Молодіжний економічний вісник ХНЕУ ім. С. Кузнеця

Електронний журнал

№ 11

листопад 2015

ХАРКІВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ЕКОНОМІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ІМЕНІ СЕМЕНА КУЗНЕЦЯ

Молодіжний економічний вісник ХНЕУ ім. С. Кузнеця

№ 11

листопад 2015

Електронний журнал

Виходить раз на місяць

Засновник – ХНЕУ ім. С. Кузнеця
Видавець – ФОП Лібуркіна Л. М.

Затверджено на засіданні вченої ради університету протокол № 4 від 09.11.2015 р.

Періодичність – щомісяця
Мова видання – українська, російська, англійська, французька, німецька

Засновано в січні 2015 року згідно з рішенням вченої ради

Редакційна колегія
Пономаренко В. С. – докт. екон. наук, професор ХНЕУ (головний редактор)

Афанасьєв М. В. – канд. екон. наук, професор ХНЕУ ім. С. Кузнеця
Внукова Н. М. – докт. екон. наук, професор ХНЕУ ім. С. Кузнеця
Гонтарева І. В. – докт. екон. наук, професор ХНЕУ ім. С. Кузнеця ***(науковий редактор)***
Гриньова В. М. – докт. екон. наук, професор ХНЕУ ім. С. Кузнеця
Дікань Л. В. – канд. екон. наук, професор ХНЕУ ім. С. Кузнеця
Дороніна М. С. – докт. екон. наук, професор ХНЕУ ім. С. Кузнеця
Дорохов О. В. – канд. техн. наук, професор ХНЕУ ім. С. Кузнеця
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 ім. С. Кузнеця
Малярець Л. М. – докт. екон. наук, професор ХНЕУ ім. С. Кузнеця
Назарова Г. В. – докт. екон. наук, професор ХНЕУ ім. С. Кузнеця
Орлов П. А. – докт. екон. наук, професор ХНЕУ ім. С. Кузнеця
Пилипенко А. А. – докт. екон. наук, професор ХНЕУ ім. С. Кузнеця ***(заступник головного редактора)***
Попов О. Є. – докт. екон. наук, професор ХНЕУ ім. С. Кузнеця
Пушкар О. І. – докт. екон. наук, професор ХНЕУ ім. С. Кузнеця
Ястремська О. М. – докт. екон. наук, професор ХНЕУ ім. С. Кузнеця

Поштова адреса засновника:

61166, Україна, м. Харків, пр. Науки, 9а, ***Харківський національний економічний університет імені Семена Кузнеця***

Головний редактор – ***Пономаренко В. С.*** *Конт. телефон: (057)702-03-04*

Поштова адреса редакції:
61166, Україна, м. Харків,
пров. Інженерний, 1а, 1 під'їзд
Тел.: *(057)702-07-38, 702-07-28*
E-mail: *vydav@hneu.edu.ua*

Поштова видавця:
61001, Україна, м. Харків, а/с 870

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

У разі копіювання чи передрукування матеріалів посилання на електронний журнал обов'язкове.

Свідоцтво про внесення до Державного реєстру суб'єктів видавничої справи ДК № 4853 від 20.02.2015 р.

© Харківський національний економічний університет імені Семена Кузнеця, 2015

ЗМІСТ

Авдєйчик С. В. Аналіз якості й ефективності кредитного портфеля банків України 11

Аверін Ю. С. Методичні підходи щодо оцінки фінансового стану в системі забезпечення економічної безпеки підприємства 14

Аветісян В. А. Оцінка фінансового потенціалу підприємства з застосуванням матриці фінансових стратегій Франшона і Романе 17

Андрус Е. Д. Оценка социальной безопасности Украины 20

Аненко С. Ю. Побудува стратегічної карти в рамках реалізації антикризового управління підприємства житлово-комунальної галузі 24

Атамурадова З. Г. Планирование рекламной кампании на предприятии 27

Афанасієвська Т. В. Особливості оцінки методів кваліфікаційної складової трудового потенціалу підприємства 30

Байрачна А. В. Удосконалення методів використання відходів як шлях покращення технології виробництва 34

Байрачная А. В. Цикличность развития экономики и причины её возникновения 36

Барабаш А. Ю. Необхідність бізнес-планування на аграрних підприємствах 38

Barkalova O. V. The role of communication in management decision-making process 41

Барсученко А. С. Основні аспекти щодо попередження та протидії легалізації злочинних доходів і фінансуванню тероризму в Україні 44

Батюта О. М. Сучасний стан платіжної системи України та шляхи її вдосконалення 47

Белоброва В. Анализ минимальной заработной платы и состава потребительской корзины на данном этапе развития Украины 49

Бех О. В., Гавриленко В. О. Проблеми та шляхи активізації інноваційної діяльності в Україні 51

Богомол Д., Суботовский С. Легализация доходов как способ борьбы с теневой экономикой 55

Bozhko K. Characteristic of advertising classifications and their essence 59

Борисенко А. О. Оцінка рівня фінансування підприємства з використанням таксономічного аналізу 61

Борщевська Т. О. Порівняння інтегральної і бальної методик оцінки інвестиційної привабливості підприємства 64

Бурлуцька Д. В. Основні показники платоспроможності страхової компанії 68

Валєжна М. С. Оцінка стану кадрового потенціалу
в системі економічної безпеки 71

Валуйская В. С. Роль косвенных налогов в системе
налогообложения Украины 74

Варв'янська В. П. ЄБРР та Україна: основні напрямки
та перспективи взаємодії 78

Василенко А. О. Забезпечення безпеки стратегічного
планування діяльності підприємства....80

Вишнівецька А. А. Основні етапи та завдання кадрового
аудиту на підприємстві 85

Воротинцева Р. В. Шляхи підвищення ефективності
діяльності підприємства 88

Вощенко Е. Ю. Бюджетный дефицит и методы его преодоления 92

Габінет О. Ю. Актуальні питання здійснення безготівкових
розрахунків банками України 95

Гавленко Л. Ю. Рейтингова оцінка фінансового потенціалу
енергетичних компаній України на основі таксономічного показника....98

Гармаш Д. О. Проблема безробіття на ринку праці в Україні 102

Головач К. В. Систематизація методів аналізу та оцінки
фінансової стійкості банків України....105

Грабенко Л. О. Організація аудиту необоротних активів
у бюджетних установах 108

Грошевая Т. В. Характеристика современного этапа развития
неоклассической экономической доктрины 111

Грошевая Т. В. Политика ускоренной амортизации
и особенности ее применения на предприятии....113

Гужва А. В. Вдосконалення організації аудиту грошових коштів
у сфері сільського господарства 116

Гуленко Г. П. Формування фінансової стратегії на основі
позиціонування в матриці фінансової рівноваги....119

Гунько Е. В. Проблема определения критериев
научности в неопозитивизме 122

Гура В. О. Діяльність банків на валютному ринку України 123

Гусякова К. В. Підхід до надання інтегральної оцінки фінансової
стійкості підприємства....126

Гуцал А. О. Фактори впливу на ліквідність банківської системи....130

Denysova V. I. Competitiveness of the enterprises....132

Діченко Т. В. Кредитна політика банку: сутність та особливості
формування 133

Дорожко В. Ю. Програмно-цільовий метод у контексті
удосконалення бюджетного планування....135

Drobotenko A. V. The internet as a modern tool for marketing research 139

Дубосар О. В. Обґрунтування вибору депозитних продуктів банку на основі методу аналізу ієрархії 141

Дурасова Є. О. Формування фінансової стратегії підприємства на основі матриці Франшона і Романе 145

Дурдымырадов Д. Развитие малого предпринимательства в Туркменистане 147

Єгорова О. А. Формування фінансової стратегії на основі позиціонування в матриці Мак Кинсі «Дженерал Електрік» 150

Єнь Л. Ю. Економічні погляди Івана Франка 153

Єнь Л. Ю. Вибір методу стратегічного планування в сучасних умовах господарювання підприємств 156

Животова К. Д. Этические аспекты войны 158

Загоруйко К. С. Методи оцінки і прогнозування банкрутства підприємств 160

Заїченко Є. С. Шляхи підвищення конкурентоспроможності підприємства на ринку товарів і послуг 162

Заїченко Є.С. Економічні погляди М. Драгоманова 164

Заруба Е. П. Применение гравитационних моделей в оценке привлекательности стран для миграции экономически активного населения Украины 166

Zakharenko V. The essence of main production methods 170

Ісмайлова В. В. Трудовий конфлікт на підприємстві та методи його вирішення 172

Kayembe F. The main aspects of the developing marketing plan for enterprise 175

Калініченко К. А. Планування та організація рекламної діяльності промислового підприємства 178

Калашнік В. В. Формування системи контролю фінансово-економічної безпеки підприємства 181

Каминіна В. В. Стратегічна карта як інструмент процесу управління кредитними ризиками банку 185

Каравічева О. А. Особливості методики аудиту запасів на підприємстві 189

Kasumova A. Product competitiveness and its evaluation 191

Кінах І. М. Застосування таксономічного аналізу з метою оптимізації підходів до оцінки ймовірності банкрутства підприємства 193

Кіт О. В. Особливості методів ліквідації проблемної заборгованості клієнтів банку 196

Ковальчук А. С. Аналіз кредитного ринку України 199

Козир І. О. Конкурентоспроможність підприємств: дослідження, оцінка й основні стратегії 201

Колодна Р. В. Стратегічний аналіз внутрішнього середовища підприємства скляної галузі 204

Комар В. С. Особливості планування видатків у бюджетній установі.....208

Кондратенко А. О. Оцінка стратегічного положення підприємства на основі позиціонування в матриці фінансової рівноваги.....211

Коник В. Г. Рангова оцінка фінансового потенціалу підприємства.....214

Костенецкая Т. Г. Информационные системы в государственном управлении Украины.....217

Kostenko Iu. Identifying of business process requiring improvement 220

Кочена А. С., Лебошина Т. О. Теоретичні аспекти аудиту дебіторської заборгованості підприємства.....222

Кравченко А. В. Роль инвестиций в экономике Украины 224

Кравченко Г. В. Оцінка ефективності формування та використання фінансових ресурсів підприємства 227

Кривуля А. Д. Фискальная политика Украины в условиях кризиса и политической нестабильности 230

Крута Л. С. Особливості системи внутрішнього аудиту дебіторської заборгованості 233

Кузьміна В. В. Формування фінансової стратегії підприємства електроенергетичної галузі на основі використання матричного підходу 236

Lavryk A. G. Coaching as a tool of human resources development.....239

Лавріненко О. В. Формування напрямів удосконалення управління фінансовою стійкістю банку на основі побудови дерева цілей.....240

Левченко Д. К. Застосування методу таксономічного аналізу для оцінювання рівня фінансового потенціалу 244

Ленко М. В. Стратегічний аналіз середовища функціонування підприємства на основі застосування технологій PEST-аналіз 247

Литвинов В. Н. Парадокс Гиффена и его современная интерпретация 249

Лихолет Т. О. Аспекты, отрицательно влияющие на изучение истории экономической мысли в Украине.....252

Лихолет Т. О. Банкротство предприятий: причины и способы предотвращения 254

Лончак Д. О. Прогнозування валютного курсу в Україні та політика НБУ щодо його регулювання 256

Максимова Т. Д., Сотніков Я. С. Дефолт: сутність, причини та наслідки 259

Мелєх А. С. Створення ефективної системи управління персоналом на підприємстві 262

Мілінтеєва Р. Є. Шляхи удосконалення кадрової політики на підприємстві 265

Міняйленко К. О. Підходи до розробки конкурентної стратегії комерційного банку за умов нестабільного ринку.....267

Міняйленко К. О. Огляд підходів до аналізу фінансово-економічної безпеки банківської діяльності.....269

Morozov A. S. Who should take a crisis leadership role.....272

Москаленко З. О. Методичний підхід до визначення стратегічної позиції підприємства сільськогосподарської галузі 274

Nagorna A. V. Theoretical analysis of e-commerce and e-business confusion 277

Нарижная К. А. Классификация рисков инвестиционных проектов в Украине 280

Непран І. В. Проблеми та перспективи розвитку системи маркетингових досліджень підприємств в Україні 282

Нерода А. Ю. Аудит розрахунків з оплати праці та типові порушення, виявлені під час його проведення 285

Neronova A. A. The organization of marketing activity on the enterprise 288

Нікітченко М. В. Фінансові ризики в банківській системі та методи їх усунення 289

Новосел М. В. Построение модели интегрального показателя оценки уровня финансовой безопасности Украины 293

Оксак А. М. Організація контролю за реалізацією фінансової стратегії банку 296

Олійник В. В. Оптимізація структури капіталу за критерієм максимізації рівня прогнозованої фінансової рентабельності 299

Орлова Т. Г. Планування маркетингової діяльності підприємства 303

Оруджов А. О. Оцінювання рівня фінансового потенціалу підприємства за допомогою таксономічного аналізу 306

Осадчук О. В. Інформаційна безпека банку як складова його економічної безпеки 310

Охман А. Ф. Економіка України у перше десятиліття XXI ст. 312

Ocheredko K. M. Management structure under logistics outsourcing conditions 314

Павлова А. П. Метафизика и диалектика: проблема научности 317

Павлюк С. В. Особливості процесу організації фінансової безпеки підприємства 319

Перепелица А. М. Информационно-технологическая революция в Украине 321

Плохая А. С. Основной вопрос философии 323

Піддубна А. А. Стимулювання збуту товару в системі роздрібної торгівлі 325

Підкопай М. О., Скібіна К. К. Застосування системи внутрішнього контролю для ідентифікації та оцінювання ризиків 328

Podryadchikov Y. The development of a culture based on business process management 331

Попов В. Є. Аналіз фінансових результатів діяльності підприємства 333

Попович К. В. Збутова політика та її вплив на діяльність підприємства 336

Попсуй О. Ю. Стратегія управління фінансовими ризиками 338

Потябін М. Ю., Лазарєв М. В. МВФ: передумови та етапи розвитку 341

Правденко В. Ю. Управление финансовой безопасностью коммерческого банка 343

Пригода А. В. Історичні аспекти застосування ПДВ в Україні 346

Пристінська М. В. Визначення оптимальної структури капіталу із застосуванням методу максимізації показника «рентабельність – фінансовий ризик» 349

Приходько А. В. Вплив державного боргу на фінансову безпеку України 352

Прохоренко П. О. Шляхи підвищення інвестиційної привабливості України 355

Прунчак В. М. Стратегічній аналіз банківської установи на основі SWOT-аналізу та PEST-аналізу 357

Пульна Н. П. Визначення основних проблем організації депозитних операцій банку та шляхів їх подолання 360

Радченко О. В. Аналіз та оцінювання стану інтелектуальної міграції населення 363

Рєпіна М. О. Еволюція поглядів і теоретичне обґрунтування поняття «економічне зростання» 365

Рєпіна М. О. Забезпечення сталого фінансово-економічного стану підприємства 367

Рєпіна Ю. О. Здійснення та ефективність реструктуризації підприємства 370

Рєпіна Ю. О. Еволюція поглядів на сутність поняття «праця» 372

Рубан В. В. Проблеми інтеграції України у світове господарство та її місце в ньому 374

Savchenko O. Y. The relevance of branding in the economy of Ukraine 376

Савченко М. П. Застосування методу аналізу ієрархій для математичного обґрунтування вибору методики оцінювання фінансової безпеки підприємства 377

Сакало Д. В. Оцінювання фінансової стійкості банку 380

Салій Н. В. Оцінювання та оптимізація фінансового стану банків України 384

Саліна А. В. Стратегічна карта як інструмент управління інвестиційною привабливістю підприємства 387

Svyrydov S. S. Increasing the product's competitiveness 390

Селецкая Д. Н. Цивилизационный подход Освальда Шпенглера 393

Семененко К. Э., Филатова А. Е. Сущность дефиниций «контроль» и «ревизия» 395

Сивоконь Т. М. Модели управления демографическими изменениями в регионе 397

Сирадоєва А. А. Концепції інвестиції в історії економічної думки 400

Слобода А. С. Проблемы конкуренции в монополизированной экономике Украины 402

Смирнова К. А. Стратегії управління прибутковістю банків 405

Сокирко Є. Інвестиції як елемент реалізації стратегії розвитку національної економіки.....408

Soloviova N. Impact of social networking on e-business.....411

Софеніна П. С. Внесок М. Х. Бунге у розвиток теорії грошей, кредиту та кредитно-грошового обігу 413

Стешкіна Н. В. Питання конкуренції в економічній думці ХХ ст. 416

Ткаченко М. О. Основні концепції інформаційного суспільства у сучасній філософії 420

Tolok D. O. The importance of marketing tools in competitiveness improvement of an enterprise 421

Тороєва В. О. Герменевтична філософія права та здійснення правосуддя в сучасному світі 423

Треус К. А. Імідж торговельного підприємства як фактор підвищення конкурентоспроможності 425

Трояченко М. В. Аналіз фінансової безпеки банку із застосуванням таксономічного методу 428

Усатий А. В. Організація аудиту фінансової звітності 432

Федорченко Е. Ю. Составляющие маркетинговой политики предприятия и проблемы ее разработки.....434

Филиппських О. С. Методичний підхід до інтегрального оцінювання фінансової безпеки банку.....438

Фімушкіна В. А. Визначення нових ринків збуту як складової підвищення міжнародної конкурентоспроможності ПАТ «Лисичанський склозавод «Пролетарій» 441

Фомкін А. А. Підходи та методи оцінювання конкурентоспроможності малих підприємств 444

Хаврюта Д. В. Аналіз кредитоспроможності на основі інтегрального показника фінансового стану позичальника.....447

Харченко А. Ю. Сущность и значение малого предпринимательства для экономики Украины 452

Хоміченко С. Є. Удосконалення комунікаційної політики підприємства 454

Хомюк А. В. Методика аудиту операцій із основними засобами 457

Хохлова К. С. Стратегічна карта як інструмент процесу управління фінансовими ресурсами банку 460

Хрумало А. Ю. Стратегічний аналіз внутрішнього середовища підприємства будівельної галузі 462

Хрякова О. В. Банківська система України: особливості розвитку та механізм регулювання.....465

Цибулько А. С. Технологія аналізу власного капіталу банку 467

Чабанова Л. О. Класифікація факторів виникнення проблемних кредитів 472

Chainikova H. A. The concept of innovation and the process of its development 477

Челпанов И. А. Становление монетаризма как отдельной школы экономической мысли 479

Чердаков С. Ю. Використання інвестиційних форм міжнародного бізнесу як фактор підвищення міжнародної конкурентоспроможності українських машинобудівних підприємств на території Російської Федерації 482

Черенкова И. С. Модель оптимального распределения дохода предприятия посредством интернет-рекламы 484

Чернега І. І. Управління дебіторською заборгованістю підприємства із застосуванням системи збалансованих показників 486

Черняк А. І. Банкрутство підприємства та методичні підходи до його оцінювання 490

Чухланцева А. М. Методичні підходи до оцінювання фінансово-економічної безпеки сільськогосподарських підприємств.....492

Шамбурова В. О. Інтегральне оцінювання стратегічної та тактичної ефективності діяльності підприємства 495

Шаповал Т. О. Розвиток іміджу бренда на основі використання PR-технологій.....498

Шевельдіна Г. Б. Аналіз поняття «грошові кошти».....502

Шевченко Ю. І. Реструктуризація підприємства як елемент антикризового управління 504

Шевченко Ю. И. Экономика независимой Украины и основные ее проблемы в рыночной системе хозяйствования 506

Шеховцева К. В. Підходи до категоріального визначення експортного потенціалу 508

Sliakhova A. Decision-making techniques.....512

Юшкевич Р. А. Обеспечение экономической безопасности предприятия с целью предотвращения его банкротства 514

Ягмур А. І. Управління кредитним ризиком банку шляхом побудови стратегічної карти 517

Yariomenko L. Certification and assessment of company personnel 521

Ясько В. В. Политкорректность как симулякр 525

Яцюк Т. Г. Інтернет-технології як напрям удосконалення комунікаційної політики підприємства 527

АНАЛІЗ ЯКОСТІ Й ЕФЕКТИВНОСТІ КРЕДИТНОГО ПОРТФЕЛЯ БАНКІВ УКРАЇНИ

УДК 336.717.061

Авдєйчик С. В.

Студент 4 курсу
фінансового факультету ХНЕУ ім. С. Кузнеця

Анотація. *Проаналізовано структуру та якість кредитного портфеля банків України; проведено аналіз основних аналітичних показників управління кредитним портфелем; визначено основну ціль і принципи кредитної політики для досягнення ефективної роботи банківської установи.*

Ключові слова: *кредитний портфель, кредитна політика, дохідність, ризиковість кредитного портфеля, якість, аналіз.*

Аннотация. *Проанализирована структура и качество кредитного портфеля банков Украины; проведен анализ основных аналитических показателей управления кредитным портфелем; определены основная цель и принципы кредитной политики для достижения эффективной работы банковского учреждения.*

Ключевые слова: *кредитный портфель, кредитная политика, доходность, рискованность кредитного портфеля, качество, анализ.*

Annotation. *The structure and quality of the loan portfolio of banks in Ukraine, the analysis of the main analytical indicators of credit portfolio management, the basic purpose and principles of credit policy to achieve the efficient operation of the banking institution.*

Keywords: *credit portfolio, credit policy, yield, riskiness of the loan portfolio, quality, analysis.*

Ситуація на кредитному ринку України поступово стабілізується, але структура кредитного портфеля банків характеризується рядом негативних чинників: скорочення кредитного портфеля фізичних осіб; завищення відсоткових ставок; значний ступінь доларизації кредитних портфелів. У зв'язку з цим розгляд та аналіз питань оптимізації якості і ефективності управління кредитним портфелем банків України набуває важливого значення, що зумовлює актуальність теми.

Сучасний стан банківської системи України характеризується значними динамічними коливаннями у змінних умовах фінансових ринків. Важливою умовою підвищення дієздатності банківської системи та розвитку кредитних відносин у країні покликана стати комплексна система економічного обґрунтування доцільності й ефективності кредитування. Ця система, по-перше, повинна сприяти пошуку варіантів найбільш прибуткового розміщення кредитних ресурсів; по-друге, гарантувати мінімізацію кредитних ризиків, через що перед менеджментом банків постає завдання вчасно оцінити масштаби можливих збитків, та ефективно управляти своїм кредитним портфелем. Тому аналіз та оцінка якості управління кредитним портфелем банку мають особливе значення для банку та для економіки країни в цілому.

