих на збільшення обсягу продажів. У зв'язку з цим операції зі стимулювання покликані підбадьорити їх і допомогти протистояти діям конкурентів;

г) у період занепаду популярності товару: метою операцій зі стимулювання на цьому етапі буде ліквідація запасів і підготовка ґрунту для приходу нового товару [2].

Операції зі стимулювання з метою впливу на збутові підрозділи підприємства значно поширилися останніми роками і призвели до зворотного ефекту в деяких сферах діяльності – продавці очікують стимулювання, щоб завершити свою комерційну програму. Тому будь-яке стимулювання у сфері збуту має зберігати ексклюзивний характер і здійснюється під суворим контролем.

Засоби стимулювання торгівлі розподіляють на дві групи: фінансові пільги та пільги в натуральному вираженні. Фінансові пільги:

знижки, пов'язані з каталогізацією; їх розміри залежать від обсягу замовлення та коливаються в межах 5 – 20 %;

знижки за кількість — з метою забезпечення рівномірності руху власних товарних запасів у певні моменти життєвого циклу товару (найчастіше на етапі зростання). Акція має бути короткочасною, в іншому разі вона може негативно вплинути на майбутні замовлення;

відшкодування за рекламу або за вигідне подання товару з боку оптовика чи роздрібного торговця;

купонаж, насамперед, спрямований на незалежних роздрібних торговців, які закуповують товар у дрібнооптових магазинах самообслуговування. Для них існують два види купонажу: чек, який дає право на знижку, та картка постійного клієнта;

плата за місце – прями виплати магазинам, здебільшого продовольчим, за наявність товару в асортименті.

Пільги у натуральному вираженні:

роздавання зразків. Здійснюється у разі введення в обіг нового товару. Такими зразками посереднику дають змогу самому оцінити якість товару, який він продаватиме;

безплатні товари посередникам, які купують товар у певній кількості або певного сорту та розміру;

забезпечення роздрібних торговців безоплатними рекламними сувенірами з назвою фірми: ручками, олівцями, календарями, сірниковими коробочками, попільничками, а також каталогами, аудіовізуальними та іншими матеріалами, які є у виробника;

конкурс вітрин. Здійснюється з метою максимально вигідного представлення та розміщення будь-якого товару у вітринах магазину. Такі конкурси проводять переважно перед святами.

При стимулюванні торгівлі виробники стикаються з рядом проблем. По-перше, існують певні труднощі контролю за дотриманням роздрібними торговцями обов'язків за договором. Роздрібні продавці не завжди направляють закупівельні знижки на зниження цін, не забезпечують додаткових торгових місць або експозиції навіть після отримання товарної або експозиційної знижки. Після декількох виявлених випадків обману виробники повинні наполегливо вимагати підтвердження виконання зобов'язань торгівлі.

По-друге, все більше роздрібних продавців купують товари про запас, тобто купують товару більше, ніж в основному продають за певний період. Роздрібні торговці у відповідь на 10-процентну знижку можуть купити таку кількість товару, яка продається 12 і більше тижнів. Виробникові необхідно проводити більше продукції, чим було заплановано, і оплачувати наднормову роботу своїх співробітників.

По-третє, роздрібні продавці використовують принцип переадресації товару, купуючи його більше, ніж потрібно для регіону, передбаченого в договорі з виробником, і відправляючи надлишки в інші райони країни. Виробники прагнуть контролювати закупівлю про запас і виконання торгових угод через обмеження кількості товару, проданого із знижкою, або зменшуючи об'єми виробництва і терміни доставки товару з метою забезпечення безперервного виробництва.

Наук. керівн. Прохорова Т. П.

Література: 1. <http://www.barmashovks.ru/>. 2. Дейан А. Стимулирование сбыта / А. Дейан, А. Троадек, Л. Троадек ; пер. с франц. под ред. С. Г. Божук. – М. : ОЛМА-ПРЕСС Инвест, 2003. – 128 с. 3. Котлер Ф. Маркетинг менеджмент. Экспресс-курс / Ф. Котлер. – 2-е изд. – СПб. : Питер, 2006. – 466 с. 4. Климин А. Стимулирование продаж / А. Климин. – М. : Вершина, 2007. – 272 с. 5. <http://ibc-kiev.com.ua>.

Студент 6 курсу
факультету менеджменту та маркетингу ХНЕУ

ОЦІНКА ЕФЕКТИВНОСТІ РЕКЛАМНОЇ КАМПАНІЇ ПІДПРИЄМСТВА

Анотація. Розглянуто проблеми оцінки ефективності рекламної кампанії підприємства. Проаналізовано основні методи оцінки ефективності рекламної кампанії. Виділено їх переваги та недоліки.

Аннотация. Рассмотрены проблемы оценки эффективности рекламной кампании предприятия. Проанализированы основные методы оценки эффективности рекламной кампании. Выделены их преимущества и недостатки.

Annotation. The problems of estimation of efficiency of advertising campaign of enterprise are considered. The basic methods of estimation of efficiency of advertising campaign are analysed. Strong and weak sides are selected.

Ключові слова: реклама, рекламна кампанія, ефективність рекламної кампанії.

У зв'язку з ускладненням умов функціонування підприємств на ринку виникає необхідність виявлення додаткових конкурентних переваг. Прагнення суб'єктів господарювання реалізувати послуги та отримати максимальний прибуток в умовах жорсткої конкуренції спонукає їх до переоцінки власних можливостей, аналізу інформаційно-реklamної діяльності, вивчення інфраструктури ринку, дослідження рівня підготовки персоналу та визначення здатності вітчизняного бізнесу адаптуватися до вимог споживачів. Закономірним наслідком є потреба детального вивчення, обґрунтування і застосування успішного вітчизняного та міжнародного досвіду в цій сфері, особливо щодо розроблення та впровадження практичних методик для підвищення ефективності рекламних заходів підприємств.

Теоретичні та прикладні питання управління й ефективності рекламної діяльності досліджували провідні українські та зарубіжні вчені, а саме: М. Айзенберг, Д. Бекпешов, С. Блек, В. Веселов, В. Герасимчук, Е. Дихтль, А. Дейян, Д. Еванс, П. Зав'ялов, Г. Картер, Е. Каневський, В. Корінев, Ф. Котлер, М. Карпіщенко, Ж.-Ж. Ламбен, А. Матанцев, А. Павленко, Р. Рівз, І. Рожков, Є. Ромат, А. Романов, В. Святенко, Ч. Сендідж, Е. Смирнов, С. Хамініч та ін.

Реклама, згідно з визначенням Американської асоціації маркетингу, становить будь-яку форму неособистого подання і просування ідей, товарів або послуг, яка оплачена точно встановленим замовником, служить для привертання уваги потенційних споживачів до об'єкта рекламування та використовує при цьому найбільш ефективні прийоми і методи з урахуванням конкретної ситуації [1, с. 15].

Ж.-Ж. Ламбен розглядає рекламу як засіб комунікацій, який дозволяє фірмі передати звернення потенційним покупцям, прямий контакт з якими не встановлено [2, с. 327].

Таким чином, запропоновані ознаки визначають рекламу як важливу складову системи маркетингових комунікацій підприємств; цілеспрямовану комунікацію, що має специфічні властивості; форму неособистого, платного й односпрямованого звернення, показ та просування товарів; контрольований вплив, що здійснюється рекламодавцем; неперсоніфіковане передавання інформації.

Рекламна кампанія – це здійснення комплексу ретельно спланованих рекламних заходів, розрахованих на певний період часу, район дій, ринок, коло осіб [3, с. 564].

Аналіз існуючих методів оцінки ефективності рекламних кампаній дав можливість виявити загальні підходи до оцінки ефективності реклами, які базуються на: залежності отриманих доходів від рекламної кампанії підприємства та витрат на рекламу; обробці статистичних даних; прогнозуванні функцій відгуку цільових сегментів споживачів.

Методи оцінки ефективності рекламної кампанії, що ґрунтуються на залежності доходів від рекламної діяльності підприємства та витрат на рекламу, мають як переваги, так і недоліки. До переваг таких методів належать логічна структура, доступність даних, на основі яких здійснюється аналіз; до недоліків – відсутність інструментарію для оцінки очікуваної ефективності від рекламної діяльності, неврахування активності конкурентів та кон'юнктури ринку, що складається. Методи оцінки ефективності рекламних кампаній, засновані на обробці статистичних даних, враховують усі ці недоліки. Перевагою цих методів є можливість вивчення рекламної діяльності підприємства як комплексного явища, що важливо при вирішенні завдань підприємством у стратегічному плані. При цьому підприємство повинно знати комплексні показники ринку, що не завжди можливо. Тому ці



методи на практиці мають більш концептуальний, ніж практичний характер. При розгляді методів визначення рекламного бюджету та оцінки ефективності рекламної кампанії, заснованих на обробці статистичних даних, дані про ринок та пропозицію підприємства на ньому визначається в термінах стану: у певний час спостерігається певна ситуація, і аналізується стан, в якому знаходиться підприємство.

На відміну від вищезазначених методів, методи оцінки ефективності рекламної кампанії, засновані на прогнозуванні функцій відгуку цільових сегментів споживачів, визначаються в термінах процесів. Ці методи дозволяють аналітично виразити залежність між витратами на рекламу та відгуком на рекламу.

На основі запропонованої класифікації слід розглянути існуючі нині методи оцінки економічної ефективності рекламних кампаній.

Вихідною інформацією для методів, заснованих на порівнянні прибутку від рекламної діяльності підприємства та витрат на рекламу, є дані господарської діяльності підприємства [4, с. 130].

Систему порівняльних показників викладено у праці А. Готтесмана, де зазначається, що абсолютно точно визначити ефективність окремих засобів реклами, рекламної кампанії у більшості випадків не є можливим, однак приблизні розрахунки доцільно проводити.

Метод, що розглядається, полягає у визначенні сукупності показників, що залежно від змісту та значущості результатів застосування реклами поділяють на три групи.

До першої групи входять основні вартісні показники результатів реклами, за допомогою яких надається найбільш повна оцінка економічної ефективності реклами: додатковий прибуток; додаткова виручка; додатковий товарообіг.

До другої групи входять неwartісні показники рекламного впливу: кількість осіб, залучених як покупці завдяки впливу реклами; кількість покупок або замовлень на покупку, зроблених у результаті реклами.

До третьої групи належать показники медіапланування, за допомогою яких можна дати умовну оцінку ефективності реклами: вартість доведення реклами до однієї особи цільової аудиторії рекламного засобу; кількість осіб цільової аудиторії рекламного засобу, що припадає на одиницю грошових витрат на цей засіб; кількість або частка опитаних осіб, що відмітили конкретний засіб реклами [5, с. 139].

В основу факторної моделі покладено статистичний багатофакторний аналіз. У випадку аналізу ефективності реклами змінними є витрати на засоби розповсюдження реклами. Факторами, що визначаються, будуть витрати на окремі засоби реклами, які необхідні для досягнення визначеного рівня результативного показника (додатковий продаж під впливом реклами).

Внесок кожної змінної теоретично визначається:

якістю впливу певного засобу реклами;

величиною витрат на цей засіб реклами.

Спеціалісти компанії Abbey Management Services (Великобританія) використовують економічну регресійну модель, в якій розглядають проблему оцінки ефективності реклами таким чином. Рівень додаткового продажу, що досягається під час рекламної кампанії, в умовах високої конкуренції торговельних марок виявляється скромним та недостатнім для того, щоб покрити витрати на дану рекламну кампанію. Витрачання коштів на рекламу у цих умовах може бути виправдане лише на основі аналізу, що має більш довгостроковий характер, ніж період проведення самої рекламної кампанії. Такий аналіз можливий у термінах економічної регресійної моделі.

Економічна регресійна модель дозволяє фіксувати та оцінювати сплески додаткового продажу, які спричинено рекламою впродовж тривалого проміжку часу.

За рахунок збільшення проміжку часу, протягом якого оцінюється відгук на рекламні витрати, ця модель у цілому діє у декілька разів ефективніше, ніж інші моделі.

Завданням економічного моделювання є оцінка ефекту додаткового продажу, викликаного рекламою, та рівень його зменшення у часі.

Форма залежності має характер мультиплікативної нелінійної регресійної моделі. Методика полягає у розрахунку передбачуваного рівня залежної змінної як частки ринку або рівня продажу на основі константи, визначеної для даного товару та помноженої на серію факторних змінних, які представляють очікуваний рівень їхнього впливу на залежну змінну. Константа товару розраховується таким чином: вона характеризує цей товар у всіх регіонах, що аналізуються, та у всіх періодах.

Для того щоб детально оцінити за моделлю ефект реклами щодо маленького ефекту та такого, що затримується у часі, необхідна велика кількість даних. Використання цієї моделі передбачає спостереження до початку процесу оцінки деякого часу за ринком того чи іншого регіону.

Модель з перенесенням базується на поетапному формуванні рішення про покупку.

Залежно від ступеня готовності прийняття рішень щодо купівлі весь потенційний ринок товару, що виробляється фірмою, поділяють на n сегментів.

Основною перевагою моделі з перенесенням є можливість виділення чистого ефекту впливу реклами. Головні недоліки цієї моделі пояснюються базовим положенням про те, що реклама здійснює рівномірний вплив на виділені сегменти.

Цінність цієї моделі полягає в отриманні додаткової інформації про розподіл на сегменти за ступенем готовності до покупки [6, с. 17].

Таким чином, проблемою економічної ефективності рекламної кампанії займалися як видатні фахівці рекламного бізнесу, так і провідні економісти. Однак на сьогодні не створено методики, що дає змогу порівняти витрачені зусилля з кінцевими результатами. Зокрема, при визначенні економічної ефективності витрат на рекламу порушуються основоположні принципи побудови показників, не

враховується, що для одержання додаткового результату за рахунок рекламної діяльності потрібні додаткові витрати, не враховуються досягнення економічної теорії щодо виміру витрат на рекламу.

Наук. керівн. Рубан В. В.

Література: 1. Огилви Д. Огилви о рекламе / Д. Огилви. – М. : Эксмо, 2007. – 229 с. 2. Ламбен Ж.-Ж. Стратегический маркетинг. Европейская перспектива / Ж.-Ж. Ламбен. – СПб. : Наука, 1996. – 598 с. 3. Большой экономический словарь / под ред. А. Н. Азрилияна. – 2-е изд., доп. – М. : Институт новой экономики, 1997. – 864 с. 4. Мазаракі А. А. Торгова реклама: теорія і практика управління / А. А. Мазаракі. – К. : Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2009. – 188 с. 5. Матанцев А. Н. Эффективность рекламы / А. Н. Матанцев. – М. : Финпресс, 2002. – 416 с. 6. Новікова Т. В. Планування рекламної діяльності підприємства / Т. В. Новікова. – К. : МАУП. – 120 с.

УДК 658.624.009.12

Малиновська М. В.

Студент 6 курсу
факультету менеджменту та маркетингу ХНЕУ

ШЛЯХИ ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПРОДУКЦІЇ В УКРАЇНІ

Анотация. Висвітлено проблеми якості та конкурентоспроможності продукції. Наведено можливі напрями підвищення конкурентоспроможності продукції, застосування яких дозволить зайняти лідируючу позицію на ринку і дасть можливість стати провідним виробником у цілому.

Аннотация. Освещены проблемы качества и конкурентоспособности продукции. Приведены возможные направления повышения конкурентоспособности продукции, применение которых позволит занять лидирующую позицию на рынке и даст возможность стать ведущим производителем в целом.

Annotation. The problems of quality and competitiveness are touched upon. The article describes possible ways of increasing the competitiveness of products application of which will take a leading position in the market and will provide an opportunity to become a leading manufacturer in general.

Ключові слова: продукція, конкурентоспроможність, якість продукції, шляхи підвищення конкурентоспроможності.

Проблема конкурентоспроможності продукції за останнє десятиріччя в Україні стала однією з найбільш обговорюваних. Їй надають чільне місце в розробках економічної науки. Говорячи про конкурентоспроможність продукції, варто відзначити причини загалом низької конкурентоспроможності економіки України. До них відносять: закритість пострадянської економічної структури, низькі темпи науково-технічного прогресу, необхідність переорієнтації вітчизняних виробників на світові ринки тощо [1].

Зараз економіка України демонструє високі темпи зростання, підвищується ефективність суспільного виробництва. Одним із найважливіших факторів, що обумовлюють ці позитивні зрушення, є те, що внаслідок реформ в Україні сформовано конкурентне середовище. За розрахунками фахівців антимонопольного комітету, більше половини продукції виробляється суб'єктами господарювання, що працюють на загальнодержавних та регіональних ринках з конкурентною структурою.

Власне, конкурентоспроможність продукції – це характеристика товару, що відображає її відмінність від товару-конкурента як за ступенем задоволення конкретної потреби, так і за витратами на його забезпечення [2].

До чинників, що забезпечують конкурентоспроможність продукції, відносяться: продукт (відображає рівень якості продукції, її стиль, унікальність, зручність у використанні тощо); ціна (відображає рівень ціни порівняно з іншими конкурентами); канали збуту (характеризує форми збуту, стан ринку, систему транспортування та складування); реалізація (відображає ефективність діяльності маркетингових служб, дієвість реклами, використання систем просування товару на ринок тощо); рівень кадрового потенціалу та управлінських структур (відображає кваліфікаційний рівень



персоналу підприємства, ефективність використання кадрового потенціалу, прогресивність управлінської структури та її мобільність тощо) [3].

Серед напрямів підвищення конкурентоспроможності української продукції науковці виокремлюють такі. По-перше, оскільки регулювання імпорتنих тарифів з метою забезпечення конкурентоспроможності продукції певних галузей є малоефективним, основним механізмом має стати регулювання цін на продукцію та послуги природних монополій – газ, електроенергію, залізничні, трубопровідні, морські перевезення. Звичайно, регулювання цін природних монополій при нинішній інфляції в Україні не повинно полягати в їх заморожуванні або мінімальному зростанні. Але органам державної влади доцільно слідкувати за тим, щоб темпи зростання цін монополій не перевищували темпи зростання цін виробників продукції.

По-друге, дієвим способом впливу на конкурентоспроможність продукції є зміцнення курсу гривні з боку Національного банку України. Взаємозв'язок режиму валютного курсу та економічного стану країни, а відтак і вплив на конкурентоспроможність продукції, очевидний. Так, найвищого значення індексу конкурентоспроможності продукції та економічної свободи досягає країна, що обрала фіксований валютний курс (зона євро). У той же час країни, які прагнуть запровадити такий режим валютного курсу, повинні досягти певного рівня економічного розвитку, розширити інвестиційний простір, впровадити політику зменшення корупції.

По-третє, виконання основних вимог збутової логістики. Високоякісна пропозиція певних послуг збутової логістики розглядається споживачем як особлива послуга, яку він готовий оплатити. Тобто за допомогою таких високоякісних послуг підприємство може досягти переваг у конкурентній боротьбі з приводу власної продукції. Для будь-якого виробника необхідним є чітке планування й просування продукції до споживача – це забезпечує підвищення конкурентоспроможності продукції, а також завоювання стійких позицій на світовому ринку.

По-четверте, самі підприємства повинні чітко визначити стратегію підвищення конкурентоспроможності власної продукції. Найбільш розповсюдженими методами регулювання конкурентоспроможності продукції всередині підприємства є: 1) вдосконалення проектування, використання найсучасніших техніки і технологій, вхідний контроль якості сировини, матеріалів і комплектуючих, поліпшення стандартизації (виробничо-технічні); 2) правильна кадрова політика, створення належних умов праці і відпочинку, мотивація праці, активізація людського чинника (соціальні); 3) система прогнозування і планування якості, встановлення прийнятних для виробника і споживача цін, економічне стимулювання виробництва високоякісної продукції (економічні); 4) вдосконалення організації виробництва і праці, методів технічного контролю, підвищення кваліфікації кадрів, дотримання технологічної і виробничої дисципліни, забезпечення загальної культури виробництва (організаційні) [4].

Лише дія у комплексі всіх цих показників може вивести українську продукцію на високий рівень конкурентоспроможності і стати сильною економічною основою в цілому.

Наук. керівн. Рубан В. В.

Література: 1. Крилова Г. Д. Зарубіжний досвід управління якістю / Г. Д. Крилова. – К. : Видавництво стандартів, 2009. – 270 с. 2. Азоев Г. Л. Конкуренція: аналіз, стратегія і практика / Г. Л. Азоев. – М. : Центр економіки і маркетинга, 2009. – 208 с. 3. Юданов А. Ю. Конкуренція: теорія і практика / А. Ю. Юданов. – 2-е изд. – М. : Прес, 2010. – 240 с. 4. Лифиц І. М. Теорія і практика оцінки конкурентоспроможності товарів і послуг / І. М. Лифиц. – М. : Юрайт-М, 2009. – 224 с.

Myroshnychenko M.

UDC 331.101.3

Студент 2 курсу
факультету менеджменту та маркетингу ХНЕУ

METHODS OF MOTIVATING EMPLOYEES IN THE WORKPLACE

Annotation. In the article some motivation theories and practical application of motivation in the workplace are considered; the main needs of workers and methods for their achievement are determined.

Анотація. Розглянуто деякі теорії мотивації, а також практичне застосування мотивації на робочому місці. Визначено основні потреби працівника та методи їхнього задоволення.

© Myroshnychenko M., 2011

Аннотация. Рассмотрены некоторые теории мотивации, а также практическое применение мотивации на рабочем месте. Определены основные потребности работника и способы их удовлетворения.

Key words: motivation, employee motivation, motivation theory, motivation approach.

To effectively motivate employees, managers need to understand what motivates employees within the context of the roles they perform. Of all the functions a manager performs, employee motivation is one of the most difficult. Igniting a spark of motivation in your workforce starts with figuring out how to appeal to each employee's unique needs and desires. Manager must know how their personal goals are achieved through the attainment of organizational objectives.

The aim of the article is to define how manager can motivate employees.

The task of the article is to study practical application of motivation theories in the workplace.

The article is based on scientific works of Douglas McGregor (theory 'Y'), Frederick Herzberg (two factor motivation hygiene theory,) Abraham Maslow (theory 'Z', hierarchy of needs), Elton Mayo (Hawthorne Experiments) Chris Argyris Rensis Likert and David McClelland (achievement motivation) and others.

Workers in any organization need something to keep them working. In most cases salary of the employee is enough to keep him or her working for an organization. However, sometimes just working for salary is not enough for employees to stay at an organization. An employee must be motivated to work for a company or organization. If no motivation is present in an employee, then that employee's quality of work or all work in general will deteriorate [1, p. 68].

Employee development is not just the responsibility of the employee. In today's diverse workforce, business practices have evolved to reflect economic competitiveness in developing and retaining talented employees. Organizations are continually seeking new solutions to assess, understand and strategize employee development. One of the greatest challenges faced by managers is the strategic personal development of their employees in order to ensure effective use of their talent. To properly manage this vital resource, they must identify their challenges and then implement employee development and training for improvement.

There are a lot of theories of motivation. I will focus on the main approaches.

Traditional theory "X" can best be ascribed to Sigmund Freud. Theory X assumes that people are lazy; they hate work to the extent that they avoid it; they have no ambition, take no initiative and avoid taking any responsibility; all they want is security, and to get them to do any work, they must be rewarded, coerced, intimidated and punished. This is the so-called 'stick and carrot' philosophy of management.

Theory 'Y' by Douglas McGregor. This is in sharp contrast to theory 'X'. McGregor believed that people want to learn and that work is their natural activity to the extent that they develop self-discipline and self-development. They see their reward not so much in cash payments as in the freedom to do difficult and challenging work. For best results, the persons must be carefully selected to form a homogeneous group [4].

Theory 'Z' by Abraham Maslow. Maslow's theory of human motivation is, in fact, the basis of McGregor's theory 'Y' briefly described above. The basic human needs, according to Maslow, are: physiological needs (lowest), safety needs, love needs, esteem needs, and self-actualization needs (highest) [3, p. 195–196].

Hygiene / Motivation Theory by Frederick Herzberg. People's needs are of two types: animal needs (hygiene factors): supervision, interpersonal relations, working conditions, salary; and human needs (motivators): recognition, work, responsibility, advancement [2, p. 17].

Although the process of management is as old as history, scientific management as we know it today is basically a twentieth century phenomenon. Also, as in some other fields, practice has been far ahead of theory.

The most famous practical application of the motivation is 'stick' and 'carrot' approach. Here managers use punishment for a bad work and rewards employee if work is good.

Next is manager's motivation 'toolkit', when manager uses few tools, which help in motivation. There are: approval, praise and recognition, trust, respect and high expectations, loyalty, removing organizational barriers, job enrichment, good communications, and financial incentives.

Also we can use persuasion. The three basic components in persuasion are: suggest, play on the person's sentiments, and appeal to logic. Once convinced, the person is so motivated as to deliver the 'goods'. The manager will have achieved the goal quietly, gently and with the minimum of effort. It is, in effect, an effortless achievement [3].

By identifying the characteristics that match people with the work they do, you can effectively identify the key components that stimulate employee motivation.

A recent survey (published by Harvard Business Review) found that only 15 % of employees left their jobs because of inadequate salary and benefits. The same study also found that of those who left their jobs: 30 % were unhappy with the management and the way they managed; 25 % felt they received no respect for good work; 20 % complained of limited opportunities for advancement; 15 % cited inadequate salary and benefits; 5 % were bored with the job; 5 % with other reasons (retirement, career change, sabbatical, travel) [4].

Conclusion. There is no simple answer to the question of how to motivate people. Can money motivate? Yes, but money alone is not enough, though it does help. We have discussed some of the



pertinent theories bearing on human motivation and this is balanced by some of the practical factors which can lead to excellence. Human resource remains the focal point and leadership the critical component, and motivation has to be 'tailored' to each individual.

Наук. керівн. Єніна Г. В.

References: 1. Harold F. O'Neil. Motivation: theory and research / Harold F. O'Neil, Michael Drillings. – N. J. : Lawrence Erlbaum Associates, Inc. Publisher, 1994. – 313 p. 2. Matthew Weller. General principles of motivation / Matthew Weller. – L. A. : Business Journal, 2005. – 35p. 3. Susan M. Heathfield. Top 10 ideas about employees want from work [Electronic resource]. – Access mode : <http://humanresources.about.com/od/rewardrecognition/tp/recognition.htm>. 4. Accel-team. Employee motivation. – Access mode : <http://www.accel-team.com/motivation/index.html/>.

Vorobiov D.

UDC 338.45:61

Студент 2 курсу
факультету менеджменту та маркетингу ХНЕУ

OPPORTUNITIES OF WELLNESS INDUSTRY AT THE ENTERPRISE

Annotation. In this article the health and wellness industry which is a very promising and favorable business nowadays is considered. The implementation of corporate wellness programs gives an opportunity to increase productivity and prevent future health care costs .

Анотація. Розглянуто індустрію здоров'я і краси, яка на сьогоднішній день є дуже перспективним і привабливим бізнесом. Впровадження корпоративних програм з оздоровлення дає можливість збільшити продуктивність і запобігти майбутнім витратам на медичну допомогу.

Аннотация. Рассматривается индустрия здоровья и красоты, которая на сегодняшний день является очень перспективным и привлекательным бизнесом. Внедрение корпоративных программ по оздоровлению дает возможность увеличить производительность и предотвратить будущие расходы на медицинскую помощь.

Key words: wellness industry, innovations.

Wellness Industry. We are now at the very beginning of the next trillion dollar industry, the Wellness Industry, that will impact almost every aspect of our lives and achieve \$1 trillion in sales within 10 years, but one that is as unknown today as the automobile industry was in 1908 or the personal computer industry was in 1981 [1].

The aim of this article is to get acquainted with the structure of wellness industry and its opportunities on the enterprise.

The task of this article is to get certain knowledge about wellness industry and learn the mechanism of increasing productivity at the enterprise using wellness industry.

The article is based on scientific works of Paul Zane Pilzer, Merriam Curhard Ford, Cheryl Russell and others. The novelty and topicality of this article are to study and generalize the information about the wellness industry and usage of it to improve the effectiveness of the work at the enterprise.

The health and wellness industry is getting stronger and sales are soaring as more and more people are becoming health-conscious. Many people are aware that existing health issues can be addressed by changing their lifestyle. This means eating natural products like fruits and vegetables, and changing their diet [2].

The health and wellness industry also prospered due to a decline in trust of traditional medicine. Many court cases have been filed against pharmaceutical corporations which seem more interested in their profits than in healing sicknesses. In fact, the dangerous side effects of some of these toxin-filled medic products are concealed and are only discovered when lawsuits appear against them from unfortunate victims [3].

Many are reverting back to natural ways of healing. People are buying organic and natural health products as a substitute to traditional medicines which can be toxic to our body. Furthermore, the health

© Vorobiov D., 2011

and wellness industry is growing not only for the health-conscious individuals, but also for those who are looking for body, hair and skin care products [4].

The success of this industry is due to several inherent factors. One of these is that health and wellness products make people feel and look better. This brings a lot of excitement to some people.

In the next 10 years, an additional \$1 trillion of the U.S. economy will be devoted to the yet-unnamed wellness business defined in the dictionary as "the quality or state of being in good health especially as an actively sought goal" [4].

Wellness industry includes a lot of branches such as: Spa industry (Spa's are now increasingly seen as an essential part of a healthy regimen), Fitness industry (new developments in exercise equipment are attracting members and opening new markets), Yoga and Pilates' (interest in yoga and Pilates has grown, as Americans seek to integrate mind, body and spirit with exercise), Wellness products (consumers are keen to learn how wellness products can help stave off disease, lower cholesterol, lose weight and achieve overall well-being).

Many corporations have implemented corporate wellness programs precisely to mitigate future health care costs. Corporate wellness programs focus on illness prevention and usually include classes in basic nutrition, regular checkups, onsite fitness facilities and smoking-cessation programs. A recent trend is leveraging financial incentives to promote wellness and healthy behavior. Gift cards, premium reductions and even cash bonuses are rewarded to employees who complete certain health programs. According to a 2008 survey by The ERISA Industry Committee, the National Association of Manufacturers and Incent One, the percentage of major U.S. corporations using financial incentives to promote employer-sponsored health and wellness programs rose from 62 % in 2007 to 71% in 2008 [5].

In addition to preventing future health care costs, many corporations are finding corporate wellness programs to be successful at providing other benefits. Through increased employee morale, health, productivity and a decrease in absenteeism, employers are seeing the financial benefits from worksite wellness programs.

Over a four-year period ending in 2002, Johnson & Johnson's wellness program reduced health care costs by an estimated \$224.66 per employee per year (The Cost Benefit of Worksite Wellness, Wellness Councils of America, 2002) [5].

The wellness industry is on the verge of changing our lives as much as did the automobile and the personal computer. Many corporations are finding corporate wellness programs to be successful at providing other benefits preventing future health care costs. Through increased employee morale, health, productivity and a decrease in absenteeism, employers are seeing the financial benefits from worksite wellness programs.

In conclusion it must be said that the wellness industry is developing very fast and has a great chance to develop in Ukraine.

Наук. керієн. Єніна Г. В.

References: 1. Pilzer P. The Wellness Revolution / P. Pilzer. – Wiley, 2003. – 272 p. 2. Article Alley [Electronic resource]. – Access mode : http://www.articlealley.com/article_1326186_17.html. 3. Official website of Paul Zane Pilzer [Electronic resource]. – Access mode : <http://www.paulzanepilzer.com/twr.htm>. 4. Pilzer P. The New Wellness Revolution / P. Pilzer. – Wiley, 2007 – 304 p. 5. Fitness and Wellness consumer/internet/ media industry report September 2008, Merriam Curhard Ford.

UDC 336.714(477)

Filippov O.

Студент 2 курсу
фінансового факультету ХНЕУ

SPECIALIZED INNOVATIVE INVESTMENT BANKS IN UKRAINE

Annotation. The paper explains the necessity and determines the conceptual frameworks and organizational economic mechanisms of forming the system of specialized innovative investment banks in Ukraine.

Анотація. Пояснюється необхідність та визначаються концептуальні основи і організаційні економічні механізми формування системи спеціалізованих інноваційних інвестиційних банків в Україні.

© Filippov O., 2011

103

"Управління розвитком", №23(120) 2011



Аннотация. Объясняется потребность и определяются концептуальные основы и организационные экономические механизмы формирования системы специализированных инновационных инвестиционных банков в Украине.

Key words: innovation, innovative development, investment securing, specialized banks, UBRD.

The process of economic globalization, begun in the 20th century, determined the necessity to accelerate the processes of financial resources mobilization, which had led to the substantial transformations in credit-banking systems in majority of the countries.

The aim of this article is to get acquainted with the operation of specialized innovative investment banks in Ukraine.

The objective of the paper is to explain the necessity and determine the conceptual frameworks and organizational economic mechanisms of forming the system of specialized innovative investment banks in Ukraine.

Individual aspects of banking institutions specialization in the sphere of investment securing in Ukraine were investigated by the famous Ukrainian economists such as O. Amosha, A. Halchynsky, H. Dobrov, etc. Despite the great number of scientific researches in this area there still remains material control area that needs further investigation [1].

The Ukrainian current banking system is developing to form the European model of universal banking institutions. Ukrainian specialized banks must pass a long way to become stable financial institutions. This process is difficult in itself and requires additional time to overcome skeptical attitude towards investment financial institutions.

Because of the great need of innovative sector of economy in investments as well as market participants, professionally working in this sphere, development of specialized innovative investment banking is rather perspective kind of activity nowadays.

In Ukraine there an integral two-tier system of banking institutions specialized in investment securing must be formed, the agents of innovation activity in terms of the second order of the banking system of Ukraine must be considered. Specialized innovative investment banks are banks specialized in portfolio and real investments into innovative sector of economy based on commission or at own expense by conducting operations with stocks, long-term lending of separate innovate projects.

Examining organizational mechanisms of forming specialized innovative investment banks four possible variants of their creation can be marked [2].

According to the first variant, a full state owned bank should be authorized for function of finance-credit securing of innovative activity.

In terms of the second approach the activity of innovations financing can be performed by a commercial bank operating.

The third variant provides the possibility of creating the specialized financial and credit institution where scientific and innovative organizations will take part as its founders. It provides the fullest control of a bank activity, its activity orientation towards investing into innovative sphere.

According to the fourth variant, a specialized financial and credit institution can be founded by both state and private investors. In Ukraine such an organization is the Ukrainian Bank for Reconstruction and Development, founded in 2003 as the Closed Joint-Stock Company. It does not have the status of the state bank. In 2007 the Malaysian financial group Hong Leong held negotiations concerning the controlling parcel of shares of UBRD. The same year Ukreksimbank stated its plans to acquire a share in the capital of UBRD by participating in the additional issue (50% shares + 1 share) in order to control them [1]. But international financial organizations such as IMF and the World Bank were against the creation of UBRD as a credit institution of the first order.

UBRD is specialized as an investment industrial bank aiming at financial innovation, market promotion, budget crediting innovative operations, provision of well-priced and vast resources to the agents of innovative activity.

Taking into consideration the current state of commercial banks, i.e. lack of financial resources for innovation activity crediting operations, more profitable alternative spheres of investment, raising the efficiency of functioning this type of bank will be a substantial step for improving financial-credit mechanism providing Ukraine's going to the innovative way of development [2].

The search of stimulating of correlation and cooperation mechanisms of banking capital and innovations as guarantors providing stable economic growth presents an acute topicality. The fact that banking investments are directly connected with structural economic changes and its innovative development is of great significance because it increases agglomeration rate and investment attraction of the national economy. The main structural and functional factors are investments and innovations. They must combine correlation with the basis economic modernization and its macroeconomic balance.

Наук. керівн. Бутковська Н. О.

References: 1. Дубинский А. Укрэксимбанк приберет к рукам УБРР / А. Дубинский // Экономические известия. – 2007. – № 161. 2. Коробова Г. Г. Система государственных банков развития реального сектора экономики / Г. Г. Коробова // Банковские услуги. – 2003. – № 4. – С. 16–22. 3. Офіційний сайт Державного агентства України з інвестицій та інновацій [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.in.gov.ua>. 4. Рижов В. На роздуми немає часу / В. Рижов // Урядовий кур'єр. – 14 вересня 2002 р. – № 169. – С. 7.

FINANCIAL MARKET OF UKRAINE IN MODERN CONDITIONS

Annotation. The situation on the financial market of Ukraine in modern conditions and its problems are considered, possible ways of the solution of these problems are offered.

Анотація. Розглянуто стан фінансового ринку України в сучасних умовах, його проблеми й запропоновано можливі шляхи їх вирішення.

Аннотация. Рассмотрено состояние финансового рынка Украины в современных условиях, его проблемы и предложены возможные пути их решения.

Key words: financial market, stock exchange, over-the-counter market, stock, bond.

Financial market includes historical, national, cultural, religious, psychological features of the development of people which have incorporated all riches of centuries, old traditions of the joint device of cultural and economic life.

The aim of the article is to consider the concept of the financial market and to study the elements included in its structure, and also to determine the present condition of the financial market of Ukraine.

The task of the article is to study possible ways to solve the problems of the financial market of Ukraine.

The article is based on scientific works of Valeriy Kovalev, Vadim Korneev, Olga Lavrushina, David Ishly, Lourens Blyum, Judjin Fama and others.

The novelty and topicality of the article is to study the market not only as economic category, but also as a difficult social and philosophical concept.

Financial market is a communication facility between the manufacturers and consumers, with its help the economic activity of the whole country is carried out. The importance of the research of the financial market of Ukraine is emphasized as the effective job of the market promotes the development of economy as a whole.

The financial market consists of a system of markets: currency, securities and loan capitals or money.

Finance is one of the major tools which influences the economy of the managed subject (country, region, enterprise, etc.) [1]. The financial mechanism represents system of organization, planning and use of financial resources. The structure of the financial mechanism consists of [2]:

a) financial tools; b) financial techniques and methods.

The internal structure of the financial market is defined by the interaction of separate units of the market. The various criteria to characterize the structure of the market are used: 1) objects: capital market, credit market, exchange market, insurance market; 2) subjects: operating sectors, intermediaries.