Вивченню кредитного портфеля банку приділяли увагу такі українські вчені, як Васюренко О. [1], Сидоренко В. [4], Дьомін О. [5], Устинко О. та ін. Серед зарубіжних дослідників, які зробили внесок у розробку цієї проблеми, варто відзначити Грубера М., Гроппелі А., Елтона Е., Лінтнера Дж., Неймана Дж., Шарпа У.

Визначальними елементами кредитної політики банку є розробка певних стандартів, за допомогою яких визначається якість усіх кредитів, а також здійснюється оцінка проблемних і сумнівних кредитів, приймаються управлінські рішення. Як на етапі розробки, так і на етапі контролю за реалізацією кредитної політики важливим аспектом виступає оцінка якості кредитного портфеля банку.

Формування кредитного портфеля є одним із основоположних моментів у діяльності банку. Банки проводять аналіз кредитного портфеля, що здійснюється у двох напрямах: аналіз структури та динаміки кредитного портфеля; якісний аналіз кредитного портфеля (рис. 1).

Якість кредитного портфеля банку відображає відповідність структури його кредитних операцій базовим принципам організації кредитування з огляду на забезпечення поверненості, строковості та платності наданих коштів. Ці параметри загалом характеризують ступінь кредитного ризику та рівень дохідності кредитних операцій банку, що виступають стратегічними цілями його кредитної політики.

Кредитний портфель банківських установ здебільшого становить від третини до половини всіх активів банків. Станом на 1 січня 2014 р. частка наданих кредитів у структурі загальних активів банків України становила 64,3 % [1]. Частка довгострокових кредитів зменшується, що є негативним явищем, оскільки свідчить про погіршення довіри до позичальників із боку банківських установ. Неабиякий вплив на діяльність банків спричинили

© Авдєйчик С. В., 2015

кризові явища, що позначилося насамперед на підвищенні обсягів простроченої заборгованості за кредитами, зафіксувавши найбільше значення за підсумками 2011 р. на рівні близько 85 млрд грн. Наразі частка простроченої заборгованості зменшується, але все ж таки є досить значною, щоб стверджувати про достатній рівень якості кредитного портфеля банків України (табл. 1).

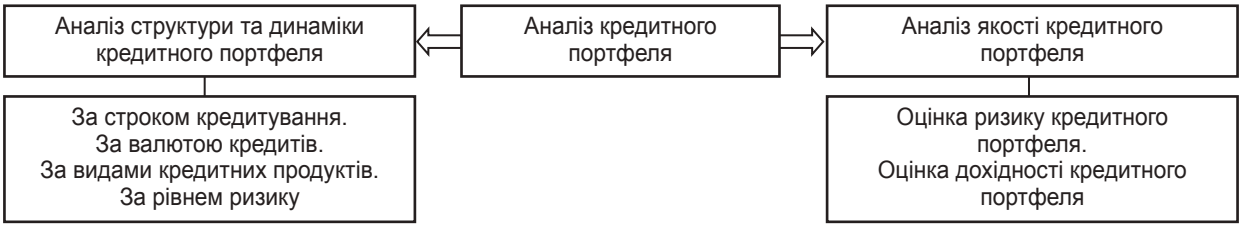

Рис. 1. **Напрями аналізу кредитного портфеля банку**

Таблиця 1

Основні показники діяльності банків України (млрд грн)

Назва показника	01.01.2010	01.01.2011	01.01.2012	01.01.2013	01.01.2014
Активи банків	926 086	880 302	942 088	1 054 280	1 127 192
Загальні активи	973 332	1 001 626	1 090 248	1 211 540	1 267
Кредити надані	792 244	747 348	755 030	825 320	815 327
Довгострокові кредити	507 715	441 778	420 061	426 430	394 246
Частка довгострокових кредитів, %	64,09	59,11	55,64	51,67	48,35
Прострочена заборгованість за кредитами	18 015	69 935	84 851	79 292	72 520
Резерви під активні операції банків	48 409	122 433	148 839	157 907	141 319

Далі проаналізуємо коефіцієнт використання потужностей – відношення чистих кредитних вкладень до розміру сукупних активів, який показує, наскільки банк використовує наявні в його розпорядженні ресурси для операцій кредитування. Рекомендованими значеннями показника НРА «Рюрік» визначає діапазон від 0,65 до 0,70 [6]. Значення показника наведено в табл. 2.

Таблиця 2

Коефіцієнт використання потужностей банків України

	Група 1	Група 2	Група 3	Група 4	В цілому по системі
01.01.2013	0,68	0,59	0,59	0,56	0,65
01.01.2012	0,66	0,61	0,57	0,55	0,63

Як бачимо, рекомендовані значення підтримуються на відносно прийнятому рівні лише серед банків першої групи, насамперед за рахунок значної питомої ваги активів у загальному обсязі активів банківської системи.

Важливим аспектом аналізу якості кредитного портфеля банків є вивчення частки прострочених кредитів, що наведені в табл. 3 [6; 7].

Таблиця 3

Структура прострочених кредитів, наданих банками України станом на 01.01.2014 р.

Кредити	Обсяг, млн грн	Структура, %	За строками погашення					
			До 1 року		Від 1 до 5 років		Більше 5 років	
			Обсяг, млн грн	Структура,%	Обсяг, млн грн	Структура, %	Обсяг, млн грн	Структура, %
У національній валюті	29355	53,6	12563	65,4	15225	50,3	1567	29,9
В іноземній валюті	25394	46,4	6657	34,6	15061	49,7	3676	70,1
Усього	54749	100,0	19220	100,0	30286	100,0	5243	100,0

Наведені дані показують, що найбільшу частку прострочених кредитів складають кредити в національній валюті – 53,6 %, з них 65,4 %. – це прострочені короткострокові кредити. Найбільшу питому вагу прострочених кредитів в іноземній валюті склали кредити понад 5 років – 70,1 %. Як відомо, однією з основних причин такої ситуації стало залучення банками зовнішніх запозичень в іноземній валюті з метою подальшого кредитування в Україні. За оцінками агентства Standard & Poor's, на кінець першого півріччя 2009 р. зовнішній борг банківського сектора України досяг 35,7 млрд дол., або майже 30 % сукупних зобов'язань банків.

Загалом якість кредитного портфеля поліпшилася в 2014 р., при цьому частка проблемних кредитів знизилась до 9,6 % на кінець 2014 р. Порівняно з 11,2 % станом на 01.01.2014 р. Частково – це результат відновлення кредитування. Але головною причиною покращення була активізація продажу проблемних кредитів третім особам.

На думку Дьоміна О. О., оптимальним для всіх банків можна вважати кредитний портфель зі структурою, у якій найбільшу питому вагу займає група «під контролем», а найменшу – «сумнівні кредити» (рис. 2) [5].

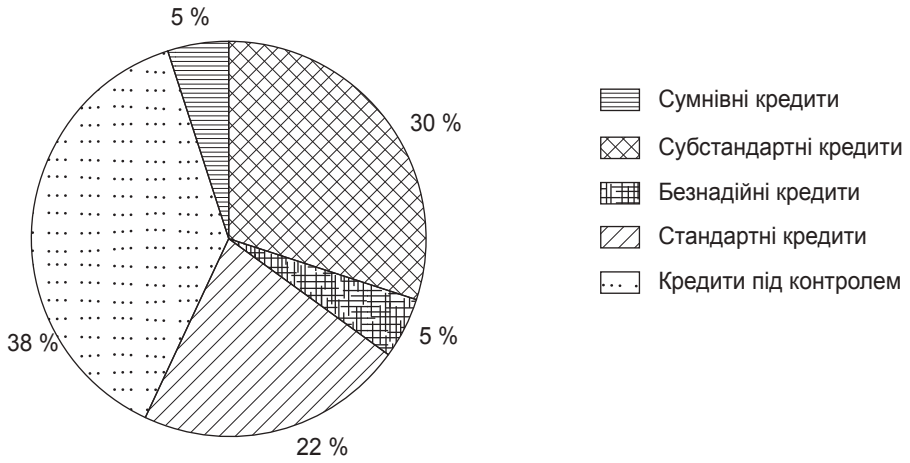

Рис. 2. **Оптимальний кредитний портфель**

Таким чином, основним завданням управління кредитним портфелем банку є досягнення балансу його складових. Тому досягнення врівноваженого стану кредитного портфеля банку можливе лише за умови здійснення ефективної кредитної політики.

Коефіцієнт забезпечення резервами кредитних вкладень характеризує якість кредитного портфеля банку, а також необхідний середній розмір резервів на кожну одиницю виданих кредитів. Позитивною динамікою є зниження показника (табл. 4). Тенденція до зменшення показника свідчить про поступове очищення кредитних портфелів від проблемної заборгованості [8].

Таблиця 4

Коефіцієнт забезпечення резервами кредитних вкладень банків України,%

	Група 1	Група 2	Група 3	Група 4	В цілому по системі
01.01.2013	18,3	22,2	20,1	11,3	18,6
01.01.2012	18,9	21,0	10,1	12,8	18,2

Зменшення значень коефіцієнта спостерігалось серед банків 2-ї та 3-ї груп. Серед банків 1-ї та 4-ї груп коефіцієнт зріс на 0,6 п.п. (до 18,9 %) та 1,5 п.п. (до 12,8 %). Тож можна стверджувати, що кредитний портфель 3-ї групи є найбільш якісним, а кредитний портфель банків 4-ї групи – найменш якісним.

Отже, формування та управління кредитним портфелем у цілому по Україні має деякі недоліки, які потребують розробки заходів щодо їх удосконалення. Слід зазначити, що діяльність банківських установ на ринку банківських послуг не є однаково успішною. Значна кількість банків ще не оговталася від нещодавніх кризових явищ, їх кредитна політика ще й досі є стриманою, обсяги сформованих кредитних портфелів скорочуються, що, у свою чергу, призводить до зниження дохідності кредитних операцій банків, обсяги простроченої заборгованості залишаються досить високими, а значна частка вільних ресурсів акумулюється у вигляді резервів на покриття збитків. Тож приділення достатньої уваги підвищенню якості й ефективності управління кредитним портфелем залишається пріоритетним питанням для забезпечення стабільного й успішного функціонування як окремих банків, так і всієї банківської системи України.

Науковий керівник – канд. екон. наук, доцент Тищенко В. Ф.

Література: 1. Васюренко О. В. Інструментарій аналізу в системі кредитного ризик-менеджменту : монографія / О. В. Васюренко, В. Ю. Подчесова. – Київ : УБС НБУ, 2010. –191 с. **2.** Васюренко О. В. Сучасні концепції управління кредитним ризиком банку / О. В. Васюренко, В. Ю. Подчесова // Актуальні проблеми економіки. – 2011. – №1 (115). – С. 170–177. **3.** Рогожнікова Н. В. Аналіз стану та динаміки кредитної діяльності банків України / Н. В. Рогожнікова // Фінансовий простір. – 2012. – № 1 (5). – С. 30–34. **4.** Сидоренко В. А. Кредитна діяльність вітчизняних банків у сучасних умовах / В. А. Сидоренко // Науковий вісник НЛТУ. – 2012. – № 22.10. – С. 246–251. **5.** Дьомін О. О. Політика регіонального розвитку в умовах поглиблення ринкових реформ в Україні / О. О. Дьомін // Економіка України. – 2003. – № 6. – С. 10–16. **6.** Бюллетень Національного банку України. – 2014. – № 2. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://www.bank.gov.ua/doccatalog/document;jsessionid=A20F5AF5DB54047A9607F055D51FDCB1?id=109908. **7.** Основні показники діяльності банків України [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://www.bank.gov.ua/Bank_supervision /dynamics.htm. Офіційний сайт НБУ [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://www.bank.gov.ua.

МЕТОДИЧНІ ПІДХОДИ ЩОДО ОЦІНКИ ФІНАНСОВОГО СТАНУ В СИСТЕМІ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЕКОНОМІЧНОЇ БЕЗПЕКИ ПІДПРИЄМСТВА

УДК 005.52:658.14.17

Аверін Ю. С.

Студент 5 курсу
факультету обліку і аудиту ХНЕУ ім. С. Кузнеця

Анотація. *Висвітлено сутність фінансового стану підприємства та мету його аналізу. Наведено значення аналізу фінансового стану для забезпечення економічної безпеки підприємства, основні методи оцінки фінансового стану підприємства.*

Ключові слова: *фінансовий стан, методи аналізу, економічна безпека, коефіцієнтний метод, рівноважний метод.*

Аннотация. *Освещена сущность финансового состояния предприятия и цель его анализа. Представлено значение анализа финансового состояния для обеспечения экономической безопасности предприятия. Приведены основные методы оценки финансового состояния предприятия.*

Ключевые слова: *финансовое состояние, методы анализа, экономическая безопасность, коэффициентный метод, равновесный метод.*

Annotation. *This article focuses on the nature of the financial condition of the company and the purpose of its analysis. It presents importance of financial analysis for economic security. It includes the basic methods of assessing the financial condition of the company, both traditional and modern.*

Keywords: *financial status, methods of analysis, economic security, coefficient method, the equilibrium method.*

Постановка проблеми. Ключовою проблемою багатьох вітчизняних підприємств є підвищення ефективності їх функціонування та забезпечення економічного зростання в умовах посилення конкуренції як на внутрішньому, так і на зовнішньому ринках. Інструментом подолання вказаної проблеми є фінансовий аналіз, який покликаний ідентифікувати зміни фінансових результатів, контролювати відношення фінансових показників підприємства та його головних конкурентів, визначати загрозу банкрутства, ризиків капіталовкладень, а також орієнтувати на вирішення ряду інших аспектів покращення фінансово-господарської діяльності з метою довгострокового планування розвитку та прийняття відповідних управлінських рішень. У зв'язку з цим постає питання про створення єдиної методики оцінки й аналізу їх фінансового стану як основи подальшого ефективного функціонування, забезпечення економічної безпеки, що припускає виділення, аналіз та оцінювання наявних загроз для кожної з функціональних складових і розробку на їх основі системи заходів, що попереджають і протидіють

© Аверін Ю. С., 2015

виникненню кризових явищ на підприємстві. Адже економічна безпека підприємств сьогодні є однією з найважливіших умов для забезпечення нормального функціонування і розвитку всієї сфери підприємництва.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Дослідженню значення та особливостей оцінювання фінансового стану на підприємстві присвячено ряд праць таких вітчизняних і зарубіжних учених, як А. О. Азарової, Ф. Ф. Бутинця, Є. В. Мних, Г. В. Савицької, Р. С. Сайфуліна, Н. Є. Сілічєвої, А. В. Чупіса, А. Д. Шеремета й ін.

Вищеназваним авторам вдалось успішно розділити аналіз фінансового стану підприємства на напрямки, за якими результати є більш правильними та зрозумілими. До кожного окремого взятого показника було розроблено пояснення та шляхи, за допомогою яких його можна покращити.

Водночас слід зауважити, що значна кількість питань теоретичного та прикладного характеру все ще залишається досить дискусійною: немає одностайності у визначенні єдиного підходу до здійснення оцінки фінансового стану, несистематизованою та неуніфікованою є система показників оцінки, з різних позицій трактуються їх порогові значення тощо.

Мета статті полягає у визначенні поняття «фінансовий стан підприємства» як основи забезпечення економічної безпеки, розгляданні мети аналізу фінансового стану підприємства, дослідженні наявних традиційних і сучасних методів аналізу фінансового стану підприємства, їх теоретичних і практичних аспектів.

Виклад основного матеріалу. Фінансовий стан підприємства – це комплексне поняття, що характеризується системою багатьох показників, які відображають наявність і розміщення коштів, реальні й потенційні фінансові можливості [5, с. 92]. Його можна уявити як міру забезпеченості підприємства необхідними фінансовими ресурсами, ефективністю їх розміщення й використання та своєчасного здійснення розрахунків за своїми зобов'язаннями.

Стабільне функціонування, розвиток і збільшення конкурентоспроможності підприємства багато в чому залежить від наявності надійної системи економічної безпеки підприємства, тобто забезпечення економічної безпеки виробництва від різних проявів зовнішнього та внутрішнього походження, що впливають на потенціал підприємства. Економічна безпека підприємства – це захищеність його діяльності від негативного впливу зовнішнього середовища, а також здатність швидко усунути виниклі загрози або пристосуватися до наявних умов, що негативно впливають на його діяльність [2, с. 34].

Основна ціль аналізу фінансового стану – це його оцінка та виявлення резервів його стабілізації й поліпшення та в подальшому організація раціональної фінансово-економічної політики.

Для досягнення основної мети аналізу фінансового стану підприємства можуть застосовуватися різні методи аналізу. Методи фінансового аналізу – це комплекс науково-методичного інструментарію для оцінки фінансового стану підприємства [1, с. 172]. Проаналізувавши літературні джерела авторів, які досліджували це питання, можна визначити такі методи оцінки фінансового стану підприємства: коефіцієнтний, комплексний, інтегральний, беззбитковий і рівноважний.

Коефіцієнтний метод передбачає розрахунок системи коефіцієнтів, що висвітлюють різні боки господарювання підприємства та враховують вплив як внутрішнього, так і зовнішнього середовищ на фінансовий стан підприємства.

Комплексний метод дає змогу виявити ті напрямки в діяльності підприємства, в яких виникають проблеми, а також дає змогу досліджувати причини, що їх зумовили.

Щодо інтегрального методу аналізу фінансового стану підприємства, то його слід використовувати тим підприємствам, які хочуть визначити свій фінансовий стан певним сукупним інтегральним показником. За допомогою цього методу розраховується інтегральний показник на базі узагальнюючих показників за рівнем платоспроможності, фінансової незалежності та якості активів підприємства [3, с. 61].

Беззбитковий метод базується на ролі операційного важеля у формуванні результатів діяльності підприємства, на можливості управління його витратами та результатами з метою досягнення необхідних показників беззбитковості виробництва. Критерієм оцінки фінансового стану підприємства в цьому випадку виступає запас фінансової міцності підприємства, тобто виторг від реалізації, що підприємство має після проходження порогу рентабельності [6]. Отже, чим вищий запас фінансової міцності у відсотках, тим стійкіший фінансовий стан підприємства.

Рівноважний метод базується на понятті ліквідності й оцінці фінансового стану підприємства з позицій досягнення рівноваги між ліквідними потоками у сфері господарсько-інвестиційної та фінансової діяльності підприємства. Перша виступає як зона створення коштів, а друга – як зона споживання коштів. Сформовані та спожиті в них ліквідні грошові потоки мають назву результату господарської діяльності і результату фінансової діяльності відповідно. Рівність між цими результатами створює ситуацію ідеальної фінансової рівноваги підприємства, коли сукупний результат господарської і фінансової діяльності дорівнює нулю.

Цей метод апробований світовим досвідом. Його реалізація дала змогу встановити дев'ять типових ситуацій фінансового стану підприємства і розробити відповідні рекомендації загального характеру для досягнення

фінансово-господарської рівноваги у разі відхилення підприємства від лінії рівноваги чи зони безпеки, що є дуже цінним під час використання саме цього методу [4, с. 190].

Основними критеріями вибору того чи іншого методу оцінки фінансового стану підприємства можуть бути:

– часові обмеження. Якщо оцінку потрібно здійснити найближчим часом, то не рекомендується використовувати коефіцієнтний, комплексний чи інтегральний методи;

– обширність аналізу. Такі методи аналізу, як беззбитковий і рівноважний, не враховують таких видів діяльності підприємства, як конкурентоспроможність, кредитоспроможність, ділова активність тощо;

– наявність доступу до детальної інформації про діяльність підприємства. Якщо така існує, то варто обрати комплексний або коефіцієнтний підхід [8, с. 115].

Поряд із традиційними методиками, які переважно ґрунтуються на фінансових показниках самого підприємства, з'являються нові ринкові концепції, які оперують сучасними поняттями, прийомами, методами та моделями фінансового аналізу стану суб'єктів господарювання. До таких методів відносяться: стратегічний дью-діліджденс, діагностичний бенчмаркінг, нечітко-множинний метод і метод економічних нормалей.

Переваги застосування цих сучасних методів діагностики полягають у можливості взаємного доповнення окремих притаманних бізнесу якісних характеристик внутрішнього і зовнішнього оточення підприємства та розрахунків кількісних показових критеріїв підприємницької діяльності.

Дью-діліджденс – це процедура всебічного аналізу й перевірки правових, податкових, фінансових та інших аспектів діяльності компанії, яка використовується для прийняття рішень щодо здійснення консультування, докорінних перетворень підприємств, проведення операцій злиття та поглинання і винесення рішень про допуск цінних паперів до котирування на біржі. Дью-діліджденс має проводитися аналітичною групою у складі юристів, фінансових аналітиків, а також фахівців із питань бухгалтерського обліку, що враховують обставини, які свідчать про високий рівень ризику вкладень у підприємство: занижені показники потреби в капіталі, незавершені судові процедури, конфлікти щодо прав власності [7, с. 289].

Діагностичний бенчмаркінг, головним чином, передбачає вивчення схожих і однакових бізнес-процесів на прикладі інших успішних підприємств для проведення їх порівняння зі своєю діяльністю, а також виявлення слабких місць, визначення факторів успіху за параметрами: репутація підприємства, технології виробництва, якість товарів, ціна продукції, нові продукти, канали збуту товарів, віддаленість від джерел сировини.

Щодо використання нечітко-множинного методу діагностики стану підприємства, то можливим стає навіть такий аспект діагностики, як встановлення рівня ризику виникнення банкрутства. Для налаштування моделей нечітких множин і нечіткої логіки експертами використовуються числові та нечислові дані. Висновок щодо діагностики підприємства здійснюється на основі нечітких понять, які допомагають моделювати виробничі, фінансові, інвестиційні та комерційні аспекти діяльності.