Banks are the bases of the financial market. The market where operations with securities are carried out represents the market of securities. Markets are subdivided into primary and secondary, exchange and over-the-counter. There are different exchange markets: stocks or currency stock exchange, bonds and over-the-counter market.

The stock exchange represents the organized and regularly functioning market where securities are bought and sold. The stock exchange is created for turnover of securities.

Over-the-counter market is the sphere of circulation of the securities that are not allowed to be quoted on stock exchanges. On over-the-counter market there is also a new issue of securities.

Stocks are the documents certifying that a stockholder has a share in the capital of a joint-stock company. It entitles to receive a part of the profit of the joint-stock company known as dividend.

The bond is a security giving the right to receive the guaranteed income. A bond is like a loan. There are different types of bonds: municipal bonds, corporate bonds and zero-coupon bonds [3].

These different components of the exchange market are found in tenders of the companies

The following companies "Ukrsocbank" (volume of tenders – Hr 586,12m), "Ukrgazbank" (Hr 355,16m) and "Kreditprombank" (Hr 332,29 m). are the leaders of tenders among corporate debt papers according to the results of the third quarter of 2010.



The market of shares takes the second place in the volume of tenders for one quarter. And market share is 17,69% from cumulative volume of tenders in PFTC comparing to the previous quarter volume of tenders that was Hr 1,88bn.

As for the leaders of tenders in the market of shares of steel companies they are OSC "Zapadenergo" (volume of tenders – Hr 167,81m), OSC "Centrenergo" (Hr 159,22m) and OSC "Zaporozhye ferroalloy" (Hr 143,48m).

The market of government securities is on the third place of the current rating of second quarter tenders. Volume of tenders of OVGZ in July – September was Hr 1,98bn, and its market share reached 17,21% from a general quarter revolution in PFTC [4].

According to these data we can make a conclusion about the condition of the financial market of Ukraine and its problems. The main problems are: commercial banks haven't got a profit, that's why budget of Ukraine has deficit of money; the market of securities is unsteady; prices for stocks of industrial and commercial enterprises depreciate; inflation caused by the crisis of financial market takes place.

There are some ways of solution of these problems. First, banks should attract clients by offering them advantageous deals. Secondly, the government should improve its mechanism for budget management. Thirdly, government should keep up with the changes of securities' rates and regulate their level by increasing or reducing their value. Also, government should provide stability of the securities market by regulating their rates and liquidating inflation.

Further study of the present conditions of the financial market of Ukraine will give the specialists more information and thus, more opportunities to find better solutions how to get out of crisis.

Наук. керівн. Лазаренко Т. В.

References: 1. Kovaleva A. Finance / A. Kovaleva. – M. : Finance and statistics, 1997. – 336 p. 2. Borosdin P. Valuable papers and stock market / P. Borosdin. – M. : MSU, 1994. – 170 p. 3. Zagorulko M. Bases of the economic theory / M. Zagorulko. – Volgograd : VSU, 1995. – 342 p. 4. Finance [Electronic resource]. – Access mode : <http://www.investopedia.com>.

Yartseva T.

UDC 336.761

Студент 2 курсу
фінансового факультету ХНЕУ

REGULATION OF SECURITIES MARKET IN UKRAINE

Annotation. The article deals with the concept of securities market, characteristic features and prospects of its regulation under modern economic conditions.

Анотація. Розглянуто поняття ринку цінних паперів, особливості та перспективи розвитку його регулювання у сучасних економічних умовах.

Аннотация. Рассматривается понятие рынка ценных бумаг, особенности и перспективы развития его регулирования в современных экономических условиях.

Key words: securities market, equities, debt securities, hybrid securities, stock exchange.

Currently, one of the most flexible financial instruments is the use of securities. Securities are an unavoidable attribute of any normal commodity turnover. Being a commodity, they nevertheless can serve as a means of credit and means of payment, effectively replacing cash.

The aim of the article is to introduce the features and identify the problems of state regulation of the securities market in Ukraine at the present stage.

The objectives of this paper are: 1) to determine the structure and organization of the securities market in Ukraine; 2) to get acquainted with the system of state regulation of the securities market in Ukraine; 3) to consider the reformation of the state regulation system of the securities market in Ukraine at the present stage.

Security is a document; historically, a physical certificate which is becoming more and more electronic, showing that one owns a portion of a publicly-traded company or owes a portion of a debt

© Yartseva T., 2011

issue. Securities are well traded. Basically securities refer to stocks and bonds, the term sometimes also refers to derivatives such as futures and options [1, p. 53].

Conventionally, Securities are categorized into Equities and Debt Securities. An Equity Security denotes a share in a company's capital stock. Capital stock can either be a Common Stock or a Preferred Stock. The equity holder is regarded as a shareholder of the company or an owner of a part of the company. The equity holder enjoys voting rights in corporate decision affairs. Debt Securities are termed as Bonds, Debentures, Commercial Paper, or Notes according to the maturity and other specific features. Holders of Debt Securities do not enjoy voting rights except in the event of bankruptcy [2, p. 122]. There are also Hybrid Securities which carry some of the features of both Equity Security and Debt Security.

The term "securities market" actually means a virtual platform where investors in the form of investment professionals and brokers buy and sell and also lend out securities, in exchange for a sum that is equal to their market price. It is an integral part of the securities industry as this is the place where the entire transaction is carried out. The securities market is also called the stock market or stock exchange in popular terminology [1, p. 56].

The establishment of modern securities market is viewed in Ukraine as an important stimulus for economic growth as it allocates substantial capital to most productive companies and leads to the formation of a capital market thus providing sources of finance for enterprises. The regulation of the securities market in Ukraine largely relies on the Law on securities and stock exchanges, which defines different types of securities existing in Ukraine. Traditional negotiable documents, such as promissory notes, bills of exchange and warehouse receipts, are also treated in Ukraine as securities. According to the law, securities can be issued either in documentary (paper) or non-documentary (electronic) form; they can be namely designated or issued to the holder thereof. Documentary securities may be transferred by endorsement, while securities issued in non-documentary form can be transferred only upon filing appropriate data with the specialized registrar [3].

Supervision and regulation of the securities market is executed by the State Commission on Securities and Stock Market. Ukrainian legislation regulates all types of professional activities that could be carried out on the securities market, including: securities trading (brokerage and dealing); depository activities; clearing as to the payment of securities; securities management; securities ownership registration and custody [4, p. 284].

The main forms of state regulation of the securities market include: 1) issue of special permits (licenses) for conducting professional activity on securities market, and ensuring control over such activity; 2) registration of securities issues and information on them; 3) development of the system of protection of investors' rights and control over observance of these rights by securities issuers and individuals who conduct professional activity on securities market; 4) control over authenticity of information that is provided by issuers and entities that conduct professional activity on securities market; 5) establishment of regulations and standards for performing transactions on securities market and control over their observance; 6) control over observance of antimonopoly legislation on securities market; 7) control over pricing systems on securities market; 8) control over activities of entities and individuals servicing issue and circulation of securities.

According to Article 4 of the Law, the following activities can be conducted on securities market: Trade in securities; Depository; Settlement and clearing activity; Securities management; Arrangement of trades on securities market [5].

On June 11, 2009 the Verkhovna Rada of Ukraine adopted the Securities Amendment which went into effect on October 30, 2009. The Securities Amendment limits the number of potential investors who may be solicited during private placements of joint stock company shares, introduces grounds for termination of a shares subscription and establishes a requirement to convert shares into either paper or electronic format by October 30, 2010.

In conclusion it must be said that the securities market is one of the most regulated markets in the world. The complexity of relationships on the market, its scale, inherent market risk, security interests of its members stipulate the necessity for the adoption of detailed standards and market rules, as well as the involvement in the regulation of various government agencies and self-regulatory organizations.

All the enumerated measures of securities regulation in Ukraine are aimed at the creation of a civilized Ukrainian stock market, functioning on the basis of international principles and standards. Their implementation will ensure necessary conditions for the free circulation of securities, transparent and competitive market, thereby providing both domestic and foreign investors with a reliable mechanism for the investment in Ukrainian economy.

Наук. керівн. Дубцова О. В.

References: 1. Бердникова Т. Б. Рынок ценных бумаг / Т. Б. Бердникова. – М. : ИНФРА-М, 2002. – 270 с. 2. Бороздин П. Ю. Ценные бумаги и фондовый рынок : учебное пособие / П. Ю. Бороздин. – М. : МГУ, 1994. – 170 с. 3. Ukrainian-Dutch business club. Doing business in Ukraine. Securities market [Electronic resource]. – Access mode : www.ukraine-holland.org.ua. 4. Миркін Я. М. Цінні папери і фондовий ринок / Я. М. Миркін. – М. : Перспектива, 2000 – 520 с. 5. Laws of Ukraine [Electronic resource]. – Access mode : www.zakon.rada.gov.ua.



Студент 2 курсу
факультету обліку та аудиту ХНЕУ

TRADE CONFLICTS AND GLOBAL EXPERIENCE OF SOLVING THEM

Annotation. The article deals with the main reasons that cause trade conflicts and different methods of solving them in the world.

Анотація. Розглянуто основні причини, що призводять до виникнення торгівельних конфліктів, а також основні методи, за допомогою яких їх вирішують у міжнародному просторі.

Аннотация. Рассмотрены основные причины, которые приводят к возникновению торговых конфликтов, а также основные методы их разрешения в международном пространстве.

Key words: conflict, trade, economic partnership, competition, market, protectionism, policy, economic perspective, agreement, price, demand protection, WTO, European Community.

"Fighting" in the trade in the twentieth century was constant. Widely known are "car", "cigarette", "cheese", "Petrol" conflicts, which have seriously worsened the relations between the countries and caused significant damage to their economies. So, the aim of my work is to consider the reasons that cause trade conflicts and to determine the main ways of solving them [1].

In the future such conflicts in international trade, possibly, will become the main problem in the relations between the major trading blocs. So says Anders Aslund, senior fellow at the Carnegie Endowment for International Peace, one of the leading experts on the economy of post-Soviet states.

There are several basic levels of trade conflicts:

- between countries and groupings of countries;
- groups within countries;
- between individual countries.

A "fish" war between Spain and Canada on fishing cod in the Atlantic near Newfoundland can serve as an example of trade conflicts of the third level (between countries) [2].

The United States and the European Union (EU) share a huge, dynamic, and mutually beneficial economic partnership. Not only is the U.S. – EU trade and investment relationship the largest in the world, but it is also arguably the most important. Agreement between the two partners in the past has been critical to making the world trading system more open and efficient.

Given the high level of U.S. – EU commercial interactions, trade tensions and disputes are not unexpected. In the past, U.S. – EU trade relations have witnessed periodic episodes of rising trade tensions and conflicts, only to be followed by successful efforts at dispute settlement. This ebb and flow of trade tensions occurred again last year with high-profile disputes involving tax breaks for U.S. exporters and production subsidies for the commercial aircraft sector.

Major U.S. – EU trade disputes have varied causes. Some disputes stem from demands from producer interests for support or protection. Trade conflicts involving agriculture, aerospace, steel, and 'contingency protection' fit prominently into this grouping. These conflicts tend to be prompted by traditional trade barriers such as subsidies, tariffs, or industrial policy instruments, where the economic dimensions of the conflict predominate. Other conflicts arise when the U.S. or the EU initiate actions or measures to protect or promote their political and economic interests, often in the absence of significant private sector pressures. The underlying cause of these disputes over such issues as sanctions, unilateral trade actions, and preferential trade agreements are different foreign policy goals and priorities of Brussels and Washington. Still other conflicts stem from an array of domestic regulatory policies that reflect differing social and environmental values and objectives. Conflicts over hormone-treated beef, bio-engineered food products, protection of the audio-visual sector, and aircraft hush kits, for example, are rooted in different U.S. – EU regulatory approaches, as well as social preferences [3].

These three categories of trade conflicts – traditional, foreign policy, and regulatory – possess varied potential for future trade conflict. This is due mostly to the fact that bilateral and multilateral agreements governing the settlement of disputes affect each category of disputes differently. By providing a fairly detailed map of permissible actions and obligations, trade agreements can dampen the inclination of governments to supply protection and private sector parties to demand protection. In sum, U.S. – EU bilateral trade conflicts do not appear to be as ominous and threatening as the media often portray, but they are not ephemeral distractions either. Rather they appear to have real, albeit limited, economic and



political consequences for the bilateral relationship. From an economic perspective, the disputes may also be weakening efforts of the two partners to provide strong leadership to the global trading system [5].

The famous South Korean scientist Ha-Joon Chang believes that in general the way to the top of the industrial and technological progress in the leading countries of the Western world is still not based on principles of openness and free trade, but on a combination of protectionism to protect their domestic markets with the expansion in the markets of weaker countries. Western countries always tripped themselves protectionist "ladder" when they are needed. They made it strong cast only when it no longer was needed [1].

The growing competition in world markets, the need to protect domestic markets, providing employment forced the state to protect their producers and traders and again lead to economic conflict [3].

At the heart of most trade conflicts is a situation in which prices of goods exported by other countries are lower than the prices of national products. In such a situation domestic producers are required to improve quality and reliability of products, technological processes, reduce production costs, ultimately prices to compete with imported goods. But it is very difficult for poor countries [4].

Union countries and economic blocs do not mean undoubted progress in implementing the principles of free trade. Customs unions constitute a contradictory unity of free trade and protectionism. The dilemma of "free trade or protectionism" does not cease to exist. It is carried only on a different level of foreign trade relations, which are determined by decisions on the choice of economic policies of states in respect of third countries [2].

However, as a rule, the members of countries' trade conflicts do not seek to bring them to the extreme. Conflicts are resolved through lengthy negotiations, consultations, complaints to international organizations.

The desire to resolve trade conflicts and prevent them is particularly important for the European Community. So the European Common Market has adopted the code of law doctrines of market competition [4].

The most comprehensive mechanism for resolving trade conflicts was developed in the WTO. The WTO agreements require to take into account the state of competition in the domestic market with the introduction of tariff and non-tariff regulatory measures. The WTO is the only organization in the world, which made provisions for the harmonization of all the major issues related to international trade in goods and services. The mechanism of consultations and the search for compromise emerging from conflict situations was developed in the framework of GATT / WTO during the forty-odd years [1].

So, as a conclusion it can be said that the problem of trade conflicts between different countries is steel "open" and world community must make all the efforts for the global peace and prosperity.

Наук. керівн. Лазаренко Т. В.

References: 1. Cornelius H. Anyone can win. How to resolve conflicts // Per. from English., M., JS Stringer, 1992. 2. Garfinkl M. V. Compromise or war / M. V. Garfinkl // American Economist. – 2000. – № 4. 3. Raymond J. Ahearn. Trade Conflict and the U.S. – European Union. Economic Relationship / A. J. Raymond // CRS Report for Congress, 2006. 4. Anders Aslund. Trade war / A. Anders // Economy and Life. – 2001. – № 27. 5. Druzhinin V. V. Offices of the DS, MD office Introduction to the theory of conflict / V. V. Druzhinin. – M. : Radio and Communication, 1989.

UDC 005.5:174.4

Riznyk I.

Студент 2 курсу
факультету обліку і аудиту ХНЕУ

BUSINESS COMMUNICATION

Annotation. The article gives the general characteristics of different kinds of business communication. Recommendations are given how to improve business communication and to overcome some of the related problems.

Анотація. Представлено загальну характеристику видів ділового спілкування. Надано рекомендації для покращання ділової комунікації, а також для подолання проблем, які виникають на цьому ґрунті.

© Riznyk I., 2011



Аннотация. Представлена общая характеристика видов делового общения. Даются рекомендации по улучшению деловой коммуникации, а также по преодолению проблем, возникших на этой почве.

Key words: communication, non-verbal and verbal communications, general plan, cross-cultural differences, language barriers, motivate.

The purpose of this project is to describe significant communication skills in business, and to tell about language barriers in business communication.

Nowadays business communication skills are very important. The essential business activities comprise communicating with others, convincing and finding the compromise, listening and speaking. Without these important skills no success can be reached, and people gain these skills and improve them during their whole lives.

Nobody can remain indifferent to the relations between people, their behaviour and their individuality. It is no matter who you are.

There are two kinds of communication: non-verbal and verbal communications.

The most basic form of communication is non-verbal [1].

We still use non-verbal cues to express superiority, dependence, dislike, respect, love, and other feelings.

In business communication you should not underestimate non-verbal communication. Especially when taking into account cross-cultural differences. In different countries some gestures can be perceived in various ways and mean something inappropriate, so while dealing with foreign representatives one should be aware of such non-verbal peculiarities in order not to damage business relations.

We then transmit the message in spoken or written form, hoping that someone will hear or read what we have to say. When it comes to sending business messages, speaking is more common than writing [2].

It's important to remember that effective communication is a two-way street. People in business spend more time obtaining information than transmitting it, so to do their jobs effectively they need good listening and reading skills.

At first sight, in-depth knowledge of a particular culture, certainly works. But there are certain drawbacks. One is that you will never be able to understand another culture completely. No matter how much you study German culture, for example, you will never be a German or share the experiences of having grown up in Germany.

The second approach to cultural learning, general development of intercultural skills, is especially useful if we interact with people from a variety of cultures or subcultures [1].

Language barriers. If we're doing business in London, we obviously won't have much of a language problem. We may encounter a few unusual terms or accents in the 29 countries in which English is an official language, but our problems will be relatively minor. Language barriers will also be relatively minor when we are dealing with people who use English as a second language (and some 650 million people fall into this category). Some of these millions are extremely fluent; others have only an elementary command of English.

The real problem with language arises when we are dealing with people who speak virtually no English. In situations like this, we have very few options: we can learn their language, we can use an intermediary or a translator, or we can teach them our language. Even the Berlitz method, which is famous for the speed of its results, requires a month of intensive effort – 13 hours a day, 5 days a week. It is estimated that minimum proficiency in another language requires at least 240 hours of study over 8 weeks; more complex languages, such as Arabic and Chinese, require more than 480 hours. Language courses can be quite expensive as well. Unless we are planning to spend several years abroad or to make frequent trips over an extended period, learning another language may take more time, effort, and money than we're able to spend [3].

Cultural difference. As we know, misunderstandings are especially likely to occur when the people who are communicating have different backgrounds. Party A encodes a message in one context, using assumptions common to people in his or her culture; Party B decodes the message using a different set of assumptions.

Culture dictates the roles people play, including who communicates with whom, what they communicate, and in what way. Concepts of status also differ, and as a consequence, people establish their credibility in different ways. North Americans, for example, send status signals that reflect materialistic values. The big boss has the corner office on the top floor, deep carpets, an expensive desk, and handsome accessories. The most successful companies are located in the most prestigious buildings [2].

If you and the reader speak different languages, be especially concerned with achieving clarity:

use short, precise words that say exactly what you mean;

rely on specific terms to explain your points. Avoid abstractions, or illustrate them with concrete examples;

help readers follow your train of thought by using transitional devices. Precede related points with expressions like in addition and first, second, third;

use numbers, visual aids, and pre-printed forms to clarify your message. These devices are generally understood in most cultures [4].

Hence, the skill of persuasion is also one of the basic communication skills. To motivate people do what you want them to do it is not enough to have the power. Being persuaded people feel they are

acting on their own accord. Improvement of persuading techniques means using facilitative tactics and tailoring your approach to different people.

The performance appraisal skill is used systematically by foreign managers and has a great impact on the career of employees. So, to communicate with others, to convince and to find the compromise, to listen and speak - those are what the life consists of and the business life especially.

In conclusion we would like to say the following. As the range of international economic cooperation of Ukraine is expanding constantly it is necessary for future specialists in the field of economics to acquire skills of understanding a language in the wide sociocultural aspect. We must understand that every speech activity can influence the person we are talking to and learn to use social, psychological and language means to achieve our purpose in communication.

Наук. керівн. Лазаренко Т. В.

References: 1. Haykin K. R. Communication Systems (4th edition) / K. R. Haykin, M. A. Simon John Wiley & Sons, 2001. – 190 p. 2. New Oxford American Dictionary (2nd edition). Telecommunication, tele- and communication, 2005. – 367 p. 3. Robert Metcalfe and David Boggs, Distributed Packet Switching for Local Computer Network / Robert Metcalfe and David Boggs Communication of the ACM, July 1976. – 410 p. 4. Space Weather System Overview [Electronic resource]. – Access mode : <http://spaceweather.org.ua/>.

UDC 657.471.12

Nosova I.

Студент 3 курсу
факультету обліку і аудиту ХНЕУ

WORLD ACCOUNTING SCANDALS

Annotation. The article examines the problem of world accounting scandals and creative accounting as one of the reasons for them to happen, and the interconnection between creative accounting and the type of accounting standards used on an enterprise.

Анотація. Розглянуто світові бухгалтерські скандали і творчий облік як одну з причин їх виникнення, а також взаємозв'язок творчого обліку і типу стандартів бухгалтерського обліку, що застосовуються на підприємстві.

Аннотация. Рассматриваются мировые бухгалтерские скандалы и творческий учет как одна из причин их возникновения, а также взаимосвязь творческого учета и типа стандартов бухгалтерского учета, применяемых на предприятиях.

Key words: creative accounting, accounting scandals, balance sheet, revenue, income, assets, liabilities, investors, accounting standards.

The succession of financial scandals which have made the front page news in recent times has meant that terms such as 'creative accounting' and 'stock options' have now become part of everyday vocabulary for people half the world over.

The purpose of this study is to give the imagination about the biggest accounting scandals that happened in the world during the last decade.

Creative accounting is an euphemism referring to accounting practices that may follow the letter of the rules of standard accounting practices, but certainly deviate from the spirit of those rules. It is characterized by excessive complication and the use of novel ways of characterizing income, assets, or liabilities and the intent to influence readers towards the interpretations desired by the authors [1].

There are many reasons why a business would make use of creative accounting. One of the more common is to increase the desire for the stock issued by the business [2].

The problem of creative accounting is an international one, with accounting policy choice being a particular problem in the Anglo-American tradition and transaction manipulation a particular problem in the continental European tradition.

Accounting scandals are political and business scandals which arise with the disclosure of misdeeds by trusted executives of large public corporations. Scandals are often only the 'tip of the iceberg'. They represent the visible catastrophic failures [3]. Though these scandals are not a new thing, every time many people particularly employees of that company and investors are suffering from major losses in these incidents.



Enron is the most popular of accounting scandals all and is still being referred to even after 9 years. It involved hiding debts, inflating revenues and corruption.

The Enron scandal, revealed in October 2001, eventually led to the bankruptcy of the Enron Corporation, an American energy company based in Houston, Texas. It resulted to the displacement of more than 20,000 people and the dissolution of one of the Big 5 global accounting firms (Arthur Andersen). It also gave rise to the passage of Sarbanes-Oxley and more rigorous auditing standards.

Enron's \$63.4 billion in assets made it the largest corporate bankruptcy in U.S. history until WorldCom's bankruptcy the following year.

Waste Management – one of the big companies which offers a comprehensive waste management and environmental services in the US.

In 1999, the accounting scandal led to a major drop in stock price and led to the replacement of top executives, when the new CEO ordered a review of the company's accounting practices. The company had augmented the depreciation time length for their property, plant, and equipment, making their after-tax profits appear higher. The net result was \$1.7B in inflated earnings. Unlike the Enron Corporation, Waste Management still exists.

Parmalat used to be the biggest dairy company in Europe. But it has collapsed in 2003 with a 14bn euro (\$20bn; £13bn) hole in its accounts and subsequently declared bankruptcy.

The company went under for a variety of reasons: investment disasters; non-existent cash in bank; fake transactions; hidden debts and the use of derivatives and accounting fraud to hide these facts. These illegal acts were carried out worldwide, and they affected not only the company and its people but international financial institutions, as well.

WorldCom (also known as MCI, Inc.) emerged from bankruptcy in 2003. The company used fraudulent accounting methods to mask its declining earnings by painting a false picture of financial growth and profitability to prop up the price of WorldCom's stock. By the end of 2003, it was estimated that the company's total assets had been inflated by around \$11 billion.

Tyco International – an international manufacturing company with diversified product lines (safety products, fire protection, electrical products, to name a few). The accounting scandal happened in 2002. The fraud actually involved misuse of the company's funds by its former CEO and CFO.

Satyam Computer Services – a company based in India (now known as Mahindra Satyam). This is the most recent scandal (declared only in 2009) among those on this list. The accounting fraud in this case involves overstating cash (\$1.5 billion) and receivables by \$100 million and understating liabilities by \$250 million. Taken together, Satyam's assets were inflated by about \$1.85 billion [3].

Charles Mulford, co-author of *The Financial Numbers Game*, says "the accounting model isn't broken, financial reporting just needs some tweaks" [4]. In the meantime, investors must educate themselves about how to detect creative accounting, and professionals such as accountants and managers need to know how to prevent it from happening in their firms.

Those companies most at risk for fraudulent financial reporting tend to be those that have one or more of the following attributes: weak internal control; no audit committee; a family relationship among directors and/or officers; assets and revenue less than \$100 million; and/or a board of directors dominated by individuals with significant equity ownership and little experience serving as directors of other companies.

Hence, to prevent creative accounting, accountants and managers should divide the duties of an internal control checklist. Furthermore, an independent audit committee should always have someone with a strong accounting background and audit experience who deals directly with outside auditors [4].

The research shows that there an association exists between the type of accounting standards and the incidence of corporate and accounting fraud.

Mano, Mouritsen and Pace describe an April 2003 advertisement by the accounting firm PricewaterhouseCoopers in *The Wall Street Journal* where the firm claimed that:

"Rules-based systems encourage creativity (and not the good kind) in financial reporting. A principles-based system requires companies to report and auditors to audit the substance or business purpose of transactions" [5]. More recently, Benston, Bromwich, Litan and Wagenhofer point out that:

"...the rules-based U.S. accounting standards have been blamed for allowing and even encouraging opportunistic managers to structure transactions to produce misleading financial statements" [6].

Thus, using principles-based accounting standards (IFRS) instead of rules-based (GAAP) can be a good prevention to avoid accounting scandals.

In recent years, a number of nations have taken steps to minimize the incidence of creative accounting and earnings management by implementing regulations that make it more difficult for businesses to cook the books. The hope is that by doing so, investors will be able to obtain all the data required to make an informed decision about their investment options, and prevent the economy from being adversely affected by misleading financial accounting practices at major corporations.

Наук. керівн. Лазаренко Т. В.

References: 1. Creative accounting [Electronic resource]. – Access mode : http://en.wikipedia.org/wiki/Creative_accounting. 2. What is creative accounting? [Electronic resource]. – Access mode : <http://www.wisegeek.com/what-is-creative-accounting.htm>. 3. Ten major accounting scandals [Electronic resource]. – Access mode : <http://bizcovering.com/history/10-major-accounting-scandals/>. 4. Creative accounting: prevention and detection [Electronic resource]. – Access mode : <http://accounting.smartpros.com/x33125.xml>. 5. Mano R. Principles-Based Accounting: It's not new, it's not the rule, it's the law / R. Mano, M. Mouritsen, R. Pace // *The CPA Journal*. – 2006. – Pp. 60–63. 6. *Worldwide Financial Reporting: The development and future of accounting standards* / G. Benston, M. Bromwich, R. Litan, A. Wagenhofer // Oxford University Press. – New York : NY, 2006.

FLASH VS. HTML5: COMPETITION OR OPPOSITION

Annotation. The article deals with the problem of competition between HTML5-technology and Flash. What work does Adobe do to prevent the decline of flash-technology space on web sites?

Анотація. Розглянуто питання про протистояння нової технології HTML5 та розповсюдженого Flash, про заходи, які приймає Adobe, намагаючись запобігти занепаду flash-технології у просторі створення веб-сайтів.

Аннотация. Рассматриваются вопросы о противостоянии новой технологии HTML5 и распространённого Flash, о мероприятиях, которые проводит Flash, пытаясь предотвратить упадок flash-технологии в пространстве создания веб-сайтов.

Key words: to browse, exercisable, application, encoding, tool, graphics processing unit.

CSS3 and HTML5 have been on the distant horizon of web design for the past couple of years, but now they are becoming extremely popular. Designers are finally starting to use Flash less than before. A new technology is available to current and potential visitors [1, p. 154]. Flash and HTML5 are not equal opponents. There is plenty of room for both. The problem is that designers misused Flash during last years. HTML5 alleviates some of the burden which has been placed on Flash. However, HTML5 cannot replace the extraordinary design elements which can be achieved through Flash but it can happen in the near future.

The aim of the article is to ascertain the reasons for opposition of HTML5 and Flash technologies. So what are priorities and strengths?

The tasks of the article are to analyze points of contact between HTML5 and Flash technologies and to define what they are competing for.

The methods used to fulfill the tasks are comparative and descriptive.

Flash has no place at the client sites, it is a good technology and rather complicated, but it's placed in online games. Firstly, it takes longer of downloading a site, and secondly, many users browse the site while sitting in the office where a proxy server switches off Flash and they simply don't see it.

HTML5 solves such problems without the aid of additional plug-ins, as it is supported inside the browsers [2, p. 67].

But trivial users' problems are not the primary cause of the monumental contradiction of a new standard with entrenched technology, but animosity between the two giants: Apple and Adobe.

Abstaining HTML5 supports revolutionary device from Apple – iPad, which does not support Flash-application [3, p. 32]. It is known that Apple has recently launched a massive push standard HTML5 instead of Flash, and many major sites have already made the transition so as to be exercisable for view on the iPad.

When Adobe's application package Creative Suite 5 has been created, Adobe announced about Flash capabilities to export projects as applications that can be run by iPhone, iPod and iPad. Nevertheless, changes in the license agreement for iPhone developers prohibited using any technology except the original Apple technology to develop applications [4].

Jan Ozer is an expert in video encoding technologies. Recently he has put HTML5 up against Flash in a series of tests that pitted the two technologies against each other on both the Mac and PC and in different web browsers including Internet Explorer 8, Google Chrome, Apple Safari and Mozilla Firefox.

In analyzing the results of the tests, Ozer determined that the key to better Flash performance was dependent upon whether or not it could access hardware acceleration. This feature, launched in Flash 10.1, allows the plugin to use the graphics processing unit (GPU) on some computers to decode video.

According to Adobe, hardware acceleration is not supported under either Linux or Mac OS X, the latter because Mac OS X does not expose access to the required APIs. Adobe goes on to say "The Flash Player team will continue to evaluate adding hardware acceleration to Linux and Mac OS X in future releases."

Here's what this all means in layman's terms: Apple isn't allowing Flash to become more efficient on their Mac OS X/Safari platform (or their iPod/iPhone/iPad one, either) by not providing the access to the hardware it needs to reduce its CPU load.

In blocking Flash on Apple devices, the company can easily claim that it's simply not an efficient technology and that's true for now, considering how it's set up. But if the company wanted to allow it and make it work, it seems reasonable to believe that they could. This is what leads some insiders to believe that the decision to block Flash is less of a technological one and more of a business-minded one.



Despite the results, the struggle is taking place.

The ever increasing overlap between Flash and HTML 5 is just one part of up-to-date trends. The other part that is seldom mentioned is the continually increasing capabilities of Flash. As HTML 5 is slowly realized, Flash continues to innovate at a very fast pace so that it can continue to fill the gap between what HTML technologies offer and what developers want to build. Flash will continue to complement HTML and help developers realize capabilities, which can't be realized in any other way. The questions whether Adobe can continue to innovate to fill the gap and whether Flash can evolve fast enough to continue complementing HTML still remain.

Sarah Perez, Feature Writer for ReadWriteWeb and the editor of theReadWriteMobile channel argued, that Adobe had launched recently an experimental Flash-to-HTML5 conversion tool called Wallaby [5]. The tool takes content created with Adobe's Flash Professional and converts it to HTML5.

Adobe developers got a sneak peek at Wallaby at Adobe's MAX 2010 conference last year, and there was a lot of interest from the community, says Adobe [7]. Now, this new software is available for anyone to download.

Through a simple interface, it is possible to drag and drop a Flash (.fla) file right into Wallaby's interface, and the program automatically converts it to HTML5. The new program is not meant to take away from Flash's importance, however. Senior Product Manager for Flash Professional Tom Barclay explains, both HTML5 and Flash "will be imperative for the long term to create really engaging content that will work across any device" [5].

Flash to HTML5: Beginning of the End? Adobe isn't wrong when it claims that Web standards don't diminish Flash capabilities. And the company still has a large developer of over 3 million who use Adobe's tools. Moreover, due to the partnership with Google, Flash is imbedded into the Google Chrome Web browser, and is supported on handsets built with Google's Android mobile operating system. Flash, in other words, won't be disappearing from the Web anytime soon [6, p. 56].

But the launch of Wallaby, a tool that takes Adobe's Flash files and converts them into Web standards, seems like the beginning of the end for the dominance of the Flash on the modern Web. It's an acknowledgement that when Apple, boldly, perhaps even arrogantly, banned Flash from its mobile devices, it mattered. Would such a tool like Wallaby exist? It is not known yet.

The conclusion can be made that no one certainly can say what awaits us in the future. HTML5 is the new standard, favored in the future of web-programming. But it is also impossible to talk about decline of Flash. Both technologies have the tremendous support of their defenders and, in fact, the creators.

Наук. керівн. Нестеренко Д. Ю.

References: 1. Lubbers Peter. Pro HTML 5 Programming / Peter Lubbers, Brian Albers, Frank Salim. – S. : Williams, 2011. – 272 p. 2. Lawson Bruce Introducing HTML5 / Bruce Lawson, Remy Sharp. – N. : New Riders Press, 2010. – 240 p. 3. Sullivan Joe. 10 Minute Guide to Flash 5 / Joe Sullivan, Joseph Sullivan. – W. : Que, 2002. – 192 p. 4. Read Write Web WDL [Electronic resource]. – Access mode : <http://www.readwriteweb.com>. 5. Greg's Rambling [Electronic resource]. – Access mode : <http://gregsramblings.com>. 6. Curtis Hillman. Flash Web Design / Hillman Curtis. – N. : One, 2009. – 232 p. 7. Always more digital [Electronic resource]. – Access mode : <http://www.amdclub.ru>.

Prykhodko A.

UDC 004.738.5:7

Студент 2 курсу
факультету менеджменту та маркетингу ХНЕУ

THE ECONOMIC (PHYSICAL) SIDE OF THE MODERN (INTERNET) ART

Annotation. The aim of the following work is to describe the essence and peculiarities of new age art and its economic side. The article deals with the problems of practical aspects of internet art and suggests potential solutions.

Анотація. Описано суть та особливості нового мистецтва, а також його економічну сторону. Розглянуто проблеми практичних аспектів Інтернет-мистецтва та запропоновано можливі рішення цих проблем.

© Prykhodko A., 2011

Аннотация. Описано сущность и особенности искусства нового века, а также его экономическую сторону. Рассматриваются проблемы практических аспектов Интернет-искусства и предоставляются возможные решения этих проблем.

Key words: internet, labor, wage, internet art, physical revenue.

After factory outsourcing and the dot-com bust, national and local governments worldwide looked to infuse their urban economies by stimulating the entrepreneurial energies of activities now grouped together as the "creative industries," a loose term used to describe artists, entertainers, and architects, as well as the knowledge work of lawyers and financiers. If this term sounds familiar, it's likely because it is the grandchild of the Frankfurt School's Marxist description of the "culture industry."

The aim of this paper is to describe what Tony Blair's Department of Culture, Media and Sports, called the newly dubbed creative industries in their founding documents. The term was molded to express all of the New Economy's signature points of emphasis: technological enthusiasm, the cult of youth, branding and monetization fever, and ceaseless organizational change.

Nevertheless, the trade of actually making art pays little. Artists, without trust funds, will work for low wages. They are often subject to the internship phenomenon for experience, often quite necessary, to hone applicable skills void in their art education. Artists need flexibility in order to focus on their work and thus must sacrifice security in order to maintain time for their own work [1, p. 112]. Conversely, many artists soon realize that no one cares what their day job is, as long as their art is good. Many art laborers admittedly glean knowledge from working for low wages for underpaid yet successful artists. On the other hand, often those that "fall into" well paid positions in the art world quickly were already wealthy and as such, legitimate children of the arts.

In the landscape of cultural production, there is a huge rush in self-publication and amateur content promotion through websites like YouTube, Flickr, Twitter, Friendster, Second Life, Facebook, and Myspace. As such, there seems to be no single group of people more indicative of the new creative industries than contemporary internet artists – the zenith of techno-enthused youth, precarious employment, and do-it-yourself vigor.

While the ethics of artists' compensation has been a disputed matter for a long time, arguably no group of artists has garnered such large, global audiences while so successfully evading payment as those who exist online today. At the root of internet art's unsellability is the point that internet art (like all digital data) is infinitely reproducible, making any attempt to harness it for sale an exercise in maintaining artificial scarcity [2, p. 56]. As a matter of fact, the digital world values content according to its ubiquity (memes, traffic statistics) while the physical world values the scarcity of goods (lower supplies equal higher demands). The only avenue digital content industries have pursued to make money from their creative output has been to control the distribution of works by enforcing copyright law punishments on individuals guilty of recirculating intellectual property without authorization. This method wouldn't be likely supported because most internet artists actually rely on the appropriation of their images through aggregating blogs to make a name for themselves.

The precarity of internet-based art production is now only partially remedied when artists venture into traditional economies based on the attention they've been able to attract online. Popular solutions include creating internet-inspired physical objects for gallery sale, knowledge work in academia, or using software skills commercially. Again, nice work if you can get it, but only a lunatic would enter an intentionally restrictive luxury economy with hopes of instantly finding stable employment when there are 90,000 students a year graduating with bachelor degrees in fine art from America alone [4; p. 144].

Hence, if precarity is not going away any time soon for (internet) artists, how can this payless situation be made as culturally generative as possible? Of course, not all things must be done for money, and the utopian under-pinnings of art may be a perfect example of something that provides great rewards even when done without pay. Ross considers the creative industries appealing to people because they promise "the mental challenges and sensuous self-immersion [that] is associated with a surfeit of pleasure and satisfaction" [3, p. 118]. The word "sustainability" comes to mind when considering a payless activity. Internet art's current platforms for validation use likeability and shareability as their metrics of success.