Метод економічних нормалей зазвичай практично реалізується завдяки використанню «золотого правила економіки підприємства» й інших економічних нормалей, які враховують зміни собівартості продукції, темпи зростання продуктивності праці тощо. Логічним є застосування у моделях також нефінансових показників, що відображають соціальні, екологічні результати діяльності та ведуть до певних економічних наслідків. Врахування їхньої порівняльної динаміки є необхідним для продовження ланцюга послідовних співвідношень економічних нормалей.

Українські компанії повільно, але все ж таки впроваджують сучасні методи діагностики фінансового стану підприємства, особливо методи дью-діліджденсу та діагностичного бенчмаркінгу. За оцінками експертів, процедура дью-діліджденс через 5 років стане такою ж популярною, як і в розвинених країнах Європи.

Висновок. Аналіз фінансового стану підприємства дає якісну та кількісну інформацію про його діяльність, що необхідна для багатьох суб'єктів ринку.

Існує широке коло користувачів результатів економічного аналізу фінансового стану підприємства. Виділяють внутрішніх і зовнішніх користувачів фінансової інформації.

Економічна безпека підприємства може бути визначена як стан найбільш ефективного використання корпоративних ресурсів підприємства, виражений у найкращих значеннях фінансових показників прибутковості й рентабельності бізнесу. Оцінка поточного рівня забезпечення економічної безпеки підприємства по фінансовій складовій здійснюється на основі докладного аналізу загроз негативних впливів на фінансовий стан підприємства і можливих збитків, зазнаних підприємством внаслідок реалізації цих негативних впливів, а також існуючої на підприємстві системи аналізу й оцінки всебічних результатів його фінансово-господарської діяльності в розрізі діагностики фінансового стану підприємства як підґрунтя забезпечення його економічної безпеки.

Здійснення фінансової діагностики підприємства допоможе віднайти недоліки діяльності підприємства та розробити комплекс дій з його вдосконалення і відповідно забезпечити перехід суб'єкта господарської діяльності з групи «хворих» до групи «здорових» підприємств, що націлені на довгострокове успішне функціонування.

Отже, було виділено традиційні методи аналізу фінансового стану підприємства. Основним недоліком перерахованих методів є відсутність стабільної сукупності нормативних значень.

Багато уваги у роботі було приділено сучасним методам діагностики фінансового стану суб'єктів господарської діяльності.

Під час здійснення стратегічного управління підприємством для мінімізації економічних ризиків і прийняття доцільних управлінських рішень варто проводити всебічний аналіз фінансового стану підприємства, який може базуватися як на традиційних, так і на сучасних підходах.

Науковий керівник – канд. екон. наук, доцент Петряєва З. Ф.

Література: 1. Азарова А. О. Математичні моделі та методи оцінювання фінансового стану підприємства / А. О. Азарова, О. В. Рузакова. – Вінниця : ВНТУ, 2010. – 384 с. **2.** Камлик М. І. Економічна безпека підприємницької діяльності. Економіко-правовий аспект : навч. посіб. / М. І. Камлик. – Київ : Атіка, – 2005. – 432 с. **3.** Карпенко Г. В. Шляхи удосконалення фінансового стану підприємства / Г. В. Карпенко // Економіка держави. – 2010. – № 1. – С. 61–62. **4.** Лук'янова В. В. Діагностика ризику діяльності підприємства / В. В. Лук'янова. – Хмельницький : ПП Ковальський В. В., 2007. – 412 с. **5.** Обущак Т. А. Сутність фінансового стану підприємства / Т. А. Обущак // Актуальні проблеми економіки. – 2009. – № 9. – С. 92–100. **6.** Олійник О. В. Стан економічного аналізу в Україні: проблеми адаптивності до інституційних запитів [Електронний ресурс] / О. В. Олійник // Міжнародний збірник наукових праць. – Режим доступу: http://eztuir.ztu.edu.ua/1110/1/17.pdf. **7.** Сілічєва Н. Є. Сутність Due Diligence (Дью Діліджанс) і можливі перспективи розвитку в Україні / Н. Є. Сілічєва // Економічний простір. – 2011. – № 45. – С. 288–291. **8.** Хотомлянський О. Л. Комплексна оцінка фінансового стану підприємства / О. Л. Хотомлянський, П. А. Знахуренко // Фінанси України. – 2007. – № 1. – С. 111–118.

ОЦІНКА ФІНАНСОВОГО ПОТЕНЦІАЛУ ПІДПРИЄМСТВА З ЗАСТОСУВАННЯМ МАТРИЦІ ФІНАНСОВИХ СТРАТЕГІЙ ФРАНШОНА І РОМАНЕ

УДК 658.15

Аветісян В. А.

Студент 4 курсу
фінансового факультету ХНЕУ ім. С. Кузнеця

Анотація. *Визначено рівень фінансового потенціалу підприємства за допомогою матриці Франшона і Романе. Встановлено стадію фінансового розвитку підприємства. Проведено оцінку наявних стратегічних альтернатив для фінансового потенціалу підприємства на основі матриці фінансових стратегій.*

Ключові слова: *фінансовий потенціал підприємства, стадія фінансового розвитку, фінансова стратегія підприємства, матриця фінансових стратегій Франшона і Романе.*

Аннотация. *Определен уровень финансового потенциала предприятия с помощью матрицы Франшона и Романе. Установлена стадия финансового развития предприятия. Проведена оценка имеющихся стратегических альтернатив для финансового потенциала предприятия на основе матрицы финансовых стратегий.*

Ключевые слова: *финансовый потенциал предприятия, стадия финансового развития, финансовая стратегия предприятия, матрица финансовых стратегий Франшона и Романе.*

Annotation. *The level of the company's financial capacity through Franshona and Roman matrix. Stages of the financial development of the enterprise. The evaluation of strategic alternatives available to the financial potential of the enterprise on the basis of the matrix of financial strategies.*

Keywords: *financial potential of the enterprise, financial development stage enterprise financial strategy, financial strategies matrix Franshona and novels.*

© Аветісян В. А., 2015

Особливістю здійснення стратегічного фінансового аналізу є те, що він є не лише ретроспективним, але і прогнозним, тобто оцінює перспективний стан фінансового потенціалу підприємства [2, с. 112]. Однією з найвідоміших стратегічних фінансових моделей є матриця Франшона і Романе. Вона дає змогу спрогнозувати «критичний шлях» підприємства на найближчі роки, намітити допустимі межі ризику та виявити поріг можливостей підприємства [8, с. 401]. Тому питання визначення фінансового потенціалу за допомогою матричних методів є досить актуальним.

Проблеми, пов'язані з застосуванням матриці фінансових стратегій, знайшли своє відображення у наукових працях таких учених, як: Бланк І. А., Дорофеєв М. Л., Горяінова С. Б., Горовий В. М., Семенов А. Г., Стоянова Е. С. та ін. [1–8]. Проте, попри значну кількість праць, присвячених використанню матриці фінансових стратегій, на практиці її застосування при оцінці фінансового потенціалу підприємства потребує подальшого дослідження.

Метою цієї статті є визначення фінансового потенціалу підприємства та оцінка наявних стратегічних альтернатив його підвищення на основі матриці Франшона і Романе.

В основу матриці входять такі основоположні категорії: РГД – результат господарської діяльності, РФД – результат фінансової діяльності та РФГД – результат фінансово-господарської діяльності [4; 7].

Розрахунок РГД, РФД та РФГД наведено в табл.1 [5; 6; 8].

Таблиця 1

Розрахунок параметрів матриці Франшона і Романе

Категорія	Формула розрахунку
РГД	Брутто-результат експлуатації інвестицій – Зміна величини фінансово-експлуатаційних потреб – Виробничі інвестиції + Звичайні продажі майна
РФД	Зміна позикових коштів - Відсотки банку – Податок на прибуток – Виплачені дивіденди + Суми, отримані від емісії акцій – Кошти, вкладені у статутні фонди інших підприємств – Довгострокові фінансові вкладення + Отримані відрахування від прибутку заснованих підприємств і доходи від інших довгострокових фінансових вкладень
РФГД	РГД + РФД

Залежно від результатів фінансової та господарської діяльності підприємства в матриці (рис. 1) виділяють 9 типів фінансової стратегії, які об'єднані в 3 групи:

Зона рівноваги проходить по діагоналі АВ (квадранти 1, 2, 3) – характеризується посередніми результатами діяльності. Зона успіхів (квадранти 4, 5, 6) – характеризується позитивним потоком коштів хоча б від одного з видів діяльності. Зона дефіциту (квадранти 7, 8, 9) – характеризується відтоком коштів хоча б по одному з видів діяльності [5, с. 54]. Квадранти 4, 8, 5 пов'язані зі створенням ліквідних засобів фірмою. Квадранти 7, 6, 9 пов'язані зі споживанням ліквідних засобів По вертикалі РГД пов'язаний із реалізацією фірмою інвестиційних проектів. По горизонталі РФД пов'язаний зі зростанням залучення фірмою коштів [6, с. 49].

A

Стадія фінансового розвитку	Гальмування	Стабілізація	Зростання
	РФД < 0	РФД → 0	РФД > 0
РГД > 0	1 РФГД → 0	4 РФГД > 0	6 РФГД >> 0
РГД → 0	7 РФГД < 0	2 РФГД → 0	5 РФГД > 0
РГД < 0	9 РФГД << 0	8 РФГД < 0	3 РФГД → 0

B

Рис. 1. **Матриця фінансових стратегій Франшона і Романе**

Розглянемо можливі положення підприємства на матриці фінансової стратегії і можливі шляхи їх зміни [1–8]:

Квадрант 1. Батько сімейства. Фактичні темпи приросту його капіталу є меншими за можливі, тобто задіяні не всі ресурси. Можливий перехід у квадранти 4, 2 і 7.

Квадрант 2. Стійка рівновага. Підприємство не женеться за конкурентами й не є останнім на ринку. У цій ситуації підприємство знаходиться в стані фінансової рівноваги. Можливий перехід у квадранти 1, 4, 7, 5, 3, 6.

Квадрант 3. Нестійка рівновага. Стан характеризується відсутністю власних вільних засобів і використанням привернутого капіталу. Ситуація може спостерігатися після виконання інвестиційного проекту. Можливі шляхи виходу у 6, 2 і 5.

Квадрант 4. Рантьє. Підприємство не використовує всі свої потенційні можливості з нарощування оборотних коштів або прискорення їх обігу. Наявні вільні засоби для здійснення проектів під час використання позикового капіталу. Перехід у квадранти 1, 2, 7.

Квадрант 5. Атака. Надлишок власних засобів дозволяє розширити свій сегмент ринку. Перехід у квадранти 2, 8 та 6.

Квадрант 6. Материнське товариство. Підприємство, що знаходиться у цьому квадранті, створює дочірні підприємства. Зазвичай це відбувається за рахунок позикового капіталу. Перехід у квадранти 4, 5.

Квадрант 7. Епізодичний дефіцит. Дефіцит ліквідних засобів через розбіжність термінів надходження і витрачання засобів. Перехід у квадранти 2, 8, 9.

Квадрант 8. Дилема. Характеризується тим, що, незважаючи на збільшення довгострокових і поточних зобов'язань, підприємство постійно відчуває нестачу ліквідних активів. Перехід у квадрант 7 або 9.

Квадрант 9. Кризовий стан підприємства. Необхідність зменшувати усі інвестиції або дробити підприємство. Можливий перехід у 6 або 7.

Для побудови матриці будемо використовувати фінансову звітність ПАТ «Електромашина» за 2012–2014 рр. Результати розрахунку РГД, РФД та РФГД наведено в табл. 2.

Таблиця 2

Визначення положення підприємства у квадрантах матриці Франшона і Романе

Показник	Роки		
	2012	2013	2014
РГД	31504	37437	40847
РФД	-20520	-18063	-8064
РФГД	10984	19374	32783
Логічне значення РГД	РГД > 0	РГД > 0	РГД > 0
Логічне значення РФД	РФД < 0	РФД < 0	РФД ≈ 0
Номер квадранта	1	1	4

Як видно на рис. 2, в 2012 р. підприємство перебуває у квадранті 1 «Батько сімейства». Цей квадрант із зони рівноваги матриці, темпи зростання його капіталу менше за можливі, а отже, задіяні не всі наявні резерви використання ресурсів. ПАТ «Електромашина» дійсно має постійне надходження коштів від господарської діяльності, але воно не використовує весь фінансовий потенціал.

	РФД < 0	РФД → 0	РФД > 0
РГД > 0	2012 → 2013 (1)	4 (2014)	6
РГД → 0	7	2	5
РГД < 0	9	8	3

Рис. 2. **Положення ПАТ «Електромашина» в матриці Франшона і Романе в 2012–2014 рр.**

За результатами 2013 р. підприємство не змінює свого положення в матриці, що свідчить про незмінний рівень його фінансового потенціалу. Але в 2012–2013 рр. у нього відбувається прискорення майже всіх показників оборотності. За рахунок цього в 2014 році відбувається перехід в квадрант 4 «Рантьє». При стабільній економічній ситуації, зростанні або стабільному рівні рентабельності і незначній конкуренції на ринку можливі переміщення у квадрант 1, а при погіршенні показників – у квадрант 7. При значному зростанні рентабельності і прискоренні оборотності коштів можливе переміщення у квадрант 2.

Враховуючи той факт, що в 2014 р. у підприємства відбувається погіршення показників оборотності, скорочення рентабельності, зважаючи на економічну й політичну нестабільність у країні, враховуючи погіршення зовнішніх відносин, що обернулося для підприємства суттєвим скороченням обсягу замовлень, зважаючи на специфіку діяльності ПАТ «Електромашина» і обмеженість ринком збуту, можемо спрогнозувати погіршення фінансових показників підприємства в найближчий період, а отже, – і скорочення його фінансового потенціалу. Таким чином, найбільш вірогідним для підприємства в наступному періоді є переміщення у квадрант 7 «Епізодичний дефіцит».

Отже, використання матриці фінансових стратегій дає можливість спрогнозувати стратегію підприємства в короткостроковій перспективі, а також допомагає розробляти комплекс заходів для найбільш ефективного використання всіх фінансових ресурсів підприємства та підвищення рівня його фінансового потенціалу.

Науковий керівник – канд. екон. наук, старший викладач Гаврильченко О. В.

Література: 1. Бланк И. А. Финансовая стратегия предприятия / И. А. Бланк. – Киев : Эльга ; Ника-Центр, 2004. – 720 с. **2.** Бланк И. А. Финансовый менеджмент : учеб. курс / И. А. Бланк. – Киев : Эльга ; Ника-Центр, 2004. – 656 с. **3.** Горяинова С. Б. Определение стадии финансового развития предприятия в процессе разработки финансовой стратегии / С. Б. Горяинова // Інноваційна економіка. – 2011. – № 18. – С. 267–269. **4.** Дорофеев М. Л. Особенности применения матрицы финансовых стратегий Франшона и Романе в стратегическом финансовом анализе компании / М. Л. Дорофеев // Финансы и кредит. – 2009. – № 23 (359). – С. 51–56. **5.** Методичні вказівки до виконання контрольних робіт з дисципліни «Економічна діагностика» для студентів заочної форми навчання / Укл. Д. А. Горовий, К. О. Горова. – Харків : ХНАДУ, 2012. – 56 с. **6.** Практикум з навчальної дисципліни «Стратегічне управління» для студентів спеціальності 8.03050801 "Фінанси і кредит" усіх форм навчання / Укл. І. В. Журавльова, О. О. Порожняк. – Харків : Вид-во ХНЕУ, 2014. – 80 с. **7.** Семенов А. Г. Матриця фінансових стратегій [Електронний ресурс] / А. Г. Семенов. – Режим доступу : http://www.nbuv.gov.ua/ portal/Soc_Gum/ Venu /2008_2/33.pdf. **8.** Стоянова Е. С. Финансовый менеджмент: теория и практика / Е. С. Стоянова. – М. : Перспектива, 2010. – 656 с.

ОЦЕНКА СОЦИАЛЬНОЙ БЕЗОПАСНОСТИ УКРАИНЫ

УДК 005.35 (477)

Андрус Е. Д.

Студент 4 курса
факультета экономической информатики ХНЭУ им. С. Кузнеца

Аннотация. *Исследована проблема обеспечения социальной безопасности в стране. Выведена формула расчета показателя социального неблагополучия.*

Ключевые слова: *социальная безопасность, социальное неблагополучие, тенденция, покупательная способность, индекс.*

Анотація. *Досліджено проблему забезпечення соціальної безпеки у країні. Виведено формулу розрахунку показника соціального неблагополуччя.*

Ключові слова: *соціальна безпека, соціальне неблагополуччя, тенденція, купівельна спроможність, індекс.*

Annotation. *The problem of ensuring social security in the country. Formulas for calculation of indicators of social distress.*

Keywords: *social security, social distress, trend, purchasing, power, index.*

© Андрус Е. Д., 2015

Проблема обеспечения национальной безопасности является первостепенной для каждого государства. Для Украины в период поиска новых векторов развития и стабилизации социального устройства влияние негативных факторов угрожает безопасному развитию страны. Экономическая безопасность на сегодняшний день выходит на приоритетные позиции, так как именно экономическая стабильность является основой для независимости любого государства [1].

Экономическая безопасность страны имеет достаточно сложную структуру. Основными ее структурными элементами являются: энергетическая безопасность, финансовая безопасность, социальная безопасность, инновационно-технологическая безопасность, продовольственная безопасность, внешнеэкономическая безопасность, экологическая безопасность.

В настоящее время существует большое количество научных работ отечественных и зарубежных авторов, посвященных проблеме социальной безопасности (СБ) как ключевого элемента экономической безопасности [3]. Однако до сих пор ученым не удалось выработать единых обоснованных стратегических подходов к оценке социальной безопасности [2]. В зарубежной литературе существуют примеры вычисления индексов для измерения социального неблагополучия (*СН*). Например, российский исследователь А. А. Давыдов [9] предложил следующую модель индекса *СН*:

$$CH = \mathrm{Ln}((X_0 \cdot X_1 \cdot X_2 \cdot X_3 \cdot X_4) / (X_5 \cdot X_6)),$$

где *СН* – значение индекса социального неблагополучия;

Ln – знак натурального логарифма;

X_0 – потери вследствие забастовок (человеко-дни);

X_1 –- количество зарегистрированных умерших;

X_2 – количество зарегистрированных разводов;

X_3 – количество зарегистрированных безработных;

X_4 – количество зарегистрированных преступлений;

X_5 – количество зарегистрированных рождений;

X_6 – покупательная способность средней заработной платы ($X_6 = m/k$, где m – среднемесячная заработная плата в данном субъекте, k – стоимость продовольственной корзины).

Как отмечает А. Давыдов, индекс *СН* содержит ответ на вопрос: сколько на одного родившегося ребенка приходится смертей, разводов, безработных, зарегистрированных преступлений, потерь вследствие забастовок, то есть каково давление отрицательных явлений. При этом, защитой в противостоянии действию отрицательных факторов выступает фактор материального благополучия – покупательная способность средней заработной платы. Методика расчёта и выбранные показатели дают основания считать возможным использование такого индекса для характеристики социального неблагополучия Украины. Однако следует внести некоторые изменения в модель расчета индекса.

Во-первых, статистические данные о потерях человеко-часов в Украине из-за забастовок свидетельствуют о том, что забастовки (особенно на уровне региона) носят несистематический характер, и данный показатель не является значимым для расчёта индекса социального неблагополучия.

Во-вторых, предложенная методика расчета базируется на использовании абсолютных данных, а это обусловливает ее отдельные недостатки. В связи с этим для расчётов предлагается модифицированный индекс социального благополучия.

Модифицированный индекс социального неблагополучия. На основании индекса социального неблагополучия А. Давыдова и индикаторов социальной безопасности Украины можно сформировать новый индекс *СН* Украины. Для каждого из существующих индикаторов СБ Украины, представленных Министерством экономики Украины, рассчитан его удельный вес [6] (табл. 1).

Таблица 1

Индикаторы социальной безопасности Украины по методике расчёта уровня экономической безопасности Министерства экономики Украины

№	Индикатор	Удельный вес	Усл. обозначение
1	2	3	4
1	Доля населения с совокупными затратами, которые ниже 75 % медианного уровня совокупных расходов (уровень бедности), %	0,077	X_0

Окончание табл. 1

1	2	3	4
2	Доля населения со средними совокупными затратами на одного человека в месяц, которые ниже прожиточного минимума, %	0,072	X_1
3	Отношение средней зарплаты к прожиточному минимуму, раз	0,072	X_2
4	Отношение минимального размера пенсии к прожиточному минимуму	0,075	X_3
5	Отношение индекса номинальных совокупных ресурсов домохозяйств с индексом потребительских цен	0,074	X_4
6	Отношение совокупных расходов 10 % наиболее обеспеченного населения к 10 % наименее обеспеченного	0,071	X_5
7	Доля расходов на питание (продовольственные товары и питание вне дома) в общем объеме потребительских денежных расходов домохозяйств, %	0,079	X_6
8	Уровень безработицы (по методологии МОТ), %	0,077	X_7
9	Уровень длительной безработицы в трудоспособном возрасте (отношение численности безработных более шести месяцев в общей численности безработных), %	0,064	X_8
10	Количество впервые зарегистрированных случаев заболеваний на 100 чел.	0,074	X_9
11	Наличие жилого фонда в среднем на человека, м^2	0,062	X_{10}
12	Объем расходов сводного бюджета на здравоохранение, % к ВВП	0,063	X_{11}
13	Объем расходов сводного бюджета на образование, % к ВВП	0,074	X_{12}
14	Охват выпускников 9-х классов полным средним образованием, %	0,066	X_{13}

На основе представленных выше данных можно определить индекс неблагополучия по предложенной модели:

$$CH = ((X_0 \cdot K_0) + (X_1 \cdot K_1) + (X_3 \cdot K_3) + (X_4 \cdot K_4) + (X_6 \cdot K_6) + (X_7 \cdot K_7) + (X_8 \cdot K_8) + (X_9 \cdot K_9) + (X_{10} \cdot K_{10}))/$$
$$((X_2 \cdot K_2) + (X_5 \cdot K_5) + (X_{11} \cdot K_{11}) + (X_{12} \cdot K_{12}) + (X_{13} \cdot K_{13}))$$

Если $CH < 1$, то социальная безопасность в целом удовлетворительна, в противном случае – нет.