In conclusion it can be said that the blogging and communication platforms currently in use must be remade in the image of articulated response, collaboration, versioning, and displayed influence to sustain meaningful rewards for those brave or foolish enough to take the precarious risk of internet art making. To do so requires no less than the invention of new systems for art's validation online; the medium is still the message. "Likes" and "reblogs" are beginning to feel like tokenistic examples of support. There must be created an online organization that fosters something more substantial for one another.

Наук. керівн. Альошина О. М.

References: 1. Troemel B. Making the Best of a Permanent Pay Freeze / B. Troemel. – L. : DIS Magazine, 2011. – 245 p. 2. Marcus R. Middle Class's Plain Vanilla. Interview between Arthur Wuurde and Barbara Enyce / R. Marcus. – L. : DIS Magazine, 2011. – 134 p. 3. Ross A. Nice Work If You Can Get It: Life and Labor in Precarious Times / A. Ross. – New York : NYU Press, 2009. – 356 p. 4. Scanlan J. Modest Proposals / J. Scanlan. – New York : Art Press, 2008. – 412 p.



Студент 2 курсу
фінансового факультету ХНЕУ

WHAT IMPACT DOES THE INCREASE OF GAS PRICE HAVE ON THE MUNICIPAL SERVICES IN UKRAINE?

Annotation. The article analyses the municipal services in Ukraine which will be affected by the increase of gas price, the consequences of this policy are also presented.

Анотація. Зроблено аналіз змін у сфері комунальних послуг в Україні через збільшення ціни на газ, а також представлено наслідки цієї політики.

Аннотация. Сделан анализ изменений в сфере коммунальных услуг в Украине в связи с увеличением цены на газ, а также представлены последствия этой политики.

Key words: gas, municipal services, energy sector, fuel.

Gas is used in many spheres of human life: the main part is directed to the needs in energy, the other is used as technological fuel for drying and for domestic consumption in utilities. Gas in liquefied or compressed form is used in internal combustion engines in cars. Low cost of gas production in comparison with other kinds of fuel – coal, peat, oil also plays considerable role. But the adoption of legislative measures to increase the price of gas contributes to some changes in its use. This in turn affects municipal services in Ukraine.

The aim of this paper is to make a comparative study of the increase of gas price in Ukraine, its impact on the municipal services and to develop ways to overcome this problem.

According to the decree of the National Energy Regulatory Commission, since 1 August 2010 the price for natural gas for economic entities which generate thermal energy will increase by 50 % – from 872.78 to 1309.2 grn per 1 thousand cubic meters (including VAT) in Ukraine [1]. For the population the price of natural gas will rise by 50 % – from 483.6 to 725.4 grn per 1 thousand cubic meters, provided that the volume of gas consumption will not exceed 2500 cubic meters per year in the presence of the counters.

The sharp rise in gas prices will lead to a sharp autumn rise in prices in Ukraine, including the municipal services that use natural gas for domestic purposes (cooking, lighting, water for heating, manufacturing of technical steam) [2].

According to the calculations, the average heating rate will increase by 73 copecks per square meter of heated area, on hot water supply – at 3,82 grn/ cubic meter of water, on gas, which is used for communal needs of the population – at 26.6 copecks/ cubic meter of gas [3].

Increased gas prices will also increase the cost of electricity, which is produced from blue fuel. These factors may bring inflation down to 15% per year. Thus, inflation in 2010 will exceed the level predicted by the government. In this situation it is necessary to develop certain conditions which would provide the ability of people to pay and would not add additional debts to the state budget. First of all, it is necessary to inform consumers about changes in the cost of municipal services by local mass media, TV, radio and others. Then government should find some special mechanisms to protect vulnerable population from higher gas prices. It is crucial to expand people's right to receive subsidy when paying for municipal services. There are two kinds of subsidies: the first – for compensation of expenses for municipal services (it concerns those who live in many-storied buildings) and the second – for acquisition of liquefied natural gas, firm and liquid fuel (as a rule inhabitants of houses with oven heating apply for it).

Besides, it is promising to introduce new technologies in the energy sector, promotion of alternative energy development, various measures on energy and resource conservation. Gas metres, devices to count cold and hot water can be established for the economic benefit [4].

Early on, it was expedient to use the given practice, but gradually over time it has become necessary to minimize state financial help in the form of subsidies and social benefits so that people could save and apply for this energy more sparingly.

To increase gas production in the country it is essential to define ways out of Ukraine's energy crisis. It is an investigation, development of unconventional oil and gas facilities, updating of the started chinks, improving the quality of searching and exploring drilling, providing special equipment for organizations drilling depth of 5 – 7 thousand meters.

As a result of signing the Memorandum of cooperation with the International currency fund "About economy and the financial policy" the prices for natural gas were twice raised in Ukraine. Higher prices for it will certainly provoke an increase of municipal services in the country, which include heating,

lighting, water, electricity and gas supply. Higher prices for utilities will pull a rise in food prices and essential commodities, and this has a negative impact on welfare.

The solution of the given problem demands acceptance of some complex decisions. It is necessary for the state to protect socially vulnerable population by providing them with the state aid, i.e. grants when paying for municipal services. In the long term it is expedient to use gas metres, water measured devices, energy-saving technologies to count spent resources.

In conclusion it should be noted that the high cost of resources is really a powerful incentive for energy saving measures, new technologies, new materials, saving electricity, gas and water in our life.

Наук. керівн. Альошина О. М.

References: 1. From August 1st the gas price for the population is increased by 50 % [Electronic resource]. – Access mode : <http://rus.newsru.ua/finance/14jul2010/gaz50.html>. 2. Ukraine expects sharp rise in prices due to rise in gas price and heat [Electronic resource]. – Access mode : <http://rus.newsru.ua/finance/30jul2010/inflyac.html>. 3. Raising rates: Azarov has pulled a gas mask? [Electronic resource]. – Access mode : <http://ugmk.info/art/povyshenie-tarifov-azarov-natjanul-protivogaz/0.html>. 4. The message of the press-service of the Ukrainian association of private investors utilities [Electronic resource]. – Access mode : www.vapi.kiev.ua.

UDC 659.4

Obernikhina O.

Студент 2 курсу
факультету менеджменту та маркетингу ХНЕУ

PUBLIC RELATIONS: AN ESSENTIAL PART OF COMMUNICATION AND BUSINESS SYSTEMS

Annotation. This paper destroys the still existing stereotype of public relations as an advertising and propaganda activity, and instead proves such theses on public relations as many-sided communication system.

Анотація. Ця робота руйнує існуючий поверховий стереотип щодо публік рилейшнз як рекламно-пропагандистської діяльності і натомість доводить, що публік рилейшнз є багатоаспектною системою комунікації.

Аннотация. Эта работа разрушает существующий поверхностный стереотип относительно публік рилейшнз как рекламно-пропагандистской деятельности и доказывает, что пиар является многоаспектной системой коммуникации.

Key words: public relations, communication, society, image, advertising, marketing.

Today public relations plays a very significant role in our daily lives. If used properly it can inform, educate, reassure, arouse interest or result in the acceptance of a situation. PR affects all types of organizations. It is all about communication between an organization and all those with whom it has any form of contact.

The theme is topical, because, first of all, today we have a necessity to control people's thinking and feelings, to form public opinion and mood. Secondly, understanding the basics of PR can help us as future specialists to solve various problems faced by companies and to cooperate with them better.

The aim of this paper is to give the basic analysis of public relations as an essential part of our daily and business life.

If we examine some of the goals and objectives of public relations, it becomes clear that it is a multifaceted activity involving many different functions. Public relations seeks to create, maintain, and protect the organization's reputation, enhance its prestige, and present a favorable image. Studies have shown that consumers often base their purchase decision on a company's reputation, so public relations can have a definite impact on a company's sales and revenue.

Another major public relations goal is to create goodwill for the organization. This involves such functions as employee relations, stockholder and investor relations, media relations, community relations, and relations with many other publics with whom the organization interacts, affects, or is affected by [1, p. 853].

Public relations work is a multifaceted one in which many roles overlap. The roles and key activities may broadly be summed up in the following areas: communication, publicity, promotion, press



agency, integrated marketing, issues management, crisis management, press secretary /public information officer, public affairs/lobbyist, financial relations, community relations etc. [2, p. 8–9].

Critics of public relations are numerous, vocal, and profess allegiance to a variety of disciplines. Critiques can be found in popular press books and in journalistic discussions of public relations. When something is labeled by the media as a "public relations" action, it seems to be with a negative, disparaging tone (e.g., "mere public relations," "PR spin," "PR hype," "PR rhetoric," or "a public relations stunt"). As described in the media, virtually anything that a corporation or its representatives does may be labeled as "public relations" and treated with suspicion. Activities as diverse as attempts to explain a negative financial report, launch a new product, encourage employees to volunteer in the community, and donate money to a charity, have all been identified as "public relations" [3, p. 14].

So, in contrast to all its benefits, public relations is the subject of heavy criticism in our culture. Upon learning of these criticisms, people are often left to ponder if society needs public relations. Without it, would society be better or worse off? Both professionals and academics have tried to defend the practice. Often the defense attributes to public relations are very lofty pursuits, which seem rather unrealistic. By reviewing the good and the bad of public relations we can better appreciate its place in society.

There is some misunderstanding between terms PR, advertising and marketing. Let's try to sort them out.

One of the big differences between marketing and public relations is that marketing has a profit focus, which does not necessarily apply to public relations. Marketing is associated with business-indeed, is central to the 'philosophy of business', whereas public relations is practiced across all sectors, not just in business.

In contrast with advertising PR aims not to increase sales, but to increase understanding. Sometimes, of course, understanding a product or service improves sales, but PR does not claim a direct causal link [4, p. 6]. It is possible to emphasize and distinguish the differences between the two terms using three distinct areas in which these differences occur [5, p. 18]. They are: the people addressed (advertising campaigns are usually concentrated on the largest number of potential buyers; public relations programs are dispersed among different groups of people), the media through which these people are addressed (the distinguishing feature of advertising messages in the mass media is that they are controlled; by contrast, the mass media space achieved by a public relations practitioners publicity is 'free'), the purpose of the communication (the purpose of professional public relations is to create understanding; advertising main aim is to generate awareness and sales, or propaganda). Shortly speaking, advertising maintains the brand, PR builds it.

In conclusion we can say that public relations is a dynamic and rapidly growing field which offers a variety of career paths. Whether you are building the public image of an organization, dealing with the media or managing issues for a large company, you need strong communication skills and a sound understanding of public relations processes. Well-informed and positive-minded in relation to the organization public is one of the decisive factors for its survival.

Наук. керівн. Альошина О. М.

References: 1. Heath R. Encyclopedia of Public Relations / R. Heath. – CA: Sage, 2005. – 1067 p. 2. Timothy W. It's not just PR: public relations in society / W. Timothy, Sherry J. Holladay. – Blackwell Publishing Ltd, 2007. – 144 p. 3. Baines P. Public relations: contemporary issues and techniques / P. Baines, J. Egan, F. William Jefkins. – Butterworth-Heinemann, 2004. – 431 p. 4. Johnston J. Public Relations: Theory and Practice / J. Johnston, C. Zawawi. – Allen & Unwin, 2009. – 504 p. 5. Theaker A. The Public Relations Handbook / A. Theaker. – Routledge, 2001. – 289 p.

Dmukhovska M.

UDC 005:336.71

Yatsko A.

Студенти 4 курсу
фінансового факультету ХНЕУ

MANAGEMENT AND MARKETING IN COMMERCIAL BANKS

Annotation. The main features and basic theoretical concepts of management and marketing are described in the article. Some action-oriented suggestions of management and marketing concepts implementation in commercial banks are given.

© Dmukhovska M., Yatsko A., 2011

Анотація. Описано головні особливості та теоретичні положення менеджменту та маркетингу. Надано практичні рекомендації щодо впровадження інструментів менеджменту і маркетингу в комерційних банках.

Аннотация. Рассмотрены основные особенности и теоретические положения менеджмента и маркетинга. Представлены практические рекомендации по внедрению инструментов менеджмента и маркетинга в коммерческих банках.

Key words: management, marketing, commercial bank.

The topicality of the article is that management and marketing in commercial banks are one of the difficult scopes of activity. Nowadays managers have to make many decisions concerning salaries, lending terms, asset diversification, public relations, trust department policy, underwriting and so on. At the same time a swift development of Ukrainian banks makes their staff to learn the basic methods of management, accumulated in the European countries and which are widely used under the conditions of survival and growth.

Management in all business areas and organizational activities are the acts of getting people together to accomplish desired goals and objectives efficiently and effectively. Management comprises planning, organizing, staffing, leading or directing, and controlling an organization (a group of one or more people or entities) or effort for the purpose of accomplishing a goal [1, p. 41].

New banking perceptiveness oriented toward market had influenced banks to create new market. Banks had started to perform marketing and planning techniques in banking in order to be able to offer their new services efficiently.

The reasons for marketing scope to have importance in banking and for banks to interest in marketing subject can be arranged as:

- 1) changes in demographic structure;
- 2) intense competition in financial service sector;
- 3) bank's wish for increasing profit [2, p. 16].

The aftermath of the financial crisis produced overreactions. Some banking institutions have turned defensive and are restricting the availability of credit. Many banks are attempting to tighten documentation and security requirements. Or they are demanding even more information and, whenever possible, more collateral [1, p. 39].

Restrictions on credit extension and trade finance often result from a lack of mutual understanding. Misgivings occur when the essential ingredients of a reliable and mutually rewarding banking relationship are unknown. So, of course, this does not lead to a solid banking relationship.

When the business environment is unpredictable and is continually changing, you need to make sure that your full team is on board "the boat" and are all on deck. They need to be ready for whatever challenges come their way. Furthermore, when you can see "storms" coming, your finance team is one of the most critical teams in the company. They need to make sure that the company stays focused on the finances and on managing the cash flows to avoid any surprises [3, p. 90].

To be effective, managers and executives in commercial banks need to have a practical understanding of all the key numbers about their departments, divisions and the company as a whole. They need to be able to use these numbers to make the right decisions, make the right analyses and predict what is going to happen. And, as business is really a "team sport", it is also important that all managers and executives understand the overall "scoring system" so that they can communicate together [4, p. 13].

Controlling is a cross-over function. You find controllers at the headquarters and in all divisions and departments of a company. Typically, controllers are in charge of planning, analyzing and presenting figures. They are expected to understand the business context as well as the financial figures and drive financial performance. Controlling is an excellent career path, as demonstrated by the increasing number of CEOs with a controlling background.

The conclusion is that marketing in commercial banks is a bank's strategy and philosophy which requires careful preparation, deep and comprehensive analysis, hard work of all subdivisions of the bank from leaders to employees, whose work can influence on the clients. The marketing approach in commercial banks supposes the bank reorientation from its product to the client needs. Therefore the market research, the analysis of changes in client's preferences is very important.

One of the main features of management in commercial banks is the creation of bank products diversity (it is also one of the aims of bank marketing). This feature corresponds not only to the commercial bank needs concerning commercial and functional stability of management but also provides reliability of the management object, satisfying the clients' needs, allowing to realize the main concept of any commercial bank: reliable client – stable bank.

Наук. керівн. Кібенко Ю. В.

- References:** 1. Duboff R. S. Find a new plan / R. S. Duboff // Marketing management. – 2010. – № 1. – P. – 39, 41.
2. Czinkota M. Sources of new growth / M. Czinkota, C. Scuba // Marketing management. – 2010. – № 1. – P. 16.
3. Financial management is not just about managing finance // The executive issue. – 2010. – № 36. Quarter 1. – P. 90.
4. Czinkota M. Business not as usual / M. Czinkota, C. Scuba // Marketing management. – 2010. – № 1. – P. 13.
5. Schultz D. E. The past is (truly) past / D. E. Schultz // Marketing management. – 2010. – № 1. – P. 10–11.

Студент 2 курсу
фінансового факультету ХНЕУ

INNOVATION POLICY IN UKRAINE

Annotation. The article deals with the concept of national innovation system. Basic development trends of the innovation policy in Ukraine have been determined.

Анотація. Розглянуто поняття національної інноваційної системи. Визначено основні напрямки розвитку інноваційної політики в Україні.

Анотация. Рассмотрено понятие национальной инновационной системы. Определены основные пути развития инновационной политики в Украине.

Key words: innovation policy, technoparks, business incubators, R&D (research & development) organizations.

The most important problem that Ukraine is facing nowadays is the economic crisis that requires innovative activities at all levels and support for innovative development of our country for a long term.

The aim of this article is to determine basic development trends of the innovation policy in Ukraine and to study the main problems that took place in the course of development of the national innovation system.

The objectives of this paper are: 1) to be aware of the Ukrainian strategic course of innovation policy; 2) to study features of the national innovation system.

Despite the fact that there is a certain number of state agencies and advisory bodies, governance of the national innovation system in Ukraine remains fragmented and ineffective, as the roles, responsibilities and financial obligations of the different state bodies remain 'blurred'. The system itself is the subject of permanent change, especially at the highest executive level, to obtain control over processes concerning industrial development [1].

According to the official statistical data, the development of Ukrainian economy took the last place in Europe. So, it's obvious, that our government needs to find a solution. And, of course, the development of the national innovation system is almost the only one way to solve this problem. Hence, national innovation system is our number one priority.

For years regional authorities had no resources for any special innovation support activities, although some regions had special chapters devoted to innovation activities. Only Kyiv, Lviv, Mykolaiv and Chernivtsi regions have provided some money for innovation activities from their budgets [2, p. 7].

In recent years some measures have been taken to improve the current situation in the field of innovation. Among them we can single out the development of business infrastructure in Ukraine, which includes business incubators, business centers, regional funds of business support and technoparks. The development of business infrastructure shows that the problem is that almost all types of business support organizations, with the exception of technoparks, were not oriented towards supporting innovation development. So, technoparks are the most perspective sphere in this infrastructure. A technopark – is a type of organization which functions to implement scientific development, high technology products and innovative products. The dynamics of the implementation of technoparks in the national innovation system shows that during the years 2006 – 2010 there were 16 technoparks in Ukraine.

But elements of innovation support are distributed unevenly in the country. For example, there are 16 technoparks, established by the Law on Technoparks, and 13 technoparks of another category. All of them are concentrated in 10 regions, whilst 26 regions have no technoparks at all [3].

Additionally, it is important to stress that only two technoparks can be considered as successful examples – Paton Welding Institute and Monocrystal Institute. They represented 98 % of all innovation products being produced in technoparks between 2004 – 2009. Despite their privileges, technoparks contributed over half billion Hryvnas (70 million Euros) of different taxes to the central and local budgets in the period of 2003 – 2008. They also created more than 3000 new jobs [4, p. 65].

In conclusion it must be said that there have been both negative and positive trends in the national innovation policy in recent years.

Ukrainian legal system is not harmonized, as some lobbying groups with the help of the Law on Budget could stop the implementation of the most important provisions of laws, which are aimed at the innovation support. Specialized state agencies that must support innovations, have overlapping functions, which are not clearly defined and support of specialized instruments and elements of innovation infrastructure is not very

effective, as the demand for innovation is low and the rules of technoparks functioning have been substantially reversed (and mostly negatively) within a relatively short period of time. In the past it was also difficult to find money for the implementation of numerous innovation-related programs.

Among the positive changes in the formulation and implementation of Ukrainian innovation policy is the fact that the year 2011 is declared a year of innovation in Ukraine. Innovation development has been declared a key priority at the national level and attempts are being made to implement different innovation-related programs. Various laws in the innovation sphere, which cover different aspects of innovation activities, are being prepared. The development of the national patent system in accordance with the international standards has been accompanied by the creation of specialized state agencies, responsible for R&D and innovation. Attempts are also being made to stimulate the development of different instruments of innovation support (technoparks, business incubators, direct financing and favourable tax regime for R&D organizations).

Наук. керієн. Дубцова О. В.

References: 1. The Relative Importance of Research Policy [Electronic resource]. – Access mode : <http://www.cordis.europa.eu>. 2. Ukraine: movement into the 21st century. Strategy of economic and social policy for 2004 – 2009. Message of the President of Ukraine to the Supreme Rada of Ukraine 2009 // Newspaper "Pravitelstvenny kuryer". – № 16. – 28.01.2009. p. 7. 3. Laws of Ukraine [Electronic resource]. – Access mode : www.zakon.rada.gov.ua. 4. Розвиток національної інноваційної системи на етапі становлення в Україні постіндустріального суспільства. – К. : РВПС України НАН України, 2008. – С. 65

UDC [005.334.4:334.7](447)

Matiushchenko O.

Студент 2 курсу
фінансового факультету ХНЕУ

BANKRUPTCY OF BUSINESS ENTITIES IN UKRAINE

Annotation. The article is devoted to the condition and tendencies of bankruptcy development in Ukraine. The factors promoting the increase of bankruptcy in economy are indicated.

Анотація. Розглянуто основні тенденції розвитку банкрутства в Україні, а також фактори, що сприяють збільшенню кількості банкрутств суб'єктів господарювання.

Аннотация. Рассмотрено основные тенденции и состояние развития банкротства в Украине, а также факторы, способствующие увеличению количества банкротств субъектов хозяйствования.

Key words: insolvency, entity, bankruptcy, loses.

Under the market conditions entities have to be adapted to the changes in demand: expand range, quality improvement, and costs and prices reduction. But not all enterprises are able to adapt their activities to the new conditions of management in Ukraine. That's why the number of insolvent enterprises in Ukraine is growing now.

The aim of this research is to determinate the main tendencies in bankruptcy of Ukrainian entities.

The legal principles of bankruptcy are determined by the Ukrainian insolvency law [1]. According to this law insolvency is the condition of having more debts than total assets which might be available to pay them, even if the assets were mortgaged or sold. Bankruptcy is an option that often has to be considered when individuals cannot pay their debts as they fall due. A company may be terminated after bankruptcy process. Bankruptcy cases are initiated exclusively against legal entities and not against separate structural units such as representative offices, departments or branches. An individual is not entitled to be a debtor according to the Ukrainian insolvency law. According to the current Ukrainian insolvency legislation, bankruptcy is defined as the failure of any legal entity or individual entrepreneur to meet timely tax liabilities under creditors' claims, due to its lack of assets. Another requirement for



bankruptcy proceedings is that the debtor owes debts of no less than 300 minimum monthly wages in UAH. Creditors have the right to initiate insolvency procedures only in the Ukrainian State Commercial Court. Bankruptcy proceedings can be initiated by submitting a written demand to the Commercial Court. Any creditor may initiate bankruptcy proceedings when a legal entity or individual entrepreneur fails to meet the time deadlines. A debtor may apply to the Commercial Court on its own initiative if it is financially insolvent [2].

The number of such enterprises in Ukraine is growing. According to information received by the State Department of Bankruptcy [3], business bankruptcies have steadily increased during 2002 – 2009. The first most intensive depicted increase in this number was after 2006. The number of unprofitable entities in Ukrainian economy is depicted in fig.

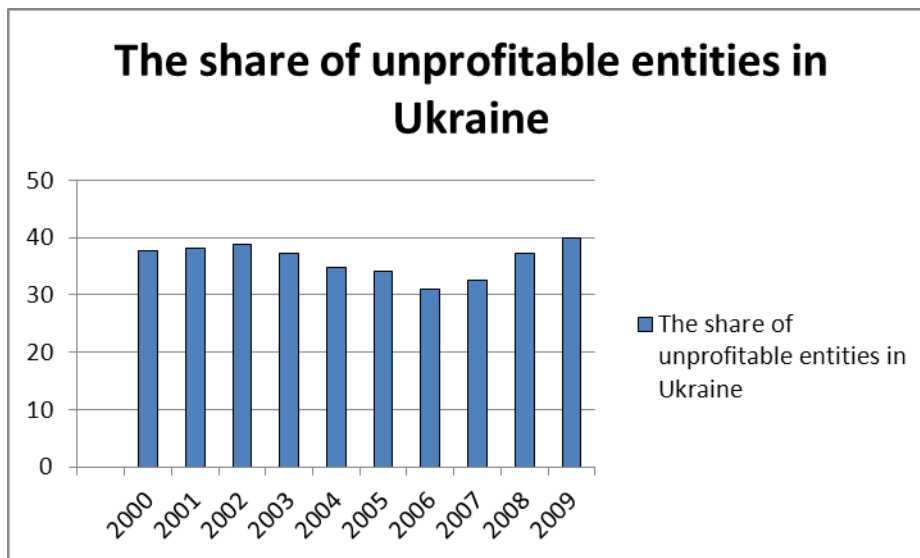


Fig. The number of unprofitable entities in Ukrainian economy

According to fig. the quantity of unprofitable entities was decreasing during 2000 – 2006, but after 2006 it started increasing again. It is connected with the economic crisis.

In 2002 – 2009 the majority of bankrupt firms belongs to private ownership. The number of publicly owned companies' bankruptcy has decreased by 84 enterprises. The statistics shows the number of firms that were damaged as a result of economic activities. Most losses were engaged by enterprises in trade, in automobiles and in motorcycles. Their maintenance and repair was 60,7 % of all such enterprises, the number of such enterprises is 57,7, 52 % in industry sphere and utilities, providing individual services activities in the area of culture and sport is 51,3 %. The smallest number of unprofitable enterprises was in agriculture in 2009 and consisted 18,1 %.

The regional tendencies of bankruptcy are the following. In 2009 the largest loss-making enterprises are located was in such regions of Ukraine as Volyn (54,6 %), Zaporizhzhya (52,9 %), Chernigiv (52,8 %), Zhytomyr (52,4 %) regions and Autonomy Republic of Crimea (52, 3 %). The smallest number of loss-making firms that received damage are in the Transcarpathian region (32,4 %), Sevastopol (40,1 %), Cherkasy region and Kiev (by 42,4 %). It should be noted that regions with lower specific gravity of industrial enterprises also have fewer conditions for the growing number of bankrupt enterprises in its territory [4].

In conclusion it must be said that the number of unprofitable entities has a tendency to grow in the economy of Ukraine. That is connected with the crisis in economy. The most lost-making entities are construction and industry enterprises. The financial and risk management may be the backgrounds of stopping bankruptcy.

Наук. керівн. Бутковська Н. О.

References: 1. The Ukrainian insolvency law. 2. Ukrainian-Dutch business club. Doing business in Ukraine. Bankruptcy [Electronic resource]. – Access mode : www.ukraine-holland.org.ua. 3. Офіційний сайт Державного департаменту з питань банкрутства [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.sdb.gov.ua/>. 4. Банкрутство. Правозастосування та судова практика / упорядн. Б. М. Грек та ін. – К. : Юрінком Інтер, 2007.

DIFFERENT FORMS OF CREDIT AND ITS STRUCTURE IN UKRAINIAN ECONOMY

Annotation. The article deals with the main drawbacks and merits of the Ukrainian credit system, credit structure in different branches of economy, tendency of credit dynamic.

Анотація. Розглянуто основні недоліки та переваги української кредитної системи, структуру кредиту в різних галузях економіки, тенденцію кредитної динаміки.

Аннотация. Рассматриваются основные недостатки и достоинства украинской кредитной системы, структура кредита в различных отраслях экономики, тенденция кредитной динамики.

Key words: bank credit, credit dynamic, Ukrainian credit system.

Banking system is the largest financial intermediary agent in Ukraine. Among other financial institutions, such as investment funds, credit unions, pension funds, leasing, insurance companies and companies of trust, commercial banks are the most powerful and well-developed institutions.

The aim of this article is to reveal some drawbacks and merits of the Ukrainian credit system, to discuss different forms of credit, its structure in different branches of economy, to analyze tendency of credit dynamics.

Objectives of this article are: 1) to review the ways of bank crediting in Ukraine; 2) to analyze some forms of credit structure.

In recent years, loans were the main type of banking transactions and the structure of the bank's loan portfolio has undergone some changes [1].

Bank credit is one of the major forms of credits. The subjects of credit relationships include banks, organizations with different types of ownership, individuals and state. A bank loan involves both borrowers and lenders in his credit operations. For example, when individuals and entities provide the bank with money by opening a bank account, they are the creditors and the bank is a borrower. In the case when the bank grants loans at the request of the organization, individual actors change roles.

Bank loan can be classified according to the following activities: its purpose, the scope of operation, timing provision, its size, method of delivery, methods of repayment, types of interest rates.

The credits are divided into: intended to expand production and used in the organization of working funds.

In the world of banking practice, there is no uniform classification of bank loans. This is due to differences in the development of banking systems level in different countries, to provide loans. However, the most frequently encountered in the economic literature classification of credits on the following criteria are purpose (goal of credit), field of use, the period of use, welfare, the method of issuance and redemption, types of interest rates [2].

About 73 % of credits are given to economic agents and only 27 % – to physical persons. At the same time the tendency to gradual increase of credit issued to physical persons has become evident. It is explained by gradual introduction of housing construction crediting schemes, pension provision and crediting of purchasing of long-term consumption goods provided by the commercial banks.

Bank credits have the following structure: credits granted to business entities account 72 % of the total credit portfolio; fixed deposits in other banks and the NBU and credits issued to other banks are 2 %; credits issued to individuals are 26 %. The tendency towards a growth of long-term credits and credits in investment activities continued. Thus, for the period of 7 months in Ukraine the volume of long-term credits has increased by 6,8 % [3].

60 % of the bank credits to economic agents are credits given to industrial enterprises, trade and catering enterprises. Such branches of economy as heavy industry (28 % of industrial credits) transport and communications (4 %), trade (35 %) and others (27 %) are among the largest borrowers of bank credits. Agriculture consumes only 6 % of bank credits [4].

Large and medium enterprises are more successful in obtaining banking financing. According to the survey of small businesses, conducted by the International Financial Corporation, only 4% of small enterprises obtained bank loans. Large enterprises require a long-term investment in order to start new production. As a rule, launch of new production lines on the large enterprises needs big capital investments, and returns are postponed in time. Small enterprises require short-term credits, in particular if it goes about financing of the purchase of raw materials.



One of the obstacles on the way of obtaining credits by small enterprises is lack of skills to prepare justifications of their requests for credits. Banks are not inclined to react on the requests to obtain credits for the purchase of raw materials or paying salaries, since these expenditures do not contribute to the stable growth of profitability of an enterprise in future, and, thus, do not ensure payment of interests and reimbursement of a credit [5].

The Minister of Finance of Ukraine considers that even under the conditions of practical absence of long term and cheap resources of mortgage finance the investments can be used from budgetary funds. And in Ukraine they have already been used for maintenance of young families, military and other categories of the population.

Besides, the head of the economic block of the Government noticed, that among priorities which are set before the Cabinet of Ministers there is creation of legislative preconditions of hypothec market functioning. Some of statutory acts that adjust this sphere came into force from 2004 [6].

Amounts and structure of the cash funds obtained make a substantial influence on the dynamics and structure of crediting. In Ukraine a big part of payments is made using cash, arrears, barter operations, foreign cash (US dollars, EURO). Savings, especially not substantial deposits, are made through such mechanisms as cash in US dollars, real estate, goods of long-term consumption and different deposits [5].

Intermediary banking services play an increasingly important role in the redistribution of resources of national economy. In particular, the share of enterprises' investments from credit resources has increased. Crediting to the population is increasing at a high rate too. Nowadays the increase of loans to each individual and economic entities has taken place [7].

In Ukraine credit system has a lot of problems and is not perfect at all. But our economy has a big potential, and development of the credit sphere is one of the main ways of increasing national economy.

Наук. керівн. Бутковська Н. О.

References: 1. Федеральный банк инноваций и развитию Reports and Accounting Documents [Electronic resource]. – Access mode : <http://www.fbid.ru>. 2. Все виды кредитования. All types of credit [Electronic resource]. – Access mode : <http://jiahemm.com>. 3. Національний банк України. Main indicators of Ukrainian bank activities [Electronic resource]. – Access mode : www.bank.gov.ua. 4. Національний банк України. Грошово-кредитна статистика [Electronic resource]. – Access mode : <http://www.bank.gov.ua/Statist/Electronic%20bulletin/data/3.3-Loans.xls>. 5. Міжнародний центр перспективних досліджень (МЦПД) – Bank Crediting in Ukraine [Electronic resource]. – Access mode : <http://www.icps.com.ua>. 6. Міністерство фінансів України. The volume of hypothec crediting in Ukraine is almost 5 billion UAH [Electronic resource]. – Access mode : <http://minfin.gov.ua>. 7. Держзовнишинформ_мониторинг внешних товарных рынков. Modern economic Potential of Ukraine [Electronic resource]. – Access mode : <http://www.ukrdzi.com>.

Masaltseva O.

UDC 339.922.(477)

Студент 2 курсу
фінансового факультету ХНЕУ

UKRAINE'S POSITIONS IN THE WORLD RANKINGS

Annotation. The article shows the way the current positions and dynamics of Ukraine in the world rankings influence Ukrainian world integration and its image.

Анотація. Показано, як позиції України у світових міжнародних рейтингах та їх динаміка впливають на імідж та інтеграцію України у світове співтовариство.

Аннотация. Показано, как позиции Украины в мировых международных рейтингах и их динамика влияют на имидж и интеграцию Украины в мировое сообщество.

Key words: index, rank, world integration.

Independence, won by Ukraine in 1991, is only the beginning of a new chapter in the history of the country. It also identified a number of tasks, which Ukraine must solve to integrate into the world community. They are modernization of the entire country's infrastructure to international standards, especially in economics, medicine, education and social-and-political sphere; construction of a transparent, democratic society; protection of natural resources, human resources management and development of new information and communication technologies. It determines the novelty and topicality of the article.

© Masaltseva O., 2011



The aim of the article is to analyze the current positions and dynamics of Ukraine in the world rankings.

The objectives of this article are: 1) to consider the dynamics of Ukraine in the world rankings; 2) to identify weak spheres of Ukrainian economy and problems of its integration into the world community.

2011 Index of Economic Freedom ranks Ukraine 164 place (with the index ranking 45,8%) out of 179 countries, between Uzbekistan (163) and Chad (165). This position has deteriorated its last-year result by 2 positions, primarily because of declines in government spending and freedom from corruption [1]. The most problematic spheres of Ukrainian economy are the following.

Investment (Index of Investment Freedom 20%, it doesn't change) — due to excessive bureaucracy and regulations that restrain the investment inflow; foreign investors are banned to own the land. Ukraine's bureaucratic legal and regulatory requirements discourage foreign investment. Although law provides equal treatment for foreign and domestic investors in most sectors of the economy [2].

Regulatory policy (Index of Business Freedom ranking 47,1 %, it is more than last-year result on 8, 4) — the level of freedom as for procedures related to opening and closing of enterprises, their activity in accordance with the country's legislation are estimated.

In financial policy the Index of Financial Freedom is 30 % and it isn't changed. The financial system of Ukraine is still weak and undeveloped, the capital market remains at the initial stage; the restructuring of a bank system has been carried out slowly; Ukraine's financial system is underdeveloped, and the country has primarily a cash-based economy [2].

The Property Rights Index is 30 %, it isn't changed. Protection of property rights is weak. The judiciary is subjected to executive branch and criminal pressure, and corruption is significant. Ukraine is a major transshipment point, storage location, and a market for illegal optical media produced in Russia and elsewhere [3].

The Index of Fiscal Freedom is 77,3 % and it's higher than other indicators, but less than last-year one on 0,6 points. Ukraine has relatively low tax rates. The standard income tax rate is 15 % and the standard corporate tax rate is 25 %. In the recent year, the overall tax revenue as a percentage of GDP was 37,7 % [3].

In 2010 Ukraine has taken the 82nd place among 133 countries of the world by the results of the World Economic Forum report "On Global Competitiveness 2009 – 2010". The Ukrainian most significant factors that hinder business running were: political instability, corruption, change of governments, ineffective bureaucracy, crime, inflation, tax legislation, currency exchange regulation.

The institutional problem remains one of the principal impediments for the improvement of the competitiveness of Ukraine, namely, protection of minority shareholders rights, efficiency of legislative bodies, protection of property rights, efficiency of authorities in regulatory sphere, misuse of public funds, independence of judiciary power, favoritism in making governmental decisions, burden of state regulation, transparency of state policy, public confidence in politicians.

In 2009 Ukraine took the 146th place by the level of corruption (Corruption Perceptions Index of Transparency International). The deterioration of situation in the sphere of corruption expansion both in public and private sectors can be explained by the political instability and rather a tolerant attitude of the Ukrainian citizens to the actions of the persons involved into corruptible schemes [2].

The Political Instability Index shows the level of threat posed to governments by social protest. The index scores are derived by combining measures of economic distress and underlying vulnerability to unrest [4, 5]. Ukraine is on the 16th rank among the 165 countries with 7,6 score of 10. Ukraine has characteristics that are associated with vulnerability to political upheaval: bureaucracies, a history of unrest, very high levels of popular dissatisfaction and low levels of political institutions' trust.

According to the rating "Doing business 2011" Ukraine ranked 145 among 183 countries. Components of the Ukrainian index are: Property Registering – 164 (in 2010 – 160 place), Investors Protecting – 109 (in 2010 – 108 place), Dealing with Construction Permits – 179 place (in 2010 – 181 place), Paying Taxes – 181 (in 2010 – 181 place).

So, during the last few years Ukraine eased business start-up by substantially reducing the minimum capital requirement, made dealing with construction permits easier by implementing national and local regulations that streamlined procedures and continually enhancing an electronic filing system for value added tax [6].

Recently Ukraine demonstrates its regress in most of the world ratings. It can be mainly explained by the unsolved institutional problems. The Ukraine's positions have deteriorated almost in all ratings due to corruption level growth which is one of the highest in Europe. The whole range of the factors mentioned above leads to the decline of macroeconomic indicators and weakness of the financial system thus promoting further decline of Ukraine's positions in the world rankings.

Наук. керівн. Бутковська Н. О.

References: 1. 2011 Index of Economic Freedom ranks Ukraine behind Uzbekistan. [Electronic resource]. – Access mode : http://www.kyivpost.com/news/business/bus_general/detail/94606/#ixzz1J6mSPrS7. 2. Ukraine's Positions in the World Rankings [Electronic resource]. – Access mode : http://kreditprombank.Com/upload/content/385/позиції_україни_в_світових_рейтингах-eng.pdf. 3. Index of Economic Freedom. [Electronic resource]. – Access mode : <http://www.heritage.org/index/Country/Ukraine>. 4. Social unrest [Electronic resource]. – Access mode : http://viewswire.eiu.com/site_info.asp?info_name=social_unrest_able&page=noads&rf=0. 5. Political Instability Index from EUI. [Electronic resource]. – Access mode : <http://economica.zice.ro/politica/political-instability-index-from-eui>. 6. Doing Business in Ukraine [Electronic resource]. – Access mode : <http://www.doingbu.siness.org/data/exploreconomies/Ukraine>.



Студент 2 курсу
фінансового факультету ХНЕУ

ADVANTAGES AND DISADVANTAGES OF LEASING IN UKRAINE

Annotation. This article describes the essence of leasing as a financing tool, the main types of leasing and their features, the advantages and disadvantages of leasing and the current situation analysis of the leasing market in Ukraine.

Анотація. Розглянуто сутність лізингу як інструменту фінансування, основні типи лізингу та їх особливості, переваги і недоліки лізингу, а також аналіз поточної ситуації на ринку лізингу в Україні.

Аннотация. Рассмотрено сущность лизинга как инструмента финансирования, основные типы лизинга и их особенности, преимущества и недостатки лизинга, а также анализ текущей ситуации на рынке лизинга в Украине.

Key words: leasing, financial lease, operating lease, lessor, lessee.

Leasing is an effective financial instrument to facilitate economic development in Ukraine. Many advantages which leasing provides over conventional bank financing particularly address to the capital and liquidity problems which Ukrainian enterprises are faced on. This fact determines the novelty and topicality of the article.

The aim of this article is to study the nature and types of leasing and to analyze the dynamics of the current state of leasing in Ukraine.

There are many scientists who worked in the direction of study and discussing this issue. They are N. Grandson, M. Holodnyi, V. Hazmana, N. Slavic, V. Horemykina and others. The problem of leasing in Ukraine is also solved by the International Finance Corporation.

Leasing is a process by which a firm can obtain the use of a certain fixed assets for which it must pay a series of contractual, periodic, tax deductible payments [1].

Leases are classified into different types based on the variation of leasing. The most popular leases are financial and operating ones.

Known as a capital lease, a financial lease is a situation in which a finance company or other lessor purchases an asset, then leases that asset to a client or lessee for a specified amount of time. At that point, the client has fulfilled the terms of the lease, including paying any applicable interest, the client usually has the option of purchasing the asset from the finance company at an extremely low price [2].

Another type of leasing is an operating lease. An operating lease is particularly attractive to companies that continually update or replace equipment and want to use equipment without ownership, but also want to return equipment at lease-end and avoid technological obsolescence. An operating lease usually results in the lowest payment of any financing alternative. It is an excellent strategy for bypassing capital budgeting restraints [3].

One of the reasons of leasing popularity is the steady stream of new and improved technology. The cost of continually buying new equipment to meet changing and growing business needs can be difficult for most small businesses. For this reason leasing is very advantageous.

Leasing can also help to enhance your status to the lending community by improving debt-to-equity and earnings-to-fixed assets ratios. There is a variety of ways in which a lease can be structured. This provides greater flexibility so that the lease is structured to the best accommodation of the individual cash flow requirements of a specific business [2].

Leasing has also some disadvantages. Although the disadvantages of leasing may not be overwhelming for most organizations, be sure that they aren't going to be a problem for your organization before you even get close to signing a leasing contract. Every organization is different, and an advantage of one may be a disadvantage of another [4].

Ukraine is currently facing an urgent need of the nation's leasing industry development. First of all, the majority of fixed assets in the Ukrainian economy is outdated and run-down and require an urgent replacement. Specifically, in agricultural sector, fixed assets are worn out by as much as 90 %, in transportation sector – by 60 % (in-city passenger vehicles – by 80 %). The rapid development of leasing industry helps to replace fixed assets due to better access of businesses to external sources of investment, and facilitates the development of small and medium enterprise sector [5].

In June 2010, the Ukrainian Commission on Financial Services registered 44 financial companies and entities – lessors, thus authorizing them to conduct leasing operations [6].

Starting with the 3d quarter of 2010 leasing market began rapidly grow and some of the indicators have approached the pre-crisis levels. The underlying trend for the current assessment of market potential was the growing activity of corporate clients. At the same time while business volumes increase the tendency to increase the cost of leasing contracts is observed in the portfolio of leasing companies. Thus, the average cost of leasing contracts up to date is about 1.12 million UAH.

The experts' mark, that is amid at the recovering market increases growing the share of short-term financing. Potential customer still carefully accepts the debt liabilities. In addition, it may be said that the maximum recovery of interest in leasing services is significant in the segment of small and medium businesses [7].

Leasing is a critical tool of capital formation on a worldwide basis and has the potential tendencies to contribute significantly to the economic development of Ukraine.

Наук. керівн. Бутковська Н. О.

References: 1. Huma Qureshi. The observer. If you want it, rent it ... from a 'must have' handbag to an Aston Martin [Electronic resource]. – Access mode : <http://www.guardian.co.uk/money/2009/jan/04/renting-luxury-goods>. 2. All business. A D&B Company. Advantages and Disadvantages of Lease Financing for Businesses [Electronic resource]. – Access mode : <http://www.allbusiness.com/business-finance/leasing/2540-1.html>. 3. VTBLEASING.COM. Types of Leasing [Electronic resource]. – Access mode : http://www.vtbleasing.-com/about_leasing/types. 4. Industry records. Disadvantages of Lease Financing [Electronic resource]. – Access mode : <http://www.industryrecords.net/component/content/article/3-articles/27>. 5. Ukrainian union of lessors. Report on current situation and priorities in development of financial leasing [Electronic resource]. – Access mode : <http://www.leasing.org.ua/en>. 6. SigmaBleyzer (Where Opportunities Emerge). Leasing in Ukraine [Electronic resource]. – Access mode : http://www.sigmaybleyzer.com/File/economic/LeasingReportSeptember_07.pdf. 7. Ukrainian union of lessors. VAB Leasing experts point out, that the most attractive conditions of leasing will be offered through a partnership programs with dealers and in cooperation with banks in 2011 [Electronic resource]. – Access mode : <http://www.leasing.org.ua/en/news/?pid=3578>.

UDC 657.124

Kolisnyk V.

Студент 2 курсу
факультету обліку і аудиту ХНЕУ

BRITISH-AMERICAN ACCOUNTING MODEL

Annotation. This article deals with the emergence and development of British-American accounting model. There the contribution of the given theory into the global accounting system has been described.

Анотація. Розглянуто виникнення та розвиток Англо-американської моделі бухгалтерського обліку. Описано внесок даної теорії в світову бухгалтерську систему.

Аннотация. Рассматриваются возникновение и развитие Англо-американской модели бухгалтерского учета. Описывается вклад данной теории в мировую бухгалтерскую систему.

Key words: accounting models, depreciation, cash books, inventory, record form, balance sheet, accounting concepts.

Accounting model is that various kinds of key elements of accounting activity are logically described in the social environment, and reflects their fundamental features, relation and structure. Some experts divide the world into four accounting models or systems: the British-American-Dutch model, the Continental model, the South American model, and the communist model.

The aim of the article is to reveal generation and development of the British-American accounting model as the most influential model in the global accounting system.

The British-American-Dutch model uses the same basic accounting principles as the United States, and is shared by North America, Australia, and India. The system is designed to serve the needs



of investors and an active legal system. This accounting model focuses on the information needs of the investors and creditors. The stock markets in countries that follow this model are usually large and well developed, and companies rely heavily on securities to raise the capital they need to do business. Under this model, the accounting practices for multinational corporations are quite sophisticated. This model is common in the United States, the United Kingdom, the Netherlands, Hong Kong, Mexico, and South Africa.

The Continental model includes the European countries and Japan, and accountants here focus on the information needed by government authorities. The economies here rely more on banks for business capital. The main characteristic of the countries that use this model is the close relationship between business and the banks and governments of those countries.

The South American model suits the needs of government planners and sets rules for businesses. This accounting model developed in response to high inflation in many countries. It also reflects significant government control over business accounting practices because it is geared mostly toward the reporting of taxable income. As such, accounting guidelines are strict so the governments ensure that businesses pay the tax for which they are responsible [1].

In Great Britain accounting system developed irrespective of the state, proceeding from interests and business requirements. Formation of national system of the account occurred under the influence of such factors, as an economic situation in the country, national features and traditions of business, communication with other countries. Traditions and principles of the British accounting have the centuries-old history.

The first book on accounting was published in 1543, its author was a mathematics teacher X. Oldkastl. He singled in each account into two parts – the debtor and creditor, this personalistic interpretation of accounting records and the use of their data for purposes of management of economic processes. British accountants in their works develop questions for depreciation, accounting forms, didactics and organization of accounting in agriculture and industry. For the first time with the concept of depreciation, we meet at D. Mellis. Forms develop accounting D. Weddington, R. Dafforne, TE Jones. Dafforne describes how to reference the following books: 1) cash book and bank accounts, 2) special, 3) a small book costs; 4) copies of a book of letters; 5) aide, 6) book copies of invoices for payment; 7) book allowance for losses, 8) log; 9) inventory; 10) Home.

These registers have been calculated on a fairly complex and enterprise development. T. Jones is an innovator in the accounts and created a British record form, he criticized the double entry for the shortcomings. English form of accounting Jones should have been: 1) to provide automatic detection of errors and slips that arise in accounting; 2) increase the efficiency of detection of financial results. The central register is the magazine, there were three columns: the average, which describes all transactions affecting cash, specifying the amount and the two sidebars – on the left (the debtor) was written with the amount received by the cashier, to the right (the lender) was written with the amount issued from the cash register. If you add up all the extreme amount of columns, their sum total must always be equal to the total middle column, which was introduced to control the difference. Such clear separation into account only the cash transaction brings together the British accounting with a desk, but it was significantly different from a desk full and principled rejection of the transaction and Scoring accounts [2].

The first accounting theorists in England were DV Fulton, VF Foster, LR Dixie, EG Folsom and others. Dixie saw the appointment of the balance sheet in that the latter make it possible to clearly allocate the financial results between reporting periods and related properly reflect the financial position of the enterprise. It was a revolution in accounting, only in the middle of the XIX century begins consideration of the balance as a means of calculating profits. This contributed to the calculation of depreciation and a tax on profits. Income tax expense divided into two schools of accountants: one identified with the balance sheet profit tax, while others believed that these are two different quantities.

Thus, in the XIX century in England bookkeeping was understood as the study of the psychology of people working in accountancy and in business, and argued that all should have a practical sense, regardless of practice have no idea.

In 1978, the American Association of Accountants gave a definition of accounting: "Accounting should reflect the economic activity of enterprises, allowing for minimal deviation from the real situation. The form of reflection should be clear to anyone". They put forward the requirement to construct a theory of accounting resulting from the logical postulates, and therefore not fundamentally related to the practice and customs. It was a new approach, which divided the world of accountants to radicals and conservatives [3].

Currently, there are two accounting concepts. The first defined the theory of accounting widely interpreted as a set of principles that were common system of standards for assessing various economic situation, and create new practices and procedures. The second concept, believed that any theory must have three elements: 1) a symbolic representation of the phenomena of the real world by coordinating and 2) processing and combination of data symbols according to rules worked out, and 3) a reverse translation of symbolic structures in real-world phenomena [4]. The peculiarity of the Anglo-American school of accounting is that it brought to an extreme one of the ideas – the possibility of calculating profits. The merit of American accountants was evidence that income does not reflect the economic substance – the real result of economic activity. Awareness of this has led major U. S. scientists to differentiate the concepts – accounting and economic profit. Accounting defines income as a result of the sale of goods or services, the economic – as a result – the result of the capital.

In conclusion we may say that the British-American accounting model has been designed to serve the needs of investors and an active legal system. Its main achievement was the possibility of calculating profits and its merit – evidence that income does not reflect the economic substance – the real result of economic activity.

Наук. керієн. Вітухіна Н. В.

References: 1. Yulin Yu., Duansheng Li. Study on Fundamental Theory of Accounting / Yu. Yulin, Li Duansheng. – Economy and Science Press, Chinese, 2001. 2. Riahi-Belkaoui A. International and Multinational Accounting / A. Riahi-Belkaoui. – London : The Dryden Press., 1994. 3. Douppnik T. S. International Accounting / T. S. Douppnik, H. Perera. – New York : McGraw Hill, 2007. 4. Choi F. International Accounting / F. Choi, C. A. Frost, and G. K. Meek. – (4 ed.). – New Jersey : Pearson Education, 2002.

UDC 005.334.2

Meshkova A.

Студент 2 курсу
факультету менеджменту та маркетингу ХНЕУ

CONFLICT MANAGEMENT

Annotation. Efficient and successful management of the organization was studied and ways of improving personnel performance were suggested. Basic actions that help in conflict situations were defined.

Анотація. Вивчено ефективні та вдалі методи управління організацією та запропоновано шляхи збільшення працездатності працівників. Визначено основні сприятливі дії під час конфліктних ситуацій.

Аннотация. Изучены эффективные и удачные методы управления организацией и предложены пути повышения трудоспособности сотрудников. Определены основные благоприятные действия во время конфликтных ситуаций.

Key words: management, conflict situation, personnel, mediation, conflict resolution, organization.

The novelty and topicality of this paper are to study differences between choices that may provide challenges or opportunities. One difficulty is the possibility that differences will result in increased conflict situation. Supervisors may have to act as mediators and arbitrators from time to time. The advantage of mediation is maintaining responsibility for problem solving and conflict resolution at the level of those who own the challenge. Selecting an outside mediator often makes sense.

The aim of this research paper is to study differences between choices that may provide challenges or opportunities, to be aware of the classification of conflicts, to find out reasons of disagreement between workers, to learn the mechanism of analyzing and solving conflict situations at the workplace, to study the ways of improving working environment.

Causes or sources of organizational conflict can be many and varied. The most common causes are the following: scarcity of resources (finance, equipment, facilities, etc), different attitudes, values or perceptions, disagreements about needs, goals, priorities and interests, poor communication, poor or inadequate organizational structure, lack of teamwork, lack of clarity in roles and responsibilities.

If disagreements and differences of opinion escalate into interpersonal conflict, you must intervene immediately. In every company or business organization one can find different types of conflict [1].

Conflict between individuals. People have differing styles of communication, ambitions, political or religious views and different cultural backgrounds.

Conflict between groups of people. Whenever people form groups, they tend to emphasize the things that make their group "better than" or "different from" other groups.

Conflict within a group of people. Even within one organization or team, conflict can arise from the individual differences or ambitions mentioned earlier; or from rivalry between sub-groups or fractions [2].

The handling of conflict requires awareness of its various developmental stages. They include:

where potential for conflict exists;

latent conflict where a competitive situation could easily spill over into conflict

open conflict;

aftermath conflict – the situation where a particular problem may have been resolved but the potential for conflict still exists.



Organization leaders are responsible for creating a work environment that enables people to thrive. In conflict-ridden situations, your mediation skill and interventions are critical [3].

There are different methods of conflict solving, the most common is collective bargaining. Especially in workplace situations, it is necessary to have agreed mechanisms in place for groups of people who may be antagonistic to collectively discuss and resolve issues. Another variant is conciliation. The dictionary defines conciliation as "the act of procuring good will or inducing a friendly feeling". This is usually attempted before the more serious step of a strike by workers or a lock-out by management is taken. If the conflict is really difficult and dangerous and threatens the working environment of your company, negotiations will be the best solution. Negotiation is the process where representatives of groups in a conflict situation meet together in order to resolve their differences and to reach agreement [4].

When negotiations fail or get stuck, parties often call in an independent mediator. Mediators have no decision-making powers and cannot impose a settlement on the conflicting parties. Such method of conflict solving is called mediation [5]. Sometimes a third party is invited to solve the conflict, if it is serious. Such approach is called arbitration. It means the appointment of an independent person to act as a judge in a dispute, to decide on the terms of a settlement. Both parties in a conflict have to agree about who the arbitrator should be [4].

The conclusion is that you shouldn't avoid the conflict, hoping it will go away. It won't. Even if the conflict appears to have been superficially put to rest, it will appear whenever stress increases or a new disagreement occurs. An unresolved conflict or interpersonal disagreement festers just under the surface in your work environment. It bubbles to the surface whenever enabled, and always at the worst possible moment. This, too, shall pass, is not an option – ever.

Наук. керівн. Луніна О. М.

References: 1. Ting-Toomey S. (1999) *Communicating Across Cultures* / S. Ting-Toomey. – New York : The Guilford Press. 2. www.managementhelp.org. 3. <http://humanresources.about.com>. 4. Fisher R. (1991) *Getting to Yes: Negotiating Agreement Without Giving In* (2nd ed.) / R. Fisher, W. Ury, B. Patton. Penguin Books and Deetz, S. A. & Stevenson S. L. (1986) *Managing Interpersonal Communication*. – New York : Harper & Row Publishers. 5. Winslade J. (2000) *Narrative Mediation: A New Approach to Conflict Resolution* / J. Winslade, G. Monk. – San Francisco : Jossey-Bass Publishers.

Sivash Yu.

UDC 330.59(477)

Студент 2 курсу
факультету менеджменту та маркетингу ХНЕУ

WAYS OF OVERCOMING POVERTY IN UKRAINE

Annotation. The factors that affect poverty in rural and urban areas are analyzed. The measures of overcoming poverty and raising incomes in Ukraine are proposed.

Анотація. Проаналізовано фактори, які впливають на бідність у сільській та міській місцевості. Запропоновано заходи з подолання бідності та підвищення доходів населення в Україні.

Анотация. Проанализированы факторы, которые влияют на бедность в сельской и городской местности. Предложены меры по преодолению бедности и повышению доходов населения в Украине.

Key words: poverty, income, rural area, urban area, unemployment, measures of overcoming poverty.

After the proclamation of independency some reforms were carried out in Ukraine. There was a planned change in the structure of society, which led to negative consequences. These reforms laid the foundation of income differentiation and the emergence of large-scale poverty. Based on the estimates of experts, it is believed that about a quarter of Ukraine's population belongs to the poor.

The aim of the article is to define causes of poverty.

The task is to find the ways of overcoming poverty in Ukraine.

In urban areas, the estimation results reveal that age of a household head (and whether a household head is a pensioner) and having a land plot are not significant determinants for poverty. Of all

© Sivash Yu., 2011



causal factors unemployment of a household head has the largest effect on poverty: with an unemployed head the probability of a household being poor increases by 20 %. Furthermore, if the ratio of workers to family members increases by 0.1 the probability of poverty decreases by 14 % [1]. Family structure is also an important determinant of poverty: if household size increases by 1 the probability of poverty increases by 11 %, and if the number of children increases by 1 the probability of poverty increases by 5 %. Educational attainment is also a significant factor for poverty: studying for one more year decreases the probability of poverty by 2 %, while acquirement of higher education by a household head decreases the probability of a household being poor by 9 %.

In rural areas age of a household head is not significant factor for poverty. Furthermore, pensioners tend to be better off: if a household head is a pensioner the probability that the household will be classified as poor decreases by 10 %. The number of children increases probability of poverty by about 6 % and is a significant causal factor. Employment status of a household head is a significant determinant of poverty in rural areas. Having unemployed household head is less significant factor for rural households than for urban ones, however, self-employment plays the most important role in keeping people out of poverty: if a household head is self-employed the probability of being poor decreases by 19 %. What also matters in rural communities is whether the household head is employed in agriculture or not. Employment in agriculture increases the probability of poverty by 6%. Like in urban areas access to land is not a significant factor that keeps people out of poverty (table).

Table

The determinants for poverty [2]

Factors that increase poverty (an increase in the factor)	Probability of poverty increases by,%		Factors that reduce poverty (an increase in the factor)	Probability of poverty reduces by, %	
	Urban	Rural		Urban	Rural
Household size	11,0	10,0	Workers-to-family members ratio	14,2	18,0
The number of children	5,6	4,5	Educational attainment	1,3	1,9
Agricultural employment	-	5,7	Having higher education	9,0	-
Unemployment of the head	19,3	6,7	Self-employment of the head	-	19,8
Being a pensioner	4,5	-	Being a pensioner	-	6,6

The differences between urban and rural poverty as pictured by this analysis are the role of higher education and unemployment in urban areas but not in rural and the role of self-employment in rural areas but not in urban. Furthermore, while in urban areas pensioners are found to be worse off (even though being a pensioner is not a significant determinant of poverty), in rural areas pensioners are better off.

Based on the results of the analysis a few policy recommendations may be proposed.

First, rural poor are more vulnerable to food price increases. Furthermore, because the costs of transporting food to rural areas are rather high, prices for staple food products are higher in rural areas. To ensure that rural residents can buy food at affordable prices, investments into rural infrastructure are important.

Second, even though price increases do increase the incidence of poverty income increases mask the effect. The average income has risen at the same pace as food prices have thus offsetting a negative impact of food price increases on poverty. This suggests that there is no food crisis and there is a problem with some specific poor, which is an argument for targeted support and not for broad government interference.

Third, in urban areas unemployment of the household head is the most important factor pushing people into poverty. This implies that creation of jobs would be the most important element of long-term government policy aimed at reducing poverty, and, consequently enhancing purchasing power of Ukrainian population [3].

Increasing real incomes and overcoming poverty can be achieved through the following measures:

Improving the salary in budget areas.

Reforming income tax policy. On the one hand, it should introduce a progressive tax system, which facilitates the efficient redistribution of income and support the most vulnerable people. Moreover, it is advisable to introduce a selective tax on luxury that would be paid only by the owners of villas, apartments in luxury homes, prestige cars, and large deposits. On the other hand, the tax system should help reduce the shadow economy.

Reduction of the shadow economy as well as to promote legislation and reforming the pension system that encourage workers to get wages not in "envelopes", but openly. Volume of hidden compensation in 2000's years composed almost one third of the total wage bill [1].

- Wage increases less rapidly than productivity. To increase labor productivity is necessary to introduce innovative - investment model of economic development.

- Wages should encourage youth to finish higher education. Graduates should receive higher wages than other workers. The number of universities in the country should be reduced and the quality of training should be improved. So the entrepreneurs were interested in employees with higher education [4].

- Increasing unemployment benefits.



To sum up the basic directions of overcoming poverty must be: reform of wages, to increase effective demand of the population and the promotion of economic growth, creation of effective incentives to work and improve its quality, active labor market policies, creating a system of state insurance to prevent insecurity for loss of income, reform of income tax policy, investments into rural infrastructure. We must determine the optimal mix of all factors that contribute to their improvement.

Наук. керівн. Чеботар К. Ф.

References: 1. Сайт Державного комітету статистики України [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.ukrstat.gov.ua>. 2. Living in Ukraine. How Ukrainians earn and spend their money [Electronic resource]. – Access mode : <http://www.ukraine-travel-advisor.com/living-in-ukraine.html>. 3. Galuschko V. Poverty in Ukraine [Electronic resource]. – Access mode : <http://www.ier.com.ua/en>. 4. Bourguignon F. The Impact of Macroeconomic Policies on Poverty and Income Distribution. Macro – Micro Evolution Techniques and Tools / ed. Francois Bourguignon, Maurizio Bussolo. – Washington : The World Bank; Palgrave Macmillan, 2008. – 338 p. 5. Rapawy S. Standards of Living in Ukraine [Electronic resource]. – Access mode : <http://www.census.gov-ipc/www/ebsum97a.html>.

Knysh Yu.

UDC 339.732.4

Студент 3 курсу
фінансового факультету ХНЕУ

THE INTERNATIONAL MONETARY FUND AND ITS PLACE IN THE INTERNATIONAL MONETARY SYSTEM

Annotation. This work deals with some stages in the IMF history, organizational structure and the main trends of its activity. Collaboration of IMF with other organizations and relations between Ukraine and the IMF are analyzed.

Анотація. Розглянуто кілька етапів розвитку МВФ, організаційна структура та основні напрямки діяльності фонду. Проаналізовано співпрацю МВФ з іншими організаціями та відносини між Україною і МВФ.

Аннотация. Рассматриваются несколько этапов развития МВФ, организационная структура и основные направления деятельности фонда. Проанализировано сотрудничество МВФ с другими организациями и отношения между Украиной и МВФ.

Key words: IMF, quota, collaboration, monetary system, policy advice, technical assistance.

It's generally known that the International Monetary Fund (IMF) is an organization of 187 countries the aim of which is to promote global monetary cooperation within the international financial system and provide its stability and development. Therefore, the IMF is very important for the world economy and requires detailed study.

The purpose of this paper is to make a close study of key activity and aims of the IMF, to characterize governance structure, to learn the main stages of the IMF development and its role in the world economic system.

According to the view point of some experts International Monetary Fund (IMF) is a specialized agency of the United Nations. Its headquarters are in Washington. It was established in 1945, originally with 45 members, as a voluntary cooperative institution to help ensuring exchange rate stability and encourage its member countries to eliminate exchange restrictions that hindered trade. At the first stage of its existence it was important because it helped the world stabilize the economic system [1].

Since then the world has changed dramatically, but the IMF's main purpose – to provide the global public good of financial stability – is the same at present stage as it was when the organization was established.

More specifically, the IMF continues to support its membership by providing policy advice to governments and central banks; loans to help countries overcome economic difficulties; concessional loans to help fight poverty in developing countries; technical assistance and training to help countries improve the management of their economies. Actually the IMF also continues to facilitate the growth of international trade; to provide a forum for cooperation on international monetary problems.

© Knysh Yu., 2011

The results of our work show that the IMF currently has a near-global membership of 187 countries. The IMF member countries are assigned quotas based on their economic size in the world economy. The quota determines the amount members contribute, can potentially borrow, and the number of votes allocated. The larger the economy the greater the quota, and therefore the greater number of votes, and vice versa [2].

According to the results of different studies the organizational structure of the IMF hasn't changed a lot. The Board of Governors is traditionally the highest decision-making body of the IMF and consists of one governor and one alternate governor for each member country. The governor is appointed by the member country and is usually the minister of finance or the head of the central bank. The Governors meet once a year at the IMF/World Bank Annual Meetings.

The IMF Board of Governors is advised by two ministerial committees, the International Monetary and Financial Committee (IMFC) and the Development Committee.

There is an evidence that the day-to-day work of the IMF is conducted by its 24-member Executive Board, which represents the entire membership; this work is guided by the IMFC and supported by the IMF's professional staff. The Managing Director is Head of IMF staff and Chairman of the Executive Board, and is assisted by three Deputy Managing Directors [3].

Ukraine joined the Fund on September 3, 1992 according to the Law of Ukraine "On Ukraine's Entry into International Currency Fund, International Bank for Reconstruction and Development, International Finance Corporation, International Association for Development, Multilateral Investment Guarantee Agency".

Nowadays the quota of Ukraine is 1,372.00 million SDR. Resident Representative in Ukraine is Max Alier. The International Monetary Fund Executive Board on July 28 made a decision to allocate a loan worth 10 billion of special drawing rights (\$15.15 billion) during the next two and a half years. The IMF wants a consolidated budget deficit of 5.5 percent of gross domestic product and 3.5 percent of GDP in 2011 [4].

In conclusion it should be stated that the International Monetary Fund (IMF) is an international organization that provides temporary financial assistance to any of its 187 member countries in order to correct their payment imbalances. The IMF currently has three main responsibilities: surveillance, financial assistance, and technical assistance. The IMF keeps a watchful eye over its member nations throughout the year, monitoring each country's exchange rate and economic policies to protect the stability of the world economy. All member countries are entitled to financial assistance to help them recover from an economic crisis or to pay off foreign debt. Because strategies of the IMF hold that one of the keys to worldwide economic stability is financial self-sufficiency, it has programs in place to teach countries how to plan and implement their own monetary, tax, and exchange rate policies.

Наук. керівн. Пономарьова О. І.

References: 1. James Raymond Vreeland The International Monetary Fund: politics of conditional lending / James Raymond Vreeland. – Routledge, 2007 [Electronic resource]. – Access mode : <http://ebookey.org>. 2. Richard H. R. Harper. Inside the IMF: an ethnography of documents, technology and organizational action / Richard H.R. Harper. – Academic Press, 1998 [Electronic resource]. – Access mode : <http://books.google.com.ua>. 3. The official website of the IMF [Electronic resource]. – Access mode : www.imf.org. 4. Bank Information Center [Electronic resource]. – Access mode : www.bicusa.org.

UDC 339.742

Ryazanov R.

Студент 3 курсу
фінансового факультету ХНЕУ

THE EURO AND THE EUROPEAN MONETARY SYSTEM

Annotation. The paper includes description of European Economic and Monetary Union, the features of this system and the main component of this organization – single currency called euro. Moreover, an attempt to investigate the modern role of euro and its further perspectives was made.

Анотація. Розглянуто діяльність Європейського економічного і валютного союзу, основні риси цієї системи та найважливіший компонент організації – єдина валюта євро. Крім того, досліджено сучасну роль європейської валюти та її подальші перспективи.

© Ryazanov R., 2011



Аннотация. Рассмотрена деятельность Европейского экономического и валютного союза, основные черты этой системы и важнейший компонент организации – единая валюта евро. Кроме того, исследована современная роль европейской валюты и её дальнейшие перспективы.

Key words: currency, euro, European Union, exchange rate, monetary union.

The European Monetary System is generally defined as an arrangement by which most nations of the European Union (EU) linked their currencies to prevent large fluctuations among different currencies. It's known that the Monetary System was organized in 1979 to stabilize foreign exchange and curb inflation. When the process originated, at the beginning of 1999, only eleven countries out of 15 EU members adopted a single currency, the euro. Nowadays euro banknotes and coins have become legal tender in 17 out of 27 Member States of the European Union and the interest to the currency is constantly growing.

Under the modern conditions it has become necessary to consider the main aspects of euro usage as the international currency. The aim of this article is to get acquainted with the key principles of European Monetary System and to learn the main consequences of using the unified currency in European states.

Many foreign and domestic scientists devoted their research to different aspects of this problem. Among them are: Jean-Claude Trichet and Willem F. Duisenberg, who analyzed thoroughly different functions of Monetary Fund, Vítor Constâncio, Christian Noyer, who focused on euro further perspectives, Gertrude Tumpel-Gugerell and others.

According to many economists the monetary union can be defined as an organization where two or more states use the same currency. The monetary union is the closest form of economic integration. Today there is only one monetary system which provides equal rights and opportunities for all its member states – European Economic and Monetary Union.

The results of our study show that economic and monetary union was achieved in three discrete but evolutionary steps. The first stage began in 1990. In that period all restrictions for capital transactions between European countries were abolished. Also, the level of cooperation between National banks and coordination of their policy was increased. The establishment of the European Monetary Institute in 1994 marked the second stage [1]. Eleven European countries cut their interest rates to achieve the price stability and prepare the way for a unified currency.

It's generally known, that in 1999, the same EU members adopted a single currency, the euro. For the first three years it was an "invisible" currency, only used for accounting purposes, e.g. in electronic payments. Banknotes and coins were introduced in 2002, and euro replaced the national currencies like the Deutsche Mark or the Portuguese Escudo.

Today, euro banknotes and coins are legal tender in 17 of the 27 Member States of the European Union. These countries form the euro area or eurozone. To join the euro area and to adopt this currency, countries had to fulfill the convergence criteria [2]. It is a system of the economic and legal conditions. Convergence criteria include requirements for price developments, fiscal developments, exchange rate developments, long-term interest rate developments.

Having studied a number of works of foreign experts we can state that the Eurosystem comprises the European Central Bank and the National Banks of those countries that have adopted the euro [2]. Their basic tasks are defined as the following:

- the definition and implementation of monetary policy for the euro area;
- the conduct of foreign exchange operations;
- the holding and management of the official foreign reserves of the euro area countries.

Many domestic and foreign economists believe that usage of the euro brings some important benefits. First of all, the European currency is stable and credible. This fact has established a security of purchasing power in the euro area [3]. Secondly, payments can be made with the same money in all countries of the euro area. It is good for consumers to buy from the cheapest supplier, e.g. cars in different euro area countries. It should also be mentioned that the launch of the euro eliminated foreign exchange transaction costs [4]. And with the introduction of the euro, exchange rate fluctuations also disappeared.

In conclusion it should be said that the establishment of such form of economic integration as monetary union is a long evolutionary process. Introducing of the unified currency is generally affected by a number of external and internal factors that can determine the period of its adoption in a particular country. European states for example spent more than twenty years before the euro was adopted. The main consequence of using the unified currency in European countries is strengthening of their economic systems and new opportunities for further development.

Наук. керівн. Пономарьова О. І.

References: 1. Trichet Jean-Claude. Reflections on EMU // European Central Bank: Speeches & Interviews. – 2010. – № 11. 2. Lorenzo Bini Smaghi. The Challenges Facing the Euro Area // European Central Bank: Speeches & Interviews. – 2010. – № 11. 3. Otmar Issing. The Euro – a Stable International Currency // ECB: Speeches & Interviews. – 2003. – № 2. 4. Trichet Jean-Claude. The International Role of the Euro // ECB: Speeches & Interviews. – 2004. – № 5.

NASDAQ'S ANALOG – THE PFTS STOCK EXCHANGE

Annotation. In this research the conditions for creating PFTS Stock Exchange in Ukraine were revealed, the nature of the NASDAQ's activity was compared with the main PFTS activity.

Анотація. Розглянуто умови створення фондової біржи ПФТС в Україні, порівняно принципи діяльності фондової біржи НАСДАК та її аналога в Україні.

Аннотация. Рассмотрены условия создания фондовой биржи ПФТС в Украине, проведено сравнение принципов деятельности фондовой биржи Насдак и ее аналога в Украине.

Key words: stock market, NASDAQ Stock Exchange, PFTS Stock Exchange, stock index, stock.

Nowadays the economy of any country can't develop without the stock market's activity, which is one of the most important market components. It's generally known that the level of economic development of the country mostly depends on the level of development of the financial market. Thus under conditions of economic resumption in Ukraine it is necessary to develop Ukrainian stock market considering the experience gained by the world stock exchanges during the period of financial crises.

Some aspects of native and foreign stock exchanges' activity and development were investigated by a number of experts, among them are: Toni Turner [1], Steven M. Bragg [2], Brian O'Connell [3], Richard A. Ferri [4]. However the differences and similarities of the principles of work of the Ukrainian and US stock exchanges haven't been investigated thoroughly.

The purpose of this research is to study the activity of the NASDAQ's analog in Ukraine – PFTS Stock Exchange and to compare the nature of their work.

It's generally known, that NASDAQ was founded in 1971 by the National Association of Securities Dealers (NASD) and nowadays is the largest fully-electronic stock market in the United States. Currently, it lists nearly 3,300 companies and trades more shares per day than any other major U.S. market [1; 121]. NASDAQ has been actively combining with other exchanges and has used its technological expertise to extend its international reach. And because of this by the beginning of the 21st century it had become the largest electronic stock market (in terms of both dollar value and share volume) in the United States.

As it is generally admitted Nasdaq market consists of three parts: Global Select Market, National Market, Capital Market. The main difference between these markets is that they exist for securities of companies, which have different level of development [2,640]. For the retail orders The Small Order Execution System (SOES) was designed as a guarantee that, even in turbulent market conditions, all eligible orders will be automatically executed at the best possible bid or offer price at the time the order is placed [3; p. 40 – 41].

Like any stock exchange the NASDAQ has its own stock indexes. One popular NASDAQ index is the NASDAQ 100 Tracking Stock was launched to provide investment results of the largest 100 stocks that trade on the NASDAQ. The other index is The Nasdaq Composite which is highly followed in the U.S. as an indicator of the performance of the stock market [4; p. 288].

Some experts believe that the foundation of the NASDAQ Stock Exchange was the beginning of creation of its analogs in different countries and Ukraine isn't an exception.

The PFTS Stock Exchange is a representative of the NASDAQ and is the largest stock exchange in Ukraine. It started its work in 1992, when there wasn't a stock market yet. Approximately 220 companies are listed on the PFTS and more than 800 securities are in the stock exchange listing [5].

Concerning the PFTS Trading System it consists of "Quote-Driven" and "Order-Driven" markets. "The Quote-Driven Market" (QDM) is built on the trading technology, which is based on the rules of competing quotes offered by trade participants and on acceptance of firm quotes. "Order-Driven Market" is the market built on the order-driven market trading technology [5].

The PFTS Stock exchange also has its index. The index of PFTS Ukraine Stock Exchange remains the only index of Ukrainian stocks to be recognized and closely tracked by the international financial community. The dynamics of the PFTS index during the last 2 years can be concerned as stable [5].

As the PFTS is the NASDAQ's analog the principles of their work are the same. The most important similarity is that the process of trading at the PFTS is conducted on-line using the computer and internet technologies. This aspect of trading in Ukraine is rather new but prospective. The next resemblance is using the trading quotation-driven and order-driving activity both on the Nasdaq and the



PFTS stock markets. Nasdaq and its analogs are now both quotation- and order-driven, and their evolution has incorporated features of what is sometimes referred to as a "hybrid" market. Also the requirements for companies to be listed on these two stock exchanges and the technology of the index' calculation are the same.

In spite of these similarities there are some differences of the principles of work between these stock exchanges. The main distinction is that the structure of activity at the NASDAQ is considered as more complicated than at the PFTS.

In conclusion it should be said, that creation of the NASDAQ Stock Exchange has led to formation of similar institutes in other countries including Ukraine. The foundation of the PFTS Stock Exchange in 1992 was a movement on the way of transition the domestic stock exchange into the market grounds. The fact that the PFTS is the NASDAQ's analog makes it a leader in the sphere of the securities trading in Ukraine.

Наук. керівн. Пономарьова О. І.