Таким образом, предложенная модель позволит увидеть состояние СБ в стране в целом. Существует еще один метод оценки социальной безопасности отдельных регионов и страны в целом на основе построения индекса СБ.

Индекс социальной безопасности. Представляет собой композиционный индекс.

Рассмотрим алгоритм построения такого индекса [8]:

1. Формирование матрицы исходных данных для n исследуемых показателей и m объектов – матрицы $X = (x_{ij})$, где x_{ij} – значение i-го показателя для j-го объекта, при этом $i = \overline{1,n}$, $j = \overline{1,m}$.

2. Разбивка множества исходных показателей на два подмножества.

$$P = [\{x_l : x_l - положительные\ характеристика\}, l \in L$$
$$N = \{x_s : x_s - отрицательная\ характеристика\}, s \in S$$

Все показатели должны иметь однозначную интерпретацию, X = PUN.

3. Определение минимального $Min_i = \min\limits_j x_{ij}$ и максимального $Max_i = \max\limits_j x_{ij}$ значений каждого показателя.

4. Определение шага разбиения значений показателей $h_i = \dfrac{Max_i - Min_i}{r}$ на r интервалов.

5. Определение матрицы верхних границ интервалов $B = (b_{ik})$, где $b_{ik} = Min_i + kh_i$, $k = \overline{1,r}$.

6. Определение матрицы балльных оценок объекта путем присвоения соответствующего балла в зависимости от того, в какой интервал попадает значение каждого показателя – $A = (a_{ij})$, где $a_{ij} = k, \forall x_i \in P : x_{ij} \le b_{ik}, k = \overline{1,r}$ Или $a_{ij} = -k, \forall x_i \in N : x_{ij} \le b_{ik}, k = \overline{1,r}$. Таким образом, показателям, имеющим положительное значение, присваиваются положительные баллы, а показателям, имеющим отрицательное значение, – отрицательные.

7. Определение композиционного индекса: $I_j = \sum\limits_{i=1}^{n} a_{ij}, j = \overline{1,m}$.

Данный метод представляет собой один из важнейших методов статистики. Применение индексного метода позволяет объединить совокупность показателей, характеризующих различные аспекты социально-экономического положения региона, имеющих различные единицы измерения. Результатом работы метода является интегральный показатель, который позволяет получить вполне определенную, объективную характеристику. В данном случае будет сформирован индекс уровня СБ регионов и Украины в целом [1].

Для оценки влияния данных факторов на социальную безопасность регионов используем такие данные по регионам: количество трудоспособного населения, коэффициент рождаемости, коэффициент смертности, количество пенсионеров, уровень занятости, средняя заработная плата. Был рассчитан индекс СБ по предложенной формуле, и получены такие данные по Украине (табл. 2).

Таблица 2

Индекс СБ по Украине

Год	2007	2010	2011	2012
Индекс	334	291	257	213

С помощью данных расчётов можно заметить негативную тенденцию изменения уровня социальной безопасности Украины в последние годы.

Таким образом, предложенные методики вычисления индексов позволяют сравнивать регионы Украины по уровню социальной безопасности населения, анализировать тенденции (направления) и темпы изменения уровня социального неблагополучия в регионах и в Украине в целом; прогнозировать значения уровня социальной безопасности. Все это позволит повысить качество принимаемых управленческих решений в социальной сфере.

Научный руководитель – канд. экон. наук, доцент Прокопович С. В.

Литература: 1. Соціальна безпека: теорія та українська практика : монографія / І. Ф. Гнибіденко, А. М. Колот, О. Ф. Новікова та ін. ; за ред. І. Ф. Гнибіденка, А. М. Колота, В. В. Рогового. – Київ : КНЕУ, 2006. – 292 с. **2.** Абалкин Л. И. Экономическая безопасность Украины: угрозы и их отражение / Л. И. Абалкин // Вопросы экономики. – 2004. – № 12. – С. 4–13. **3.** Про затвердження Методики розрахунку рівня економічної безпеки України [Электронный ресурс] : Наказ Міністерства економіки України від 02.03.2007 № 60. – Режим доступа : http://search.ligazakon.ua/l_doc2.nsf/link1/ME07222.html. **4.** Пономаренко В. С. Экономическая безопасность региона: анализ, оценка, прогнозирование / В. С. Пономаренко, Т. С. Клебанова, Н. Л. Чернова. – Харьков : ИД «ИНЖЭК», 2004. – 144 с. **5.** Давыдов А. А. Индекс социального неблагополучия / А. А. Давыдов // Социологические исследования. – 1995. – № 10. – С. 118–128. **6.** Прокопович С. В. Механизм оценки и анализа социально-экономического развития регионов Украины / С. В. Прокопович, Т. С. Клебанова // Вісник Харківського державного економічного університету. – 2001. – № 3 (19). Спецвип. – С. 30–34.

ПОБУДУВА СТРАТЕГІЧНОЇ КАРТИ В РАМКАХ РЕАЛІЗАЦІЇ АНТИКРИЗОВОГО УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВА ЖИТЛОВО-КОМУНАЛЬНОЇ ГАЛУЗІ

УДК 336.71

Аненко С. Ю.

Магістрант 1 року навчання
фінансового факультету ХНЕУ ім. С. Кузнеця

Анотація. *Розроблено стратегічну карту стосовно попередження кризового стану на підприємстві житлово-комунальної галузі на прикладі КП «Міськводоканал». Створено систему антикризових заходів. Застосовано методику побудови стратегічних карт на конкретному підприємстві. Організовано заходи щодо контролю за дотриманням обраної стратегії.*

Ключові слова: *стратегічна карта, стратегічне управління, антикризове управління підприємством, житлово-комунальна галузь, стратегічний підхід.*

Аннотация. *Разработана стратегическая карта по предупреждению кризисного состояния на предприятии жилищно-коммунальной отрасли на примере КП «Міськводоканал». Создана система антикризисных мероприятий. Применена методика построения стратегических карт на конкретном предприятии. Организованы мероприятия по контролю за соблюдением выбранной стратегии.*

Ключевые слова: *стратегическая карта, стратегическое управление, антикризисное управление предприятием, жилищно-коммунальная отрасль, стратегический подход.*

Annotation. *A strategic map on the prevention of crisis situation in the housing and communal sector using KP "Miskvodokanal" as an example, was developed. Created a system of anti-crisis measures. The technique of construction of strategic maps for a particular enterprise has been used. Organized activities to control compliance with the chosen strategy.*

Keywords: *strategic map, strategic management, crisis management, housing and utilities sector, strategic approach.*

Висока швидкість розвитку кризової ситуації підприємства і значні втрати, пов'язані з наслідками прийняття невірних управлінських рішень, визначають зростання значущості автоматизованих систем у підтримці прийняття управлінських рішень.

Фінансовий контроль називають функцією управління, завершальним етапом управлінського циклу, зворотним зв'язком. Фінансовий контроль як управлінську категорію пов'язують із необхідністю виконання фінансових планів, установлених норм у системі менеджменту, що надає можливість визначити мету фінансового контролю – виявлення відхилень і прийняття управлінських рішень за результатами контролю. Як функція управління контроль є об'єктивно необхідним. Він спрямовує процес управління за встановленими ідеальними моделями, коригуючи поведінку підконтрольного об'єкта. Відомо, що послаблення контрольної функції призводить до формалізму здійснення управління. Від дієвості фінансового контролю, таким чином, значною мірою залежать ефективність роботи органів управління й ефективність суспільного виробництва. Але контроль не можна протиставляти управлінню. Будучи функцією управління, контроль не може бути призначеним вирішувати завдання, що виходять за межі управління. Тому його призначення повинно відповідати завданням самого управління [1].

Незалежно від того, який підхід до розробки стратегії використовується, стратегічна карта надає універсальний і послідовний спосіб опису стратегії таким чином, щоб можна було не тільки встановлювати цілі та показники, але й керувати ними.

Основні аспекти визначення антикризового управління підприємством, визначення шляхів уникнення відповідних загроз досліджено у наукових працях учених: Ареф'євої О., Барановського О., Бланка І., Горячевої К., Єрмошенка М., Забродского В., Захарова О. та ін.

Дослідженню основних аспектів стратегічного управління підприємством приділяють увагу такі вчені, як: Шершеньова З., Демченко І., Ветлужських Е., Поканевич Ю., Трухан О. та ін.

Проте залишився поза увагою такий важливий аспект діяльності підприємства, як системна робота щодо попередження і недопущення небезпечних ситуацій, і визначення площини загроз для підприємства у стратегічній перспективі.

© Аненко С. Ю., 2015

Метою статті є дослідження науково-методичних аспектів формування стратегічної карти підприємства житлово-комунальної галузі в рамках реалізації антикризової стратегії.

Р. Каплан та Д. Нортон визначають стратегічну карту як один із найважливіших складових елементів стратегічного набору, що візуально відображає у вигляді схематичної моделі систему стратегічних цілей і цільових стратегічних показників у причинно-наслідковому зв'язку між ними для забезпечення чіткого їх усвідомлення й реалізації у стратегічному періоді [6].

Таким чином, стратегічна карта – це зв'язок між формуванням стратегії та її реалізацією. Стратегічна карта базується на таких принципах:

– стратегія урівноважує протилежні сили – короткострокові фінансові результати та довгострокові цілі спрямовані на стійке зростання прибутку;

– стратегія базується на диференційованій за цінністю пропозиції споживачу – чітке визначення цільових клієнтів і пропозиція відповідної споживчої вартості;

– цінність (вартість) створюється у внутрішньому бізнес-процесі – підприємство має зосередитися на декількох вирішальних внутрішніх процесах, які диференціюють пропозицію споживчої вартості та є найбільш суттєвими для підвищення ефективності підприємства;

– стратегічна відповідність визначає вартість нематеріальних активів – людський капітал, інформаційний капітал та організаційний капітал не мають вартості, яку можна виміряти;

– цінність їх полягає в тому, що вони допомагають втілити стратегію у життя [3].

Комунальне підприємство «Міськводоканал» засновано з метою забезпечення потреб населення в послугах водопостачання і водовідведення стоків (каналізації). Однією з основних проблем підприємства є відсутність прибутку та постійне зростання збитків. Якщо проаналізувати Звіти про фінансові результати за 2011–2013 рр., можна дійти висновку, що доходів підприємства достатньо для покриття собівартості продукції. Крім того, валовий прибуток має тенденцію до поступового зростання. Підприємство має негативну тенденцію до зростання адміністративних витрат (з 573,1 тис. грн до 751 тис. грн), витрат на збут (з 493,8 тис. грн до 830 тис. грн), а також інших операційних витрат (з 113,8 тис. грн до 423 тис. грн). Тому, перш за все, необхідно врегулювати структуру та обсяг цих статей витрат, чітко дотримуватись нормативу.

Іншою проблемою є погіршення ліквідності підприємства, одним із можливих способів розв'язання є вживання заходів щодо зменшення дебіторської заборгованості населення за надані послуги, таких як штрафні санкції щодо постійних боржників та, в окремих випадках, судове втручання.

Таким чином, спостерігається тенденція до погіршення фінансового стану підприємства за всіма показниками. Тому, якщо підприємство не буде вживати необхідних заходів щодо покращення свого фінансового стану, в подальшому може з'явитися загроза виникнення кризи.

Отже, було побудовано стратегічну карту КП «Міськводоканал» стосовно заходів, щодо недопущення виникнення на підприємстві кризового стану (рис. 1). Вона включає в себе такі елементи:

– зменшення обсягу поточних зобов'язань, що дозволить досягти оптимального рівня фінансової безпеки;

– зменшення собівартості послуг дозволить підприємству отримати прибуток, що сприяє отриманню прибутку підприємством, що дозволить отримати позитивну рентабельність і попередить настання кризового стану;

– підвищення ліквідності;

– зменшення обсягу дебіторської заборгованості;

– підвищення якості послуг, що можливо досягти за рахунок зміни трубопроводів і насосів (переобладнання виробництва);

– для зменшення дебіторської заборгованості рекомендується модернізувати систему боротьби з боржниками;

– оптимізація цінової політики безпосередньо вплине на досягнення позитивної рентабельності;

– з метою фінансування переобладнання передбачається залучення кредитних ресурсів та участь у державних програмах розвитку;

– зміна організаційної структури дозволить позбавитись непродуктивних витрат (адміністративних і витрат на збут);

– розроблення системи мотивації персоналу та курси підвищення кваліфікації підвищать продуктивність праці.

Отже, стратегічна карта графічно представляє зв'язки поточних завдань і їх вплив на обрану стратегію підприємства. Дотримання цієї стратегії дозволить підприємству підвищити свою ліквідність, а отже, позбавитись ризику неплатоспроможності, завдяки лімітуванню короткострокової заборгованості знизити зовнішній вплив на фінансову незалежність підприємства. Такі заходи, як оптимізація організаційної структури, оптимізація

структури адміністративних витрат і витрат на збут дозволять скоротити непродуктивні витрати та зменшити збитки підприємства. Переобладнання виробництва дозволить знизити втрати води під час транспортування, витрати на електроенергію, ремонт, підвищити продуктивність праці та якість послуг, що позитивно вплине на рентабельність підприємства в цілому.

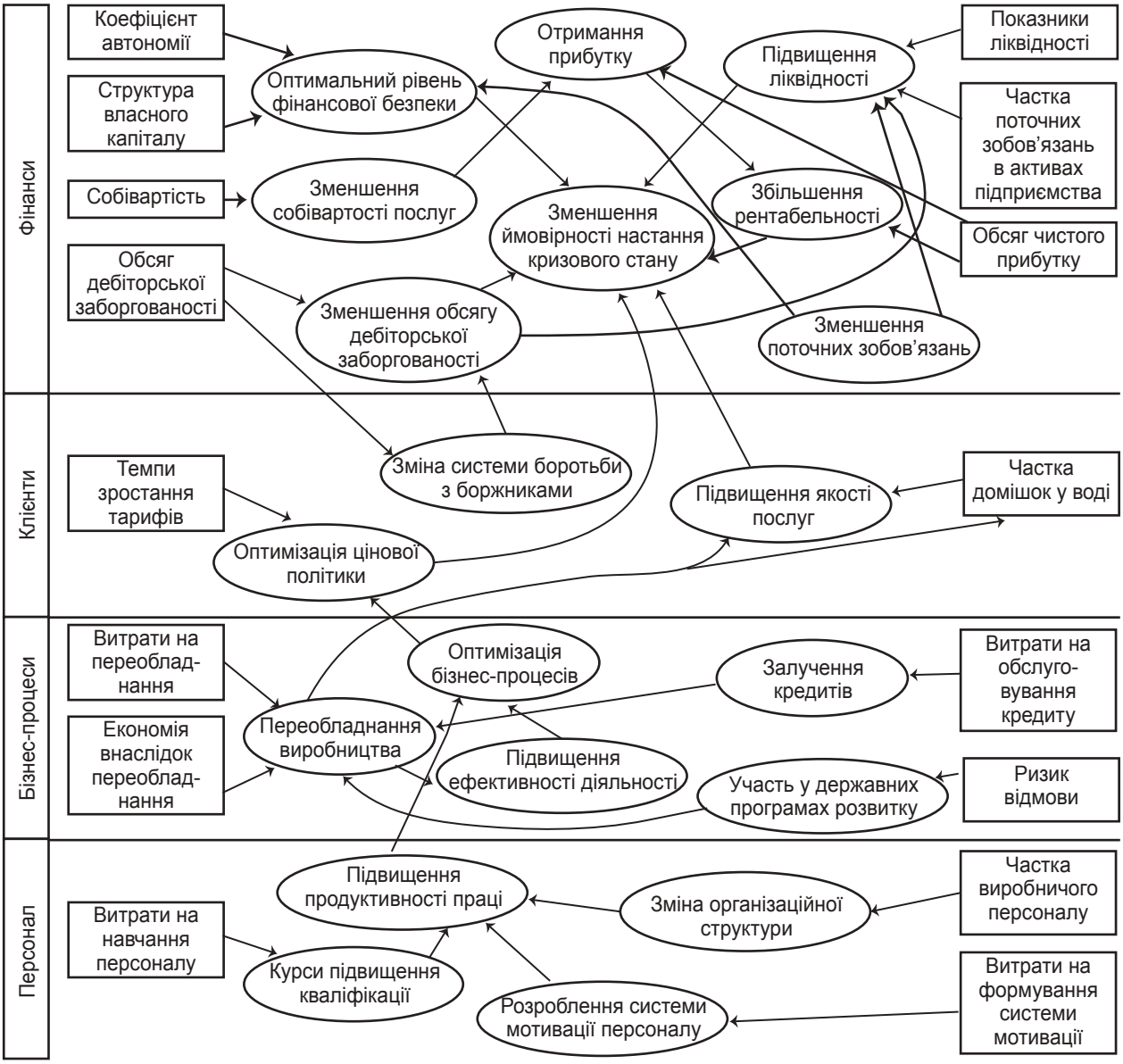

Рис. 1. **Стратегічна карта КП «Міськводоканал»**

Науковий керівник – докт. екон. наук, професор Журавльова І. В.

Література: 1. Афанасьєв М. В. Стратегія підприємства : навч.-метод. посіб. / М. В. Афанасьєв, Г. О. Селезньова. – Харків : ВД «ІНЖЕК», 2007. – 272 с. **2.** Бланк И. А. Управление финансовой безопасностью предприятия / И. А. Бланк. – Киев : Эльга ; Ника-Центр, 2008. – 784 с. **3.** Ветлужских Е. Стратегическая карта, системный подход и KPI: Инструменты для руководителей / Е. Ветлужских. – М. : Альпина Бизнес Букс, 2008. – 208 с. **4.** Трухан О. Л. Наукова інтерпретація функцій стратегічного управління підприємствами / О. Л. Трухан // Вісник Хмельницького національного університету. Серія: «Економічні науки». – 2010. – № 1. – Т. 2. – С. 29–35. **5.** Захаров О. І. Організація та управління економічною безпекою суб'єктів господарської діяльності : навч. посіб. / О. І. Захаров, П. Я. Пригунов. – Київ : КНТ, 2008. – 257 с. **6.** Поканевич Ю. В. Методологія та основні концепції розробки «стратегічних карт» розвитку компанії / Ю. В. Поканевич // Торгівля і ринок України. – 2009. – Вип. 28. – Т. 2. – С. 247–252.

ПЛАНИРОВАНИЕ РЕКЛАМНОЙ КАМПАНИИ НА ПРЕДПРИЯТИИ

УДК 659.1

Атамурадова З. Г.

Студент 4 курса
факультета менеджмента и маркетинга ХНЭУ им. С. Кузнеца

Аннотация. *Рассмотрены различные определения понятия «реклама», цели и виды рекламы, а также планирование рекламной кампании.*

Ключевые слова: *реклама, планирование, цели рекламы, виды рекламы.*

Анотація. *Розглянуто різні визначення поняття «реклама», цілі та види реклами, а також планування рекламної кампанії.*

Ключові слова: *реклама, планування, цілі реклами, види реклами.*

Annotation. *The different definition of "advertising" purposes and types of advertising and campaign planning.*

Keywords: *advertising, planning, advertising objectives, types of advertising.*

Развитие в Украине рынка, переход в сфере экономики к рыночным отношениям характеризуются быстрым ростом всех инструментов маркетинга. Одним из них является реклама. Переход от рынка производителя к рынку потребителя, широкая номенклатура товаров, присутствующих на рынке, усиление конкуренции требуют грамотного представления товара, знакомства с ним потенциальных покупателей, убеждение их в необходимости приобрести этот товар. Эти функции свойственны рекламе, поэтому ее развитие является для Украины важной и актуальной проблемой.

Различными проблемами рекламной деятельности, ее оптимизации, повышения эффективности, отдачи вложенных средств занимались многие отечественные и зарубежные ученые: Аакер Д., Батра Р., Брэд О., Дайан А., Картер Г., Майерс Дж., Наймушин А., Обрытько Б., Примак Т., Ромат К., Сэндидж Ч., Уэллс У., Фрайбургер и др. Нельзя также не отметить большого вклада в разработку этого вопроса таких авторов, занимающихся проблемами маркетинга, как Котлер Ф., Ламбен Ж., Эванс Дж. В последние годы появилось много интересных работ украинских и российских специалистов по маркетингу, рассматривающих вопросы рекламирования с позиций практиков.

Однако в этих работах планирование рекламной кампании не всегда четко увязывается с конкретной целью предприятия, рекомендации носят общий характер, не учитывается специфика отрасли и товара. Необходимо, на наш взгляд, в процессе планирования решать все вопросы комплексно, ориентируясь на оптимальный вариант. Это касается выбора рекламоносителя, расчета затрат на рекламу, оценки последствий проведения рекламной кампании.

Таким образом, недостаточная разработка теоретических проблем и, главное, их практического решения определяет актуальность данной работы.

Целью данной работы является анализ теоретико-методических и прикладных методов оценки бюджета рекламной кампании и ее эффективности.

Существует большое количество различных определений рекламы. Рассмотрим некоторые из них.

Таблица 1

Определения понятия «реклама»

Автор	Определения
Ф. Котлер	Реклама – любая платная форма неличного представления и продвижения идей, товаров и услуг конкретного заказчика. Реклама как неличная форма коммуникации, осуществляемая через посредство платных средств распространения информации, с четко указанным источником финансирования [4]
Д. Беклешов, К. Воронов	Реклама – это печатное, рукописное, устное или графическое уведомление о лице, товаре, услугах или общественном движении, открыто исходящее от рекламодателя и оплаченное им с целью увеличения сбыта, расширения клиентуры, получения голосов или публичного одобрения [2]
У. Уэллс, Дж. Бернет, С. Мориарти	Реклама – оплаченная неперсонализированная коммуникация, осуществляемая идентифицированным спонсором и использующая средства массовой информации с целью склонить к чему-то аудиторию или повлиять на нее [10]

© Атамурадова З. Г., 2015

Суммируя вышеприведенные высказывания, можно предложить следующее определение рекламы:

Реклама – распространяемая в любой форме информация о лице, товарах, услугах или общественном движении, оплаченная рекламодателем с целью привлечения внимания к объекту рекламирования и увеличения сбыта.