References: 1. Turner Toni. A Beginner's Guide to Day Trading Online / Toni Turner. – Canada : Adams Media, 2007. – 317 p. 2. Steven M. Bragg .The Ultimate Accountants' Reference / Steven M. Bragg. – New Jersey : John Wiley & Sons. Inc., 2010. – 817 p. 3. O'Connell Brian. CNBC Creating Wealth: an Investor's Guide to Decoding the Market / Brian O'Connell. – NY. : CNBC, 2001. – 352 p. 4. Ferri Richard A. All About Index Funds: the Easy Way to Get Started / Richard A. Ferri. – USA. : Mc-Grow Hill Companies, 2007. – 288 p. 5. The official site of the PFTS Stock Exchange [Electronic resource]. – Access mode : <http://www.pfts.com>.

Yefremova Ya.

UDC 004.738.5:336.717

Студент 3 курсу
фінансового факультету ХНЕУ

INTERNET BANKING AS A NEW WAY TO DEVELOPMENT

Annotation. This article investigates the necessity of Internet banking adoption in Ukraine. The most common consumer issues in this sphere and the ways of their solving are also considered.

Анотація. Досліджено необхідність упровадження Інтернет-банкінгу в Україні. Розглянуто найбільш поширені проблеми споживачів у цій сфері та шляхи їх вирішення.

Аннотация. Исследована необходимость внедрения Интернет-банкинга в Украине. Рассмотрены наиболее распространенные проблемы потребителей в этой сфере и пути их решения.

Key words: Internet Banking, e-commerce, online service adoption.

The most dynamic spheres of innovations are electronics and information technologies. Banks as financial institutions naturally react very quickly to any change in the economic and technological environment. The case of electronic banking is not an exception. Just ten years ago, no one ever heard of electronic banking in Ukraine. Today, many Ukrainian banks issue electronic cards, automated teller machines and some of them offer Internet banking. The last one allows to lower operational costs, improve consumer banking services, retain consumers and expand share of customer. So in modern conditions it becomes necessary to research Internet banking as an important component of bank's strategy.

There are many scientists who studied this problem. Among them are: D. Martishevsky, S. Lichtenstein, K. Williamson, A. Chorny and others.

The aim of this paper is to research the necessity of developing of Internet banking in Ukraine.

The objectives of the article are: to investigate the factors that influence the decision of Ukrainian banks to provide e-banking; to understand consumer adoption of Internet banking; to explore consumer issues in this sphere and to make some recommendations towards it.

The term "Internet banking" refers to systems that enable bank customers to access accounts and general information on bank products and services through a personal computer (PC) or other intelligent device [1, p. 1]. Internet banking products and services can include wholesale products for corporate customers as well as retail and fiduciary products for consumers.

© Yefremova Ya., 2011



The first bank that uses Internet banking emerged in 1995 in the United States and now more than 90 % of top banks all over the world provide it [2, p. 26]. Internet banking services are becoming increasingly available in Ukraine too. Here we come to the question: "Why do banks want to provide Internet-based services?". Studies show that competitive pressure is the chief driving force behind increasing use of Internet banking technology. Banks see Internet banking as a way to keep existing customers and attract new ones to the bank. The second reason is that it is profitable to the banks because Internet-banking allows to reduce their operational costs. However the challenge for national banks is to make sure the savings from Internet banking technology more than offset the costs and risks associated with conducting business in cyberspace. The third reason is the expansion of customer contact through increased geographical reach and lower cost delivery channels. Besides relationship building is a strategic priority for many national banks and Internet banking helps banks to develop and maintain an ongoing relationship with their customers.

Analyzing banks' motivation of providing Internet banking we didn't mention that the main reason was the demand for these services. Banks present services that are demanded. It means that consumers are really interested in Internet banking because it has some advantages:

banking from any location that has an Internet connection;

accessing account 24 hours a day, 7 days a week;

downloading account information and better control over money flows in real time (withdrawals, deposits, ATMs, debit card);

transferring funds from one account to another;

online banking is more cost effective for banks. This should result in lower fees for customers.

Nevertheless consumer decision whether or not to bank on the Internet is affected by some other factors too. They are: risks, costs, relative advantage, knowledge and support. Unfortunately many Ukrainian banks have problems in this sphere.

The most common consumer issues and key recommendations for Ukrainian banks relative to Internet banking are considered in table [3].

Table

Internet banking – Key recommendations for banks

Consumer issue	Recommendation
Lack of awareness of Internet banking and its benefits	- Attract consumer attention to Internet services through better marketing - Inform consumers about features, advantages and benefits of Internet banking, especially its convenience - Allay consumer concerns about technology and support
Lack of Internet confidence	- Offer Internet training
Difficult initial set up procedure	- Streamline set up procedures and provide set up support
Difficult to use	- Improve screen design and navigation - Integrate banking systems
Lack of trust; Security and privacy risks	- Provide consumer reassurance and information - Improve application security and privacy, and bank information security and privacy - Assist consumers in developing secure Internet banking practices and risk management procedures
Inadequate knowledge and support	- Develop innovative consumer support solutions - Train branch staff in Internet banking - Develop new knowledge management strategies
Restrictive workplace access	- Offer incentives to businesses to facilitate Internet banking

In conclusion we'd like to say that traditional banking is a good example of an area that could be almost completely digitalized. The Ukrainian banking system is relatively young and at present is undergoing development process. In spite of some issues Internet banking could be viewed as one of the possibilities for further development. One of the main arguments in favor of Internet banking is that involvement into international cooperation and technology exchange could potentially improve national welfare.

Наук. керівн. Пономарьова О. І.

References: 1. Internet Banking – Comptroller's Handbook [Electronic resource]. – Access mode : <http://www.occ.gov/static/publications/handbook/intbank.pdf>. 2. Denis Martishevsky A. Cost-benefit analysis of two alternative approaches to Internet banking in Ukraine [Electronic resource]. – Access mode : www.kse.org.ua/uploads/file/library/2001/Martyshevskyy.pdf. 3. Sharman Lichtenstein, Kirsty Williamson Understanding consumer adoption of Internet banking [Electronic resource]. – Access mode : <http://www.csulb.edu/web/journals/jecr/issues/20062/paper1.pdf>. 4. Andriy Chorny Electronic banking in Ukraine: the factors in decision-making [Electronic resource]. – Access mode: www.kse.org.ua/uploads/file/library/2001/Chorny.pdf.



Студент 2 курсу
факультету економіки і права ХНЕУ

BAR CODES, COMPUTERS, GDP AS THE GREATEST INVENTIONS OF THE 20TH CENTURY

Annotation. Such great inventions of the 20th century as bar code, computers and GDP which are now an integral part of the economical and social welfare of people throughout the world are considered.

Анотація. Розглянуто такі великі винаходи ХХ століття, як штрихкод, комп'ютери і ВВП, які в даний час є невід'ємною частиною економічного і соціального добробуту людей у всьому світі.

Аннотация. Рассмотрены такие великие изобретения ХХ века, как штрихкод, компьютеры и ВВП, которые в настоящее время являются неотъемлемой частью экономического и социального благосостояния людей во всем мире.

Key words: invention, bar code, computer, GDP, encoding, device, digitization, measure.

This article is devoted to the analysis of such great inventions, as bar codes, computers and GDP and their general impact on the development of science and technology. The topic is chosen because the scientific and technical progress is one of the most important conditions for development of the world economy.

The aim of this article is the analysis of the inventions of the 20th century that changed people's lives.

To achieve this aim it is necessary to examine and highlight the main positive results of the invention of bar codes, computers and GDP.

During the 20th century, humanity has made great strides in the development of technology and scientific thought. But not all the inventions of this period considerably changed people's lives. Therefore, I tried to analyze in what way some inventions influenced the life of modern people.

Firstly, the bar code is a computer coding system that uses a printed pattern of lines or bars to identify products, mail and packages, customer accounts, and the like. It gives information about the item, such as its price or the quantity sold and so on. So-called two-dimensional (2D) bar codes permit the encoding of information about an item in addition to an identifying code [3]. It was invented by Norman Woodland in 1949.

An emerging technology, radio-frequency identification (RFID), could supplant the bar code in most applications. The newer radio-based devices overcome many of the limitations inherent in the bar code's optical technology.

The invention of the bar code eventually allowed compiling data on payment of the purchase, the nature of commodity and quantity of the products in stock. The bar code made obtaining of the information about the movement and sales of goods more affordable. This allowed the producers of goods and services to be responsive to demand. It changed the trading system in the most revolutionary way.

The second invention which I considered is a computer. Computer is a device capable of performing a series of arithmetic or logical operations. Any computer differs from a calculating machine, such as an electronic calculator, by being able to store a computer program, by the number and complexity of the operations it can perform, and by its ability to process, store, and retrieve data without human intervention [1].

Charles Babbage created the design of the first modern computer, which was called the "analytical engine," during the 1830s [2].

Computers have become indispensable in the office work, in business, military affairs, science, technology, and hundreds of other occupations. They quickly take root in the spheres of art, politics and sports.

The original purpose of computers was the calculation function, now their functions have increased significantly. The invention of computers has helped to expedite the processing of information and its analysis, made possible the process of digitization of the documents and forms, which reduced the time to find the right one, to give an opportunity for error checking, which depends on the human factor, reducing their number. There is only a small part of benefits of the computer for economy.

So with the development of computers and their software all spheres of human life also evolve.

And the third invention to consider is GDP. GDP measures final purchases of households, business, and government by summing consumption, investment, government spending, and net exports.

The account also provides information on the prices at which the output is sold, inflation-adjusted, measures of output and income [4].

At the first time a set of national income accounts was calculated by Simon Kuznets during the Great Depression.

GDP is necessary because it gives an overall picture of the national economy; analyses the impact of alternative policy actions, or external events, on the entire economy. On the basis of GDP the government of any country can make important decisions such as where to invest: in manufacturing or social sphere of activity; what measures to take to fight inflation. Thus, GDP is a measure of the welfare of the country.

In conclusion, it should be noted that the 20th century is known for its great inventions, which changed our way of life and influenced the development of science and technology. The invention of bar codes made obtaining the information about the movement and sales of goods more affordable. This is the most revolutionary change of the trading system. Computers have become indispensable in the office work, in business, military affairs, science, technology, and hundreds of other occupations. GDP and related data are like beacons that help policymakers steer the economy toward the key economic objectives.

Наук. керівн. Агаджанова Р. М.

References: 1. The Columbia Electronic Encyclopedia, 6th ed. / Copyright © / Columbia University Press. – 2007. – P. 367. 2. Oakman R. L. The Computer Triangle: Hardware, Software, People, 2d ed. / R. L. Oakman. – 1997. – P. 35. 3. Palmer R. C. The Bar Code Book / Roger C. Palmer // Helmers Publishing. – 2000. – P. 41. 4. World Bank, Statistical Manual – National Accounts / The GDP – final output, retrieved October 2009.

UDC 339.923(477)

Dmytrenkova M.

Студент 3 курсу
фінансового факультету ХНЕУ

PROBLEMS AND BENEFITS OF UKRAINE'S MEMBERSHIP IN THE WORLD TRADE ORGANIZATION

Annotation. The opportunities and threats of Ukraine's membership in the World Trade Organization were founded. The possible ways of minimizing the negative effects of joining the WTO were offered.

Анотація. Виявлено переваги та недоліки членства України в Світовій організації торгівлі. Запропоновано шляхи мінімізації негативних наслідків вступу до СОТ.

Аннотация. Выявлены преимущества и недостатки членства Украины во Всемирной торговой организации. Предложены пути минимизации негативных последствий вступления в ВТО.

Key words: the World Trade Organization, world trade, economic development, free trade zone, Ukrainian producers.

The World Trade Organization (WTO) is an organization that intends to supervise and liberalize international trade. More than 93 percent of volumes of world trade are regulated. As it is known main task of the WTO is liberalization of world trade with a help of tariff methods and not tariff barriers, quantitative restrictions and other obstacles in the international exchange of the goods and services.

The aim of this article is to analyze the possible positive and negative consequences for Ukraine from joining the WTO and the ways of overcoming the inevitable negative effects of the process.

The main objectives of the work are:

to outline the advantages of Ukraine's membership in the WTO;

to analyze problems of membership in the World Trade Organization;

to find the ways of minimizing the negative consequences of Ukraine's membership in the Organization.

Various aspects of the problem regarded have been investigated by the domestic experts such as V. Amitan, I. Burakovskiy, S. Hizhnjak, O. Gavriljuk, I. Kochura, J. Makogon, M. Chumachenko.

© Dmytrenkova M., 2011



According to the results of the research made by domestic and foreign scientist there are three main negative factors that prevent our country from being among the leading European countries. Most of the experts define the following factors as the low level of economic development and slow pace of reforms; the high level of corruption; the inadequacy of the tax policy, and instability of economic legislation. Therefore currently it's hardly possible to speak about the European standards in all spheres of national economy [1, p. 5].

Under the modern economic conditions Ukraine's active participation in world trade is strongly associated with certain considerable advantages. But on the other hand joining the WTO can also face Ukraine with some threats [2, p.161]. We have made an attempt to sum up these consequences which you can see in table.

Table

Opportunities and Threats of Ukraine's Membership in the WTO

Opportunities	Threats
A wider choice, higher quality and lower prices of goods and services	Ukraine can become more sensitive to the global phenomena
A growth of foreign direct investments	The Ukrainian service sector can be faced with problems of restructuring
Free trade zone between Ukraine and European Union	The Ukrainian legislation keeps changing to comply with the WTO requirements
The opportunity to enter into the free trade agreements with many countries	The Ukrainian government has to keep harmonization of the laws in accordance with the WTO agreements
Increase of level service of transaction in bank system, their terms will be reduced, a spectrum of services technologies of their granting will extend and will be improved	Some Ukrainian producers may find themselves unprepared for the tough international competition
The possibility to influence the world trade development	Ukrainian automakers will be cushioned by still-rampant domestic demand and tight restrictions on the import of used cars
Improvements in people's social and economic status	The subsidies for funding research, educational, consultative and marketing programs, state reserves to ensure food security, environmental programs and regional aid programs will be cut
Rising the trust to Ukraine from other countries	

As it becomes evident from table shown above some processes in national economy have not become irreversible yet. The results of our study justify that the quality of Ukrainian goods still remains at a very low level which influences in a bad way the competitiveness of domestic goods which in our opinion may be considered as a main negative consequence of Ukraine membership in the WTO [3, p. 271].

According to some experts in order to become competitive and to overcome the negative consequences of joining the WTO, Ukraine has to undertake the following actions. Firstly, it has to create the high-grade market of factors of manufacture, including the markets of capitals, work and land, and the developed systems of crediting, insurance, leasing, national innovative system. Secondly, the government should work constantly over the improvement of a business climate in the country, increase of its investment appeal.

Thirdly, it is necessary to create the most accessible system of the information on position in the Ukrainian and world commodity markets, about observance of specifications of the WTO in other member countries. It's also important to restore practice of system and long-term forecasting of the national economy, based on constant monitoring. But the most important thing is training of experts, capable to use the WTO rules of law and systems and while defending the national interests of the state in any dispute [4].

So it is possible to draw following conclusions. The process of accession to WTO has inconsistent character. Nevertheless it should be stated that there are some positive effects of the process described. In our view the orientation of Ukraine on western high standards in economy results is increasing the corresponding standards within the country. None can deny the fact that the level of services in many spheres has become better and it continues to grow. New opportunities for further development of high technologies and their application in different spheres of economy are also evident.

Наук. керівн. Петренко В. О.

References: 1. Makogon Y. New regional economic politics in Ukraine: problems and prospects / Y. Makogon // The Scientific Messenger. – 2009. – № 16.5. – P. 5. 2. Tretjak V. Prospects of the introduction of Ukraine in the WTO from positions of experience of the countries with transitive economy: the Regional collection of proceedings on economy. – K. : KNOWLEDGE, 2009. – 251 p. 3. Kochura I. Ukraine – the WTO: problems, risks, prospects, the Regional collection of proceedings on economy / I. Kochura. – Kh. : Factor, 2010. – 384 p. 4. Ukraine and World Trade Organization: the approximate ways [Electronic resource]. – Access mode : <http://www.ieac.org.ua>.

Студент 2 курсу
факультету менеджменту та маркетингу ХНЕУ

WORK MOTIVATION OF EMPLOYEES

Annotation. In this paper the work motivation as a process of effective work in the organization of enterprises, firms, companies etc. is determined.

Анотація. Визначено мотивацію праці як процес ефективної роботи в організації підприємств, фірм, компаній та ін.

Аннотация. Определяется мотивация трудовой деятельности как процесс эффективной работы в организации предприятий, фирм, компаний и др.

Key words: work motivation, organization, enterprise, firm, company.

Work motivation can be defined as the psychological processes that determine the direction, intensity, and persistence of action within the continuing stream of experiences that characterize the person in relation to his or her work [1, p. 75]. Such definition describes operations that unify cognition, affect, and behaviour.

The aim of this paper is to present current thinking and research of work motivation and to identify future research needs that should have a significant impact on motivation research for years to come.

In the 20th century, significant scientific progress in work motivation, as a cumulative science, was made on several fronts. First theories of motivation were built up on the choice of activity and intensity of effort. General theories of motivation, such as Maslow's hierarchy of needs (1943), identified basic motives and the processes which such motives affect [2, p. 6].

Also in industrial/organizational psychology, there are theories of work design, such as Hackman and Oldham's (1976) job characteristics theory, which are focused on the mediating and moderating roles of individual differences in basic motivational variables. Approximately in the mid 20th century, researches of cognitive and behavioural psychology offered new insights into the mechanisms underlying choice processes and the entrenchment of condition response relations. Expectancy theory by Vroom, for example, proposed versions of general expectancy theory that include analysing of motivational processes in the workplace. To the end of 20th century, growing interest in the work motivation, which was used to accomplished difficult or protracted objectives, led to the use of goal-striving/self-regulation theories developed in the social-cognitive and clinical psychology literatures. These theories emphasize the link between goal choice and goal striving, and were used to examine the common causes and the nature of these processes. In the late of 20th century theories have underlined implicit and unperceived motives, multilevel and dynamic processes, and affective influences on choice and self-regulation [3, p. 9]. Results of this work have revealed the meaning of the multiple forces that operate on motivational processes [4, p. 18].

The interest of using work motivation will likely involve better understanding of the content of work motivation. It is important to understand how motivational processes construct and operate across work and life changes and how the context in which people work and live affects the content and function of work motivation. So the work motivation knowledge can be systematized and organized along three broad subjects: content, context and change.

Content refers to theory and research that is directed on understanding the individual's internal mental structure and the operations, which drive motivated action. Psychological variables, such as needs, motives, traits, and values, often exert significant influence on the choice of work goals.

Interest in the influence of context has burgeoned over the past two decades. The result of motivation context has also been studied from sociological, multilevel, and social-developmental perspectives that exceed the task-specific setting to investigate how socio-cultural, team/unit level, leader relations, and nonworking factors influence work motivation.

As motivation is a dynamic process it can change over time. Time also enables to improve the work motivation processes and well-being over the work lifetime.

Next important things are organizational culture and climate that focus on how organizational participants experience and understand their work. If climate is about descriptions of what happens, culture helps to define why things happen. Culture is linked to employees' fundamental assumptions and ideologies [5, p. 17].

Compensation and reward systems are necessary in motivation. Employees have to receive reward in return for their behavior. Incentive compensation systems attempt to conform employees' interest with those of the organization by making compensation [2, p. 368]. In literature there are usually



shown three main organizational-level compensation programs. First, gain sharing links collective performance to individual rewards, then profit sharing and stock plans programs. Each of them is designed to provide the employee a valued reward in condition of a well done performance that is fit to expectancy and requirements of agency.

Very often the support for career development produces positive employee attitudes and enhanced work motivation. For example, based on expectancy theory employees who expect that improved effort on their part will lead to greater progress within the organization are likely to have higher levels of work motivation [2, p. 374]. If, in contrast, an employee views his/her future career as involving employment at other organizations, then he/she will increasingly require motivation task and development opportunities that will enhance his/her opportunities in the external labor market. But if the organization does not allow its employees such opportunities over some time, they will look outside the organization to meet these goals. In this sense, a shift toward a focus on employability and externally driven career tracks will increase the pressure on organizations to provide more frequent challenging, growth-oriented job assignments if they wish to motivate employees.

In conclusion it should be noted that the complexity of work motivation comes from the fact that it is local and global, personal and situational. It means that the importance of work motivation for organizations and individuals is undeniable. Organizational success anyway needs a capable and motivated workforce because the task of developing and sustaining employee motivation for aligned performance in organizational planning occupies a central place.

Наук. керівн. Альошина О. М.

References: 1. Kanfer R. Motivation theory and industrial and organizational psychology / R. Kanfer. – CA : Consulting Psychologists Press, 1990. – 130 p. 2. Kanfer R. Work Motivation: Past, Present, Future / R. Kanfer, G. Chen, R. D. Pritchard. – Watt Limited, 2001. – 720 p. 3. Brunstein J. C. Implicit and self-attributed motives to achieve: Two separate but interacting needs / J. C. Brunstein. – Routledge, 2005. – 222 p. 4. Weiss H. M. Affective events theory: A theoretical discussion of the structure, causes, and consequences of affective experiences at work / H. M. Weiss. – CA : Sage, 1996. – 74 p. 5. Schneider B. The psychological life of organizations / B. Schneider, N. M. Ashkanasy, C. P. M. Wilderom. – CA : Sage, 2000. – 231 p.

Козловська Ю. Г.

УДК 631.162:331.2

Студент 6 курсу
факультету обліку і аудиту ХНЕУ

УДОСКОНАЛЕННЯ ОБЛІКУ РОЗРАХУНКІВ З ОПЛАТИ ПРАЦІ СІЛЬСЬКОГОСПОДРСЬКИХ ПІДПРИЄМСТВ

Анотація. Присвячено питанням розробки теоретико-методичних основ обліку оплати праці та пошуку шляхів удосконалення розрахунків з оплати праці сільськогосподарських підприємств.

Аннотация. Посвящено вопросам разработки теоретико-методических основ учета оплаты труда и поиску путей усовершенствования расчетов по оплате труда сельскохозяйственных предприятий.

Annotation. This article focuses on the development of theoretical-methodological bases of accounting wage and finding ways to improve the calculation of wages of agricultural enterprises

Ключові слова: оплата праці, облік розрахунків з оплати праці, продуктивність праці, заробітна плата.

Розбудова ринкової економіки країни й усі пов'язані з цим трансформаційні процеси мають здійснюватися в інтересах людини для підвищення якості її життя. Не зменшуючи значення інших соціально-економічних явищ, що входять до складу соціально-трудова відносин (зайнятості, охорони праці, розвитку персоналу тощо), найбільш проблематичними у регулюванні є ті, які пов'язані з організацією, ефективністю та оплатою праці. Достатня забезпеченість підприємств потрібними трудовими ресурсами, їхнє раціональне використання, високий рівень продуктивності праці, пра-

© Козловська Ю. Г., 2011

вильна система його оплати мають велике значення для збільшення обсягів продукції і підвищення ефективності роботи підприємства.

Зокрема, від побудови ефективної системи мотивації, організації її обліку залежать обсяг і своєчасність виконання всіх робіт, ефективність використання устаткування, машин, механізмів і, як результат, обсяг виробництва продукції, її собівартість, прибуток і низка інших економічних показників.

За сучасної економічної ситуації оплата праці все більше втрачає здатність виконувати властиві їй функції – забезпечувати нормальне відтворення робочої сили і спонукати працівників до ефективної праці. Середньомісячна заробітна плата в цілому в галузях економіки України є недостатньою для забезпечення нормальної життєдіяльності працівника і стримує його купівельну спроможність. Її рівень у сільському господарстві набагато нижчий, ніж в інших галузях економіки.

Тому актуальність проблеми бухгалтерського обліку нарахування та виплати заробітної плати сільськогосподарських підприємств не викликає сумніву і потребує дослідження.

Значний внесок у вивчення теорії та методології обліку розрахунків з оплати праці внесли українські вчені Білуха М. Т., Бутинець Ф. Ф., Горелкін В. Г., Кузьмінський А. М., Сопко В. В., Ткаченко М. Т., Голов С. Ф., Завгородній В. П. та ін. [1]. Віддаючи належне науковим напрацюванням вітчизняних та зарубіжних вчених, слід відзначити, що окремі аспекти теорії та практики обліку розрахунків з оплати праці залишаються дискусійними, потребують подальших наукових досліджень і розробок у напрямі їх удосконалення. Зокрема це питання обліку нарахування заробітної плати, узгодження методики бухгалтерського обліку розрахунків з оплати праці, правильної організації оплати праці та ін.

Метою дослідження є вивчення актуальних проблем обліку розрахунків з персоналом по оплаті праці сільськогосподарських підприємств та визначення напрямів вдосконалення цієї ділянки обліку.

Відповідно до поставленої мети визначено такі завдання дослідження: 1) розкрити сутність заробітної плати з боку працедавця та працівника; 2) визначити, що є та як правильно організувати оплату праці на сільськогосподарському підприємстві; 3) розглянути можливі шляхи удосконалення обліку розрахунків з оплати праці.

Об'єктом дослідження даної статті виступає система обліку розрахунків з оплати праці на сільськогосподарських підприємствах.

Предметом дослідження даної статті є процес обліку розрахунків з оплати праці на сільськогосподарських підприємствах.

Незважаючи на простоту, заробітна плата є дуже складним економічним явищем, що відображує взаємодію багатьох економічних процесів. Для працедавця заробітна плата – це витрати виробництва, і він буде намагатися їх мінімізувати; для працівника заробітна плата – це дохід, і бажання працівника її максимізувати, домовляючись про високий рівень оплати. Заробітна плата тісно пов'язана з цінами на споживчі товари та послуги. Чим ціни вищі, тим менше можна купити на виплачену працівнику заробітну плату, тим нижчий рівень задоволення своїх потреб, тим більший розрив між номінальною та реальною заробітною платою та навпаки. І працівник, і працедавець, обумовлюючи умови оплати праці, обов'язково будуть враховувати рівень й динаміку цін на споживчі товари.

З цього видно, що заробітна плата – це складне економічне явище, що ні суспільство, ні підприємство не можуть нормально функціонувати, якщо не організують належним чином оплату праці працівників. Організувати оплату праці працівників – означає розробити, задіяти і постійно підтримувати в робочому стані інструментарій, що забезпечував би грошову оцінку виконаної ними роботи, нарахування і виплату заробітної плати у відповідності до цієї оцінки.

Організація оплати праці на сільськогосподарському підприємстві полягає, насамперед, у встановленні умов (норм) оплати праці за роботу в межах визначених трудових обов'язків, та умов оплати за працю понад норму. До умов належать і низка гарантійних та компенсаційних виплат найманому працівнику працедавцем.

Вибір системи та форм оплати є прерогативою працедавця. Їх ефективність систем оплати праці залежить від конкретних соціально-психологічних, технічних, організаційних та економічних умов на підприємстві.

При відсутності ефективного державного механізму захисту заробітної плати від інфляції організація заробітної плати на підприємстві повинна передбачувати механізм індексації заробітної плати, що дозволяв би зберегти і підтримувати її стимулюючу функцію (тісний зв'язок з результатами праці кожного працівника та основними завданнями працедавця на підприємстві).

Подальшим кроком в удосконаленні системи заробітної плати є врахування конкретних умов і якості праці в її оплаті.

Для покращення продуктивності праці варто встановити систему мотивування та розробити кар'єрограму для кожного працівника. Оскільки перевірка бухгалтерського обліку сільськогосподарських підприємств проводиться Контрольно-ревізійним управлінням, пропонується організувати контролюючий відділ в установі, що може складатися із бухгалтера та ще з однієї особи. Обов'язками даного відділу буде робити регулярну ревізію та контролю за вірністю відображення в бухгалтерському обліку інформації та складання фінансової звітності. Отже, інформація, що одержана внаслідок проведеного дослідження, а також внесені пропозиції можуть бути використані для ефективного використання трудових ресурсів, раціональнішого використання фонду оплати праці, і в результаті буде сприяти ще більш ефективній діяльності установи.



Також потребує вирішення питання стосовно зловживань при розрахунках з оплати праці. Способом боротьби з ним є такий розподіл обов'язків між працівниками розрахункового відділу, при якому жоден з працівників не мав би закінченого циклу розрахунків. Важливим є розподіл праці при боротьбі зі зловживаннями, коли одні працівники займаються лише таксуванням документів, інші – рознесенням в накопичувальні регістри, треті – контрольною реєстрацією документів, а четверті – підготовкою платіжних документів.

Порушення, виявлені при систематичному контролі оформлення первинних документів, графіків передачі та обробки документів, усувати в ході контролю. Порушення потрібно документувати лише в тих випадках, коли вони повторюються і мають систематичний характер.

Дослідження показали, що організації заробітної плати в галузі сільського господарства в даний час притаманні недоліки: низькі рівні заробітної плати; невиправдане зближення рівнів оплати праці фахівців та інших категорій працівників; слабка матеріальна зацікавленість у підвищенні кваліфікації через незначні розходження в рівнях окладів працівників різної кваліфікації; недостатня стимулювальна роль премій, надбавок. На думку автора, усунути зазначені проблеми дозволить безтарифна система, при якій заробітки працівників формуються в прямій залежності від фактичних економічних результатів діяльності підприємства.

Проведене дослідження теоретичних основ і методичних аспектів обліку розрахунків з оплати праці висвітлює таке: заробітна плата тісно пов'язана зі складністю виконуваної роботи – за складну роботу, яка вимагає високих знань, досвіду, зусиль (розумових і фізичних) за інших рівних умов працівник вправі домагатися підвищення своєї праці. Отже, заробітна плата вимагає співмірності різних робіт щодо їхньої складності і визначення рівня кваліфікації працівника.

Наук. керівн. Пасічник І. Ю.

Література: 1. Завгородний В. П. Бухгалтерский учет, контроль и аудит в системе управления предприятием / В. П. Завгородний. – К. : Издательство "ВАКЛЕР", 2007. – 976 с. 2. Онищенко Т. Оплата праці: податковий та бухгалтерський облік / Т. Онищенко, Ю. Рудяк, М. Пустовіт. – Х. : Фактор, 2006. 3. Покропивний С. Ф. Економіка підприємства / С. Ф. Покропивний. – К. : КНЕУ, 2006.

Істоміна М. Ю.

УДК 657.47

Студент 5 курсу
факультету обліку і аудиту ХНЕУ

СИСТЕМА "ДИРЕКТ-КОСТИНГ": ОСНОВНІ ПЕРЕВАГИ ТА ХАРАКТЕРНІ ОСОБЛИВОСТІ ЗАСТОСУВАННЯ

Анотація. Розглянуто особливості застосування директ-костингу як системи калькулювання собівартості продукції, проведено порівняльну характеристику систем "стандарт-костинг" та "директ-костинг", виявлено переваги останньої системи.

Аннотация. Рассмотрены особенности применения директ-костинг как системы калькулирования себестоимости продукции, проведена сравнительная характеристика систем "стандарт-костинг" и "директ-костинг", выявлены преимущества последней системы.

Annotation. Features of the application of direct costing system costing as production costs, a comparative description of the "Standard-costing" and "Direct – costing", the advantages of the latter are given.

Ключові слова: витрати, система, калькуляція, калькулювання, директ-костинг, стандарт-костинг, прибуток, управління.

Дохід підприємства залежить від величини витрат. Їхня мінімізація шляхом ефективного регулювання без зниження обсягів реалізації, валових доходів, якості обслуговування зумовлює можливість збільшення прибутку. У зв'язку з цим оптимальний облік витрат, своєчасний контроль за їхнім формуванням, оперативний аналіз набувають усе більшої актуальності для ефективного управління витратами підприємства в сучасних умовах господарювання.

© Істоміна М. Ю., 2011

Питанням калькулювання собівартості продукції за допомогою директ-костингу присвячено роботи О. Шевчук, В. Поповиц, Г. Переведенцева, В. Мовчан, К. Друрі та ін., але в них недостатньо повно розкриті переваги цієї системи та її характерні особливості. Мета роботи – розглянути особливості калькулювання собівартості продукції за допомогою системи "директ-костинг", обґрунтувати актуальність її застосування в сучасних ринкових умовах. Об'єкт дослідження – наявні методичні рекомендації калькулювання собівартості продукції. Предметом дослідження є можливість застосування системи "директ-костинг" як методу обчислення собівартості продукції.

Правові основи регулювання, організації, ведення бухгалтерського обліку і складання фінансової звітності визначені Законом України "Про бухгалтерський облік і фінансову звітність в Україні" [1], а також П(С)БО 16 "Витрати" [2]. Нині вчені пов'язують виникнення теорії управління витратами з другою половиною XIX ст., коли у 1887 р. було опубліковано теоретичне дослідження англійців Д. Фелса та Е. Гарке "Виробничі рахунки: принципи і практика їх ведення". Ця робота витримала шість перевидань і здобула на зламі століть велику популярність. Тривалий час витрати враховували так званім "котельним" методом, тобто в одному бухгалтерському реєстрі з початку звітного періоду обліковували всі кошти, витрачені на виробництво, незалежно від ділянок їхнього споживання та цільового призначення; пізніше ці витрати розділялися пропорційно прийнятій базі. Недолік цього методу полягав у тому, що, агрегуючи витрати за той або інший період, він не відображав їхньої структури, отже, не дозволяв визначити, які витрати можуть бути зменшені та на яких ділянках виробництва [3, с. 77]. Важливим завданням подальшої роботи у сфері управління витратами став пошук відповіді на питання: в якій пропорції слід включати в собівартість умовно-постійні витрати, тобто визначення собівартості й створення систем планування витрат і оперативного контролю за випуском продукції, які б застосовувались на практиці. Переважаючим методом управління витратами на американських підприємствах у середині XX ст. стає концепція "директ-костинг", яка базується на виключенні непрямих витрат, пов'язаних із періодом, і управлінні умовно-змінними витратами. Однак відповідно до концепції "директ-костинг", необхідність розподілу накладних витрат зникає [3, с. 80]. Поняття "директ-костинг" введено в 1936 р. американцем Д. Харрісом [4, с. 167]. Професор К. Друрі визначає, що "...головною особливістю методу "директ-костинг" є те, що при визначенні собівартості промислової продукції враховуються і плануються тільки змінні витрати, постійні ж накопичуються на окремому рахунку та із заданою періодичністю списуються на зменшення кінцевого фінансового результату" [5]. У даний час "директ-костинг" передбачає облік собівартості не тільки в частині прямих витрат, а й у частині змінних непрямих витрат [4, с. 167]. Постійні витрати не включають до собівартості продукції, а як витрати даного періоду списують з одержаного прибутку протягом того терміну, в якому вони мали місце. За змінними витратами оцінюються також незавершене виробництво та залишки готової продукції на складах на початок і кінець року. Принципи обліку, що лежать в основі системи "директ-костинг", відповідають потребам вивчення ринку. Дана система обліку змінних витрат широко використовується в галузях з масовим виробництвом, оскільки в ній містяться принаймні два фінансові показники: маржинальний дохід і прибуток [6, с. 136].

У світовій практиці застосовують два варіанти "директ-костингу": метод "змінної собівартості", або "простий директ-костинг", і метод "змінної прямої собівартості", або "розвинений директ-костинг". "Простий директ-костинг" базується на використанні в обліку тільки даних про змінні витрати, надлишок виручки від продажу в порівнянні з ними визначає суму покриття. У тому випадку, коли вона дозволяє відшкодувати суму постійних витрат, підприємство досягає точки беззбитковості. Основними принципами методу "простого директ-костингу" є: спрямованість на кінцевий результат, тобто визначення маржі по виробам, підприємству і виробничому результату; облік тільки змінних витрат для визначення змінної собівартості; облік постійних витрат у цілому по підприємству, і їх віднесення на зменшення маржі з метою визначення виробничого результату; оперативне управління цінами і ціноутворенням за допомогою визначення маржі по виробках [6, с. 137].

Метод "розвиненого директ-костингу" дозволяє підвищити ефективність управління витратами, оскільки зіставляє їх по виробках, центрах прибутку, центрах рентабельності, центрах собівартості, географічних зонах реалізації, категоріях споживачів з кінцевим результатом в управлінському обліку. Відповідно, визначено чотири принципи "розвиненого директ-костингу": облік витрат, реалізації і результатів за всіма сферами діяльності; інформування внутрішніх і зовнішніх сегментів; розподіл витрат з віднесенням їх прямо на сегмент, без застосування методів непрямого розподілу; облік змінних і прямих постійних витрат декількома сумами покриття.

До основних новацій цієї системи обліку витрат доцільно віднести: поява нової категорії специфічних прямих постійних витрат, і регулювання з її допомогою обсягів виробництва і реалізації, собівартості та цін; визначення результатів за зовнішніми сегментами, що знаходяться за межами підприємства; використання маркетингових принципів у системі управлінського обліку; використання східчастої системи калькуляції на базі змінних витрат і специфічних прямих постійних витрат. На основі системи "директ-костинг", використовуючи графічні методи та методи кореляційного і регресійного аналізу, математичної статистики, можна: визначити форму залежності витрат, обсягу виробництва, завантаження виробничих потужностей і прибутку підприємства; розраховувати обсяг беззбитковості; одержувати інформацію про прибутковість або збитковість виробництва залежно від його обсягу та інших факторів; будувати кошторисні рівняння; прогнозувати поведінку собівартості або окремих видів витрат залежно від факторів обсягу або потужності, тобто вирішувати стратегічні завдання управління підприємством [6, с. 137].



Основне призначення управлінської звітності зводиться до надання інформації для пошуку і прийняття оптимальних рішень щодо підвищення ефективності функціонування підприємства в умовах жорсткої ринкової конкуренції. Виходячи з досвіду інших країн, вітчизняні економісти рекомендують використовувати два методи обліку витрат: "директ-костинг" та "стандарт-костинг". Система "стандарт-костинг" базується на методі нормативного розподілу постійних витрат, нормативному методі обліку витрат та калькуляції собівартості продукції. Порівняльний аналіз вищевказаних методів визначення собівартості наведено в таблиці.