Исходя из определений рекламы, можно выделить следующие ее черты (признаки):

- четкое обозначение рекламодателя;
- обезличенность (наличие в цепочке рекламодатель-потребитель обязательных посредников);
- платность (оплаченность информации);
- односторонняя направленность (отсутствие или запаздывание обратной реакции на рекламное обращение);
- неопределенность эффекта (вероятностный характер получения результата);
- общественный характер (соответствие законодательству и морально-этическим нормам общества);
- небеспристрастность (любое рекламное обращение стремится выделить преимущества и не упомянуть недостатки).

Цель рекламы заключается в том, чтобы заставить потребителя выполнить желаемое рекламодателем действие (убедить потребителя купить товар, воспользоваться услугой, придать известность фирме, содействовать популярности политического деятеля, внушить аудитории социально значимые мысли и т. д.). Эти цели эволюционизировались следующим образом:

- непосредственное стимулирование продажи (1920–1930 гг.);
- донесение до потребителя «уникального торгового предложения», товара (1940–1955 гг.);
- создание уникального имиджа бренда (1955–1960 гг.);
- позиционирование бренда – создание для него сообщения, отличающего его от конкурентов в выбранном сегменте рынка и максимально близкого для его целевой аудитории (с 1970 г.).

Единой классификации рекламной деятельности нет, а перечень современных разновидностей рекламного воздействия чрезвычайно широк. Есть несколько наиболее распространенных классификаций, видов рекламы, которые сгруппированы следующим образом.

По типу спонсора:

- реклама производителя;
- реклама торговых посредников;
- социальная и политическая реклама.

По типу целевой аудитории:

- реклама, направленная на юридические лица;
- реклама, направленная на индивидуального потребителя.

По сконцентрированности на определенном сегменте аудитории:

- селективная (избирательная) реклама;
- массовая реклама (не направленная на конкретный контингент).

По охватываемой территории:

- локальная реклама (зона распространения – от места продажи до территории населенного пункта);
- региональная реклама (зона распространения – определенная часть страны);
- общенациональная реклама (зона распространения – страна);
- международная реклама (зона распространения – несколько стран).

По предмету рекламной коммуникации:

- товарная реклама (реклама конкретного товара, товарной группы, услуги);
- престижная реклама (формирование имиджа фирмы);
- реклама идеи;
- реклама личности;
- реклама территории (города, региона, страны).

По стадиям жизненного цикла товара:

- вводящая (информационная) реклама;
- утверждающая (увещевательная) реклама;
- напоминающая реклама.

Реклама в прессе.

- модульная реклама;
- строчная реклама;
- спонсорство рубрик (в т. ч. информационное);
- специальные приложения к периодическим изданиям;
- образцы товара и т. д.

Печатная полиграфическая реклама:

- визитки;
- плакат;
- афиша;
- буклеты;
- проспект;
- флайер;
- настенные, настольные и карманные календари;
- памятки потребителям;
- карточки постоянного клиента и т. д.

Радиореклама:

- рекламные объявления;
- рекламные ролики;
- спонсорство программ и т.д.

Теле-, видео-, кинореклама:

- рекламные ролики;
- бегущая строка;
- баннерная реклама;
- спонсорство передач и т. д.

При планировании рекламных кампаний принимается во внимание, что успех рыночной деятельности зависит не только от удачной рекламы, но и от факторов, характеризующих товар: его потребительских свойств, цены и аналогов на рынке.

Планирование рекламной кампании рекомендуется осуществлять в следующей последовательности:

1. Определить целевого покупателя.

2. Определить цели рекламной кампании. Основной источник разработки стратегии рекламной кампании – общая программа маркетинга. Исходя из этого формируются цели рекламной кампании. Цель рекламы, как правило, сводится к тому, чтобы убедить потенциальных покупателей в полезности товара / услуги и привести к мысли о необходимости купить его или воспользоваться услугой. Цели проведения рекламных кампаний могут быть самыми разнообразными. Они зависят от целей маркетинга: внедрение на рынок новых товаров, услуг; стимулирование сбыта товаров или увеличение объемов реализации услуг; переключение спроса с одних товаров (услуг) на другие; создание благоприятного образа / имиджа предприятия (фирмы) и товара; обеспечение стабильности представлений у покупателей и партнеров о товаре или предприятии (фирме) и др.

3. Определить основную идею рекламной кампании.

4. Выбрать формы размещения рекламы.

5. Определить наиболее оптимальные сроки размещения рекламных мероприятий относительно друг друга во времени.

6. Подсчитать возможные расходы на рекламную кампанию.

7. Сравнить полученную сумму с той суммой, которую предприятие может выделить на ее проведение.

8. Составить развернутый план рекламной кампании.

9. Разработать все элементы рекламной кампании.

10. Проверить возможную эффективность выбранной цели, идеи, элементов рекламной кампании.

11. При необходимости уточнить, изменить элементы рекламной кампании.

12. Организовать работу фирмы во время рекламной кампании.

13. Подвести итоги рекламной кампании.

Главная задача планирования – определить, как будет доноситься рекламное послание до потребителя: в какой форме, с помощью каких средств массовой информации и в рамках какого бюджета.

В процессе планирования разрабатываются творческая стратегия торговой марки, медиастратегия (каким образом будет заинтересован потребитель) и стратегия проведения рекламных акций, которые призваны поддерживать эффект прямой рекламы и усиливать его.

Изложенный теоретический материал позволяет выделить важные аспекты в проведении рекламной кампании. В частности, большое значение имеет процесс планирование кампании, определение общих сроков ее проведения и отдельных этапов; расчет бюджета на осуществление кампании. Дальнейшие разработки автора будут направлены на решение этих вопросов на одном из предприятий г. Харькова.

Научный руководитель – канд. экон. наук, доцент Иванисов О. В.

Литература: 1. Балабанова Л. В. Маркетинг предприятия : учеб. пособие / Л. В. Балабанова, В. В. Холод, И. В. Балабанова. – Киев : Центр учеб. лит., 2012. – 612 с. **2.** Беклешов Д. В. Реклама в торговле / Д. В. Беклешов, К. Г. Воронов. – М. : Междунар. отношения,1968. – 163 с. **3.** Голубкова Е. Н. Маркетинговые коммуникации / Е. Н. Голубкова. – М. : Дело и Сервис, 2011. – 336 с. **4.** Котлер Ф. Основы маркетинга / Ф. Котлер. – М. : Прогресс, 1991. – 448 с. **5.** Маркетинг : учеб. пособие / [П. А. Орлов, С. И. Косенков, Т. П. Прохорова и др.]. – М. : ИД "ИНЖЭК", 2012. – 528 с. **6.** Маркетинг : учебник / [В. Руделиус, Н. Бабенко и др. ; ред.-сост. А. И. Сидоренко, А. С. Макарова]. – М. : учеб.-метод. центр «Консорциум по усовершенствованию менеджмент-образования в Украине», 2008. – 648 с. **7.** Музыкант В. Л. Психология и социология в рекламе / В. Л. Музыкант. – М. : ИНФРА-М, 2012. – 220 с. **8.** Прохорова Т. П. Маркетинговая политика коммуникаций : учеб. пособие / Т. П. Прохорова, А. В. Тронь. – М. : ИД "ИНЖЭК", 2005. – 224 с. **9.** Ромат Е. В. Реклама / Е. В. Ромат. – СПб. : Питер, 2007. – 208 с. **10.** Уэллс У. Реклама: принципы и практика / У. Уэллс, Дж. Бернет, С. Мориарти. – СПб. : Питер, 1999. – 736 с.

ОСОБЛИВОСТІ ОЦІНКИ МЕТОДІВ КВАЛІФІКАЦІЙНОЇ СКЛАДОВОЇ ТРУДОВОГО ПОТЕНЦІАЛУ ПІДПРИЄМСТВА

УДК 331.108.43

Афанасієвська Т. В.

Магістрант 2 року навчання
факультету обліку і аудиту ХНЕУ ім. С. Кузнеця

Анотація. *Виявлено та розкрито особливості сучасних методів ділової оцінки трудового потенціалу, а також можливості їх застосування на українських підприємствах. Досліджено особливості та недоліки таких методів: Assessment Center, Management by Objectives, Key Performance Indicators, «360 градусів».*

Ключові слова: *методи оцінки трудового потенціалу, особливості методів оцінки трудового потенціалу.*

Аннотация. *Выявлены и раскрыты особенности современных методов деловой оценки трудового потенциала, а также возможности их применения на украинских предприятиях. Исследованы особенности и недостатки таких методов: Assessment Center, Management by Objectives, Key Performance Indicators, «360 градусов».*

Ключевые слова: *методы оценки трудового потенциала, особенности методов оценки трудового потенциала.*

Annotation. *Identified and disclosed features of modern methods for assessing the employment potential, as well as the possibility of their application in Ukrainian enterprises. The features and shortcomings of these methods: Assessment Center, Management by Objectives, Key Performance Indicators, «360».*

Keywords: *methods of labour potential assessment, specific methods of assessment of labour potential.*

© Афанасієвська Т. В., 2015

Для визначення ефективності та забезпечення економічного розвитку будь-які процеси, явища та ресурси на підприємстві мають бути вимірюваними та підлягати оцінці. Це стосується також персоналу підприємства та процесів, пов'язаних із управлінням ним. Тому актуальним питанням постає вибір оптимальних інструментів оцінювання, вибір оптимальних методів його здійснення, висвітлення потреб, задля яких здійснюється оцінювання.

Сьогодні оцінювання персоналу постає складним завданням. У теорії та практиці немає чіткої узгодженості щодо поняття оцінки, її потреб і методів проведення. Крім того, складнощі стосуються і законодавчо обґрунтованого застосування результатів оцінювання. У зв'язку з цим актуальним питанням є дослідження сучасних особливостей методів оцінки працівників і виявлення їх позитивних рис і недоліків.

Проблеми, що стосуються оцінки персоналу, досліджувалися у працях таких видатних закордонних учених, як: І. Ансофф, М. Альберт, М. Вудкок, М. Мескон. Серед вітчизняних науковців, які займались аналогічною проблематикою, можна зазначити: О. Крушельницьку [11], яка визначає інструментарій системи оцінки персоналу та виділяє систему методів оцінки; А. Колота [5], він наводить основні складові системи оцінки персоналу та розглядає найпоширеніші методи оцінки персоналу; В. Данюка [10] – вивчає принципи та методи системи оцінювання персоналу, їх різновиди та елементи; А. Вучкович-Стаднік [9] – досліджує практичний досвід розробки і застосування системи оцінки в західних і російських компаніях; В. Хруцького [8], який здійснив порівняльний аналіз підходів до оцінки персоналу на Заході та в Росії. Однак існує необхідність визначення сучасних особливостей методів оцінки персоналу під час застосування їх в умовах підприємств. Отже, метою дослідження є обґрунтування переваг та недоліки методів оцінки, та провести аналіз кожного з методів.

Оцінка трудового потенціалу – надто складна управлінська проблема. Слід зазначити, що в теоретичному й методичному аспектах вона недостатньо розроблена. На практиці застосовуються безліч методик, та способів оцінки, які дають різні результати. У зарубіжній практиці бракує ідеальних методик оцінки трудового потенціалу, а науковці і практики нерідко дотримуються протилежних думок про доцільність застосування тих чи інших методів оцінки трудового потенціалу або про рівень їх об'єктивності [2]. Необхідно правильно та ретельно обирати методи оцінки трудового потенціалу, оскільки це впливає на ефективне управління трудовим потенціалом, а також на зростання прибутку та загальне функціонування підприємства.

На сьогодні у вітчизняній і зарубіжній практиці використовуються різні методи оцінювання трудового потенціалу. Основними методами серед зарубіжних вважаються такі: Assessment Center, Management by Objectives, Key Performance Indicators, «360 градусів», проте також існує безліч їх комбінувань.

Найбільш поширеним методом ділової оцінки трудового потенціалу являється метод Assessment Center (Центр оцінки), який базується на оцінці професійних якостей працівників, що спирається на моделювання ключових аспектів їхньої діяльності. Цей метод надає змогу співробітникам продемонструвати свої знання, вміння, навички, здібності та особисті якості в певних ситуаціях і визначити відповідності компетенцій кадрового складу організації її цілям, стратегії, корпоративній культурі із застосуванням спеціалізованих оціночних процедур. Сутність методу полягає в тому, щоб створити завдання, які моделюють ключові моменти діяльності працівника із метою виявлення наявних професійно важливих якостей.

Метод Assessment Center містить імітаційні вправи, що моделюють робочу реальність учасників. Типи вправ поділяються відповідно до робочих ситуацій: усі робочі завдання працівник вирішує індивідуально, в парі або в групі. Відповідно до цих ситуацій розрізняють: індивідуальні вправи та групові. Окрім вправ, також можна використовувати спеціально розроблені питання, тести, інтерв'ю [1]. Виходячи з цього, можна виділити певні особливості цього методу та визначити його переваги та недоліки (табл. 1)

Таблиця 1

Переваги та недоліки методу Assessment Center

Переваги	Недоліки
– Неможливість фальсифікації результатів – Багатоплановість і поєднання широких можливостей для розкриття потенціалу кожного учасника з точними методами оцінки	– Високі організаційні витрати – Значні витрати часу – Висока вартість методу порівняно з іншими методами оцінки – Високий рівень стресу при отриманні зворотного зв'язку

В Україні він застосовується як для оцінки вищої, так і середньої ланки управління, а за кордоном – для топменеджерів. Такий метод є найбільш ефективним. Він передбачає декілька оціночних процедур – тестування, інтерв'ю, рольові ігри. Комплексне їх поєднання дозволяє отримати достовірну та прогностичну інформацію щодо особисто-ділових якостей окремих співробітників, а також на основі результатів оцінки можна зробити програму навчання персоналу. Однак недоліки методу показують, що використання його на українських підприємствах недоцільно, оскільки не всі роботодавці готові вкладати великі гроші в розвиток персоналу.

Також найпоширенішим методом оцінки трудового потенціалу є метод управління за цілями – Management by Objectives (MBO). Проведення оцінки методом MBO полягає у спільній постановці завдань керівником і співробітником й оцінці результатів їхнього виконання по закінченні звітного періоду. Звітним періодом звичайно вважають фінансовий рік. Система охоплює всі посади в компанії – від персоналу нижньої ланки до топ-менеджерів. Рішення, прийняті за підсумками оцінки MBO: перегляд заробітної плати, виплата премій і бонусів, нематеріальна мотивація, присудження почесних звань, нагородження тощо. У цьому методі оцінки також є свої переваги та недоліки табл. 2.

Таблиця 2

Переваги та недоліки методу MBO

Переваги	Недоліки
– Співробітник розуміє критерії успішності своєї роботи ще до початку виконання завдань (прозорість системи оцінки і простота виміру досягнень) – Підвищення справедливості в призначенні винагород співробітникам – Розвиток у співробітників ініціативи, трудової мотивації – Метод оптимальний за часовими витратами	– Метод досить суб'єктивний, оскільки виконання завдань оцінює, як правило, одна людина (менеджер) – Визначення цілей і критеріїв вимагає фінансових та часових витрат на їх розробку – Орієнтація на минулі заслуги співробітника, а не на його розвиток у майбутньому

Зазначений метод орієнтований на досягнення кінцевого результату за допомогою встановлення мети, що дозволяє максимальною мірою задіяти потенціал кожного працівника, що надалі буде сприяти успіху на підприємствах. Таким чином, запровадження цього методу на підприємствах України дозволить підвищити ефективність цільового управління шляхом підвищення мотивації персоналу в досягненні встановлених цілей.

Система показників Key Performance Indicators (KPI), за допомогою якої роботодавці оцінюють своїх співробітників, має багато спільного із звичайним плановим підходом, з однією відмінністю: показники роботи кожного окремого співробітника прив'язують до загальних KPI усього підприємства (прибуток, рентабельність). Мета системи полягає в тому, щоб дії співробітників із різних служб не були суперечливими і не гальмували роботу фахівців з інших підрозділів [3]. Переваги та недоліки цього методу наведено в табл. 3.

Таблиця 3

Переваги та недоліки методу KPI

Переваги	Недоліки
– Розмір бонусу співробітника безпосередньо залежить від виконання його персональних KPI – За кожним співробітником закріплено відповідальність за певну ділянку роботи – Співробітник усвідомлює свій внесок у досягненні спільної мети підприємства – Метод орієнтований на мотивацію персоналу	– Метод потребує значних витрат часу – Визначення показників ефективності – дуже трудомісткий процес і вимагає від учасників проекту знання предметної області, досвіду, творчого підходу

KPI зосереджена на стратегічному управлінні, поєднуючи глобальні цілі підприємства з цілями підрозділів і окремих працівників, тому запровадження такого методу оцінки трудового потенціалу на підприємствах України дозволить підвищити якість роботи персоналу та ефективність діяльності підприємства.

Оцінка «360 градусів» – отримання даних про дії працівника в реальних робочих ситуаціях та демонстрація ним ділових якостей. Інформація при цьому надходить від осіб, які спілкуються з цією людиною на різних рівнях: керівника, колег, підлеглого, клієнта. Оцінка може бути використана для вирішення найбільш широкого кола завдань, пов'язаних із професійним розвитком. Переваги та недоліки цього методу демонструє табл. 4.

Таблиця 4

Переваги та недоліки методу «360 градусів»

Переваги	Недоліки
– Отримання різнобічної оцінки для одного співробітника – Створення та зміцнення довірчих відносин із клієнтами – Моделювання критеріїв оцінки під вимоги корпоративних стандартів – Об`єктивність отриманих результатів	– Оцінюються лише компетенції, але не результати діяльності – Необхідність у високому ступені конфіденційних даних – Складність в отриманні відвертої інформації колег в оцінці – Стресовий вплив на співробітника – Трудомісткість в обробці результатів

Метод «360 градусів» орієнтований на виявлення наявності особистісних і професійних якостей, що в результаті показує, які саме якості проявляються в роботі. Ефективність цього методу залежить від корпоративної куль-

тури підприємства. Упровадження такого методу оцінки персоналу на підприємствах України є складним через психологічні труднощі, упереджене ставлення колег, відсутність відвертості, вплив емоцій на кінцевий результат. Проте метод дозволяє оцінити працівника на робочому місці, наскільки співробітник соціально компетентний, що надалі допомагає побудувати програми розвитку працівників.

Таким чином, той чи інший обраний метод оцінки трудового потенціалу на українських підприємствах дає можливість проаналізувати способи досягнення цілей підприємства, оцінити ефективність інвестицій у персонал, визначити рівень кадрових ризиків підприємства.

Необхідність дослідження сучасних методів оцінки трудового потенціалу та виявлення їх особливостей обумовлена ситуацією, що склалася в нових умовах економіки господарювання. Постійні зміни техніки і технології вимагають від підприємств відповідної реакції, що призводить до висування нових вимог відносно кваліфікаційного рівня персоналу. Так формування вимог підприємств до працівників за допомогою методу компетенцій дозволяє оптимізувати процес оцінки при наймі та атестації персоналу та вживати своєчасні заходи щодо підвищення його кваліфікаційного рівня. Водночас недостатність інформації відносно методики їх оцінки ускладнює процеси її впровадження з метою виявлення професійно-кваліфікаційного рівня працівників на підприємстві. Виникає необхідність надалі виявити та дослідити передумови формування та розвитку знань, умінь і навичок працівників із метою підвищення ефективності управління персоналом.

Науковий керівник – докт. екон. наук, професор Піддубна Л. І.

Література: 1. Дяків О. П. Оцінка персоналу ASSESSMENT CENTRR / О. П. Дяків, М. В. Пилипчук // Вісник Східноукраїнського національного університету імені Володимира Даля. – 2011. – № 14 (168). – Ч. І. – С. 100–104. **2.** Сівашенко Т. Сучасні підходи до оцінки персоналу / Т. Сівашенко // Економічний аналіз. – 2011. – Вип. 8. – Ч. 2. – С. 315–317. **3.** Гончарова С. Ю. Формування ефективної системи мотивації на основі KPI / С. Ю. Гончарова // Управління розвитком. – 2010. – № 6 (82). – С. 34–39. **4.** Зленко А. М. Оцінка працівників методом «360 градусів» [Електронний ресурс] / А. М. Зленко // Економічний вісник університету : [зб. наук. пр. Переяслав-Хмельниц. держ. пед. ун-ту ім. Григорія Сковороди]. – 2012. – Вип. 18/1. – Режим доступу : http://www.nbuv.gov.ua/portal /Soc_Gum/Evu/2012_18_1/Zlenko.pdf. **5.** Колот А. М. Мотивація персоналу : підручник / А. М. Колот. – Київ : КНЕУ, 2002. – 337 с. **6.** Корнюшин В. Ю. Оценка и аттестация персонала : учеб. курс / В. Ю. Корнюшин. – М. : МИЭМП, 2010. – 120 с. **7.** Савченко В. А. Управління розвитком персоналу : навч. посіб. / В. А. Савченко. – Київ : КНЕУ, 2002. – 351 с. **8.** Хруцкий В. Е. Оценка персонала. Критика теории и практики применения системы сбалансированных показателей / В. Е. Хруцкий Р. А. Толмачев. – М. : Финансы и статистика, 2007. – 224 с. **9.** Вучкович-Стадник А. А. Оценка персонала: четкий алгоритм действий и качественные практические решения / А. А. Вучкович-Стадник. – М. : Эксмо, 2008. – 192 с. **10.** Менеджмент персоналу : навч. посіб. / [В. М. Данюк, В. М. Петюх, С. О. Цимбалюк та ін.] ; за заг. ред. В. М. Данюка, В. М. Петюха. – Київ : КНЕУ, 2004. – 398 с. **11.** Крушельницька О. В. Управління персоналом : навч. посіб. / О. В. Крушельницька, Д. П. Мельничук. – Київ : Кондор. – 2005. – 308 с. **12.** Антонюк В. П. Формування та використання людського капіталу в Україні: соціально-економічна оцінка та забезпечення розвитку : монографія / В. П. Антонюк. – Донецьк : Ін-т економіки пром-сті, 2007. – 348 с. **13.** Захарова О. В. Управління інвестуванням у людський капітал: методологія, оцінка, планування : монографія / О. В. Захарова. – Донецьк : ДВНЗ ДонНТУ, 2010. – 378 с. **14.** Захарова О. В. Мотивационная составляющая инвестирования в человеческий капитал / О. В. Захарова, М. А. Стернийчук // Маркетинг і менеджмент інновацій. – 2011. – № 3. – Т. 2. – С. 195–200.

УДОСКОНАЛЕННЯ МЕТОДІВ ВИКОРИСТАННЯ ВІДХОДІВ ЯК ШЛЯХ ПОКРАЩЕННЯ ТЕХНОЛОГІЇ ВИРОБНИЦТВА

УДК 005.936.5

Байрачна А. В.

Студент 2 курсу
факультету обліку і аудиту ХНЕУ ім. С. Кузнеця

Анотація. *Розглянуто поняття відходів виробництва та їх класифікацію. Проаналізовано шляхи використання відходів та їх вплив на навколишнє середовище. Запропоновано оптимальний спосіб утилізації відходів виробництва у сучасних умовах господарювання.*

Ключові слова: *відходи, виробництво, методи утилізації, ліквідація, підприємство.*

Аннотация. *Рассмотрены понятие отходов производства и их классификация. Проанализированы пути использования отходов и их влияние на окружающую среду. Предложен оптимальный способ утилизации отходов производства в современных условиях хозяйствования.*

Ключевые слова: *отходы, производство, методы утилизации, ликвидация, предприятие.*

Annotation. *In the article the concept of waste and their classification are reviewed. Ways of using waste and their impact on the environment are analyzed. The optimum way of waste disposal in the contemporary economy is defined.*

Keywords: *waste, production, methods of recycling, elimination, enterprise.*

У наш час світова громадськість усвідомлює життєву необхідність переходу людства на модель сталого розвитку, що припускає інтегроване рішення різноманітних проблем, в тому числі й екологічних, з метою забезпечення зростання майбутнього добробуту суспільства. У цих умовах особливої значущості набуває природоохоронна діяльність підприємств, тобто: впровадження ресурсозберігаючих і маловідходних технологій, формування зацікавленості підприємств у підвищенні ефективності виробництва і досягненні його екологічності.

Дослідженням проблем відходів виробництва займаються багато вчених, таких як: Авершин Д. А., Савицький В. М., Хільченко В. К., Чунарьов О. В., Сторожук В. М., Лихачев Ю. М, Селіванова С. В., Алленбі Б. С., Фрош Р. А., Пирс Дж. М., Хьюсман Ф. Е., Джойсі А. В. та ін. Однак недостатньо вивчене питання управління відходами як метод покращення виробничого процесу підприємства.

Метою цього дослідження є розгляд поняття відходів виробництва, аналіз шляхів використання відходів і їх впливу на навколишнє середовище, визначення оптимального способу утилізації відходів виробництва у сучасних умовах господарювання.

Відходи – це непридатні для виробництва цієї продукції види сировини, її залишки, що не вживаються, або речовини, які виникають внаслідок технологічних процесів, які не підлягають утилізації у цьому виробництві [1]. Їх небезпека дуже велика, оскільки сполуки, що входять до їх складу, можуть мати шкідливий вплив самостійно (фосфорорганічні сполуки, діоксиди тощо), давати під час зберігання або переробки особливо токсичні продукти (ціаніди, речовини, що блокують імунну систему тощо), генерувати вибухо- і пожежонебезпечні гази. Ці обставини змушують звернути увагу на аналіз проблем управління промисловими відходами [3].

Отже, відходи – це недоліки технології виробництва, а технологія – це сукупність методів, застосовуваних людиною для перетворення природного середовища. Удосконалення технології – важливий напрямок підвищення ефективності виробництва. До технології, окрім самого процесу виробництва продукції, відносять і способи обробки відходів [6].

Цілком безвідходного виробництва в техногенних системах не зустрічається; усе одно є відходи енергії, тверді та рідкі відходи. З метою економії матеріальних ресурсів величезне значення має використання відходів виробництва, що за сучасних технологій утворюються у все зростаючих обсягах.

Промислові відходи можна класифікувати за такими ознаками:

- за галузями промисловості (відходи паливної, металургійної, хімічної та інших галузей);
- за агрегатним станом (тверді, рідкі, газоподібні);
- за можливостями переробки (відходи, що переробляються, і ті, що на цьому етапі розвитку економіки переробляти недоцільно);
- за рівнем небезпеки (надзвичайно небезпечні, високонебезпечні, помірно небезпечні, малонебезпечні) [2].

© Байрачна А. В., 2015

Відомі наразі й застосовувані на практиці численні методи знешкодження відходів можна об'єднати у три групи: ліквідаційні, частково ліквідаційні й утилізаційні.

Ліквідаційні методи застосовуються винятково з метою ізолювати й по можливості знищити масу відходів без використання цінних речовин, що містяться в них. До цієї категорії належать дуже широко застосовуване сьогодні поховання сміття на різноманітних смітниках, спалювання відходів у спеціальних печах, використання сміття як баласту для вирівнювання форм рельєфу, а також скидання відходів у прибережні акваторії морів і навіть внутрішні водойми, заповнення ними неробочих кар'єрів або шахт.

Частково ліквідаційні методи передбачають обов'язкове сортування маси відходів на спеціалізованих заводах для виокремлення категорій сміття.

Утилізаційні методи, за допомогою яких використовуються всі складові сміття – вторинна сировина, горючі частини, органічні речовини. Будь-яка утилізація передбачає попереднє сортування відходів, а потім – диференційовану обробку [3].

Можливі способи вирішення проблеми переробки відходів, їх переваги і недоліки розглянемо на прикладі країн світу.

У США найпоширенішим методом є захоронення. На підземних звалищах знаходиться 84 % від усіх відходів країни, в Англії – 90 %, в Японії – 57 %. В середньому виходить 74 % від середньої кількості маси у всьому світі [4].

У звалища є свої ідеальні стандарти якості. Так, її дно має бути покрите поліетиленовою плівкою, а кожен новий шар відходів треба ущільнювати, накривати піском і глиною, а також накривати новими шарами плівки. Після заповнення самого котловану звалища його засипають ґрунтом, а згори висаджують траву і розміщують, приміром, поле для гольфу (в Англії і США). Звичайно, велика частина світових звалищ не дотягують до цих стандартів.

Знешкодження відходів шляхом поховання їх на різних смітниках ґрунтується на явищі природного самоочищення забрудненого ґрунту. Однак токсичні речовини, металевий брухт, шлами очисних споруджень вимагають організації спеціалізованих об'єктів для свого знешкодження, оскільки їх розкладання зумовлює різке забруднення ґрунту. Існують також смітники, де сміття складається в кілька ярусів і пошарово засипається землею [3].

Метод спалювання сміття використовують: японці – 40 % і французи – 35 %. За його допомогою можна в 2–10 разів зменшити об'єм відходів, використовувати тепло від вогню, а також він представляє менше ризику забруднення довкілля.

У деяких європейських країнах використання енергії в результаті спалювання сміття здійснюється вже багато років. В Амстердамі впродовж 60 років сміття спалюють у парових генераторах енергоблоків високого тиску. При цьому виробляється близько 6 % електроенергії, що споживається містом. Застосування цього методу в Німеччині дозволяє покривати понад 20 % побутового споживання електроенергії. Загалом у світі щорічно промисловим способом спалюється близько 6 % побутового сміття (50 млн т.), що дає світовому господарству 7,5 млрд кВт енергії та 500 т. пари [4].

Але існує небезпека забруднення повітряного басейну, від цього утворюється навіть більше шлаків, ніж від вулканічної діяльності планети. У 80-х рр. метод спалювання сміття був випробуваний у Сполучених Штатах Америки. З'ясувалося, що побудувати сміттєспалювальний завод складніше, ніж організувати звалище, а за ціною різниці немає.

На сьогодні самим високотехнологічним методом утилізації вважається їх переробка. Одним із мінусів цієї технології є обов'язкове сортування сміття. Але при сортуванні можлива вторинна експлуатація відходів як сировини. Цей метод широко практикується в США і в деяких країнах ЄС, а в Японії більше 65 % періодики друкується на переробленій макулатурі [4].

Останніми роками розроблено технологію виробництва з органічних частин відходів газу й нафти за допомогою піролізу. З 1 т. органічних відходів у процесі піролізу можна одержати 160 л нафти, 70 кг вугілля, що за теплотворністю не поступається кам'яному вугіллю, і газ. Однак одержувану при цьому нафту не можна використовувати для виробництва бензину, мазуту й мастил, але їх можна буде використовувати як добавки до палива на сміттєспалювальних заводах. Вартість переробки відходів шляхом піролізу набагато менша, ніж просте їх спалювання на спеціалізованих заводах [5].

Не так давно в Ізраїлі був відкритий перший у світі завод, що спеціалізується на переробці відходів за допомогою плазмово-хімічних процесів, – новітні технології. З екологічного погляду отриманий при цьому матеріал повністю чистий, його можна використовувати в будівництві або зберігати під землею без дії на довкілля [4].

Таким чином, заходи в галузі охорони природи, в тому числі з управління відходами, слід проводити безпосередньо на підприємствах, які виступають головними джерелами екологічної небезпеки. Наявні декілька методів переробки відходів, серед них: спалювання, поховання, використання як вторинної сировини та плазмово-хімічна переробка. На сьогодні не існує повністю безпечного, дешевого та цілком ефективного шляху управління

виробничими відходами, але наука розвивається у напрямку їх удосконалення. Найбільш вигідними за усіма вищезгаданими критеріями є утилізаційні методи, тобто комбінування кількох способів переробки відходів.

Науковий керівник – канд. екон. наук, доцент Гіль С. Є.

Література: 1. Про відходи [Електронний ресурс] : Закон України від 05.03.1998 № 187/98-ВР. – Режим доступу : http://sfs.gov.ua/zakonodavstvo/podatkove-zakonodavstvo/normativno-pravovi-akti-z-pitan-kpr/zakoni-ukraini/61760.html. **2.** Державний класифікатор України. Класифікатор відходів ДК 005-96 [Електронний ресурс] : Наказ Держстандарту України від 29.02 1996 № 89. – Режим доступу : http://www.uazakon.com/big/text78/pg1.htm. **3.** Козицын А. А. Комплексное управление отходами на предприятии / А. А. Козицын. – Екатеринбург : Изд-во Урал. гос. экон.ун-та. – 2003. – 178 с. **4.** Лихачев Ю. М. Анализ и оценка зарубежного опыта обращения с твердыми бытовыми отходами / Ю. М. Лихачев, М. Я. Федашко, С. В. Селиванова и др. // Комплексная переработка твердых бытовых отходов – наиболее передовая технология. – СПб. : Рос. муницип. акад. – 2001. – С. 72–88. **5.** Авершин Д. А. Оцінка та використання вторинних матеріальних ресурсів / Д. А. Авершин // Науковий вісник Національного університету ДПС України. – 2011. – № 4 (47). – С. 141–147. **6.** Huesemann F. E. Technofix: Why Technology Won't Save Us or the Environment / F. E. Huesemann, H. T. Michael, A. W. Joyce // A New Society Publishers. – 2011. – 464 p. **7.** Ehrenfeld J. F. Can Industrial Ecology be the Science of Sustainability? / J. F. Ehrenfeld // Journal of Industrial Ecology. – 2010. – № 8. – 23 p.

ЦИКЛИЧНОСТЬ РАЗВИТИЯ ЭКОНОМИКИ И ПРИЧИНЫ ЕЁ ВОЗНИКНОВЕНИЯ

УДК 330.33

Байрачная А. В.

Студент 2 курса
факультета управления и права ХНЭУ им. С. Кузнеца

Аннотация. *Рассмотрена основная закономерность развития экономики – цикличность её движения, раскрыта сущность данного явления и изучены различные концепции её происхождения; проанализированы исторические стадии развития экономики Украины и сделаны выводы о её перспективах на основе данной теории.*

Ключевые слова: *цикл, динамика, теория, спады, подъемы.*

Анотація. *Розглянуто основну закономірність розвитку економіки – циклічність її руху, розкрито сутність цього явища і вивчено різні концепції її походження; проаналізовано історичні стадії розвитку економіки України та зроблено висновки про її перспективи на основі цієї теорії.*

Ключові слова: *цикл, динаміка, теорія, спади, підйоми.*

Annotation. *The article describes the basic pattern of economic development, – its cyclical movement, it reveals the essence of this phenomenon and studies various concepts of its origin; historical stage of development of the Ukraine's economy were analyzed and conclusions about its prospects based on this theory were made.*

Keywords: *cycle, dynamics, theory, economic recessions and rises.*

История гласит о том, что экономика – динамическое явление, за экономическим ростом наступает спад и наоборот. Особенность экономики к повторению различных её явлений была замечена еще в первой половине XIX века. Изучая причины такого экономического явления, как кризис, экономисты обнаружили циклические колебания в процессе рыночного хозяйствования.

На данный момент приоритетной является идея цикла как единого процесса, который постоянно проходит через стадии спадов и подъемов, а не случайная последовательность различных экономических процессов [5].

© Байрачная А. В., 2015

Некоторые экономисты, такие как Ж. Б. Сэй и Д. Риккардо отрицали любую возможность существования всемирных экономических кризисов. Дж. М. Кейнс и Э. Хансен объясняют цикличность развития экономики через недостаточную склонность к потреблению. Р. Хоутри и Ф. Хайек видят причину цикличности в недочётах ведения государственной кредитно-денежной политики [2].

Цикличность – это один из важнейших факторов экономического развития; одна из составляющих частей макроэкономического равновесия; один из способов регулирования рыночной экономики. Движение является наиболее характерной чертой цикличности [1].

Несмотря на множество работ о цикличности экономики, до сих пор не существует универсальной концепции о причинах существования данного явления. Разные экономические школы рассматривают эту проблему в зависимости от типов цикличности.

Монетаристы видели проблему цикличности в сфере обращения. Р. Хоутри причиной цикличности считал искусственное уменьшение эмиссии денежной массы, а Ф. Хайек – кредит, увеличение которого приводит к дисбалансу в экономике [2].

Представители неокейнсианской школы считали, что кризисы обусловлены недостаточной склонностью к потреблению, что провоцирует отставание от роста доходов [1].

В марксистской теории считается, что цикличность является последствием противоречия между общественным характером производства и частнокапиталистической формой присвоения его результатов, что приводит к несоответствиям на макроэкономическом уровне [1].

Теории равновесного экономического цикла Р. Лукаса и Т. Сарджента основываются на восприятии людьми изменений цен и заработной платы, что приводит к циклическим изменениям на рынке труда. По их мнению, уровень безработицы повышается в период экономического спада из-за того, что рабочие пытаются удержать заработную плату на слишком высоком уровне [2].

Э. Прескотта, П. Лонга, Ч. Плоссера утверждают, что резкие изменения производительности из одного сектора хозяйствования могут распространяться на всю экономику и вызывать колебания деловой активности [2].

Основными причинами колебаний, по мнению М. Туган-Барановского, являлись несоизмеримость движений сбережений и инвестиций, производящих средства производства, а также несовершенство механизма регулирования общественного капитала [5].

А. Пигу писал об объединении деловой активности и смены настроений, т.е. о переходах от массового оптимизма к пессимизму, что является психологическим аспектом циклов [1].

Представители политической теории цикла считают, что чиновники манипулируют людьми ради их повторного избрания на пост с помощью различных денежно-кредитных и налогово-бюджетных инструментов, что негативно проявляется на экономике страны в целом. Среди них: М. Калецкий, У. Нордхаус, Э. Туфте [5].

У. С. Джевонс, который являлся основателем теории внешних факторов, объединял экономический цикл с циклом солнечной активности [2].

Й. Шумпетер рассматривает решающим фактором экономического развития появление новых средств производства, технологий, материалов и т. д. По его мнению, именно эти нововведения являются причинами нарушения равновесия в экономике [3].

Поскольку выяснить одну единую теорию происхождения цикличности экономики не удаётся П. Самуэльсон и У. Нордхаус подчеркнули: «каждая из конкурирующих теорий содержит в себе некоторые элементы истины, но ни одна из них не является справедливой для всех времен и стран» [4].

Что касается Украины, то её экономика не только постоянно находится в состоянии колебаний, но и будто ходя по кругу, повторяет этапы развития и падения экономики СССР, делая идентичные ошибки.

Например, общедоступным является тот факт, что в 30-е годы 20-го столетия в СССР был задавлен класс зажиточных крестьян и фактически уничтожено сельское производство, так как кулаки были серьёзными врагами большевицкой власти. Вследствие чего в СССР в 60-е годы возникла необходимость регулярной закупки зерна за границей за валюту. Её получали за счет экспорта, которого не хватало. А в Украине, в свою очередь, в 90-е годы уже после распада СССР был уничтожен класс свободных предпринимателей из-за того, что чиновникам было проще ориентироваться на люмпен-пролетариат. К концу 90-х годов это привело к необходимости повышения социальных выплат этому же слою населения, на что, естественно, тратилась валюта, а с ней ситуация была такая, как и ранее в СССР.

Тогда СССР очень повезло, так как резко цены на нефть увеличились, но управители страны не стали модернизировать экономику, пока была возможность, а продолжили тратить валюту на зерно. Естественно, со временем цены на нефть упали, и из-за недостачи денежных средств СССР было вынуждено брать кредиты у капиталистических стран. Количество кредитов лишь увеличивалось, а цены на нефть всё не росли, Западная Европа в этот момент стабилизировала свою экономику и перестала давать кредиты СССР. Дефолт, непостоянная и не-

правильно нацеленная экономика, застаревшие методы борьбы с инфляцией привели к разрушению советской экономики и распаду СССР.

Альтернативой такой ситуации в Украине был период резкого увеличения цен на металл за счет серьёзного влияния финансовых рынков на товарные, но главные лица государства не стали менять экономическую политику страны. В этот момент начался кризис 2008 года и Украина начала брать кредиты у МВФ, России и других организаций. Кредитов не хватало и приходилось брать больше, в надежде роста цен на экспортируемую Украиной продукцию (зерно, металл, удобрения и прочее). Доверие к нашей стране почти нивелировалось из-за постоянного погружения в долги, и желание со стороны Европейских и других высокоразвитых стран помогать нам почти исчезло. В это время граждане Украины начали организованно выходить на площадь Киева, в истории данное явление осталось под названием «Майдан», который привел к политическому перевороту и ещё большему ухудшению состояния экономики Украины.

«Майдан» привёл к повышению цен на доллар, более чем в 2 раза, ещё большему кредитованию страны, нестабильной военно-политической ситуации. Совокупность этих факторов может привести к повторению судьбы, когда-то могущественной и огромной страны СССР.

Для того чтобы правильно оценить ситуацию и спрогнозировать дальнейшую экономическую ситуацию, необходим детальный анализ цикличности развития экономики. На данный момент это и есть одна из главных задач современных учёных. Полное исследование данной проблемы даст возможность выработать и применять эффективные меры против резких и существенных спадов в экономике, а также предотвратить всеобщие кризисы и уменьшить потери при изменении фазы цикла.

Научный руководитель – канд. экон. наук, преподаватель Фадеева Ю. В.

Литература: 1. Хаберлер Г. Процветание и депрессия: теоретический анализ циклических колебаний / Г. Хаберлер. – М. : Социум, 2005. – 474 с. **2.** Ивашковский С. Н. Макроэкономика : учебник / С. Н. Ивашковский. – М. : Дело, 2002. – 472 с. **3.** Основы экономической теории / Под ред. С. В. Мочёрного. – Киев : Знание, 2000. – 587 с. **4.** Самуэльсон П. Экономика / П. Самуэльсон, У. Нордхаус. – М. : Бином - КноРус, 1997. – 595 с. **5.** Малиш Н. А. Макроекономіка : навч. посіб. – Київ : МАУП, 2004. – 184 с.

НЕОБХІДНІСТЬ БІЗНЕС-ПЛАНУВАННЯ НА АГРАРНИХ ПІДПРИЄМСТВАХ

УДК 631.153

Барабаш А. Ю.

Студент 2 курсу
факультету обліку і аудиту ХНЕУ ім. С. Кузнеця

Анотація. *Визначено основні напрямки та призначення бізнес-планування в сучасних умовах господарювання. Розглянуто особливості сільськогосподарського виробництва й обґрунтовано необхідність бізнес-планування на аграрних підприємствах.*

Ключові слова: *бізнес-план, підприємство, аграрний сектор, сільськогосподарське виробництво, бізнес.*

Аннотация. *Определены основные направления и назначение бизнес-планирования в современных условиях хозяйствования. Рассмотрены особенности сельскохозяйственного производства и обоснована необходимость бизнес-планирования на аграрных предприятиях.*

Ключевые слова: *бизнес-план, предприятие, аграрный сектор, сельскохозяйственное производство, бизнес.*

© Барабаш А. Ю., 2015

Annotation. *The main direction and purpose of business planning in the current economic conditions was determined. The features of agricultural production was considered and the necessity of business planning at agricultural enterprises was reasoned.*

Keywords: *business plan, business, agriculture, agricultural production, business.*

В умовах ринкових відносин, широкого розвитку підприємницької діяльності набувають бізнес-плани сільськогосподарських підприємств.

Досвід зарубіжних і вітчизняних аграрних підприємств свідчить, що бізнес-планування є важливою умовою функціонування аграрних підприємств, їх економічного зростання та розвитку. Бізнес-план повинен бути орієнтований на попит ринку та враховувати різнобічну діяльність аграрних підприємств щодо виробництва продукції, її переробки та здійснення інших видів підприємництва: торгівлі, надання послуг, виробництва товарів [1].

Концептуальні основи бізнес-планування на аграрних підприємствах розглядаються у наукових працях учених-економістів, серед яких: В. Чичин, К. Кіперман, І. Ліпсіс, В. Нелеп, М. Бухалков, Л. Басовський, М. Алєксєєва, М. Пашута, А. Ковалевський, С. Покропивний та ін.

У переважній більшості публікацій, присвячених методиці розробки аграрних бізнес-планів, не враховуються галузеві особливості підприємств.