Таблиця

Порівняльний аналіз підходів до визначення собівартості

Розрахунок повної собівартості	Розрахунок неповної собівартості
1. Орієнтований на повне покриття всіх витрат і подальшу оптимізацію чистого прибутку	1. Орієнтований на покриття змінних витрат і подальшу оптимізацію "брутто-прибутку"
2. Ефективний при прийнятті короткострокових управлінських рішень	2. Ефективний при прийнятті довгострокових управлінських рішень
3. Забезпечує контроль зв'язків між виробництвом і реалізацією на тривалу перспективу	3. Забезпечує контроль зв'язків між виробництвом і реалізацією для короткострокового періоду та дозволяє встановити нижню межу ціни
4. Забезпечує точний, але трудомісткий і складний контроль	4. Забезпечує оперативний контроль за рахунок простої сигнальної інформації
5. Орієнтує адміністрацію на отримання якнайкращих результатів	5. Орієнтує адміністрацію на пошук оптимальних рішень шляхом адаптації виробничої програми до змінних умов ринку

Як видно з таблиці, описані методи орієнтовані на різні цілі, тому застосування в чистому вигляді тільки одного із них не забезпечить прийняття ефективних управлінських рішень, належний рівень контролю за виробництвом у короткостроковій та довгостроковій перспективі, що обумовлює необхідність застосування комбінації таких методів на підприємстві. Однак не існує такої системи калькулювання витрат, яка б дозволила визначити собівартість одиниці продукції зі стовідсотковою точністю. Будь-яке непряме віднесення витрат на виріб, як би добре воно не було обґрунтоване, спотворює фактичну собівартість, знижує точність калькулювання [6, с. 138].

Система "директ-костинг" має наступні переваги перед системою повного розподілу витрат: дані про собівартість, обсяг, прибутки необхідні для цілей планування прибутку, завжди можна отримати із поточної звітності; при зміні залишків запасів, прибуток за певний період не змінюється під впливом постійних накладних витрат; звіти про витрати підприємства і доходи, складені за директ-костингом, більшою мірою відповідають інтересам керівництва, ніж ті, які складені за системою повного розподілу витрат; підкреслюється вплив постійних витрат на прибуток, оскільки загальна сума цих витрат за період відображається у звіті про доходи [7].

Система обліку "директ-костинг" спрямована на вивчення залежності між обсягом виробництва, витратами, маржинальним доходом та прибутком суб'єкта господарської діяльності. Вона акцентує увагу на формах залежності витрат від обсягу виробництва чи завантаження виробничих потужностей; дозволяє виявити вироби з більшою рентабельністю; забезпечує отримання інформації, яка дозволяє швидко переорієнтувати виробництво у відповідь на зміни умов ринку. Дана система забезпечує керівництво фірми інформацією про можливість використання у конкурентній боротьбі такого прийому, як демпінг, який пов'язаний з встановленням ціни по нижній межі – собівартості стосовно змінних витрат.

Наук. керівн. Курган Н. В.

Література: 1. Про бухгалтерський облік і фінансову звітність в Україні : Закон України від 16 липня 1999 р. № 996-XIV [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.rada.kiev.ua>. 2. Положення (стандарт) бухгалтерського обліку 16 "Витрати" [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.rada.kiev.ua>. 3. Шевчук О. Еволюція наукових підходів до управління витратами / О. Шевчук // Вісник КНТЕУ. – 2009. – № 3. – С. 77–84. 4. Поповиц В. Особливості калькулювання витрат на виробництво послуг готелів за системою директ-костинг / В. Поповиц // Наука молода. – 2006. – № 6. – С. 166–169. 5. Друри К. Введение в управленческий и производственный учет / К. Друри. – М. : Аудит, ЮНИТИ, 1998. – 412 с. 6. Мовчан В. В. Впровадження інноваційних систем та методів обліку витрат підприємств в умовах посилення глобалізаційних процесів / В. В. Мовчан // Наука й економіка. – 2008. – № 2(10). – С. 133–141. 7. Переведенцева Г. П. Удосконалення обліку та аналізу витрат за економічними елементами та статтями калькуляції [Електронний ресурс] / Г. П. Переведенцева. – Режим доступу : <http://ev.nuos.edu.ua>.

СПІЛЬНІ РИСИ ТА ВІДМІННОСТІ СПИСАННЯ БЕЗНАДІЙНОЇ ДЕБІТОРСЬКОЇ ЗАБОРГОВАНОСТІ ВІДПОВІДНО ДО П(С)БО ТА МСФЗ

Анотація. Розкрито поняття дебіторської заборгованості згідно з національними та міжнародними стандартами, а також визначено спільні риси і відмінності списання безнадійної дебіторської заборгованості відповідно до П(С)БО та МСБО.

Аннотация. Раскрыто понятие дебиторской задолженности согласно национальным и международным стандартам, а также определены общие черты и отличия списания безнадежной дебиторской задолженности согласно П(С)БУ и МСБУ.

Annotation. In this article the notion of receivables in accordance with national and international standards, is considered and similarities and differences between writing off uncollectible receivables according to R(S)A and IAS are identified.

Ключові слова: дебіторська заборгованість, сумнівна дебіторська заборгованість, безнадійна дебіторська заборгованість, резерв сумнівних боргів, стандарти бухгалтерського обліку.

На сучасному етапі розвитку посилена увага до проблеми міжнародної уніфікації бухгалтерського обліку. Незважаючи на те, що всі національні Положення (стандарти) бухгалтерського обліку України (П(С)БО) значною мірою ґрунтуються на міжнародних стандартах бухгалтерського обліку (МСБО), вони не тотожні. А значні зміни, внесені до чинних міжнародних стандартів Радою з МСБО, поглибили існуючі розбіжності. Тому на сучасному етапі у процесі роботи укладачів і користувачів фінансових звітів у світовій практиці актуальним є вирішення проблеми уніфікації української системи з міжнародною системою бухгалтерського обліку та фінансової звітності. Розвиток бізнесу, що супроводжується зростанням ролі міжнародної інтеграції у сфері економіки, висуває визначені вимоги до однаковості і прозорості застосованих у різних країнах принципів формування та алгоритмів нарахування прибутку, оподаткованої бази, умов інвестування і капіталізації зароблених коштів тощо. А оскільки сума резерву сумнівних боргів показується у складі витрат підприємства і впливає на величину його бухгалтерського прибутку, то розрахунок резерву сумнівних боргів може дозволити підприємству оптимізувати деякі облікові показники.

Окремі питання щодо теоретичних і практичних аспектів ведення обліку та списання безнадійної дебіторської заборгованості відповідно до національних та міжнародних стандартів висвітлювали такі українські вчені, як Бровко О. Т. [1], Боцвін О. С. [1], Нашкерська Г. В. [2], Шмунь Н. В. [1].

Метою статті є визначення спільних рис та відмінностей списання безнадійної дебіторської заборгованості відповідно до П(С)БО та МСБО, а також пошук шляхів усунення розбіжностей між національними та міжнародними стандартами у цьому питанні.

Відповідно до цієї мети поставлені такі завдання:

дослідити проблему формування та списання безнадійної дебіторської заборгованості за національними та міжнародними стандартами;

визначити шляхи усунення розбіжностей між національними та міжнародними стандартами у розрізі списання дебіторської заборгованості.

Об'єктом даної статті є безнадійна дебіторська заборгованість.

Предметом цієї статті виступає списання безнадійної дебіторської заборгованості відповідно до П(С)БО та МСБО.

Дебіторська заборгованість є особливим видом активів, що визначає права підприємства на отримання від контрагентів грошових коштів. Вона є невід'ємною складовою збутової діяльності будь-якого підприємства.

Методологічні основи відображення у вітчизняному бухгалтерському обліку і звітності дебіторської заборгованості наведені в П(С)БО 10 "Дебіторська заборгованість". У міжнародному обліку МСБО не передбачено окремого стандарту, який регулював би дане питання, воно регулюється декількома міжнародними стандартами, серед них: МСБО 1 "Подання фінансових звітів", МСБО 32 "Фінансові інструменти: розкриття і подання", МСБО 39 "Фінансові інструменти: визнання та оцінка".

Згідно з Законом України "Про бухгалтерський облік та фінансову звітність в Україні" національні стандарти бухгалтерського обліку не повинні суперечити міжнародним, але, незважаючи на



це, існують певні відмінності. У вітчизняній практиці дебіторську заборгованість ототожнюють із правом на повернення боргу, а в зарубіжній – з претензією на активи підприємства-покупця.

Відповідно до МСБО 39 "Фінансові інструменти: визнання та оцінка" підприємству слід визнавати дебіторську заборгованість у балансі, коли воно стає стороною контрактних зобов'язань і внаслідок цього має юридичне право отримувати грошові або інші цінності.

Позики та дебіторська заборгованість – це непохідні фінансові активи з фіксованими платежами або платежами, які підлягають визначенню та не мають котирування на активному ринку, за винятком тих: що їх суб'єкт господарювання має намір продати негайно або в найближчий час, що їх слід класифікувати як утримувані для продажу, а також тих, що їх суб'єкт господарювання визнає за справедливою вартістю з відображенням переоцінки як прибутку або збитку; тих, що їх суб'єкт господарювання після первісного визнання визначає як доступні для продажу, або щодо яких утримувач може не відшкодувати значною частиною всю суму початкової інвестиції, з інших причин, ніж зменшення кредиту, які слід класифікувати як доступні для продажу [3].

У вітчизняному обліку поточна дебіторська заборгованість за товари, роботи, послуги включається до підсумку балансу за чистою реалізаційною вартістю, яка визначається як різниця між первісною вартістю і резервом сумнівних боргів.

Міжнародні стандарти прямо не вимагають відображення в балансі дебіторської заборгованості, проте необхідним є відображення резерву сумнівних боргів. Виходячи із вимог міжнародних стандартів, можна зазначити, що для визначення дебіторської заборгованості, яка відображається в балансі, необхідно:

провести інвентаризацію дебіторської заборгованості та списати однозначно безнадійну заборгованість;

нарахувати резерв сумнівних боргів для дебіторської заборгованості, що залишилася, і вирахувати його з величини дебіторської заборгованості.

Як у вітчизняній, так і в міжнародній практиці, дебіторська заборгованість залежно від ймовірності погашення поділяється на сумнівну й безнадійну; а за термінами погашення – на довгострокову і поточну.

Як довгострокова, так і поточна заборгованість у якийсь момент може бути визнана підприємством безнадійною. На сьогодні, для того щоб визнати в бухгалтерському обліку дебіторську заборгованість безнадійною, не потрібно документального підтвердження. Досить, щоб була виконана одна з умов:

закінчився строк позовної давності (3 роки);

існує впевненість у тому, що боржник не погасить свою заборгованість.

Міжнародними та національними стандартам передбачено 2 такі методи списання безнадійної заборгованості:

пряме списання;

за допомогою створення резерву сумнівних боргів.

Метод прямого списання використовується у тому разі, якщо сумнівна дебіторська заборгованість не очікується, тоді не потрібно коректування доходу або рахунків отримання, а дебіторська заборгованість списується в період визнання безнадійною. Принцип застосування цього методу в національній та міжнародній практиках однаковий.

Метод списання за допомогою створення резерву сумнівних боргів використовується, якщо сумнівна дебіторська заборгованість ймовірна і може бути визначена. За МСБО, компанія може вести облік затрат за функціональним принципом, тоді формування резерву сумнівних боргів за П(С)БО та МСБО проводиться однаково: в кінці звітної періоду потрібно провести корегуючий запис, у якому створюється резерв сумнівних боргів, а затрати на його створення списуються на операційні витрати.

Створення резерву сумнівних боргів відповідно до П(С)БО та МСБО може відрізнятися, якщо іноземна компанія веде облік витрат за їх характером. У такому разі проводиться запис з коригування сумнівних боргів, створюється резерв на сумнівні борги для майбутньої сумнівної дебіторської заборгованості, затрати на створення резерву списуються на рахунок "Витрати за сумнівними боргами".

Таким чином, визначено, що формуванням та списанням безнадійної дебіторської заборгованості за МСБО та П(С)БО є схожим, але існують розбіжності, зокрема: може відрізнятися спосіб створення резерву сумнівних боргів, якщо іноземна компанія веде облік витрат за їх характером. Проблема розбіжностей відображення дебіторської заборгованості в балансі може бути вирішена лише на законодавчому рівні. А розробка механізму впровадження змін у національні стандарти може стати предметом подальших досліджень з даної теми.

Наук. керівн. Пасенко Н. С.

Література: 1. Бровко О. Т. Механізм управління дебіторською заборгованістю / О. Т. Бровко, О. С. Боцвін, Н. В. Шмунь // Економічні науки. 2011. – № 7. – С. 23–24. 2. Нашкерська Г. В. Особливості визначення та оцінки поточної дебіторської заборгованості / Г. В. Нашкерська // Бухгалтерський облік і аудит. – 2009. – № 11. – С. 31–37. 3. Міжнародні стандарти бухгалтерського обліку № 39 "Фінансові інструменти: визнання та оцінка". 4. Положення (стандарт) бухгалтерського обліку № 10 "Дебіторська заборгованість", затверджене Наказом Міністерства фінансів України від 8 жовтня 1999 року № 237. 5. Некрасенко Л. А. Шляхи оптимізації дебіторської заборгованості підприємств / Л. А. Некрасенко // Економічний простір. – 2008. – № 12/2. – С. 27–34.

ОСОБЛИВОСТІ ОРГАНІЗАЦІЇ ОБЛІКОВОЇ ПОЛІТИКИ ДІЯЛЬНОСТІ МАЛОГО ПІДПРИЄМСТВА

Анотація. Досліджено економічну сутність категорії "мале підприємство" та "суб'єкт малого підприємства" в обліковому процесі. Запропоновано методичні рекомендації стосовно організації облікової політики діяльності малого підприємства.

Аннотация. Исследована экономическая сущность категории "малое предприятие" и "субъект малого предприятия" в учетном процессе. Предложены рекомендации по организации учетной политики деятельности малого предприятия.

Annotation. Investigated the economic substance of the category "small business" and "small business entity" in accounting process. Recommendations concerning the organization of the accounting policies of small businesses are given.

Ключові слова: малі підприємства, суб'єкт малого підприємства, облікова політика, фінансова звітність.

Важливою умовою ефективного функціонування кожного господарюючого суб'єкта в Україні є якісно побудована система бухгалтерського обліку, що передбачає формування та прийняття на тривалу перспективу чіткої облікової політики – сукупності принципів, методів і процедур, які використовує підприємство для складання та подання фінансової звітності [1, с. 1]. Облікова політика відіграє важливу роль як інструмент подальшого стабільного розвитку підприємств, тому ця тема є актуальною у наш час.

Значний внесок у розвиток теоретичних і практичних аспектів формування облікової політики підприємств зробили такі провідні вчені-економісти, як Ф. Бутинець [2], П. Житний [3], Л. Пантелейчук, Бойченко Н. В. [4], Ніколенко Ю. В. [5], Давидюк Т. В., Канурна З. Ф., Малюга Н. М., Чижевська Л. В [2] та ін. Проте особливості діяльності малих підприємств та недостатнє знання їхнім керівництвом завдань, які має вирішувати облікова політика, призводять до неповного розуміння її значущості. За таких умов науковці й бухгалтери-практики все частіше змушені шукати відповіді на запитання, що треба зробити для підвищення статусу та дієвості цієї політики на підприємстві.

Метою статті є вивчення правового статусу малого підприємства, інформаційних потреб, елементів облікової політики, особливості фінансової звітності та розробка основних напрямів удосконалення і підвищення ефективності діючої облікової політики на малих підприємствах України, виходячи з актуальності та важливості зазначеної проблеми.

Відповідно до цієї мети поставлені такі основні завдання:

висвітлити сутність облікової політики підприємства та її нормативно-правове регулювання; розкрити поняття "мале підприємство", охарактеризувати особливості його функціонування та їх вплив на формування облікової політики;

визначити основні шляхи поліпшення формування та здійснення облікової політики малих підприємств.

Об'єктом дослідження є теоретичні та практичні основи організації облікової політики малого підприємства.

Предмет дослідження – це процес організації облікової політики малого підприємства.

У нормативних документах використовуються такі терміни, як "малі підприємства" та "суб'єкт малого підприємства". Суб'єкт малого підприємства – юридичні особи – суб'єкти підприємницької діяльності будь-якої організаційно-правової форми та форми власності, у яких середньооблікова чисельність працюючих за звітний період (календарний рік) не перевищує 50 осіб та обсяг річного валового доходу не перевищує 70 млн гривень [5, с. 19]. Малі підприємства – досить поширена й ефективна форма господарювання. Вони мають багато таких рис, які не можуть бути притаманні великим підприємствам. Саме мале підприємництво здатне найоперативніше реагувати на кон'юнктуру ринку і таким чином надавати ринковій економіці необхідної гнучкості. Ця властивість малого бізнесу набуває особливого значення в сучасних умовах, коли відбувається швидка індивідуалізація і диференціація споживацького попиту, прискорення науково-технічного прогресу, розширення номенклатури товарів і послуг. Особливу роль відіграє мале підприємництво у сфері послуг та торгівлі.

Як відомо, на кожному малому підприємстві незалежно від форми власності, організаційно-правової форми та виду діяльності бухгалтерський облік ґрунтується на єдиних методологічних за-



садах, закріплених відповідними статтями Закону України "Про бухгалтерський облік та фінансову звітність в Україні" (далі – Закон) і положеннями (стандартами) бухгалтерського обліку. Встановлені цими нормативно-правовими актами принципи є базовими правилами, якими слід керуватися при веденні бухгалтерського обліку та складанні фінансової звітності. Одним із них є принцип послідовності, який передбачає постійне (із року в рік) використання підприємством обраної облікової політики [6].

Законодавство України надає широкі права щодо створення малих підприємств. Так, засновниками їх можуть бути орендні, колективні, спільні підприємства, кооперативи, акціонерні товариства та інші підприємства й організації, а також громадяни, члени сімей, інші особи, що спільно ведуть трудове господарство.

Повноваження власника (власників) підприємства встановлювати облікову політику реалізується через визначення у розпорядчому документі (наказі, рішенні про облікову політику) переліку методів оцінки, обліку і процедур, щодо яких нормативно-методична база передбачає більше, ніж один їх варіант [2, с. 37].

Розпорядчий документ складає виконавчий орган управління підприємством і подає на затвердження (погодження) власнику (власникам).

Облікова політика визначається на основі положень (стандартів) бухгалтерського обліку та інших нормативно-правових актів з бухгалтерського обліку і фінансової звітності.

Розпорядчий документ про облікову політику підприємства має визначити застосування:

методів оцінки вибуття запасів;

періодичності визначення середньозваженої собівартості одиниці запасів;

порядку обліку (ідентифіковано чи загалом) і розподілу транспортно-заготівельних витрат;

окремого субрахунку обліку транспортно-заготівельних витрат;

методів амортизації необоротних активів;

вартісних ознак предметів, що входять до складу малоцінних необоротних матеріальних активів;

класу 8 та/або 9 Плану рахунків бухгалтерського обліку;

періодичності (періоду) зарахування сум дооцінки необоротних активів до нерозподіленого прибутку;

методу обчислення резерву сумнівних боргів;

переліку створюваних забезпечень майбутніх витрат і платежів;

переліку і складу статей калькулювання виробничої собівартості продукції (робіт, послуг);

порядку визначення ступеня завершеності робіт за будівельним контрактом та ін.

Розпорядчий документ про облікову політику може бути прийнятий як базисний на час діяльності підприємства, до якого за необхідності вносяться зміни з визначеного часу. У разі внесення до облікової політики змін, що за обсягом охоплюють більшу частину тексту або істотно впливають на її зміст, розпорядчий документ про облікову політику доцільно повністю викласти в новій редакції.

Облікова політика підприємства та її зміни розкриваються у примітках до річної фінансової звітності в описовій формі або прикладанням копії розпорядчого документа про встановлення і змінення облікової політики [6].

Отже, головне завдання облікової політики, що приймає підприємство, – максимально адекватно відобразити його діяльність, сформувані повну, об'єктивну і достовірну інформацію про неї для цілей ефективного регулювання діяльності в інтересах зацікавлених осіб.

На погляд автора, формування облікової політики потрібно здійснювати за такими етапами:

визначення об'єктів бухгалтерського обліку, щодо яких повинна бути розроблена облікова політика;

виявлення, аналіз, оцінка факторів, під впливом яких здійснюється вибір способів ведення бухгалтерського обліку;

вибір та обґрунтування вихідних положень побудови облікової політики;

ідентифікація потенційно придатних для застосування підприємством способів ведення бухгалтерського обліку для кожного об'єкта обліку;

оформлення обраної облікової політики.

Проаналізувавши варіанти облікової політики, що визначені діючим П(С)БО, можна зробити висновок про їх більш точне відображення фінансово-господарської діяльності підприємств на відміну від практики, яка застосовувалася раніше. Вивчення фактичних даних про методи обліку, які застосовуються на таких підприємствах, показує, що вимоги П(С)БО є правильними для них, оскільки надають керівництву право вибору під час формування облікової політики. Однак деякі вимоги цих документів є надто складними для використання у практичній діяльності, особливо за умови, якщо бухгалтерський облік буде вести власник малого підприємства.

Рекомендуємо доповнити формування облікової політики:

обрати найпростіші методи і процедури в П(С)БО;

затвердити спрощений План рахунків бухгалтерського обліку, зазначити рахунки, які використовуються для узагальнення інформації про доходи, витрати, результати діяльності малого підприємства;

визначити склад статей аналітичного обліку витрат.

Такий підхід дозволить найбільш повно визначити у відповідному наказі про облікову політику найважливіші принципи, методи, процедури ведення бухгалтерського обліку та складання фінансової звітності малих підприємств.

В умовах високих темпів змін економічного середовища організація облікової політики малого підприємства потребує постійного вдосконалення та уточнення з метою адаптації до нових ви-

мог сучасності. З огляду на це, напрямом подальшого дослідження можуть стати шляхи вивчення проблем вибору методики обліку малими підприємствами.

Наук. керівн. Фартушняк О. В.

Література: 1. Про бухгалтерський облік та фінансову звітність в Україні : Закон України від 16.07.1999 р. № 996-XIV [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://zakon.rada.gov.ua/cgi-bin/laws/main>. 2. Бухгалтерський управлінський облік : підручник / Ф. Ф. Бутинець, Т. В. Давидюк, З. Ф. Канурна та ін. – Житомир : ПП "Рута", 2005. – 480 с. 3. Житний П. Проблеми формування облікової політики та шляхи їх вирішення / П. Житний // Бухгалтерський облік і аудит : науково-практичний журнал. – 2005. – № 3. – С. 19–22. 4. Бойченко Н. В. Економічний механізм планування прибутку в підприємствах малого бізнесу / Н. В. Бойченко // Дні науки – 2005 : матеріали Міжнародної науково-практичної конференції (15 – 27 квітня). – Дніпропетровськ : Наука і освіта, 2005. – Т. 6. – С. 48–52. 5. Ніколенко Ю. В. Основи економічної теорії / Ю. В. Ніколенко. – К. : Либідь, 2006. – № 11(29). – С. 130. 6. Лист Міністерства фінансів України "Про облікову політику". 7. Господарський кодекс України [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://zakon.rada.gov.ua/cgi-bin/laws/main>. 8. Про державну підтримку малого підприємництва : Закон України від 22.05.97 № 283/97-ВР / [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://zakon.rada.gov.ua/cgi-bin/laws/main>. 9. Положення (стандарт) бухгалтерського обліку 1 "Загальні вимоги до фінансової звітності". 10. Положення (стандарт) бухгалтерського обліку 6 "Виправлення помилок і зміни у фінансових звітах". 11. Положення (стандарт) бухгалтерського обліку 25 "Фінансовий звіт суб'єкта малого підприємництва".

УДК 657.42

Алексіна А. В.

Студент 5 курсу
факультету обліку і аудиту ХНЕУ

УДОСКОНАЛЕННЯ АНАЛІЗУ ОСНОВНИХ ЗАСОБІВ ПІДПРИЄМСТВА

Анотація. Розкрито зміст поняття "основні засоби", висвітлено проблеми аналізу основних засобів на підприємстві, ефективності їх використання та визначено перспективні шляхи подолання проблемних ділянок.

Аннотация. Раскрыто содержание понятия "основные средства", освещено проблемы анализа основных средств на предприятии, эффективности их использования и определено перспективные пути преодоления проблемных участков.

Annotation. This article exposes maintenance of concept "the fixed assets", lights up the problems of analysis of the fixed assets on an enterprise, the efficiency of their use and lights up the perspective ways of overcoming of problem areas.

Ключові слова: основні засоби, аналіз основних засобів.

На сучасному етапі розвитку в Україні відбувається формування ринкових відносин, що вимагає розробки відповідного господарського механізму, докорінних змін у його функціонуванні та гармонізації інтересів усіх зацікавлених сторін.

Від того, наскільки ефективно використовуються наявні засоби праці, залежать загальні результати роботи підприємства, створення принципово нових підходів до управління підприємством в цілому та основними засобами зокрема.

У зазначених процесах своєю актуальністю відрізняється проблема інформаційного забезпечення управління матеріально-технічною базою, що представлено на підприємстві системою обліку, аналізу, аудиту та контролю тощо.

Вагомий внесок у розробку теоретичних основ та методологічних підходів до проблеми обліку, аналізу та контролю основних засобів зробили провідні вчені-економісти, як: вітчизняні – Білуха М. Т., Бутинець Ф. Ф., Голов С. Ф., Кірейцев Г. Г., Кузьмінський А. М., Огійчук Н. Ф., Пушкар М. С., Сук Л. К., Янчева Л. М.; зарубіжні – Палій В. Ф., Соколов Я. В., Шеремет А. Д та ін. Вищезгаданим питанням останнім часом були присвячені дослідження ряду дисертантів, серед яких виділимо: Наумчика О. А., Бондаренка О. А., Дибун В. М., Гайдучка Т. С., Янчева А. В., Зюкова М. М., Карев В. П., Боброва О. Г., Кириченко В. В., Леонова Л. О. та ін.

© Алексіна А. В., 2011

151

"Управління розвитком", №23(120) 2011



Дискусійність багатьох теоретичних положень, практична значимість обліку, аналізу та контролю основних засобів, недостатній рівень їх дослідження з погляду сучасних потреб управління вимагає подальшого їх удосконалення.

Метою роботи є розкриття теоретичних основ визначення поняття основних засобів, а також висвітлення основних проблем та перспектив їх ефективного використання. На основі мети сформувані завдання дослідження, а саме: розкрити суперечливі означення поняття "основні засоби"; сформулювати проблематику дослідження в розрізі даного виду активів; запропонувати методи удосконалення аналізу ефективності використання основних засобів підприємствами.

Для сучасної ринкової економіки країни необхідним є забезпечення тих умов функціонування, які б забезпечили найефективніше її існування і подальший розвиток. Однією з головних умов є зростання значень інтенсивних факторів розвитку економіки. Адже найбільша частка приросту об'єму виробництва досягається за рахунок ефективного використання обладнання. Але, враховуючи потреби нашої української економіки, необхідно відмітити, що питання ефективності використання та обліку основних засобів на багатьох підприємствах стоїть далеко не на одному з перших місць. Головною метою сучасних виробників продукції є випуск конкурентоспроможної продукції, яка б користувалась попитом і в подальшому забезпечувала б ефективне функціонування підприємства. У підприємств повстало питання: як вижити в жорстких і непередбачуваних умовах. Але, будучи далекоглядним, треба відзначити, що з часом економічне становище економіки і зокрема окремих виробників буде налагоджуватися по мірі звикання їх до сучасних ринкових умов функціонування. Отже, згодом, покращивши своє становище, національні виробники зможуть повернутися до питання нарощування виробництва за допомогою підвищення рівня використання основних засобів, яке може бути зумовлене багатьма різноманітними факторами.

Основні засоби є головним багатством не лише підприємства, а й країни в цілому. Від процесу їх формування та використання залежить економічне зростання держави. Практика останніх років свідчить, що здійснені реформи негативно впливають на процеси використання, оновлення і відтворення основних виробничих засобів. Суттєво зменшились як за абсолютною сумою, так і за питомою вагою у загальній вартості необоротних активів капітальні інвестиції. Це повною мірою свідчить про низьку інноваційну діяльність та наявність дефіциту вільних фінансових ресурсів у підприємств.

Згідно з п. 4 П(С)БО 7 основні засоби – це матеріальні активи, які підприємство утримує, щоб використовувати у виробництві або при поставці товарів, наданні послуг, здавати в оренду іншим особам або здійснювати адміністративні та соціально-культурні функції, очікуваний строк корисного використання (експлуатації) яких більше одного року (чи операційного циклу, якщо він перевищує рік) [1].

Слід відмітити, що в податковому обліку замість терміна "основні засоби" використовують тотожне поняття "основні фонди". Основні фонди – це матеріальні цінності, призначені для використання у господарській діяльності платника податків протягом періоду, що перевищує у господарській діяльності платника податків протягом періоду, що перевищує 365 календарних днів із дати введення в експлуатацію таких матеріальних цінностей і вартість яких більше 1000 грн і поступово зменшується у зв'язку з фізичним або моральним зносом [2].

Згідно з Державним класифікатором основних засобів під даними активами розуміють матеріальні цінності, експлуатаційний період яких відповідно перевищує рік.

Слід відмітити, що класифікація основних засобів також є доволі різною залежно від ознаки. Найбільш розповсюджені в аналізі є поділ основних засобів на активні і пасивні, оскільки саме від цього залежить такий показник, як фондовіддача, що значною мірою впливає на обсяги випуску продукції.

Аналізуючи основні засоби, насамперед треба визначити їхню середньорічну вартість і динаміку зміни за ряд років. При цьому слід зіставляти темпи їх зміни з динамікою зростання вартості продукції або обсягів виробництва в натуральному вираженні. Останній показник повинен мати більш високі темпи зростання порівняно з основними засобами. Однак економічні труднощі, які мають місце в нашій країні, можуть показати і зворотні тенденції.

Одним з найважливіших завдань підвищення ефективності використання капітальних вкладень і основних засобів є своєчасне введення в експлуатацію нових основних засобів і виробничих потужностей, швидке їх освоєння. Скорочення термінів введення в експлуатацію нових фабрик, підприємств дозволяє швидше отримати потрібну для економіки країни продукцію з технічно досконаліших основних засобів, прискорити їх оборот і тим самим уповільнити настання морального зносу основних засобів підприємств, підвищити ефективність суспільного виробництва в цілому.

Поліпшення використання діючих основних засобів і виробничих потужностей промислових підприємств, у тому числі знову введених в експлуатацію, може бути досягнуто завдяки: підвищенню інтенсивності використання виробничих потужностей і основних засобів; підвищенню екстенсивності їх навантаження. Більш інтенсивне використання виробничих потужностей і основних засобів досягається перш за все, за рахунок технічного вдосконалення останніх [3, с. 143–147].

Важливим напрямом поліпшення використання устаткування є підвищення змінності використання устаткування. Вирішуючи завдання підвищення коефіцієнта змінності роботи устаткування, необхідно насамперед мати на увазі, що основне устаткування на багатьох підприємствах використовується не повністю, а головним чином через дефіцит робочої сили.

Збільшення часу роботи устаткування досягається за рахунок:

1) постійної підтримки пропорційності між виробничими потужностями окремих груп устаткування на кожній виробничій ділянці, між цехами підприємства в цілому, між окремими виробництвами промисловості, між темпами і пропорціями розвитку галузей промисловості і всієї економіки країни;

2) поліпшення догляду за основними засобами, дотримання передбаченої технології виробництва, вдосконалення організації виробництва і праці, що сприяє правильній експлуатації устаткування, недопущенню простоїв і аварій, здійсненню своєчасного та якісного ремонту, що скорочує простой устаткування в ремонті і збільшує міжремонтний період;

3) проведення заходів, що підвищують питому вагу основних виробничих операцій у витратах робочого часу, скорочення сезонності в роботі підприємств ряду галузей промисловості, підвищення змінності роботи підприємств.

Отже, основні засоби посідають помітне місце серед активів та потребують більш детального аналізу та вивчення дослідниками та науковцями.

Інтенсивний шлях використання основних засобів діючих підприємств включає технічне їх переозброєння, підвищення темпів оновлення основних засобів. Досвід роботи промисловості показує, що швидке технічне переоснащення діючих фабрик і заводів особливо важливе для тих підприємств, де має місце більш значний знос основних засобів.

Поліпшення екстенсивного використання основних засобів припускає, з одного боку, збільшення часу роботи діючого устаткування в календарний період (протягом зміни, доби, місяця, кварталу, року) і, з другого боку, збільшення кількості і питомої ваги діючого устаткування у складі всього устаткування, що є на підприємстві та в його виробничій ланці. Отже, удосконалення аналізу ефективності використання основних засобів має важливе значення для діяльності всіх підприємств.

Наук. керівн. Топорова А. М.

Література: 1. Положення (стандарт) бухгалтерського обліку 7 "Основні засоби" : Затверджено Наказом Міністерства фінансів України від 27 квітня 2000 року № 92 // Все про бухгалтерський облік. – 2005. – № 13. 2. Про оподаткування прибутку підприємств : Закон України від 22 травня 1997 року № 283/97 – ВР з усіма змінами та доповненнями [Електронний ресурс]. – Режим доступу : www.rada.gov.ua. 3. Коробов М. Я. Фінансово-економічний аналіз діяльності підприємств : навч. посібн. / М. Я. Коробов. – К. : Знання, 2000. – 254 с. 4. Основні засоби (спецвипуск) // Все про бухгалтерський облік. – 2006. – № 31. 5. Крайник О. П. Економіка підприємства / О. П. Крайник, Є. С. Барвінська. – Львів : Національний ун-т "Львівська політехніка", 2003. – 208 с. 6. Павлюк І. Кореспонденція рахунків як основа організації та ведення раціонального бухгалтерського обліку основних засобів / І. Павлюк // Бухгалтерський облік і аудит. – 2005. – № 9. – С. 18–24. 7. Хомин П. Відмінності фінансового й податкового обліку основних засобів як наслідок неузгодженості звітності / П. Хомин // Бухгалтерський облік і аудит. – 2003. – № 9. – С. 24–31. 8. Чалий І. Джерела інвестицій по-кабмінівськи. Якщо немає активів, пасиви не допоможуть / І. Чалий // Дзеркало тижня. – 2004. – 20 березня. – С. 11.

УДК 334.722:657.3

Іваненко О. В.

Студент 6 курсу
факультету економіки і права ХНЕУ

ОСОБЛИВОСТІ ВИКОРИСТАННЯ БЮДЖЕТУВАННЯ В УПРАВЛІННІ СУБ'ЄКТАМИ МАЛОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА

Анотація. Обґрунтовано доцільність, а також визначено особливості використання бюджетування як технології управління суб'єктами малого підприємництва.

Аннотация. Обоснована целесообразность, а также определены особенности использования бюджетирования как технологии управления субъектами малого предпринимательства.

Annotation. The importance of budgeting for small business is grounded; the peculiarities of budgeting as a management technique in small business are identified.

Ключові слова: бюджетування, технологія управління, суб'єкт малого підприємництва, бюджетне управління, система бюджетів.

У стимулюванні розвитку економіки країни дуже важливу роль відіграє ефективна діяльність суб'єктів малого та середнього підприємництва. Державна підтримка малого підприємництва є пріоритетною в економічній політиці багатьох країн світу. Проте, окрім зовнішньої підтримки, для



ефективного функціонування суб'єктів малого підприємництва необхідний високий рівень технологій управління діяльністю таких підприємств. Однією з таких технологій є бюджетування.

Теоретичні аспекти бюджетування і практичні розробки щодо впровадження бюджетів на підприємствах розглядаються в роботах вітчизняних та закордонних економістів, таких, як: В. Савчук [1], В. Хруцький [2], С. Голов [3], С. Ковтун [4], К. Щиборщ [5], Шим К. Дж., Сігел Г. Дж. [6] та ін. Проте огляд сучасних публікацій дав можливість зробити висновок, що серед науковців та практиків немає єдиного підходу щодо визначення сутності бюджетування на підприємстві в цілому, а також недостатньо розкриті питання про місце й роль, особливості бюджетування в управлінні суб'єктами малого підприємництва.

Метою даної статі є обґрунтування доцільності, а також визначення особливостей використання бюджетування як технології управління суб'єктами малого підприємництва.

Малі підприємства функціонують у мінливому зовнішньому середовищі, тому очевидно, що ефективне управління ними, як і будь-якою системою, повинно ґрунтуватися на використанні певної технології, що дозволить подолати невизначеність.

В умовах нестабільної динамічного зовнішнього середовища бізнесу, зростання конкуренції на ринку особливо важливим стає впровадження системи фінансового контролю, планування та аналізу грошових і матеріальних потоків у будь-якій області діяльності суб'єктів малого підприємництва. Таким вимогам повною мірою відповідає бюджетування. Автор вважає, що бюджетування доцільно розглядати як управлінську технологію [7].

Реалізація технології управління соціально-економічними системами має певні особливості залежно від цілей їх функціонування [8].

Зміни зовнішніх умов найчастіше випереджають виконання запланованих заходів, насамперед щодо продукції та послуг в окремих ринкових сегментах унаслідок швидкого ринкового розвитку нових технологій. У зв'язку з такими тенденціями планування на підприємствах незалежно від їх галузі стикається з певними труднощами.

Для їх подолання розробляють сценарії, виходячи з різних припущень про ймовірний розвиток, отримують альтернативні базові передумови для розробки планів. Розробляються альтернативи, виходять з оптимістичних і песимістичних припущень про розвиток ситуації. Потім на основі сценаріїв розвитку підприємств формує відповідні плани.

Необхідно звернути увагу на те, що при дослідженні літературних джерел, як тих, що носять теоретичний, так і тих, що носять практичний характер [1 – 3; 9], автором було виявлено наступне. Здебільшого немає чітких критеріїв щодо розмежування систем бюджетування залежно від розміру підприємства, хоча мають місце певні особливості залежно від сфери діяльності та цілей впровадження бюджетування. Проте бюджетна технологія управління підприємством та система бюджетів, як її складова, об'єктивно має певні особливості та характеристики, які відрізняють її залежно від специфіки діяльності підприємства, на якому вона впроваджена та функціонує. Тому перейдемо до визначення цих особливостей відповідно щодо діяльності суб'єктів малого підприємництва.

На формування системи бюджетів та впровадження бюджетної технології управління мають визначний вплив певні характеристики суб'єкта малого підприємництва. Залежно від зміни цих характеристик система бюджетів буде дещо видозмінюватися. До таких характеристик різні автори [9 – 11] відносять: вартість обладнання та інших фондів; кваліфікаційний рівень кадрів (професійні, особистісні, комунікаційні компетенції працівників підприємства); наявність необхідних складських приміщень; способи просування і реклами реалізованої продукції, товарів, робіт і послуг, ефективні для певного виду діяльності; наявність доступних для залучення фінансових ресурсів, крім власних коштів; значна потреба в транспортуванні власними чи підрядними транспортними засобами; обрана система оподаткування.

Будь-яке мале підприємство проходить певні стадії розвитку і кожна з яких характеризується своїми завданнями і проблемами [6]. Це зумовлює наявність певних особливостей складання бюджетів на кожному окремому підприємстві.

На початковій стадії роботи суб'єкта малого підприємництва до завдань, що стоять перед ним, доцільно віднести: розширення клієнтської бази, перехід на наступну стадію зростання, бажання зайняти "свою нішу". Довгострокове (стратегічне) планування у цьому випадку не деталізується, а за принципом необхідної достатності може включати розробку бачення, місії, загальної та конкурентної стратегії. Короткострокове планування на початкових етапах має дуже важливе значення, адже як відомо, саме перший рік існування є найскладнішим для малих підприємств. Невеликий досвід роботи не забезпечує достатньої інформації для фінансового планування, тому необхідні ретельні дослідження значної кількості джерел. При формуванні бюджету потрібно приділяти увагу ризик-менеджменту, сценарному аналізу, робити допуск на непередбачені обставини.

Підприємство, якому вдалося пройти початкову стадію, закріпити свої ринкові позиції, має завдання стабілізувати своє становище. Для того щоб забезпечити довгострокові переваги на цій стадії, необхідно впроваджувати більш ефективні механізми управління, використовувати бюджетування не просто для планування фінансових потоків, а вже як самостійну технологію управління всіма сферами внутрішньогосподарського механізму.

Вже маючи певну інформаційну базу, а саме планові та фактичні дані бюджетів, відхилення та їх аналіз, керівник зможе більш точно планувати та враховувати всі фактори у їх взаємозв'язку та відповідні зміни фінансових результатів діяльності. Наявність узгодженої системи бюджетів, що достовірно відображає діяльність підприємства, дає можливість цілісно оцінювати вплив можливих змін у зовнішньому середовищі і таким чином заздалегідь планувати тактичні та оперативні управлінські дії.



Ще однією особливістю малих підприємств є складність залучення зовнішнього фінансування або досить висока фінансова залежність від інвестора через великі ризики діяльності. Бюджетне управління робить діяльність суб'єкта малого підприємництва більш прозорою не тільки для власників, а й для інших зацікавлених сторін. Крім того, дозволяє відстежувати всі доходи та витрати, що сприяє стабілізації контролю, а отже, підвищує ефективність управління бізнесом в цілому.

До наступної стадії підприємство переходить накопичивши достатній досвід, зміцнивши становище на ринку. Стадія стабільності характеризується тим, що налагоджені бізнес-процеси, встановлені необхідні контакти, бізнес приносить надійний прибуток. Отже, наступне завдання – не просто зберегти поточне становище, а й розширити діяльність. На даній стадії роль бюджету розкривається у трьох основних аспектах. По-перше, перерозподіл коштів. Система бюджетів дозволяє зробити обґрунтований вибір тих сфер діяльності, куди доцільно перевести кошти з менш прибуткової сфери в більш прибуткову. По-друге, бюджет дозволяє контролювати витрати. Коли фірма тільки починає діяльність, відсутність вільних коштів само по собі виступає стримуючим фактором. Однак стабільна фірма має більшу гнучкість, і потреби різко зростають. Складання бюджету допомагає визначити пріоритетні сфери застосування коштів. По-третє, бюджет має велике стратегічне значення, оскільки сприяє формуванню та поповненню резервного фонду, які саме знадобляться на стадії розширення бізнесу.

Планування діяльності підприємства на стадії розширення повинно бути більш детальним, поєднувати жорсткий контроль з гнучкістю, що необхідно для освоєння нового ринку. Система бюджетів дає детальну аналітичну інформацію, необхідну для відстеження обертання коштів, відокремлення таких, що уповільнюють рух грошової маси та ведуть до зростання накладних витрат. Крім того, зростання обсягів збуту потребує налагодження руху доходів, управління дебіторською заборгованістю тощо.

На основі аналізу та зіставлення особливостей діяльності суб'єктів малого підприємництва [8], а також ролі бюджетування як управлінської технології [10; 11] визначено основні очікувані результати по етапах робіт процесу бюджетування для суб'єктів малого підприємництва (СМП): отримання прогнозу фінансово-господарського стану підприємства; визначення планових показників, що забезпечують збалансоване зростання бізнесу з урахуванням наявних і планованих ресурсів та майбутнього прибутку; узгодження і затвердження планових фінансово-економічних показників СМП; визначення відповідальності за результати фінансово-господарської діяльності підприємства (розподіл фінансових повноважень і відповідальності між керівниками СМП); проведення сценарного аналізу майбутнього положення СМП; підвищення фінансової обґрунтованості прийнятих управлінських рішень на всіх рівнях управління СМП; мотивування учасників бюджетного процесу на досягнення кінцевого результату; визначення системи контролю результатів фінансово-господарської діяльності СМП на майбутнє, забезпечення та зміцнення фінансової дисципліни.

Бюджет має бути прерогативою не тільки фінансового керівника, він повинен стати сполучною технологією взаємодії всіх ключових менеджерів суб'єкта малого підприємництва [2].

Оскільки бюджетна технологія управління підприємством – це управлінська технологія, яка здебільшого розробляється та впроваджується для підвищення ефективності прийняття управлінських рішень, тобто внутрішніх потреб суб'єкта господарювання, щоб вона давала очікувані результати необхідно її забезпечувати досить детальною аналітичною інформацією. Збір подібної інформації про діяльність підприємства може потребувати додаткових витрат, як праці персоналу, так і витрат на технічне устаткування для її обробки. Це може стати негативним аспектом при оцінці необхідності та доцільності впровадження бюджетування для управління суб'єктами малого підприємництва. Проте, з іншого боку, наявність аналітичної інформації підвищує керованість господарської системи, знижує ентропійні процеси, а отже, сприяє стабільному розвитку.

Таким чином, використання технології бюджетування в процесі управління суб'єктами малого підприємництва сприяє підвищенню ефективності діяльності, а отже, є доцільним для таких підприємств незалежно від галузі, в якій вони оперують.

Наук. керівн. Часовнікова Ю. С.

Література: 1. Савчук В. П. Практическая энциклопедия. Финансовый менеджмент / В. П. Савчук. – 3-е изд. – К. : Coprparation Group, 2008. – 880 с. 2. Хруцкий В. Е. Внутрифирменное бюджетирование: Настольная книга по постановке финансового планирования / В. Е. Хруцкий, Т. В. Сизова, В. В. Гамаюнов. – М. : Финансы и статистика, 2002. – 400 с. 3. Голов С. Ф. Управленческий бухгалтерский учет / С. Ф. Голов. – К. : Либра, 2004. – 704 с. 4. Ковтун С. Бюджетування на сучасному підприємстві, або Як ефективно управляти фінансами / С. Ковтун. – Х. : Фактор, 2005. – 336 с. 5. Щиборщ К. В. Бюджетирование деятельности промышленных предприятий России / К. В. Щиборщ. – М. : Издательство "Дело и Сервис", 2001. – 544 с. 6. Shim Jae K. Budgeting basics and beyond / Jae K. Shim, Joel G. Siegel. – [3rd ed.] – Hoboken, New Jersey : John Wiley and Sons, 2008. – 438 p. 7. Іваненко О. В. Особливості бюджетування як управлінської технології / О. В. Іваненко // Управління розвитком. – 2011. – № 16(113). – С. 36–39. 8. Системный анализ в экономике и организации производства : учебник для студентов, обучающихся по специальности "Экономическая информатика и АСУ" / С. А. Валув, В. Н. Волкова, А. П. Градов и др. ; под общ. ред. С. А. Валув, В. Н. Волковой. – С. : Политехника, 1991. – 398 с. 9. Особенности бюджетирования малых предприятий // Портал информационной поддержки ведения бухучета в малом бизнесе [Электронный ресурс]. – Режим доступа : www.businessuchet.ru. 10. Батенко Л. П. Бюджетування як технологія економічного управління підприємством / Л. П. Батенко // Збірник наукових праць Черкаського державного технологічного університету. Серія : Економічні науки. – 2009. – № 24. – С. 155–158. 11. Долгополова О. В. Складові елементи системи бюджетування на підприємстві / О. В. Долгополова // Вісник соціально-економічних досліджень. – 2008. – № 35. – С. 185–189.



Студент 6 курсу
факультету економіки і права ХНЕУ

ОСОБЛИВОСТІ РОЗВИТКУ МАЛОГО БІЗНЕСУ В УМОВАХ НОВОГО ПОДАТКОВОГО КОДЕКСУ

Анотація. Присвячено дослідженню проблем оподаткування малого підприємства в Україні. Проведено аналітичний обіг та дана оцінка перевагам та недолікам Податкового кодексу, виявлено особливості функціонування у даних умовах малі підприємства України.

Аннотация. Посвящено исследованию проблем налогообложения малого предпринимательства в Украине. Проведен аналитический обзор и дана оценка преимуществ и недостатков Налогового кодекса, выявлены особенности функционирования в данных условиях малых предприятий Украины.

Annotation. This article is devoted to the problems of taxation of small business in Ukraine. An analytical survey and an estimate of the theoretical foundations, advantages and disadvantages of a new Tax Code regarding taxation of small business of Ukraine has been conducted.

Ключові слова: бюджет, мале підприємництво, оподаткування, Податковий кодекс, податкова система, суб'єкт малого підприємництва, фізична особа – підприємець.

У сучасних умовах господарювання мале підприємництво є єдиним засобом існування та стимулом розвитку для мільйонів людей як в Україні, так і в цілому світі. Малі та середні підприємства є передумовою сталого економічного зростання, створення нових робочих місць, зміцнення економіки регіонів, країни в цілому. Але сталому розвитку суб'єктів малого підприємництва перешкоджає існуюче податкове законодавство [1]. Удосконалення системи оподаткування малих підприємств України в сучасних умовах виступає дуже важливою проблемою. Її вирішення суттєво вплине на поповнення державного бюджету, подальший розвиток підприємництва, інвестування галузей національної економіки та соціальний захист населення.

Дані питання розглядаються в роботах багатьох вітчизняних авторів, таких, як Вахновська Н. А. [2], В. Огліх [3], В. Парник [1], Шкарупа О. В. [4], Ярошенко Ф. О. [5] та ін. Проте ряд питань цієї складної проблеми потребує у подальшому теоретичному та практичному обґрунтуванні. У наукових дослідженнях з оподаткування малого бізнесу питання розвитку в умовах нового податкового законодавства потребує подальшого дослідження.

Метою даної статті виступає дослідження напрямів розвитку малого бізнесу в умовах нового податкового законодавства.

Завданнями є дослідження проблем оподаткування малого підприємництва, виявлення переваг та недоліків нового податкового законодавства, особливостей функціонування в даних умовах малих підприємств України.

Об'єкт дослідження – система оподаткування малого підприємництва в Україні. Предмет – переваги та недоліки нового Податкового кодексу та їх вплив на функціонування суб'єктів малого підприємництва.

З розвитком інтеграційних процесів в Україні головними суб'єктами ринкової економіки мають стати суб'єкти підприємницької діяльності, адже саме вони є основою розвитку інноваційного середовища, рушійною силою економіки.

Мале підприємництво – дуже тонкий та чутливий сектор економіки, який є найуразливішим для таких несприятливих чинників, як фінансові труднощі, циклічні коливання, інфляція, податковий тиск тощо. Розвитку малого підприємництва сприяє низка економічних і організаційних чинників, серед яких велике значення має механізм оподаткування [4]. Підтримка малого бізнесу через систему оподаткування може стати одним із способів подолання негативних наслідків фінансово-економічної кризи в Україні [2]. Система оподаткування, що існувала в Україні до нового Податкового кодексу, створювала значне податкове навантаження на суб'єктів малого підприємництва [5]. Усе це призводило до таких негативних наслідків, як спад ділової активності суб'єктів господарювання, відплив національного капіталу за кордон. Через це зменшувалися надходження у бюджет, що, у свою чергу, знову примушувало державу вводити нові податки та збільшувати базу існуючих податків. Таким чином, ці чинники обмежували розвиток суб'єктів малого підприємництва. Виходя-

чи з цього, необхідно було прийняти сучасний збалансований Податковий кодекс – документ, у якому необхідно було оптимально поєднати функції фіскальні, від яких залежить життєдіяльність держави, і стимулюючі. Вченими висловлюється дві зовсім протилежні точки зору щодо розвитку малого бізнесу в умовах нового Податкового кодексу.

Проаналізувавши зміст прийнятого Податкового кодексу, можна відмітити таке позитивне зрушення податкової системи, як скорочення кількості податків і зборів та зниження податкового тиску на економіку. Так, замість 29 загальнодержавних та 14 місцевих обов'язкових платежів, що були закріплені законами України стосовно оподаткування, Податковим кодексом запроваджено відповідно 18 та 5 платежів, перелік яких істотно відрізняється від того, що існував раніше. Перш за все це викликано тим, що деякі податки тепер просто не справлятимуться. Прикладом таких платежів є комунальний податок і податок на рекламу, ринковий збір, збір за право використання місцевої символіки та збір за видачу дозволу на розміщення об'єктів торгівлі: за періоди після 01.01.2011 р. їх сплачувати не потрібно. Позитивним напрямом податкової реформи стало зменшення ставки податку на прибуток з 2011 р. із 25 до 19 %, потім адекватно з 2014 р. до 16 %. Податок на додану вартість з 2014 р. знизиться із 20 до 17 %. Кодекс також передбачає податкові канікули, які дадуть можливість вивільнити додаткові кошти для розвитку бізнесу: на період з 1 квітня 2011 р. до 1 січня 2016 р. застосовується ставка 0 % для платників податку на прибуток, у яких розмір доходів кожного звітного податкового періоду наростаючим підсумком з початку року не перевищує трьох мільйонів гривень та нарахованої за кожний місяць звітного періоду заробітної плати (доходу) працівників, які перебувають із платником податку у трудових відносинах, є не меншим, ніж дві мінімальні заробітні плати, розмір якої встановлено законом [1].

Але існує і зовсім протилежна точка зору. На думку багатьох фахівців, деякі норми Податкового кодексу не сприятимуть розвитку малого бізнесу [5]. Згідно з цим Кодексом спостерігається ускладнення ведення звітності підприємства унаслідок відсутності очікуваного злиття податкового та бухгалтерського обліку, значне збільшення повноважень для існуючих податківців. Згідно з новим Податковим кодексом перевірка може тривати до 10 днів (а в разі потреби може бути продовжена ще на 5 днів), протягом якої можливо проведення інвентаризації активів та здійснення контрольної закупівлі, що значно ускладнить роботу підприємців. Якщо в результаті перевірки будуть знайдені порушення, контролюючий орган самостійно визначає суму грошових зобов'язань суб'єкта підприємницької діяльності [5]. Новим Податковим кодексом передбачено, що витрати на придбання товарів, оплату послуг, а також інших матеріальних та нематеріальних активів у фізичної особи – підприємця, який сплачує єдиний податок, не можуть бути віднесені контрагентом на витрати при визначенні прибутку до оподаткування (крім підприємців, що здійснюють діяльність у сфері інформатизації) [6]. Податковий кодекс не забороняє співпрацю підприємств із спрощенцями, але неможливість перенести оплату їхньої праці на валові витрати робить діяльність за цією схемою менш вигідною, ніж раніше. Це обумовлює зниження ділової активності суб'єктів малого бізнесу. Також негативними аспектами є зміна порядку перерахування податку до бюджету та Пенсійного фонду суб'єктами малого підприємництва, обов'язкова сплата єдиного соціального внеску, необхідність сплачувати єдиний податок, податок на доходи фізичних осіб авансом щоквартально.

Отже, Податковий кодекс є кроком на шляху до створення більш досконалої системи оподаткування. Він має ряд переваг: зменшення кількості податків, зниження певних податкових ставок. Проте, незважаючи на ці переваги, даний законодавчий документ має низку серйозних недоліків: негативні умови оподаткування для середнього та особливо малого бізнесу, обмеження кола осіб, що можуть користуватися спрощеною системою оподаткування тощо. Таким чином, навіть ці окремі зауваження щодо Податкового кодексу свідчать про необхідність його вдосконалення. Основним завданням, що постає перед державою на сьогодні, є досягнення економічної рівноваги між державним регулюванням через систему оподаткування, прискоренням темпу розвитку малого бізнесу в різних сферах народного господарства, створенням середнього соціального класу суспільства та встановленням оптимально-максимального рівня наповнення бюджету держави за рахунок малого бізнесу.

Наук. керівн. Часовнікова Ю. С.

Література: 1. Парник В. Стимулювання структурних змін в економіці – головне завдання податкової реформи / В. Парник // Актуальні проблеми економіки. – 2010. – № 11. – С. 214–223. 2. Вахновська Н. А. Податковий кодекс в контексті реформування податкової системи України / Н. А. Вахновська // Економічний форум. – 2011. – Вип. 1. 3. Огліх В. Шляхи реформування податкової системи України у напрямку забезпечення сталого економічного розвитку / В. Огліх, О. Шаповалов // Економіст. – 2009. – № 11. – С. 26–29. 4. Шкарупа О. В. Аналіз проблем та напрямків удосконалення системи оподаткування в Україні / О. В. Шкарупа, А. В. Романченко // Механізм регулювання економіки. – 2010. – № 1. – С. 185–191. 5. Ярошенко Ф. О. Реформування Податкової системи України в контексті прийняття Податкового кодексу / Ф. О. Ярошенко // Фінанси України. – 2010. – № 7. – С. 3–9. 6. Податковий кодекс України від 2 грудня 2010 року № 2755-VI зі змінами та доповненнями від 1 січня 2011 року.



Студент 6 курсу
факультету економіки і права ХНЕУ

ПРАКТИЧНІ ТА ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ АДМІНІСТРУВАННЯ ПОДАТКІВ ДЛЯ СУБ'ЄКТІВ МАЛОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА

Анотація. Розглянуто сутність та функції адміністрування податків, специфіку адміністрування податків для суб'єктів малого підприємництва (СМП), структуру системи адміністрування податків, а також деякі проблеми її функціонування в Україні та напрями їх вирішення.

Аннотация. Рассмотрены сущность и функции администрирования налогов, специфику администрирования налогов для субъектов малого предпринимательства (СМП), структуру системы администрирования налогов, а также некоторые проблемы ее функционирования в Украине и направления их решения.

Annotation. Essence of tax administration, its functions as a system, specifics of tax administration for small and medium enterprises (SMEs), a structure of tax administration system in the context of SMEs, and some problems related to the tax administration system in the context of SMEs are considered.

Ключові слова: адміністрування податків, система адміністрування податків, суб'єкт малого підприємництва.

Умови ділової активності суб'єктів малого підприємництва (СМП) багато в чому визначаються рівнем ефективності адміністрування податків. Існують певні адміністративні бар'єри функціонування СМП, зокрема спрощеної системи оподаткування, обліку та звітності. Ці обставини зумовлюють актуальність даного дослідження.

Дослідженню питання адміністрування податків присвячено наукові праці Андрущенко В. Л., Ластовецького А. С., Р. Павленко та ін. [1]. Проблеми оподаткування малого бізнесу піднімаються у працях таких вчених і практиків, як: І. Колупаєва, Д. Циплюк, О. Василик та ін. [2]. Однак проблеми адміністрування податків для СМП приділено недостатньо уваги.

Метою дослідження є теоретичне обґрунтування структури системи адміністрування податків, а також загальна оцінка стану адміністрування податків для СМП в Україні. Завданнями дослідження є характеристика функцій системи адміністрування податків, характеристика її структури та деяких проблем адміністрування податків для СМП в Україні. Об'єктом дослідження виступає система адміністрування податків в Україні, предметом – системні характеристики адміністрування податків для СМП.

На думку автора, адміністрування податків становить управлінську діяльність органів державної влади з нормативно-правового, організаційно-технічного, інформаційного та економічного впливу на відносини, що виникають у зв'язку зі встановленням, нарахуванням, сплатою податків та актуалізацією інформації щодо результатів стягнення податків, з метою мобілізації коштів до бюджетів. Змістом адміністрування податків як форми управління є комплекс підфункцій, згрупованих автором за загальними функціями на основі аналізу нормативно-правових актів та ряду наукових праць [3 – 6] (табл.1).

Таблиця 1

Характеристика функцій системи адміністрування податків

Загальна функція 1	Підфункції 2
1. Організаційна	Здійснення реєстраційних процедур, пов'язаних зі специфікою адміністрування деяких податків; збір податків; проведення перевірок своєчасності, достовірності, повноти нарахування та сплати податків; листування з платником податків; повернення помилково/надмірно сплачених грошових зобов'язань; забезпечення можливості адміністративного (апеляційного) оскарження рішень контролюючих органів; підтвердження даних, визначених у податковій звітності; складання розрахунків; оформлення та реалізація матеріалів документальних перевірок. Виконання податкових процедур платником податків, процедур податкового обліку, звітності і реєстрації

1	2
2. Облікова	Облік платежів та формування звітності органів ДПС; ведення податкового обліку платниками податків
3. Інформаційно-аналітичного забезпечення	Забезпечення податківців даними щодо результатів господарської діяльності платників податків; проведення систематизованого фінансово-податкового аналізу; актуалізація інформації щодо результатів стягнення податків
4. Інформаційно-консультаційна	Консультавання платників податків з питань оподаткування консультаційними центрами при податкових органах, безкоштовне консультавання під час особистого прийому платників податків
5. Попереджувально-контрольна, адміністративно-примусова	Настання відповідальності: застосування штрафних санкцій до платників податків, реалізація механізму відповідальності податкових органів
6. Податкового контролю	Регламентовано гл. 5 Податкового кодексу України

Визначений перелік функцій адміністрування не є вичерпним. Підвищення ефективності адміністрування податків за всіма функціями є важливою умовою реалізації принципу системності та комплексності механізмів державного регулювання розвитку малого підприємництва [6].

Специфіка адміністрування податків для СМП полягає у необхідності забезпечення ефективного переходу до спрощеної системи оподаткування, запобіганню зловживання спрощеною системою, а також переходу значної кількості СМП "у тінь", регулярному виданні податкових роз'яснень та проведенні інформаційно-консультаційних робіт з платниками податків. Автор вважає, що система адміністрування податків має бути представлена з позиції її структури, тобто в розрізі елементів управління, якими виступають: суб'єкт, який керує, об'єкт, яким керують, управляючий вплив та зворотні зв'язки (табл. 2).

Таблиця 2

Характеристика структури системи адміністрування податків

Елемент управління	Елемент підсистеми	Характеристика
1	2	3
1. Суб'єкт, який керує (суб'єкти, що приймають рішення стосовно відносин адміністрування податків у межах своїх компетенцій)	Система фіскальних державних органів (контролюючі органи та органи стягнення); Верховна Рада України, Президент України. Органи судової влади. Департамент з питань адміністрування	Згідно зі ст. 41 Податкового кодексу України, контролюючими органами визнаються органи державної податкової служби (функцію адміністрування митних платежів реалізують митні органи). Органи стягнення (органи державної податкової служби, а також державні виконавці в межах своїх повноважень) реалізують функцію адміністрування податкового боргу. Верховна Рада України, Президент України є суб'єктами законодавчої ініціативи, органи судової влади – як суб'єкти судової влади, що захищають права платників податків
2. Об'єкт, яким керують (процеси та явища, що підлягають управлінському впливу)	Діяльність платника податків (обмеження до неї), певні процеси, строки, відповідальність за порушення	1. Господарська діяльність (види, структура податку – об'єкт оподаткування, ставки податку, пільги тощо. 2. Процеси – облік доходів і витрат, облік платежів та формування звітності ДПА, порядок складання та подання звітності, строки сплати податку. 3. Відповідальність платників єдиного податку (застосування штрафних санкцій) та відповідальність податкових органів (механізм відповідальності)
3. Управляючий вплив: методична сфера	Засоби, способи та методи, які застосовуються в процесі управління у сфері оподаткування для досягнення певної мети	Певні методики адміністрування визначаються для справляння управлінського впливу на об'єкт, яким керують. Так, якщо об'єктом є правопорушення (відповідальність), то методикою є порядок застосування штрафних санкцій; строки – правила стосовно термінів сплати податків. Приділяється увага рівню централізації податкових надходжень. Методики, як правило, закріплюються у нормативно-правових актах (як-от, метод горизонтального моніторингу) [7]
4. Управляючий вплив: нормативно-правова та юридично-технічна сфери	Система нормативно-правових актів з питань адміністрування податків, зборів, обов'язкових платежів	За даним елементом доцільно визначати рівень стабільності правового забезпечення підсистеми податкового адміністрування. Виділяють такі нормативно-правові акти, що регулюють питання адміністрування податків: 1) міжнародні правові акти; 2) Податковий кодекс України, який містить розділ, присвячений визначенню порядку адміністрування податків та зборів, а також контролю за дотриманням вимог законодавства з оподаткування (розділ II); 3) закони України з питань оподаткування; 4) накази Державної податкової адміністрації (ПДА) щодо податкового контролю, Регламенту адміністрування податків, форм обліку тощо; 5) постанови Кабінету Міністрів України (про затвердження порядку координації проведення планових перевірок тощо); 6) листи ПДА, які роз'яснюють певні проблеми, виявляють недоліки адміністрування податків (єдиного податку, податку на прибуток, податку на додану вартість, єдиного податку тощо)

1	2	3
5. Управляючий вплив: ресурсна сфера	Ресурсне забезпечення системи адміністрування податків за видами ресурсів	Трудові ресурси – ресурси кваліфікації робітників податкових служб; матеріально-технічні (періодичні видання, матеріали документальних перевірок, Інтернет-джерела), фінансові
6. Зворотні зв'язки	Звернення платників податків до судів, за консультаційною допомогою до державних фіскальних органів (безкоштовно), видання податкових роз'яснень за вимогою груп платників податків; актуалізація результатів збирання й обробки, аналізу звітності СМП	

Зокрема, доцільно застосувати наведену структуру системи адміністрування податків для оцінки стану адміністрування податків для СМП (табл. 3) [1; 2; 5; 8].

Таблиця 3

Характеристика деяких проблем адміністрування податків для СМП в Україні

Елемент управління	Характеристика
Суб'єкт, який керує	Повноваження контролюючих органів чітко не регламентовані і не обмежені; відсутні кваліфікаційні вимоги до посадових осіб контролюючих органів
Об'єкт, яким керують	З прийняттям Податкового кодексу змінено кваліфікаційні вимоги до суб'єкта господарської діяльності, встановлено нові строки, передбачено механізм відповідальності як платників податків, так і податкових органів тощо
Управляючий вплив (УВ): методична сфера	1. Недосконалість механізмів відповідальності податкових (контролюючих) органів в Україні. 2. При визначенні обсягів обороту товарів і послуг, що дають право підприємцям на застосування спрощеної системи оподаткування, не враховано фактор інфляції, що значно знизило реальний допустимий показник. 3. Існують передумови для мінімізації оподаткування (значна частина СМП, що застосовують спрощену систему оподаткування, займаються мінімізацією оподаткування, або є учасниками схем ухилення від сплати податків). 4. Податковим кодексом (стаття 139, п. 139.1.12) встановлюється фактична заборона на роботу з великими компаніями
УВ: нормативно-правова та юридично-технічна сфера	Правове регулювання адміністрування податків для СМП визначалася нестабільністю. Однак прийняття Податкового кодексу дещо спростило адміністрування податків. У перспективі очікуються нові зміни у законодавстві щодо оподаткування діяльності СМП, що змінять механізм адміністрування податків [5]. Є недостатньо розвиненою політична воля до затвердження законодавчих ініціатив про деякі питання адміністрування податків для СМП
УВ: ресурсна сфера	Відсутнє системне фінансування розвитку консультаційних центрів, заходів з підвищення кваліфікації працівників податкових органів
Зворотні зв'язки	Відсутність високоякісних даних з результатів діяльності СМП; результатів стягнення податків з СМП

Таким чином, проблемами адміністрування податків СМП виступають такі: передумови мінімізації оподаткування та зловживання спрощеною системою; неврахування фактора інфляції при встановленні розмірів обсягу виручки від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг); низька фіскальна ефективність (низький рівень ставки єдиного податку); фактична заборона на роботу з великими компаніями.

Отже, актуальним є вирішення проблем стосовно усунення розбіжностей у законодавстві щодо спрощеної системи оподаткування. Варто відмітити, в Концепції реформування спрощеної системи оподаткування, обліку та звітності СМП передбачено механізм адміністрування податків СМП, що дозволить усунути схеми зловживання спрощеною системою [6]. У рамках даної статті визначені основні системні характеристики та деякі проблеми адміністрування податків для СМП. Напрямами подальших досліджень є розкриття питання підвищення ефективності адміністрування податків для СМП, зокрема збільшення взаємної відповідальності, створення культури консультування та підвищення рівня довіри і співробітництва між податковими органами та СМП-платниками податків.

Наук. керівн. Часовнікова Ю. С.

Література: 1. Павленко Р. Система адміністрування податків в Україні. Міжнародний інститут порівняльного аналізу [Електронний ресурс]. – Режим доступу : www.lawyer.org.ua. 2. Колупаєва І. Аналіз податкового навантаження платників єдиного податку / І. Колупаєва // Галицький економічний вісник. – 2011. – № 2(31). – С. 130–135. 3. Про спрощену систему оподаткування, обліку та звітності суб'єктів малого підприємництва : Указ Президента від 3 липня 1998 року № 727. 4. Про затвердження Регламенту адміністрування податків, зборів (обов'язкових платежів) : Наказ Державної податкової адміністрації України № 62 від 09.02.2006 р. 5. Про спрощену систему оподаткування, обліку та звітності суб'єктів малого підприємництва : Концепція проекту Закону України. 6. Про Концепцію державної політики підтримки розвитку малого підприємництва : Постанова Кабінету Міністрів України від 03.04.1996 р. № 404. 7. Лист Державної податкової служби України від 15.06.2011 р. № 585/3/31-0011.

Студент 6 курсу
факультету економіки і права ХНЕУ

ПОДАТКОВЕ РЕГУЛЮВАННЯ МАЛОГО ТА СЕРЕДЬОГО ІННОВАЦІЙНО-ОРІЄНТОВАНОГО БІЗНЕСУ

Анотація. Проаналізовано проблеми інноваційного розвитку малих та середніх підприємств. Обґрунтовано значення податкового регулювання у стимулюванні інноваційної активності підприємств. Проаналізовано світовий досвід податкового регулювання суб'єктів інноваційної діяльності. Визначено напрями удосконалення податкового регулювання малого та середнього бізнесу в Україні.

Аннотация. Проанализированы проблемы инновационного развития малых и средних предприятий. Обосновано значение налогового регулирования в стимулировании инновационной активности предприятий. Проанализирован мировой опыт налогового регулирования субъектов инновационной деятельности. Определены направления усовершенствования налогового регулирования малого и среднего бизнеса в Украине.

Annotation. The article analyses problems of innovative development of small and medium enterprises, substantiates the importance of tax regulation in stimulating innovation in the enterprises, analyses the international experience of tax regulation of subjects of innovation activity. The directions of the tax regulation of small and medium business in Ukraine were determined.

Ключові слова: мале підприємство, середнє підприємство, податкове регулювання, інновації, НДДКР, податкові пільги, податковий кредит.

Малі та середні підприємства роблять вагомий внесок у розвиток економічного та соціального потенціалу країни. Саме вони підвищують гнучкість економіки, впливають на кон'юктурні зміни, забезпечують насичення ринку товарами, підвищують зайнятість населення, стимулюють здорову конкуренцію. Вагома роль належить малому та середньому бізнесу також у здійсненні техніко-технологічних змін і залученні інвестицій. Тому побудова ефективного механізму підтримки інвестиційно-інноваційного сектору, у тому числі за допомогою обґрунтованої зміни податкового навантаження, залишається досить актуальною проблемою для української економіки.

Метою дослідження є узагальнення досвіду податкового регулювання інноваційної діяльності підприємств та розробка рекомендацій щодо реформування податкового механізму фінансової підтримки розвитку інноваційного потенціалу малого та середнього бізнесу в Україні.

Значний внесок у розвиток сучасної фіскальної теорії та у вирішення проблем фінансової підтримки малого та середнього підприємництва зробили такі науковці, як: Т. Блискавка, Х. Березовська, В. Іванов, В. Кміть, Г. Кузнецова, І. Лютий, В. Люткевич, В. Литвиненко, А. Поддєрьогін, В. Піхоцький та ін. [1 – 5]. Однак простежується недостатнє наукове опрацювання питань раціонального і, головне, стимулюючого оподаткування інноваційно-орієнтованого бізнесу, що породжує актуальність цієї статті.

Недостатнє фінансове забезпечення інноваційної діяльності є однією із основних причин, які стримують її розвиток в Україні. Значну потребу в державній підтримці ділового середовища, зосередженого на використанні передових технологій, доводять статистичні дані: загальна сума витрат на інноваційну діяльність у 2010 році порівняно з попереднім 2009 р. збільшилась лише на 1,2 %.

Таблиця 1

Джерела фінансування інноваційної діяльності [5]

	Загальна сума витрат, млн грн	У тому числі за рахунок коштів, млн грн			
		власних	державного бюджету	іноземних інвесторів	інші джерела
2009	7949,9	5169,4	127	1512,9	1140,6
2010	8045,5	4775,2	87	2411,4	771,9
Темпи зростання	101,20	92,37	68,50	159,39	67,67

Незважаючи на те, що державній підтримці відводиться пріоритетна роль у розвитку економіки знань, державне фінансування зменшилося на 31,5 %. У той же час позитивним є індикатор зростання сприятливості інвестиційного клімату – збільшення іноземних інвестицій більше, ніж у 1,5 рази.



Малий та середній бізнес у європейських країнах створює до 50 % інноваційної продукції, однак в Україні цей сектор бізнесу не здатний виконувати роль інноваційного "двигуна". Ця пов'язано з проблемами фінансового характеру, організаційно-комунікативного характеру, інформаційного та внутрішньооблікового характеру. І хоча залучення інноваційних складових до управління малим і середнім бізнесом відкриває перед ним якісно нові можливості, все ж таки податкове навантаження для таких підприємств у додаток до фінансових труднощів стає суттєвою проблемою, оскільки їх діяльність супроводжується значно вищими витратами порівняно із тими підприємствами, які не проводять дослідну і конструкторську роботу. Тому більшість підприємств надає перевагу не розвитку власної дослідної бази, а придбанню ліцензій і патентів у інших підприємств та в інших державах, що пов'язано, в тому числі, з недостатньою розвиненістю податкових механізмів стимулювання інноваційної діяльності.

Дослідники єдині в думці [1; 2], що податкове регулювання є значно ефективнішим порівняно з бюджетним фінансуванням, оскільки у цьому випадку зберігається комерційна незалежність підприємств, забезпечується вільний вибір пріоритетних напрямів діяльності, зменшується рівень тінізації економіки. Світова спільнота має вже досить значні надбання у практиці регулювання інноваційно-інвестиційної активності малого та середнього бізнесу за допомогою зміни рівня податків для таких підприємств. Згідно із інформаційно-аналітичними матеріалами Кабінету Міністрів України до Парламентських слухань на тему: "Стратегія інноваційного розвитку України на період 2010 – 2020 роки в умовах глобалізаційних викликів" [6], найбільш прийнятними для України є моделі стимулювання інвестицій в інноваційну сферу, притаманні Німеччині та Польщі, де на початку 1990-х років економічна ситуація була подібна до нашої. Наприклад, у Німеччині в умовах значного податкового тиску підприємства намагаються впроваджувати інновації, оскільки в такому випадку прибуток звільняється від оподаткування і направляється у резервні фонди. Однак питання вибору того чи іншого підходу є дискусійним, і тому, на думку автора, варто розглянути особливості податкового регулювання малого та середнього інноваційно-орієнтованого бізнесу у різних країнах (табл. 2).

Таблиця 2

Аналіз світового досвіду податкового регулювання малого та середнього інноваційно-орієнтованого бізнесу

Підхід до надання податкових знижок	Сутність підходу	Переваги (+) / недоліки (-)	Приклади країн
"Об'ємний"	Зменшення бази оподаткування на встановлену законом знижку залежно від обсягу витрат на інновації	+ – чим більші витрати на НДДКР, тим більшу пільгу отримує підприємство; – не враховуються непередбачені зміни у фінансуванні	Австралія, Сінгапур, Нідерланди
"Прирістний"	Зменшення бази оподаткування на встановлену законом знижку залежно від рівня зростання витрат на інновації порівняно з базовим роком або середнім за період	+ – враховуються темпи зростання витрат, що актуально для ризикованих проєктів; – не враховується базова сума витрат	Франція, Канада, США, Японія, Тайвань
Поєднання "об'ємного" та "прирістного" принципів	Встановлення податкової знижки залежно від обсягу або рівня зростання витрат	+ – стимулювання найбільш ризикованих проєктів; – диференційоване встановлення пільги залежно від видів витрат	США
Податковий кредит	Зменшення нарахованого податку на прибуток на відсоток від витрат на НДДКР: – залежно від суми витрат на НДДКР; – залежно від рівня збільшення витрат на НДДКР	+ – відстрочення або зменшення податку на прибуток; – залежність у деяких країнах від виду інновацій	США, Японія, Франція, Канада, Нідерланди
Зменшення нараховувань на заробітну платню	Утримання у штаті наукового співробітника	+ – стимулювання освітньої активності населення	Голландія

Проаналізувавши досвід різних країн у сфері стимулювання інноваційної активності підприємств, можна сформулювати напрями реформування вітчизняної системи оподаткування малого та середнього бізнесу:

- заміна спрощеної системи оподаткування прогресивною шкалою залежно від фінансових результатів та рівня витрат;
- диференціація видатків для суб'єктів НДДКР за такими ознаками: вид інновацій (стимулювання технологічних інновацій, інновацій в інформаційній сфері), стадія науково-дослідної діяльності (початкова стадія найбільш ризикована й тому вимагає більших податкових пільг), рівень валових витрат у кожному звітному періоді;
- податкові пільги мають невід'ємно поєднуватись із конкретними зобов'язаннями щодо термінів, обсягів, строків реінвестування прибутку.