Статистика свідчить, що із 100 підприємств, які розпочали свою аграрну діяльність в один рік, у перший рік зазнають невдачі 20, на другий – 17, а до кінця п'ятого року – 67. Отже, на ринку утримуються тільки 33 % підприємств. Це відбувається в основному через невдале бізнес-планування більшості підприємців. Якщо підприємцям вдається з нуля підняти і поставити свою справу, то саме завдяки правильно складеному бізнес-плануванню, підходу до аналізу ринку і плануванню своїх дій на ньому.

При розробці бізнес-планів в аграрному секторі слід враховувати особливості сільськогосподарського виробництва:

- сезонність виробництва, сезонність потреби в коштах;
- залежність від природних умов;
- виконання робіт у певний період вегетативного розвитку культури;
- різна тривалість виробничого циклу (кілька років, кілька місяців у певні проміжки часу, день (щодня));
- диференційована організація обліку витрат (по культурах / продуктах, по групах культур / продуктів, по процесах, по видах робіт);
- самовідтворення частини засобів виробництва.

Бізнес-планування в аграрних підприємствах дозволяє передбачити не лише всі заходи для реалізації нової ідеї, а й визначити необхідне фінансове забезпечення та можливість одержання доходу. Практично його можна вважати формою експертної оцінки доцільності й ефективності здійснення нової підприємницької ідеї. За сучасних умов господарювання бізнес-план практично є робочим інструментом, що використовується в усіх сферах підприємництва [2].

Бізнес-план може бути розроблений як для нових аграрних підприємств, що тільки створюється, так і для вже діючих на черговому етапі їх розвитку. Він виконує щонайменше 8 основних функцій – як зовнішніх (ознайомити з підприємством і розкрити сутність його діяльності різним представникам ділового світу), так і внутрішніх, життєво важливих для діяльності самого підприємства.

На початковому етапі створення бізнесу цей план є основним інструментом комунікацій між підприємцем і зовнішнім світом. Бізнес-план дозволяє стандартизувати процес ознайомлення з підприємством, заощадити час підприємця, упорядкувати контакти [2].

Бізнес-план – це засіб залучення ззовні капіталу, що необхідний для розвитку бізнесу. Він забезпечує всебічну (виробничу, ринкову, організаційну та фінансову) інформацію про майбутній бізнес.

При розробці бізнес-плану на аграрних підприємствах треба виділити принаймні чотири напрями його призначення:

по-перше, він призначається для підприємств, які його розробляють. Тут він відіграє роль плану-прогнозу на певний період. Строки дії такого плану можуть бути різні – від одного року до п'яти, десяти і навіть більше. В умовах ринкової економіки підприємство не може успішно діяти, не маючи такого плану;

по-друге, бізнес-план призначається для можливих кредиторів та інвесторів підприємств. Бізнес-план має обгрунтовано довести платоспроможність і стійкість цих підприємств;

по-третє, бізнес-план призначається для споживачів продукції цих підприємств та його суміжників. Тут необхідно показати, що підприємства випускають високоякісну продукцію і функціонують ефективно;

по-четверте, бізнес-план окремих підприємств використовується управлінськими структурами різних рівнів при розробці індикативних планів, прогнозів і галузевих і регіональних програм економічного та соціального розвитку [4].

Бізнес-план у аграрних підприємствах дозволяє передбачити не лише всі заходи для реалізації нової ідеї, а й визначити необхідне фінансове забезпечення та можливість одержання доходу. Практично його можна вважати формою експертної оцінки доцільності й ефективності здійснення нової підприємницької ідеї. За сучасних умов господарювання бізнес-план практично є робочим інструментом, що використовується в усіх сферах підприємництва [3].

Зміст і обсяг бізнес-плану на аграрних підприємствах залежить від:

– цілей розробки плану (залучення інвестицій, моделювання управління бізнесом, розвиток управлінських якостей підприємця, контакти з партнерами в бізнесі) і аудиторії, якій він адресований (потенційні інвестори: банки, індивідуальні інвестори, фонди підтримки підприємництва; сам підприємець, партнери в бізнесі, майбутні наймані працівники);

– сфери діяльності, до якої належить бізнес (виробництво, надання послуг, роздрібна чи оптова торгівля);

– розміру бізнесу (великий, середній, малий) і суми коштів, що необхідні для його організації;

– конкретних характеристик майбутнього продукту (простий чи складний, принципово новий чи традиційний, призначений для споживання чи для виробництва) і стадії його життєвого циклу.

Чим більший бізнес, що створюється, чим складніші характеристики майбутнього продукту і чим більше інвестицій цей бізнес вимагає, тим детальнішим має бути й бізнес-план.

Наявність декількох факторів, що визначають зміст бізнес-плану та його обсяг, свідчить про те, що не існує стандартної, універсальної, загальної для всіх випадків форми бізнес-плану. Однак це не означає, що не існує загальних підходів до його розробки: структури плану, послідовності та організації розробки, змісту окремих розділів [5].

В агропромисловому комплексі більшість підприємців розробляють бізнес-плани з метою залучення інвесторів до фінансування свого проекту. При цьому найбільші труднощі виникають під час розробки бізнес-плану у сфері виробничої діяльності.

Таким чином, сільськогосподарське виробництво має свої особливості, які слід враховувати при розробці бізнес-плану. Як показують дослідження, розвитку більшості аграрних підприємств перешкоджає низька ефективність сільськогосподарського виробництва, недосконалість механізмів інвестиційного забезпечення; нераціональне використання земельних ресурсів. Саме залучення інвестицій у сільськогосподарське виробництво є найбільш вагомим чинником економічного зростання, поліпшення економічної ситуації у країні та покращення добробуту населення. Для успішного функціонування сільськогосподарських підприємств необхідне залучення як вітчизняних, так і іноземних інвесторів аграрних підприємств, а також складання детального бізнес-плану.

Науковий керівник – канд. екон. наук, доцент Горобинська М. В.

Література: 1. Бізнес-план: технологія розробки та обґрунтування : навч. посіб. / С. Ф. Покропивний, С. М. Соболь, Г. О. Швиданенко та ін. – Київ : КНЕУ, 2012. – 379 с. **2.** Гетало В. П. Бізнес-планування : навч. посіб. / В. П. Гетало, Г. О. Гончаров, А. В. Колісник. – Київ : Професіонал, 2013. – 240 с. **3.** Македон В. В. Бізнес-планування : навч. посіб. / В. В. Македон. – Київ : Центр учб. літ., 2012. – 236 с. **4.** Нелеп В. М. Планування на аграрному підприємстві : підручник / В. М. Нелеп. – Київ : КНЕУ, 2013. – 372 с. **5.** Попов В. М. Збірник бізнес-планів з коментарями і рекомендаціями / В. М. Попов. – Київ : ЦУЛ ; КноРус, 2013. – 383 с.

THE ROLE OF COMMUNICATION IN MANAGEMENT DECISION-MAKING PROCESS

УДК 005.53:005.57

Barkalova O. V.

The third-year student
of Management and Marketing department, S. Kuznets KNUE

Annotation. *The work covers issues of significance of effective communications in properly organized decision-making process, which is vital for successful company's operation under current market conditions. The process of decision-making and communication are considered, approaches to improve their interaction are defined.*

Keywords: *communication, decision making, management, process, information.*

Анотація. *Робота охоплює питання значущості ефективних комунікацій у правильно організованому процесі прийняття рішень, який є важливим для успішної діяльності компанії в умовах сучасного ринку. Розглянуто процес прийняття рішень, комунікацій і виявлено підходи до поліпшення їх взаємодії.*

Ключові слова: *комунікація, прийняття рішень, управління, процес, інформація.*

Аннотация. *Работа охватывает вопросы значимости эффективных коммуникаций в правильно организованном процессе принятия решений, который является важным для успешной деятельности компании в условиях современного рынка. Рассмотрен процесс принятия решений, коммуникаций и выявленіподходы к улучшению их взаимодействия.*

Ключевые слова: *коммуникация, принятие решений, управление, процесс, информация.*

Nowadays the importance of the communication process cannot be denied, as it can be found in each aspect even of everyday life. And despite the fact that everyone is constantly facing this process, not everyone can be efficient in it. This means that the results of communication not always are completely relevant due to different factors, and this, in turn, influences other subsequent actions and processes. In the context of organizational environment, the communications are present in every department, in various directions throughout the company. So, they make significant impact on all the activities of the organization, especially reflecting on one of the most important ones – the decision making.

Also, the gap that often exists between what executives say and how they behave helps create barriers to openness and trust, to the effective search for alternatives, to innovation, and to flexibility in the organization.

This problem was partly enlightened in researches of Michael Mescon, Chris Argyris, Naumik E.G.

Problem grounding. This article aims to install relations between information and communication process, factors influencing them; to define the categorical apparatus of information support in decision making; to suggest some approaches of communication process which will allow to justify the ways and means of getting reliable, trustworthy, useful for the decision making information; to develop working methods of applying individual approaches in information exchange; to increase the efficiency of use and exchange of information.

Main findings. The decision-making system is closely connected to the information system. The managerial process is primarily understood as a process of using information, the act of management being achieved within the circuit information – decision-action.

After the morphological analysis carried out in the process of research, information can be defined as specific and purposefully organized knowledge, previously gathered by the process of communication, to be used afterwards in order to decrease uncertainty in management and help the decision making.

Such definition can be given to the decision making: it is a cognitive process consisting of determination, evaluation and selection of the most appropriate course of action among possible alternatives.

It is also necessary to identify the steps which should be taken when making the decision.

Following are the important steps of the decision making process:

Step 1. This step is about recognition of the problem and identification of the purpose of the decision. The decision-making process starts with recognizing that a problem exists: something has to be changed in the situation and there are possibilities for improvement. In this step, the problem is thoroughly analyzed.

Step 2. In the process of solving the problem, it is necessary to gather as much information related to the factors and stakeholders involved in the problem as it is possible.

© Barkalova O. V., 2015

Step 3. It is required to think and look for as many practical alternatives as possible and analyze the resources that each alternative course of action will require. Comparison of the expected benefits from selection must be done. The baseline criteria for judging the alternatives should be setup.

Step 4. For this step, brainstorming to list down all the ideas is the best option. Before the idea generation step, it is vital to understand the causes of the problem and prioritization of causes.

Step 5. It is required to use judgment principles and decision-making criteria to evaluate each alternative. In this step, it is essential to compare each alternative for their positives and negatives. Values that are important for achieving the goal and the resources to work with must be kept in mind.

Step 6. This is the stage where the selection of the best alternative should be done. The hard work of analyzing available options would lead to a proper decision.

Step 7. On this step it is necessary to convert the decision into a plan or a sequence of activities, and execute the plan. This is a very crucial step because all the people involved in implementation of a solution should know about their implications. This is very essential for the decision to give successful results.

Step 8. The outcome, or result of the decisions, should be evaluated regularly to determine its effectiveness. The decision maker has to see whether there is anything that should be learnt and then corrected in future decision making [4].

At the same moment, the communication process is presented throughout the decision-making process, what makes them highly interrelated.

It is almost impossible to overestimate the importance of communication in management. Almost everything managers do to facilitate the achieving organizational goals requires effective information exchange. If people cannot communicate, it is clear that they will not be able to work together to formulate goals and achieve them. However, communication is a complex process consisting of interdependent steps, among them:

the idea creating;

coding and selection of a channel;

transferring;

decoding.

Feedback can significantly improve the efficiency of the management information exchange, enabling both parties to suppress the disturbances. In the language of communication theory, the disturbance is something distorting the meaning. Sources of the disturbance that can create barriers to information exchange vary from language (verbal or non-verbal forms) to differences in perception, which change the meaning in the encoding and decoding processes, and to differences in organizational status between supervisor and subordinate that may impede the accurate transmission of information [3].

So, several methods of eliminating the barriers to decision making are suggested:

1. Asking questions.

The executive can strive to be aware that he is probably programmed with a set of values which cause him to behave in ways that are not always helpful to others and which his subordinates will not discuss frankly even when they believe he is not being helpful. He can also strive to find time to uncover, through careful questioning, his impact on others. Once in a while a session that is focused on the "How am I doing?" question can enlighten the executive and make his colleagues more flexible in dealing with him.

2. Working with the group.

Another step that an executive can take is to vow not to accept group ineffectiveness as part of life. The search process in executive decision making has become so complicated that group participation is essential. No one man seems to be able to have all the knowledge necessary to make an effective decision. If individual contributions are necessary in group meetings, it is important that a climate be created that does not discourage innovation, risk taking, and honest leveling between managers in their conversations with one another. The value of a group is to maximize individual contributions.

3. Utilizing feedback.

Another useful exercise is for the superior and his group members to tape-record a decision-making meeting, especially one which is expected to be difficult. At a later date, the group members can gather and listen to the tape. It can be stated that simply listening to the tape is an education in itself. If one can draw from skilled company or outside help, then useful analyses can be made of group or individual behavior.

4. Laboratory training.

Another possibility is for the executive to attend a program designed to help increase competence in this area, such as laboratory education and its various offshoots. Outside programs can offer the better way of becoming acquainted

with this type of learning. Bearing in mind, though, that since typically only one or two executives attend from the same organization, the biggest payoff is for the individual. The inside program provides greater possibilities for payoff to the organization.

5. Open discussion.

There was never a group whose members wanted it to decay, or a group or an organization that was decaying where there were not some members who were aware that decay was occurring. Accordingly, one key to group and organizational effectiveness is to get this knowledge out into the open and to discuss it thoroughly. The human "motors" of the group and the organization have to be checked periodically, just as does the motor of an automobile. Without proper maintenance, all will fail [1].

6. Mobile phones advanced usage.

Through individual in-depth interviews, the authors examine employees' use of mobile phones for decision-making and internal/external communication in the China branch of a multinational company. The study shows that mobile phones are a key communication tool in the company. Voice calls are the most preferable way of mobile phone use due to their synchronous nature for instant communication and the rich verbal cues they carry. Text messaging is an unobtrusive way of business communication and it can be used as the formal documentation of business decision-making. Group text messaging turns the mobile phone into a mass communication platform for customer relationship maintenance.

7. Replacing proprietary software with open source software.

Most companies face high expenditures and numerous challenges in today's competitive industrial environment where cost of technology can be an extra burden. To address these challenges, businesses can use Open Source Software. It provides many benefits, including high-quality software and substantial profit.

8. Use of electronic meeting systems for decision-making tasks.

Although various technologies are widely used to support decision-making teams, relatively little is known about the use of specialized Electronic Meeting Systems and their use over time during ongoing projects [2].

Conclusion. As it was defined in the research, the communication and decision-making processes are closely interconnected in all their steps. This gives the ability to state that in order to perform manager's functions efficiently, as a decision maker also, it is necessary to be a confident communicator and constantly develop the managerial experience in the communicative and the decision-making processes. Among the ways of improving the efficiency of these processes, several approaches were suggested. Nevertheless, this area is rapidly developing and changing, so the further research is still necessary in order to justify methods of communication and decision making as clearly as possible.

Supervisor - teacher Kanova O. A.

Literature: 1. Argyris C. Interpersonal barriers to decision making [Electronic resource] / C. Argyris // Harvard Business Review Magazine. – 1966. – Access mode : http://hbr.org/1966/03/interpersonal-barriers-to-decision-making/sb1. **2.** Ephraim Nikoi. Collaborative Communication Processes and Decision Making in Organizations / Ephraim Nikoi, Kwasi Boateng // Igi Global. – 2013. – 353 p. **3.** Mescon M. H. Management / M. H. Mescon, Michael Albert and Franklin Khedouri // Addison-Wesley Educational Publishers, Incorporated. – 1988. – 784 p. **4.** Saaty T. L. How to make a decision: the analytic hierarchy process / T. L. Saaty // Interfaces. – 1994. – Vol. 24. – № 6. – P. 19–43.

ОСНОВНІ АСПЕКТИ ЩОДО ПОПЕРЕДЖЕННЯ ТА ПРОТИДІЇ ЛЕГАЛІЗАЦІЇ ЗЛОЧИННИХ ДОХОДІВ І ФІНАНСУВАННЮ ТЕРОРИЗМУ В УКРАЇНІ

УДК 343.35:336.7:354

Барсученко А. С.

Магістрант 1 року навчання
факультету обліку і аудиту ХНЕУ ім. С. Кузнеця

Анотація. *Розглянуто організаційно-правові основи стратегії України щодо попередження та протидії легалізації (відмиванню) доходів, отриманих злочинним шляхом, та фінансуванню тероризму. Виявлено недоліки довгострокових програм у цій сфері та запропоновано шляхи їх усунення.*

Ключові слова: *фінансовий моніторинг, FATF, державний фінансовий моніторинг, відмивання коштів, злочинність.*

Аннотация. *Рассмотрены организационно-правовые основы стратегии Украины по предупреждению и противодействию легализации (отмыванию) доходов, полученных преступным путем, и финансированию терроризма. Выявлены недостатки долгосрочных программ в этой области и предложены пути их устранения.*

Ключевые слова: *финансовый мониторинг, FATF, государственный финансовый мониторинг, отмывание средств, преступность.*

Annotation. *Descring organization-legislative bases of strategy of Ukraine about notice and counteraction through an intermediary in order to disguise the source and financing terrorism. Detect limitations long term program s at this sphere and propose the ways of its removal.*

Keywords: *financial monitoring, FATF, state financial monitoring, money laundering, criminality.*

Постановка проблеми. У сучасному відкритому фінансовому світі з високою мобільністю грошових коштів і швидким розвитком технологій платіжних операцій способі і прийоми легалізації злочинних доходів, а також анонімний захист останніх в окремих країнах або на відповідних територіях роблять фінансову злочинність транснаціональною. Саме тому боротьба з відмиванням доходів, отриманих злочинним шляхом, потрібна за трьома основними причинами: по-перше, такі міри дають можливість виявляти латентні злочини, що пов'язані з отриманням «брудних» грошей від корупції, наркобізнесу, шахрайства, ухилення від сплати податків та інших форм організованої злочинності; по-друге, відмивання доходів сприяє розвитку міжнародної корупції, підриває зусилля України, що спрямовані на розвиток демократичних політичних інститутів і стабільної національної економічної системи; по-третє, вона допомагає захистити українську фінансову систему від негативного впливу зовнішнього та внутрішнього кримінального капіталу.

Аналіз досліджень і публікацій. Питання діяльності органів державного фінансового моніторингу розглянуто у наукових працях Буткевича С. А., Колдовського М. В., Ващенко О. М. та ін.

Метою цієї статті є всесторонній аналіз положень стратегічних планів (програм) антилегалізаційних заходів підприємств, а також розробка пропозицій і рекомендацій щодо вдосконалення цієї політики в Україні.

Виклад основного матеріалу. Термін «відмивання грошей» з'явився в офіційному юридичному лексиконі порівняно недавно. Як стверджують фахівці, ввела його у 1984 році Президентська комісія США з боротьби з організованою злочинністю. Проте світова громадськість вже встигла продемонструвати серйозність своїх намірів у боротьбі з цим злом. Віденська конвенція ООН 1988 року дала вичерпне визначення цього терміна, а в 1989 році на зустрічі G7 була створена Група з розробки фінансових заходів боротьби з відмиванням грошей (FATF – Financial Action Task Force). Україна в число 29 країн-членів цієї групи не увійшла, зате вже побувала в «чорному списку» цієї організації, продемонструвавши невідповідність розробленим цією групою рекомендаціям. Тепер спільно з Європейською комісією здійснює в нашій країні кілька проектів, спрямованих на боротьбу з нелегальним обігом грошей.

Ще у 2001 р. Уряд України виділив такі першочергові дії у рамках комплексної програми заходів по боротьбі з легалізацією (відмиванням) доходів, отриманих злочинним шляхом, як: посилення контролю роботи національних органів правопорядку з метою блокування нелегальних грошових потоків, а також міжвідомчої координації з розслідування злочинів, пов'язаних із відмиванням доходів; виконання рекомендацій FATF з метою ідентифікації країн, де ситуація з відмиванням таких доходів становить серйозну загрозу для України [4]; орієнтація діяльності підрозділів боротьби з наркобізнесом на більш ретельне дослідження аспектів виду злочинів

© Барсученко А. С., 2015

у частині, що стосується відмивання грошових коштів, отриманих злочинним шляхом; активізація діяльності регуляторних органів, суспільних і приватних структур, пов'язаної з попередженням відмивання злочинних доходів; впровадження ефективних способів виявлення та припинення ризикованих або підозрілих фінансових операцій шляхом підвищення рівня професіональної та правової підготовки працівників сектора фінансових послуг, ігрових, брокерських і дилерських установ; продовження роботи щодо вдосконалення законодавства з питань захисту інституту свідків і учасників судочинства в боротьбі з відмиванням злочинних доходів; створення умов для праці через бездіяльність компетентних органів інших країн на території України з метою впровадження нових механізмів боротьби з фінансовими злочинами; звернення у разі потреби за допомогою міжнародних фінансових органів, організацій з питань удосконалення антилегалізаційного законодавства; створення умов для об'єктивного висвітлення в засобах масової інформації всіх аспектів боротьби з відмиванням злочинних доходів та ін. [1].

Незважаючи на те, що вказані питання розглядалися ученими ще 12 років тому, вони є актуальним дотепер, що дозволяє злочинним елементам тривалий час продовжувати свою незаконну діяльність, втягувати в неї нових учасників для вчинення злочинів, пов'язаних із відмиванням «брудних» грошей. Саме тому запитання розробки та реалізації ефективної і дієвої стратегії боротьби з легалізацією злочинних доходів актуальні не тільки для України, але і для всього світового співтовариства.

Як і в інших країнах пострадянського простору [2, с. 192–223], до причин, що знижують ефективність антилегалізаційної системи України, належать: недосконалість системного інформаційного забезпечення державних органів, які беруть участь у протидії легалізації злочинних доходів; недостатня кількість спеціально підготовленого персоналу у сфері правової і наглядової діяльності; низький рівень розкриття злочинів, пов'язаних із легалізацією злочинних доходів, обумовлений малоефективною взаємодією органів, служб і підрозділів, які здійснюють слідчу й оперативно-розшукову діяльність, у процесі розслідування злочинів цієї категорії; відсутність достатньої практики судового розгляду справ зазначеної категорії, необхідної спеціалізації судів і суддів; суперечності в нормативно-правовому регулюванні питань, пов'язаних із визначенням повноважень суб'єктів державного фінансового моніторингу щодо регулювання та нагляду за діяльністю відповідних суб'єктів первинного фінансового моніторингу [3].