Підсумувавши результати дослідження, можемо стверджувати, що регулювання податково-го навантаження та встановлення спеціального режиму оподаткування є вагомим державним інструментом фіскальної політики, яка сприятиме активізації інноваційної діяльності малих та середніх підприємств. У зв'язку із цим необхідно провести диференціацію податків для малих і середніх підприємств за такими критеріями, як специфіка діяльності (здійснення інновацій), рівень витрат та доходів від НДДКР, тип інновацій (стимулювання пріоритетних напрямків інноваційного розвитку). Отже, "золоте правило" прискореного інноваційного і ефективного розвитку економіки, на погляд автора, полягає в такому: реінвестування частини прибутку в інновації має супроводжуватись зниженням податкового тиску, у свою чергу, зниження податків має зобов'язувати підприємства реінвестувати частину прибутку у капіталовкладення, дослідження, прикладні розробки.

Наук. керівн. Часовнікова Ю. С.

Література: 1. Блискавка Т. Зарубіжний досвід фіскального регулювання інноваційного процесу в економічно розвинених країнах [Електронний ресурс] / Т. Блискавка. – Режим доступу : <http://www.nbu.gov.ua>. 2. Коммерциализация результатов научно-технической деятельности: европейский опыт, возможные уроки для России / В. Иванов, С. Клесова, О. Лукша и пр. – М. : ЦИПРАН РАН, 2006. 3. Кміть В. Фіскальне регулювання малого підприємництва в Україні [Електронний ресурс] / В. Кміть, Х. Березовська. – Режим доступу : <http://www.library.tane.edu.ua>. 4. Кузнецова Г. Податкове регулювання розвитку підприємств малого бізнесу [Електронний ресурс] / Г. Кузнецова. – Режим доступу : <http://dspace.uabs.edu.ua/bitstream>. 5. <http://www.ukrstat.gov.ua/>. 6. Інформаційно-аналітичні матеріали Кабінету Міністрів України до Парламентських слухань на тему: "Стратегія інноваційного розвитку України на період 2010 – 2020 роки в умовах глобалізаційних викликів".

УДК 657.4.012.2:334.012.64

Грищенко М. А.

Студент 6 курсу
факультету економіки і права ХНЕУ

АКТУАЛЬНІ ПИТАННЯ ВИКОРИСТАННЯ ПЛАНІВ РАХУНКІВ БУХГАЛТЕРСЬКОГО ОБЛІКУ МАЛИМИ ПІДПРИЄМСТВАМИ

Анотація. Розглянуто варіанти використання планів рахунків бухгалтерського обліку на малих підприємствах.

Аннотация. Рассматриваются варианты использования планов счетов бухгалтерского учета на малых предприятиях.

Annotation. The article discusses options for using the chart of accounts for small businesses.

Ключові слова: мале підприємство, малий бізнес, бухгалтерський облік, план рахунків.

Малий бізнес є невід'ємною складовою будь-якої ринкової господарської системи, без якої вона не може існувати та успішно розвиватися. Капітал великих підприємств, безумовно, визначає рівень науково-технічного і виробничого потенціалу, але основою розвитку країн з ринковою економікою є мале підприємництво як найбільш динамічна та гнучка форма ділового життя. Розвиток малого бізнесу потребує своєчасного та ефективного прийняття управлінських рішень, інформаційною базою для яких є дані бухгалтерського обліку. Тому актуальним питанням для суб'єктів малого підприємництва – юридичних осіб, є правильне групування інформації в системі бухгалтерського обліку.

Дослідженню теоретичних і практичних аспектів ведення бухгалтерського обліку на підприємствах малого бізнесу присвячено праці Хом'яка Р. Л., Скибінської З. М. [1], Гура Н. О., Мельник Т. Г., Моториної Т. М. [2], Дмитрієвої О. Ю. [3], Тесленко Т. І. [4] тощо. Але, враховуючи ґрунтовні теоретичні та практичні розробки цих питань, є доцільним розгляд альтернативних варіантів ведення бухгалтерського обліку на малих підприємствах.

Мета статті полягає у дослідженні існуючих варіантів планів рахунків бухгалтерського обліку для відображення активів, власного капіталу, зобов'язань та господарських операцій малого підприємства та визначенні найбільш прийнятного з них. Об'єкт дослідження – процес бухгалтерського обліку на малих підприємствах, предмет – форми та реєстри ведення бухгалтерського обліку.



Застосування традиційної системи обліку та звітності на малих підприємствах у сучасних умовах господарювання не є доцільним, ця система є достатньо громіздкою і трудомісткою, а за невеликої кількості господарських операцій та обмеженості функціональних служб неефективною і навіть зайвою. Вимоги, які висуваються до обліку на таких підприємствах, – це: простота, ясність, юридична обґрунтованість [2].

Організація обліку на малих підприємствах має відповідати всім вимогам, тобто забезпечувати інформаційну, контрольну та аналітичну функції та має бути орієнтована на максимальне скорочення чисельності бухгалтерів і спрощення системи обліку. Разом з тим скорочення і спрощення обліку на малому підприємстві можливе до певної межі, яка забезпечує виконання його інформаційної і контрольної функцій. У зв'язку з цим поряд із прагненням найменших витрат часу на його ведення треба забезпечити діючі вимоги щодо його організації, визначені нормативними актами, які регулюють облік коштів, основних і оборотних засобів, розрахунків, витрат, наявності та руху товарів, реалізації товарів, визначення [3].

Оскільки підприємства малого бізнесу характеризуються незначною чисельністю працівників (середньооблікова чисельність за рік до 50 осіб) та невеликими обсягами діяльності (до 70 млн грн за рік), це певним чином зумовлює формування робочого плану рахунків бухгалтерського обліку для відображення активів, капіталу, зобов'язань та господарських операцій малого підприємства.

Підприємства малого бізнесу можуть застосовувати такі варіанти планів рахунків бухгалтерського обліку:

План рахунків бухгалтерського обліку активів, капіталу, зобов'язань та господарських операцій підприємств і організацій, затверджений Наказом МФУ № 291 від 30.11.99 [5] з використанням рахунків класу 8 або 9 для обліку витрат діяльності (загальний План рахунків);

План рахунків бухгалтерського обліку активів, капіталу, зобов'язань і господарських операцій суб'єктів малого підприємства, затверджений Наказом МФУ від 19.04.2001 р. за № 186 [6] (спрощений План рахунків).

Спрощений План рахунків носить рекомендаційний характер, тобто суб'єкти малого підприємства – юридичні особи – можуть застосовувати загальний План рахунків. На відміну від загального Плану рахунків, у спрощеному Плані рахунків передбачено тільки синтетичні рахунки, кількість яких дорівнює 25. При цьому облік і узагальнення інформації про позабалансові активи й зобов'язання ведеться підприємствами з використанням позабалансових рахунків класу 0, передбачених загальним Планом рахунків.

Спрощений План рахунків має такі особливості: його рахунки застосовуються для обліку цілого класу активів, зобов'язань або капіталу (наприклад рахунок 10 "Основні засоби" спрощеного плану замінює рахунки 10 "Основні засоби", 11 "Інші необоротні матеріальні активи", 12 "Нематеріальні активи" основного плану рахунків); використання спрощеного Плану рахунків не передбачає використання рахунків 8 класу; для обліку доходів та витрат передбачає використання рахунків 70, 74, 90, 96.

Також рекомендаційний характер мають спрощена та проста форми ведення бухгалтерського обліку для малих підприємств, які передбачені Методичними рекомендаціями щодо застосування реєстрів бухгалтерського обліку малими підприємствами [7]. Спрощена форма бухгалтерського обліку передбачає узагальнення інформації про господарські операції у відомостях з № 1 по № 5, де узагальнюючим реєстром є оборотно-сальдова відомість. Проста форма передбачає використання Журналу обліку господарських операцій та відомості обліку заробітної плати. Обидві форми ведення бухгалтерського обліку для підприємств малого бізнесу призначені для ведення обліку господарської діяльності малого підприємства з використанням спрощеного Плану рахунків бухгалтерського обліку.

Зважаючи на те, що відповідно до спрощеного Плану рахунків кількість синтетичних рахунків скорочено до 29, виникає потреба у відкритті ряду субрахунків за окремими синтетичними рахунками. Це зумовлено необхідністю деталізації інформації про доходи (за видами діяльності) та витрати (за елементами) для подальшого складання фінансової звітності суб'єкта малого підприємства.

Так, на погляд Тесленко Т. І. [4], розробка спрощеного Плану рахунків є невиправданою, оскільки не задовольняє певною мірою вимоги користувачів бухгалтерської інформації в частині складання звітності та прийняття управлінських рішень. Доцільним є розробка робочого плану рахунків на основі затвердженого Плану рахунків бухгалтерського обліку активів, капіталу, зобов'язань і господарських операцій підприємств і організацій для кожного підприємства окремо з урахуванням особливостей його діяльності. І, в подальшому, вибір облікових реєстрів, які найбільш повно будуть відображати рух активів, капіталу, зобов'язань малого підприємства, при цьому однією з переваг яких повинна бути простота їх складання та зрозумілість наведеної інформації.

Порівнюючи спрощений План рахунків із загальним для Планом рахунків, слід відзначити: якщо загальний План відзначається значною подрібненістю рахунків на субрахунки, то в спрощеному Плані спостерігається надмірне їх узагальнення; кореспонденція рахунків, що впливає зі структури спрощеного Плану, є не менш громіздкою, ніж при використанні загального Плану рахунків; також у спрощеному Плані рахунків, на відміну від загального Плану, немає чіткого поділу рахунків на класи.

Таким чином, беручи до уваги потреби малих підприємств, використання ними спрощеного Плану рахунків, автору уявляється доцільним разом з обранням найбільш прийнятної форми ве-

дення бухгалтерського обліку. Разом з тим для достовірності відображення даних, уникнення помилок у веденні бухгалтерського обліку можна рекомендувати суб'єктам малого підприємництва при використанні спрощеного Плану рахунків, відкривати необхідні субрахунки та робити вибірки за рахунками при складанні фінансових звітів. Це допоможе повніше відобразити діяльність підприємства і правильно заповнити фінансову звітність малих підприємств. Однак ще залишається чимало невирішених питань, пов'язаних зі складністю застосування окремих положень бухгалтерського обліку та методик відображення господарських операцій малими підприємствами, недосконалістю спрощених форм обліку тощо.

Наук. керівн. Часовнікова Ю. С.

Література: 1. Хом'як Р. Л. Облік на підприємствах малого бізнесу : навчальний посібник / Р. Л. Хом'як, З. М. Скибінська. – Львів : Магнолія, 2006, 2008. – 205 с. 2. Гура Н. О. Облік на підприємствах малого бізнесу : навчальний посібник / Н. О. Гура, Т. Г. Мельник, Т. М. Моторина. – К. : Знання, 2007. – 310 с. 3. Дмитрієва О. Ю. Організація обліку на малих підприємствах [Електронний ресурс] / О. Ю. Дмитрієва. – Режим доступу : http://www.rusnauka.com/7_NMIW_2011/Economics/7_81206.doc.htm. 4. Тесленко Т. І. Альтернативність використання планів рахунків бухгалтерського обліку малими підприємствами [Електронний ресурс] / Т. І. Тесленко. – Режим доступу : http://www.nbuv.gov.ua/portal/soc_gum/sre/2010_2/122.pdf. 5. Про затвердження плану рахунків бухгалтерського обліку активів, капіталу, зобов'язань і господарських операцій підприємств і організацій : Наказ Міністерства фінансів України від 30.11.1999 р. № 291 [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://zakon.rada.gov.ua>. 6. План рахунків бухгалтерського обліку активів, капіталу, зобов'язань і господарських операцій суб'єктів малого підприємництва, затверджено Наказом МФУ від 19.04.2001 р. за № 186 [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://zakon.rada.gov.ua>. 7. Про затвердження Методичних рекомендацій по застосуванню реєстрів бухгалтерського обліку малими підприємствами : Наказ Міністерства фінансів України від 25.06.2003 р. № 422 [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://zakon.nau.ua>.

УДК 336.77

Коваленко В. С.

Студент 6 курсу
фінансового факультету ХНЕУ

ВИБІР НАЙБІЛЬШ ПРИВАБЛИВОГО БАНКУ З НАДАННЯ ПОСЛУГИ ОВЕРДРАФТ

Анотація. Присвячено визначенню сутності овердрафту та його ролі в управлінні оборотним капіталом підприємств, аналізу умов надання послуги вітчизняними банками.

Аннотация. Посвящено определению сущности овердрафта и его роли в управлении оборотным капиталом предприятий, анализу условий предоставления услуги отечественными банками.

Annotation. The article is devoted to the definition of overdraft and its role in the management of enterprises' working capital, to analysis of providing the financial services by domestic banks.

Ключові слова: овердрафт, управління оборотним капіталом, ліміт овердрафту, бланковий кредит, ринок банківських послуг.

Серед проблем, які постають перед підприємствами в умовах сучасних ринкових відносин, чільне місце посідає побудова ефективного і гнучкого механізму управління оборотним капіталом. Одним із напрямів розв'язання даного питання є застосування вигідного для сучасного бізнесу інструменту – овердрафту для забезпечення безперебійного виробництва та стійкого розвитку господарства.

Відповідно до Концепції проекту Загальнодержавної цільової економічної програми розвитку промисловості на період до 2017 року [1], пріоритетним напрямом у створенні вітчизняного конкурентоспроможного промислового комплексу є сприяння розвитку банківського кредитування.

Актуальність дослідження визначається зростаючою потребою реального сектору у грошових коштах, яких бракує для своєчасного фінансування поточних чи непередбачених витрат підприємств.

© Коваленко В. С., 2011



Основні засади овердрафтного кредитування задекларовані у нормативно-правових актах, що регулюють банківську діяльність [2].

Проблеми надання овердрафту знайшли своє відображення у роботах вітчизняних та закордонних вчених, зокрема, Внукової Н. М. [3], Зінченка В. В. [4], Нагребельної В. І. [5], Орехова Д. В. [6] та ін.

Мета дослідження – обґрунтування теоретичних положень та розробка практичних рекомендацій щодо пошуку найбільш привабливих банків з надання послуги овердрафт.

Перш ніж визначити особливості використання овердрафту як дієвого джерела фінансування оборотного капіталу, доцільно розглянути дефініцію "овердрафт". Аналіз наукової думки дозволив виявити потрійну природу досліджуваного поняття.

З точки зору мети реалізації – задоволення короткострокової потреби клієнта у грошових коштах – овердрафт є банківською послугою, поряд із лізинговими, страховими, трасовими, факторинговими та ін. [3; 6].

З огляду на механізм обслуговування як низки дій, спрямованих на досягнення поставленої мети, та економічної суті – розміщення банком залучених ресурсів – овердрафт слід вважати банківською операцією [3].

Найбільш поширеним серед підходів науковців у даній предметній області є визначення сутності овердрафту, враховуючи його кредитну природу. Овердрафт є одним із видів банківського короткострокового кредитування, що здійснюється виключно у грошовій формі [3 – 5].

Погоджуючись із усіма вищенаведеними підходами, автором надано таке визначення досліджуваного поняття: овердрафт – це вид короткострокового кредитування банком платоспроможного клієнта понад фактичний залишок на його поточному рахунку (у разі відсутності або нестачі коштів) у межах заздалегідь обумовленої суми (ліміту овердрафту) відповідно до умов договору.

Оцінка надання кредитних ресурсів підприємствам України за останні роки та визначення питомої ваги овердрафту у загальному кредитуванні надає змогу переконатися у підвищенні попиту на дану послугу (рис. 1).

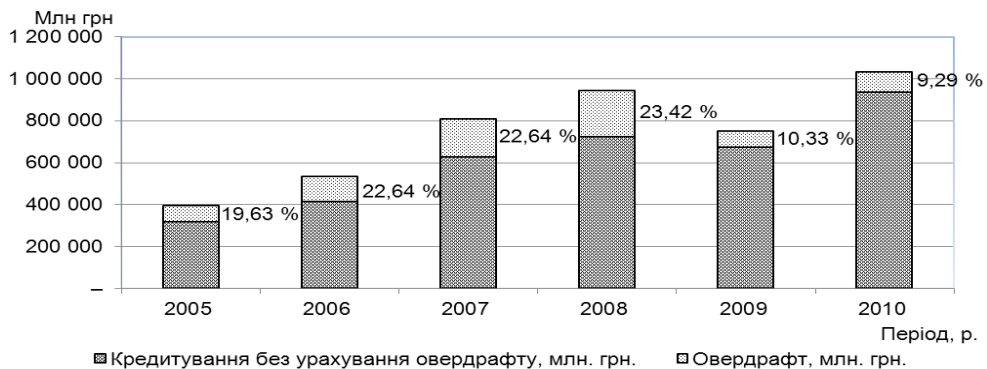


Рис. 1. Динаміка надання овердрафту підприємствам України (складено автором за даними [7])

Як видно з рис. 1, у докризовий період відбувалося щорічне зростання обсягів кредитування, зокрема, підвищувалася питома вага надання послуг овердрафту. Негативні наслідки фінансової кризи спричинили скорочення кредитних операцій банківських установ у 2009 р., однак поживлення в економіці у 2010 р. призвели до поступового відновлення обсягів кредитування, у тому числі й овердрафтного, що можна вважати позитивними зрушеннями.

Овердрафтне кредитування набуває значного поширення завдяки перевагам, які отримує як клієнт, так і банк. Для позичальника такий кредит стає доступним у міру виникнення потреби в коштах, при цьому оплата за їх використання проводиться не за величиною встановленого ліміту, а за фактичною величиною позикової заборгованості. Надання овердрафту приносить банку дохід у вигляді відсотків за використання клієнтом позикових коштів та комісії як плати за можливість користування послугою [5].

Варто зазначити, що розширення операцій овердрафтного кредитування зумовлює високий рівень конкуренції на ринку банківських послуг. Банки прагнуть привернути увагу позичальників, пропонуючи конкурентоспроможні продукти за вигідними умовами.

Під час дослідження було виявлено 15 підприємств Харківської області як потенційних споживачів послуги овердрафт. На основі анкетного опитування фінансових менеджерів зазначених суб'єктів господарювання (експертів) було визначено основні критерії якості, за якими здійснюється оцінка привабливості банківського продукту. До таких показників віднесено: ліміт овердрафту, відсоткову ставку, комісійну винагороду, можливість оформлення бланкового овердрафту, максимальний строк повернення овердрафту (термін безперервної заборгованості) та групу надійності банку.

З метою вибору найбільш привабливих для клієнтів банків за овердрафтним кредитуванням використано метод аналізу ієрархій Т. Сааті, що дозволяє структурувати проблему прийняття рішення.

Виконання завдання зазначеним методом проводилося у середовищі програмного продукту "Expert Choice".

Серед альтернатив, з-поміж яких експертами було здійснено вибір, виділено такі банки України: Укрексімбанк, УкрСиббанк, Укрсоцбанк, Мегабанк, Альфа-Банк, ВТБ-Банк, ІНДЕКС-БАНК, СВЕДБАНК, Дельта-Банк, Укргазбанк.

На рис. 2 наведено ієрархію вибору банків, що пропонують найвигідніші для клієнтів умови овердрафтного кредитування.



Рис. 2. Ієрархія вибору найбільш привабливого банку для клієнтів за овердрафтним кредитуванням

За даними рис. 2, ієрархія складається з двох рівнів і відображає основні критерії якості для оцінки привабливості банків та альтернативи, серед яких потенційними споживачами здійснюється вибір.

На основі експертного оцінювання отримано результуючий вектор пріоритетів альтернатив, за яким проводиться ранжування банків (табл. 1).

Таблиця 1

Результати експертного оцінювання щодо вибору найбільш привабливого банку з надання послуги овердрафт

Банк	Укрексімбанк	УкрСиббанк	Укрсоцбанк	Мегабанк	Альфа-Банк	ВТБ-Банк	ІНДЕКС-БАНК	СВЕДБАНК	Дельта-Банк	Укргазбанк
Результуючий вектор пріоритетів	0,140	0,149	0,134	0,081	0,069	0,130	0,078	0,100	0,060	0,060
Пріоритет (ранг)	2	1	3	6	8	4	7	5	9	9

Як видно з табл. 1, серед банків-альтернатив найбільш привабливими для потенційних клієнтів є УкрСиббанк, Укрексімбанк та Укрсоцбанк.

Проведені дослідження показали, що найвагомішими для позичальників критеріями якості досліджуваної послуги є відсоткова ставка, ліміт овердрафту та можливість оформлення бланкового кредиту.

Розгляд умов надання продукту банками України дозволив виділити основні характеристики, які притаманні сучасному ринку банківських послуг у секторі овердрафтного кредитування (табл. 2).

Таблиця 2

Умови надання овердрафту банками України

Ознака	Характеристика
Ліміт овердрафту	20 – 30 % від середньомісячних надходжень клієнта за останні 2 – 6 місяців
Відсоткова ставка	16 – 25 %, що є свідченням відносно високої вартості продукту
Комісійна винагорода	0,5 – 2 % від ліміту овердрафту одноразово або щомісячна комісія у розмірі 0,08 – 0,1 %
Максимальний строк повернення овердрафту	28 – 30 днів

Слід зауважити, що вітчизняний досвід овердрафтного кредитування суттєво відрізняється від закордонного. Основні відмінності та риси схожості у наданні послуги банками України та розвинутих європейських держав наведено у табл. 3.

Порівняльна характеристика особливостей вітчизняного та закордонного овердрафтного кредитування

Ознака	Вітчизняний досвід	Закордонний досвід (за даними роботи [6])
Період овердрафтного кредитування	Строковий (як правило, 30 днів)	Безстроковий
Рівень забезпечення овердрафту	Як правило, надання забезпеченого овердрафту	Як правило, надання бланкового овердрафту
Основа кредитування	Укладання письмового договору чи додаткової згоди	Укладання як письмового, так і усного договорів
Позичальник	Надійний клієнт	
Мета овердрафтного кредитування	Забезпечення клієнта необхідними коштами у випадку дефіциту платіжних ресурсів	
Сума овердрафту	У межах встановленого договором ліміту кредитування	
Форма сплати зобов'язань	Безготівкова	

За даними табл. 2 можна відзначити, що надання овердрафту зарубіжними банками ґрунтується на більш лояльних відносно клієнта умовах. В українській практиці з метою попередження та мінімізації кредитного ризику банки встановлюють певні обмеження і мають більш жорсткий підхід до позичальника.

Доцільно більш детально розглянути принципи, якими керуються зарубіжні банки при наданні овердрафту:

1) кредит може бути наданий лише ідентифікованим і надійним клієнтам, якщо визначено джерело його погашення, при цьому реалізація забезпечення овердрафту повинна бути другорядним, а не головним джерелом погашення;

2) ціна (відсоткова ставка) визначається відповідно до рівня кредитного ризику;

3) якщо кредит надається підприємствам, які освоюють новий ринок, виробляють нову продукцію, банк вживає додаткових запобіжних заходів;

4) наданий кредит повинен співвідноситися з розробленою позичальником діловою стратегією і не може бути пов'язаний з протизаконними діями;

5) позичальники повинні надавати регулярну і повну інформацію про господарську діяльність та фінансовий стан (за даними роботи [6]).

Вищезазначені засади овердрафтного кредитування за кордоном можуть бути успішно використані вітчизняними банками для розробки відповідних положень при побудові овердрафтних відносин, з урахуванням чинного законодавства у галузі кредитування.

Таким чином, застосування овердрафту є джерелом вирішення проблеми забезпечення стабільної, ритмічної роботи підприємств різних галузей народного господарства, необхідною умовою для стійкого розвитку та високої конкурентоспроможності сучасного бізнесу.

Наук. керівн. Внукова Н. М.

Література: 1. Про схвалення Концепції проекту Загальнодержавної цільової економічної програми розвитку промисловості на період до 2017 року : Розпорядження Кабінету Міністрів України від 09.07.2008 р. № 947-р [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://zakon.rada.gov.ua/>. 2. Про застосування Плану рахунків бухгалтерського обліку банків України : інструкція Правління Національного банку України від 17.06.2004 р. № 280 [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://zakon.rada.gov.ua/>. 3. Внукова Н. М. Овердрафт: теоретичні основи визначення / Н. М. Внукова, О. В. Мовчан. – Х. : ХДЕУ, 2003. – 19 с. 4. Зінченко В. В. Моделі сучасних форм оптимізації операцій на банківських рахунках / В. В. Зінченко // Збірник наукових праць Національного університету державної податкової служби України. – 2009. – № 2. – С. 63–73. 5. Нагребельна В. І. Організаційна модель впровадження овердрафту в банку [Електронний ресурс] / В. І. Нагребельна. – Режим доступу : http://www.nbuv.gov.ua/portal/natural/Nvb/2010_58/nagrebelna.pdf. 6. Орехов Д. В. Овердрафт в системе расчетных и кредитных отношений : автореф. дисс. на получение учен. степени канд. экон. наук : спец. 08.00.10 "Финансы, денежное обращение и кредит" / Д. В. Орехов. – М., 2007. – 21 с. 7. Офіційний сайт Національного банку України. – Режим доступу : <http://www.bank.gov.ua/>.

Tkachenko M.

UDC 330.15

Студент 3 курсу
фінансового факультету ХНЕУ

RESOURCE CURSE

Annotation. Essence of phenomenon of Natural Resource Curse is disclosed. Factors and problems causing the stagnant growth, economic contraction are analyzed. Methods and ways of escaping the Resource Curse are offered.

© Tkachenko M., 2011

Анотація. Розглянуто сутність феномена "Прокляття ресурсів". Розкрито фактори та причини такого явища, проаналізовано економічні процеси, які мають місце при розв'язанні даної проблеми. Запропоновано можливі шляхи виходу з цієї ситуації

Аннотация. Рассмотрена сущность феномена "Проклятие ресурсов". Раскрыты факторы и причины такого явления, проанализированы экономические процессы, имеющие место при решении данной проблемы. Представлены возможные пути выхода из данной ситуации.

Key words: Natural Resource Curse, economic stagnant growth, Dutch Disease, conflicts, oil, corruption.

The topical problem of resource rich countries is an economic immaturity. It is striking how often countries with oil or other natural resource wealth have failed to grow more rapidly than those without. This is the phenomenon known as the Natural Resource Curse.

The resource curse refers to the paradox that countries and regions with an abundance of natural resources tend to have less economic growth and worse development outcomes than countries with fewer natural resources [1]. This is hypothesized to happen for many different reasons, including a decline in the competitiveness of other economic sectors, fluctuation of revenues from the natural resource sector due to exposure to global commodity market swings, government mismanagement of resources, or weak, ineffectual, unstable or corrupt institutions. The term resource curse was first used by Richard Auty [2] in 1993 to describe how countries rich in natural resources were unable to use that wealth to boost their economies and how these countries had lower economic growth than countries without an abundance of natural resources.

Such situation is due to many reasons. First of all, the greatest problem is conflicts. Natural resources can, and often do, provoke conflicts within societies, as different groups and factions fight for their share. Often the conflicts occur in more hidden forms, such as fights between different government ministries or departments for access to budgetary allocations. This forms corruption in the country. Huge flows of money from natural resources tempt politicians to break the law, as a result millions of dollars pass out of the government treasury [3].

As for the citizens, wealth allows rulers not to tax the last ones because they have a guaranteed source of income from natural resources. As a result, social services are terrible, as these tax ratios are not backed by cash. Often citizens complain in aggressive forms [4].

Another factor refers to human resources. Natural resource industries tend to pay far higher salaries than what would be available elsewhere in the economy. This tends to attract the best talent from both private and government sectors, so damaging these sectors by depriving them of their best skilled personnel.

Significant factor for resource-rich countries is oil price, and its fluctuation is the next cause. For example crude oil prices rose from around \$10/barrel in 1998/1999 to over \$140/barrel in 2008. Abrupt changes in economic realities that result from this often provoke widespread breaking of contracts, and this erodes the rule of law.

Besides obvious simple reasons there are two obscure, but important causes. First of them is known as Dutch Disease. It means that the revenues from natural resource exports damage a nation's productive economic sectors by causing an increase of the real exchange rate and wage increase.

This phenomena is reflected in increasing of borrows, which occur in the following way. Since governments expect more income in the future, they start accumulating debt, even though they are receiving natural resource revenues as well. High exchange rate makes the interest payments on the debt cheaper, but, however, if the prices begin to fall, and if the real exchange rate falls, a government would have less money with which to pay a more expensive debt. All this factors are needed to be solved, some ways are described below.

Escaping the resource curse is a great problem for many economists and scientists. In recent years some methods and strategies were developed, but even today there is no simple common method for all countries. The methods that have been tried in some places as follows [5]:

- protecting price on foreign long-term contracts;
- insuring of export proceeds in stock markets;
- denomination of debt in terms of commodity prices;
- transparent and professional management of Commodity Funds;
- mandating an external agent to provide transparency and to freeze accounts in the event of a coup.

Thus, Resource Curse is the global problem for the world's economy. Its further investigation will help resource-rich countries achieve high economic development.

Наук. керівн. Коваленко О. Ю.

References: 1. Sachs. Natural resource abundance and economic growth / Sachs, D. Jeffrey, Warner, M. Andrew. – NBER Working Paper 5398, 1995. – P. 20–23. 2. Auty. Sustaining Development in Mineral Economies: The Resource Curse Thesis / Auty, M. Richard. – London : Routledge, 1993. – P. 147–150. 3. Collier P. Natural Resources, Development and Conflict: Channels of causation and Policy Interventions. – World Bank, 2003. – P. 89–90. 4. Norman C. S. Rule of Law and the Resource Curse". Environmental and Resource Economics. – № 43 (2). – P. 183–207. 5. Brunnschweiler C. N. Linking Natural Resources to Slow Growth and More Conflict / C. N. Brunnschweiler, E. H. Bulte. – London, 2008. – P. 65–67.

Зміст

Чернишова К. А. Особливості застосування інтегрованих маркетингових комунікацій для просування промислових товарів.....	3
Борисова Т. І. Особливості організації обліку розрахунків з персоналом.....	5
Черкашина А. В. Автоматизація первинного обліку з використанням сучасних інформаційних технологій.....	8
Захарюта А. С. Організація обліку власного капіталу підприємства та особливості його формування.....	11
Ткачова А. В. Процес контролю проектного менеджменту в системі організації обліку на підприємстві.....	13
Валеева А. Ф. Контролінг як основа забезпечення ефективного розвитку підприємства.....	15
Проценко А. М. Удосконалення автоматизації обліку витрат за центрами відповідальності та місцями їх формування.....	17
Бараннік А. А. Оцінка методів амортизації основних засобів та вибір оптимального.....	20
Бондаренко К. В. Особливості організації обліку необоротних активів у бюджетних установах.....	23
Золотаренко В. О. Дослідження чинників впливу на середньозважену вартість капіталу підприємств радіоелектронної галузі.....	25
Бусургіна М. А. Моделювання інтегрального показника стійкості фінансового стану підприємства.....	28
Федоренко В. М. Механізми управління фінансовими ризиками ПАТ "Харківський плитковий завод".....	32
Целуйко О. В. Розробка програми оптимізації прибутку підприємства за допомогою використання методології IDEF0.....	34
Александрова Д. Г. Кластеризація підприємств хіміко-фармацевтичної галузі за ефективністю управління фінансовими ресурсами.....	38
Головко В. О. Оптимізація управління фінансовою стійкістю підприємства за допомогою CASE-засобу BPwin.....	41
Машкіна Т. В. Теоретико-методичний підхід до оцінки якості фінансового результату комунального підприємства.....	45
Копя М. В. Структурно-функціональне моделювання антикризового управління підприємством за допомогою CASE-засобу BPwin.....	49
Михайлець А. В. Структурно-функціональне моделювання процесу управління грошовими потоками підприємства.....	52
Насанович С. Г. Оцінка платоспроможності бюджету Харківського району.....	55
Гергеша Я. А. Побудова стратегії управління фінансовим розвитком підприємства в середовищі Business Studio.....	58
Золотухіна К. А. Упровадження системи електронних платежів в Україні.....	60
Касьян Ю. М. Формування оптимального розміру дебіторської заборгованості для підприємств хімічної галузі.....	63
Кулик К. М. Формування системи управління грошовими потоками підприємства в середовищі BPwin 4.0.....	67
Ковшова С. О. Вітчизняний та зарубіжний досвід аналізу грошових потоків підприємства.....	69

Айвазян І. Г. Інтерактивний маркетинг для підлітків.....	72
Гренадзьорова О. Ю. Методи оцінки конкурентоспроможності підприємства.....	73
Лавренчук К. Г. Оцінка конкурентоспроможності комп'ютерної техніки.....	75
Марченко М. О. Основні прийоми маркетингової цінової політики.....	78
Пільгуй А. Г. Основні проблеми та перспективи розвитку машинобудівного комплексу України.....	80
Чечельницька Т. М. Особливості глобального маркетингу.....	81
Коваленко К. О. Фінансово-кредитні механізми підтримки малого та середнього бізнесу в Україні.....	83
Кузьменко В. В. Розвиток підприємства шляхом випуску нових товарів на ринку борошняних кондитерських виробів.....	85
Омельяненко О. В. Актуальні питання Інтернет-маркетингу. Маркетинговий аудит сайта.....	87
Притиченко Н. В. Методичні підходи щодо рейтингової оцінки комерційних банків в Україні та за кордоном.....	89
Куценко Т. І. Напрями розробки рекламної кампанії для ПАТ "Солді і К ^о ".....	91
Хоменко Л. І. Методичні проблеми створення системи стимулювання робітників сільськогосподарського підприємства.....	93
Настасюк А. П. Стимулювання торгової мережі.....	95
Наливайкіна А. О. Оцінка ефективності рекламної кампанії підприємства.....	97
Малиновська М. В. Шляхи підвищення конкурентоспроможності продукції в Україні.....	99
Myroshnychenko M. Methods of Motivating Employees in the Workplace.....	100
Vorobiov D. Opportunities of Wellness Industry at the Enterprise.....	102
Fillipov O. Specialized Innovative Investment Banks in Ukraine.....	103
Shliakhova A., Lisova Yu. Financial Market of Ukraine in Modern Conditions.....	105
Yartseva T. Regulation of Securities Market in Ukraine.....	106
Peresichanska A. Trade Conflicts and Global Experience of Solving them.....	108
Riznyk I. Business Communication.....	109
Nosova I. World Accounting Scandals.....	111
Stepanova A. Flash vs. HTML5: Competition or Opposition.....	113
Prykhodko A. The Economic (Physical) Side of the Modern (Internet) Art.....	114
Le Hong Phuong. What Impact Does the Increase of Gas Price Have on the Municipal Services in Ukraine?.....	116
Obernikhina O. Public Relations: an Essential Part of Communication and Business Systems.....	117
Dmukhovska M., Yatsko A. Management and Marketing in Commercial Banks.....	118
Zhovtyl A. Innovation Policy in Ukraine.....	120
Matiushchenko O. Bankruptcy of Business Entities in Ukraine.....	121
Pozharska A. Different Forms of Credit and its Structure in Ukrainian Economy.....	123
Masaltseva O. Ukraine's Positions in the World Rankings.....	124
Tuma Yu. Advantages and Disadvantages of Leasing in Ukraine.....	126
Kolisnyk V. British-American Accounting Model.....	127
Meshkova A. Conflict Management.....	129
Sivash Yu. Ways of Overcoming Poverty in Ukraine.....	130
Knysh Yu. The International Monetary Fund and its Place in the International Monetary System.....	132



Ryazanov R. The Euro and the European Monetary System.....	133
Billaeva V. Nasdaq's Analog – the PFTS Stock Exchange.....	135
Yefremova Ya. Internet Banking as a New Way to Development.....	136
Kryvenko A. Bar Codes, Computers, GDP as the Greatest Inventions of the 20 th Century.....	138
Dmytrenkova M. Problems and Benefits of Ukraine's Membership in the World Trade Organization.....	139
Alyoshkina A. Work Motivation of Employees.....	141
Козловська Ю. Г. Удосконалення обліку розрахунків з оплати праці сільськогосподарських підприємств.....	142
Істоміна М. Ю. Система "директ-костинг": основні переваги та характерні особливості застосування.....	144
Кириченко І. В. Спільні риси та відмінності списання безнадійної дебіторської заборгованості відповідно до П(С)БО та МСФЗ.....	147
Хачіна О. В. Особливості організації облікової політики діяльності малого підприємства.....	149
Алексіна А. В. Удосконалення аналізу основних засобів підприємства.....	151
Іваненко О. В. Особливості використання бюджетування в управлінні суб'єктами малого підприємництва.....	153
Червіна А. С. Особливості розвитку малого бізнесу в умовах нового Податкового кодексу.....	156
Бондаренко О. Ю. Практичні та теоретичні аспекти адміністрування податків для суб'єктів малого підприємництва.....	158
Степаненко Т. О. Податкове регулювання малого та середнього інноваційно-орієнтованого бізнесу.....	161
Грищенко М. А. Актуальні питання використання планів рахунків бухгалтерського обліку малими підприємствами.....	163
Коваленко В. С. Вибір найбільш привабливого банку з надання послуги овердрафт.....	165
Ткаченко М. Resource Curse.....	168