Сьогодні основним завданням Державної служби фінансового моніторингу України є: реалізація державної політики у сфері запобігання і протидії легалізації (відмиванню) доходів, отриманих злочинним шляхом, або фінансуванню тероризму, а також внесення пропозицій щодо її формування; збір, обробка й аналіз інформації по фінансових операціях, які підлягають фінансовому моніторингу, інших фінансових операцій або інформації, яка може бути пов'язана з підозрою у легалізації (відмиванні) доходів, отриманих злочинним шляхом, або фінансуванні тероризму; створення та забезпечення функціонування єдиної державної інформаційної системи у сфері попередження і протидії легалізації (відмиванню) доходів, отриманих злочинним шляхом, або фінансуванню тероризму [5].

Первинним нормативним правовим актом у цій сфері, котрий повинен мати основоположний характер, стала Концепція розвитку системи запобігання та протидії дії легалізації (відмиванню) доходів, отриманих злочинним шляхом, і фінансуванню тероризму на 2005–2010 рр. Мета прийняття останньої полягала в забезпеченні прозорості фінансової системи, підвищенні інвестиційної привабливості економіки України для іноземних інвесторів, поліпшення міжнародного іміджу країни, подолання бар'єрів на шляху визнання України державою з ринковою економікою, декримінализації економічних відносин, розширенні кореспондентських відносин українських банків із фінансовими установами країн-членів, а також сприяння наповненню дохідної частини державного бюджету [4]. Достовірними є оцінки фахівців, які вважають найбільш значним досягненням реалізації цієї Концепції розробки і прийняття нової редакції Закону України «Про запобігання та протидію легалізації (відмиванню) доходів, отриманих злочинним шляхом, або фінансуванню тероризму» (травень 2010 р.) [1].

У Стратегії розвитку системи попередження та протидії легалізації (відмиванню) доходів, отриманих злочинним шляхом, або фінансуванню тероризму на період до 2016 р. значну увагу приділено питанням боротьби з фінансуванням тероризму, що пов'язано з активізацією міжнародного тероризму [6]. Її мета – визначення заходів законодавчого, організаційного й інституційного характеру, спрямованих на забезпечення стабільного й ефективного функціонування національної системи запобігання та протидії легалізації злочинних доходів або фінансуванню тероризму.

Презентований у листопаді 2014 р. український переклад Другого оціночного звіту GRECO (групи держав по боротьбі з корупцією, членом якої Україна стала з 2006 року) містив 25 конкретних рекомендацій, сумлінне виконання яких дозволить подолати основну проблему на шляху розвитку нашого суспільства. Це і створення спеціалізованого органу з розробки національної антикорупційної стратегії, перегляд системи відповідальності за корупційні злочини та заходи щодо активізації зусиль правоохоронних органів і підвищення ролі саморегуляції в цій області.

Україна з 25 рекомендацій Групи держав Ради Європи проти корупції (GRECO) повністю виконала 8, ще 17 – частково. Про це йдеться у звіті GRECO, оприлюдненому на офіційному сайті Міністерства юстиції України.

Як повідомили в прес-службі Мін'юсту, згідно зі звітом GRECO переважна більшість заходів, ужитих Україною, стосуються розробки проектів законодавства, які зараз знаходяться на розгляді Верховної Ради України. Крім того, GRECO зазначає швидке створення Україною антикорупційного органу, встановлення тісного співробітництва в антикорупційній сфері як з окремими державами, так і з міжнародними організаціями.

У той же час в документі підкреслюється, що для того, щоб повністю виконати рекомендації, які містяться в Оціночному звіті, Україні доведеться докласти активних зусиль. «Це вимагає існування справжньої політичної волі, яка аж ніяк не обмежується розробкою проектів актів законодавства. Як найкраще рухатися вперед – буде вирішувати, зрештою, українська влада», – наголошується в звіті.

Групу держав проти корупції (GRECO) утворено Радою Європи, метою якої є покращення можливостей країн-членів групи боротися з корупцією, дотримуватися ухвалених державами рішень, а також застосовувати відповідні антикорупційні заходи.

Паралельно з цим в Україні здійснюється другий етап Проекту технічної допомоги з питань боротьби з відмиванням коштів (MOLI-UA-2). Перший етап програми вже завершився в 2005 році, і його результати отримали високу оцінку з боку Європейської комісії та Ради Європи.

На запитання щодо боротьби із відмиванням грошей в Україні експерт Ради Європи, менеджер проекту Пшемислав Мусялковські стверджує, що основним завданням є приведення українського законодавства у відповідність з європейськими стандартами. Україна ратифікувала Конвенцію про відмивання, пошук, арешт і конфіскацію доходів, одержаних незаконним шляхом, прийняту Радою Європи у 1990 році. Однак з тих пір у нас вже з'явилася нова конвенція про відмивання, виявлення, вилучення і конфіскацію доходів від злочинної діяльності та фінансування тероризму, прийнята в 2005 році. Крім того, європейські стандарти роботи в цьому напрямку ретельно виписані у третій директиві ЄС. І Україні, хоча вона і не є членом ЄС, корисно було б урахувати їх у своєму законодавстві.

Чинний у країні закон 2010 р. про запобігання та протидію легалізації (відмиванню) доходів, одержаних злочинним шляхом, має серйозні недоліки. Головний з них – відсутність чіткого механізму блокування підозрілих транзакцій. Зараз, наприклад, рішення про заморожування підозрілих рахунків, перешкоджання проведенню підозрілих операцій приймає сам банк. А таке рішення часто не відповідає його фінансовим інтересам. За допомогою європейських експертів було розроблену нову редакцію закону. Однак він був прийнятий нелегітимною Верховною Радою, іншими словами, законної сили не має. Крім того, на останніх етапах розробки найбільш принципові пункти з тексту закону зникли. Так що зараз ми зробили крок назад, і вся основна робота в цьому напрямку нам ще тільки належить.

Планується, що реалізація відповідних завдань дозволить забезпечити в Україні системну реалізацію державної політики у сфері попередження та протидії легалізації (відмиванню) доходів, отриманих злочинним шляхом, чи фінансуванню тероризму; результативне співробітництво та постійний інформаційний обмін з органами виконавчої влади та іншими державними органами – суб'єктами державного фінансового моніторингу, компетентними органами іноземних держав і міжнародними організаціями у цій сфері; підвищення кваліфікації спеціалістів державних органів із питань фінансового моніторингу та співробітників суб'єктів первинного фінансового моніторингу; стимулювання припливу іноземних інвестицій у національну економіку; наповнення дохідної частини державного бюджету.

Висновки. Отже, підводячи підсумки, можна сказати, що стратегічними цілями удосконалення національної системи попередження та протидії легалізації (відмиванню) доходів, отриманих злочинним шляхом, чи фінансування тероризму мають стати такі: скорочення масштабів організованої злочинності та нелегальної підприємницької діяльності; ліквідація причин та умов, що сприяють відновленню матеріальної бази терористичних організацій, організованої злочинності; наркобізнесу та корупції; попередження незаконного вивільнення грошових коштів; створення умов для забезпечення возвратності грошових коштів, отриманих злочинним шляхом і незаконно виведених; забезпечення ефективності реалізації повноважень правоохоронних та інших державних органів, що беруть участь у попередженні та протидії легалізації (відмиванню) доходів, отриманих злочинним шляхом, та фінансуванню тероризму, оптимізація механізмів координації їх діяльності і взаємодії між ними.

Науковий керівник – канд. екон. наук, викладач Савенко К. С.

Література: 1. Про запобігання та протидію легалізації (відмиванню) доходів, отриманих злочинним шляхом, фінансуванню тероризму та фінансуванню розповсюдження зброї масового знищення [Електронний ресурс] : Закон України від 14.10.2014 № 1702-VII. – Режим доступу : http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/1702-18. **2.** Буткевич С. А. Финансовый мониторинг в Украине (организационно-правовые аспекты): монография. – Симферополь : Крымучпедгиз, 2013. – 286 с. **3.** Колдовський М. В. Оцінка ризику клієнта банку на предмет можливості ним проводити операції по легалізації доходів / М. В. Колдовський, О. М. Ващенко // Проблеми і перспективи роз-

витку банківської системи України. – 2013. – Вип. 24. – С. 181–189. **4.** FATF Standarts. FATF 40 Reccomendations [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://www.fatf-gafi.org/dataoecd/7/40/34849567.PDF **5.** Положение о Государственной службе финансового мониторинга Украины Електронний ресурс] : Указ Президента Украины от 13.04.2011 № 466/2011. – Режим доступу : http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/466/2011. **6.** Об утверждении Стратегии развития системы предупреждения и противодействия легализации (отмыванию) доходов, полученных преступным путем, или финансированию терроризма на период до 2016 года : Распоряжение Кабинета Министров Украины от 9.03.2012 №190-р // Официальный вестник Украины. – 2012. – № 20. – Ст. 803.

СУЧАСНИЙ СТАН ПЛАТІЖНОЇ СИСТЕМИ УКРАЇНИ ТА ШЛЯХИ ЇЇ ВДОСКОНАЛЕННЯ

УДК 336.717.13

Батюта О. М.

Студент 4 курсу
фінансового факультету ХНЕУ ім. С. Кузнеця

Анотація. *Розглянуто стан платіжної системи України на сучасному етапі її розвитку та визначено головні проблеми сучасного стану платіжної системи України. Розроблено та запропоновано ряд заходів щодо вдосконалення платіжної системи, необхідної для забезпечення розвитку систем електронних платежів.*

Ключові слова: *платіжна система, Система електронних платежів (СЕП), Національна система масових електронних платежів (НСМЕП), платіжні картки, міжбанківські перекази, кореспондентські рахунки.*

Аннотация. *Рассмотрено состояние платежной системы Украины на современном этапе ее развития и определены главные проблемы современного состояния платежной системы Украины. Разработан и предложен ряд мер по совершенствованию платежной системы, необходимой для обеспечения развития систем электронных платежей.*

Ключевые слова: *платежная система, Система электронных платежей (СЭП), Национальная система массовых электронных платежей (НСМЭП), платежные карты, межбанковские переводы, корреспондентские счета.*

Annotation. *The state of the payment system of Ukraine at the present stage of its development and identified the main problems of the current state of the payment system of Ukraine. Developed and proposed a number of measures to improve the payment system needed to ensure the development of electronic payment systems.*

Keywords: *payment system, electronic payment System (Sep), the national system of mass electronic payments (NSMEP), payment cards, interbank transfers, correspondent accounts.*

Платіжна система вважається найважливою ланкою економічної системи країни. Світовий досвід показує, що ефективне регулювання платіжної системи сприяє удосконаленню товарно-ринкових відносин, ефективному функціонуванню фінансової сфери, забезпеченню національних інтересів. Розширення різних видів банківських послуг є належним рішенням.

Враховуючи актуальність цього питання, цю проблему досліджувало багато вчених-економістів, зокрема М. Вертузаев, В. Голубєв, О. Забродська, М. Зубок, Н. Єрьоміна, В. Кравець, Л. Миколаєва, І. Новак, Ю. Мельников та ін.

Метою дослідження є вивчення сучасного стану платіжної системи України і шляхи її вдосконалення.

На сьогодні в Україні працює створена Національним банком України Система електронних платежів (надалі – СЕП) та Національна система масових електронних платежів (надалі – НСМЕП), а також приватні внутрішньодержавні та міжнародні платіжні системи банків і небанківських установ. Розроблення та впровадження Національним банком України СЕП і НСМЕП дало змогу швидко відмовитись від внутрішньобанківських та міжбанківських розрахунків [1].

Через СЕП здійснюється понад 98 % міжбанківських переказів у національній валюті в межах України, тоді як через кореспондентські рахунки, що відкриті банками в інших банках, менше 2 % [2].

© Батюта О. М., 2015

Станом на 1 січня 2015 року учасниками СЕП були 359 установ, із них: 163 – банки України; 134 – філії банків України; 26 – органи Державної казначейської служби України; 36 – установи Національного банку України [3].

Переважна більшість початкових платежів надіслана до СЕП банками України та їх філіями – 291122 тис. початкових платежів (93 % від їх загальної кількості).

Упродовж 2014 р., майже як і в минулому році, в СЕП у середньому за день оброблялося 1 247 тис. початкових платежів на суму 57 410 млн грн, що є показником стабільної роботи цієї системи.

Середньоденний залишок коштів на рахунках учасників СЕП становив 34,30 млрд грн, а середньодобовий коефіцієнт обігу коштів за рахунками учасників системи – 1,67.

За період 2012–2014 рр. середньодобові показники роботи платіжної системи показують ефективну роботу СЕП (табл. 1).

Таблиця 1

Середньодобові показники роботи СЕП, 2012–2014 рр.

Середньодобові показники роботи СЕП	2012 р.	2013 р.	2014 р.
В середньому за день оброблялося початкових платежів (тис. шт.)	1342	1385	1 270
– на суму (млн грн)	46892	50539	56 892
Середньоденний залишок на рахунках учасників СЕП (млрд грн)	23,0	27,8	33,4
Середньодобовий коефіцієнт обігу коштів на рахунках учасників СЕП	2,03	1,81	1,70

СЕП постійно удосконалюється з метою покращення надійності її функціонування та розширення спектра послуг банкам-учасникам СЕП [2].

Беручи до уваги сучасний стан платіжних систем, необхідно здійснити ряд перетворень, для того щоб повернути довіру до внутрішніх платіжних систем.

Так, на нашу думку, основними шляхами вдосконалення цієї платіжної системи є:

– збільшення кількості учасників і користувачів системи за допомогою надання пільг після вступу до НСМЕП;

– проведення масових рекламних компаній, що призведе до зменшення обігу готівкових коштів в економіці країни;

– заміна старт-карт на більш відомі картки з магнітною стрічкою з метою збільшення обсягу провідних операцій;

– скорочення обсягу витрат банків при вступі до НСМЕП;

– заміна картрідерів НСМЕП шляхом створення бази даних рахунку на носіях за технологією USB;

– створення системи «Он-лайн-банкінг» з метою зменшення навантаження на НСМЕП у розміщенні АТМ;

– збільшення акційних програм, що приведе до нарощування обсягів використання платіжних карток НСМЕП.

На наш погляд, склад цих заходів є достатнім для реформування НСМЕП та нарощування обсягів її використання в межах України, хоча і може зазнавати певних видозмін.

Провідну роль у реалізації зазначених напрямів відіграє НБУ, стимулюючи приватний сектор й органи управління до конкретних реформ.

Таким чином, проведене дослідження вказує на те, що платіжна система України потребує змін, оскільки не витримує конкуренції з боку міжнародних опонентів, тому необхідно зосередити увагу на підвищенні конкурентоздатності платіжних систем і їх стійкості.

Науковий керівник – канд. екон. наук, доцент Азізова К. М.

Література: 1. Кравець В. Розвиток платіжних систем в Україні та новітні форми розрахунків / В. Кравець // Вісник НБУ. – 2011. – № 10. – С. 45–47. **2.** Внутрішньодержавні і транскордонні перекази за підсумками 2011 року // Вісник НБУ. – 2012. – № 4. – С. 38–39. **3.** Бюлетень НБУ [Електронний ресурс] // Система електронних платежів Національного банку України станом на 01.01.2015 року. – Режим доступу : http://www.bank.gov.ua/control/uk /publish/article?art.

АНАЛИЗ МИНИМАЛЬНОЙ ЗАРАБОТНОЙ ПЛАТЫ И СОСТАВА ПОТРЕБИТЕЛЬСКОЙ КОРЗИНЫ НА ДАННОМ ЭТАПЕ РАЗВИТИЯ УКРАИНЫ

УДК 331.215(477)

Белоброва В.

Студент 2 курса
факультета международных экономических отношений ХНЕУ им. С. Кузнеца

Аннотация. *Рассмотрена взаимосвязь минимальной заработной платы населения со стоимостью потребительской корзины. Указаны факты, свидетельствующие об уровне жизни типичного гражданина Украины. Проведен анализ минимальных заработных плат и состава потребительской корзины в Украине по сравнению с другими развитыми государствами, такими как США и страны-члены ЕС. В результате был сделан вывод о том, что правительству необходимо пересмотреть свои действия и решения относительно распределения бюджетных средств государства.*

Ключевые слова: *потребительская корзина, минимальная заработная плата, прожиточный минимум, уровень жизни населения.*

Анотація. *Розглянуто зв'язок мінімальної заробітної плати населення з вартістю споживчого кошика. Вказано факти, які свідчать про рівень життя типового громадянина України. Проведено аналіз мінімальних заробітних плат і складу споживчого кошика в Україні порівняно з іншими розвиненими державами, такими як США і країни-члени ЄС. Зроблено висновок про те, що уряду необхідно переглянути свої дії і рішення щодо розподілу бюджетних коштів держави.*

Ключові слова: *споживчий кошик, мінімальна заробітна плата, прожитковий мінімум, рівень життя населення.*

Annotation. *This article examines the relationship of the minimum wage to the cost of the population of the consumer basket. Also points out the fact that evidence of the standard of living of a typical citizen of Ukraine. To confirm an analysis of minimum wages and the composition of the consumer basket in Ukraine compared to other developed countries such as the U.S. and EU member states. As a result, it was concluded that the government needs to reconsider its actions and decisions concerning the allocation of state budget funds.*

Keywords: *consumer basket, minimum wages, cost of living, living standards.*

Актуальность данной темы заключается в том, что вопрос, затронутый в теме статьи, волнует многих людей на данном этапе развития Украины, так как от уровня заработной платы зависит уровень жизни населения. Более того, граждан Украины очень сильно волнует вопрос падения национальной валюты относительно иностранной, при том что рост цен не совпадает с уровнем минимальной заработной платы.

Вопросами анализа потребительской корзины занимались такие ученые, как Терехов А. Н., Бураева Е. В., Дербин В. Г., Аркин П. А., Межевич К. Г., Колесник М. Д. и др.

Также английский экономист Джон Кейнс посвятил много времени данному вопросу и пришел к выводу, что понижение заработной платы, как и всякого дохода, должно способствовать росту склонности к потреблению и расширению за счет этого потребительского рынка [3, с. 132].

Целью статьи является исследование соответствия уровня минимальной заработной платы и стоимости потребительской корзины.

Потребительская корзина – ассортимент товаров, характеризующий стандартный уровень и состав месячного (годового) потребления человека или семьи. Данный набор используется для расчета минимального потребительского бюджета, учитывая стоимость потребительской корзины в современных ценах. Потребительская корзина также является базой для сравнения номинальных и реальных уровней потребления населения [1, с. 135].

Вопросами формирования потребительской корзины занимается Кабинет Министров Украины. На основе потребительской корзины, составленной на год, принимается уровень минимальной заработной платы на данный период.

Украинская потребительская корзина была составлена еще в 2000 году, несмотря на то, что по закону перечень товаров и услуг должен изменяться и пересматриваться каждые пять лет.

По данным Министерства Экономики Украины, в потребительской корзине 2015 г. продукты питания составляют 54,3 %, разнообразные услуги – 30,2 % (из них жилищно-коммунальные услуги – 18,1 %, связь – 1,6 %,

© Белоброва В., 2015

затраты на городской транспорт – 1,8 %, а на железнодорожный – 0,5 %) и на непродовольственные товары – 15,5 % [2, с. 173].

В свою очередь, цена потребительской корзины формируется на основе розничных цен на товары, а также тарифов на услуги, в частности на коммунальные платежи.

Национальные особенности и цена потребительской корзины в каждой стране свои: потребительская корзина в Америке состоит из 300 продуктов и услуг, во Франции – 250, в Англии – 350, в Германии – 475. Украинская потребительская корзина недавно была расширена до 297 наименований продуктов.

Рационально составленный потребительский бюджет отражает потребление товаров и услуг, обеспеченность населения предметами культурно-бытового и хозяйственного назначения в соответствии с обоснованными нормами потребностей людей. Рассмотрим примерную структуру потребительской корзины на данный момент: продукты питания – 30 %, непродовольственные товары – 47 % (из них одежда и обувь – 20 %; мебель и предметы быта – 18 %; другие товары – 9 %) и все услуги – 23 %. Фактическая структура потребления населения далека от рациональной [4].

Пересмотр потребительской корзины означает для государства увеличение прожиточного минимума и, соответственно, минимальной заработной платы.

Минимальная заработная плата – самая низкая, возможная заработная плата, как правило, определяется на законодательном уровне государством.

Рассмотрим минимальную заработную плату в развитых странах мира. Так сложилось, что в некоторых странах ЕС минимальная заработная плата не устанавливается. Например, в США, Великобритании и Ирландии устанавливаются только минимальные почасовые ставки.

В январе 2009 г. 20 из 27 стран ЕС установили минимальный уровень заработной платы в размере от € 123 в Болгарии до € 1642 в Люксембурге.

В Германии, Австрии и в странах Северной Европы, минимальная заработная плата не устанавливается на законодательном уровне и остается решение работы работодателей и профсоюзов.

В Украине минимальная заработная плата определяется ежегодно на основании Закона о государственном бюджете на соответствующий год. Размер минимальной зарплаты публикуется в Официальном источнике вместе с публикацией Закона о государственном бюджете [2, с. 173].

На сегодняшнем этапе развития Украины многие люди считают, что номинал минимальной заработной платы – это цифры, которые не соответствуют реальности, но все же есть люди, живущие на такие суммы. Это является достаточно серьезной проблемой, которая так и не решается государством. Гражданин со средней заработной платой не может представить себе, как живет человек с размером заработной платы раза в два меньше, чем у него. Правительство, пытаясь хоть как-то отрегулировать разрыв между номиналами заработных плат, не взымает налогов с минимально установленных зарплат. Например, пенсионеры, у которых нет дополнительного заработка, живут на суммы, которые меньше, чем принятый прожиточный минимум. График, иллюстрирующий динамику изменения минимальных пенсий, представлен на рис. 1 [4].

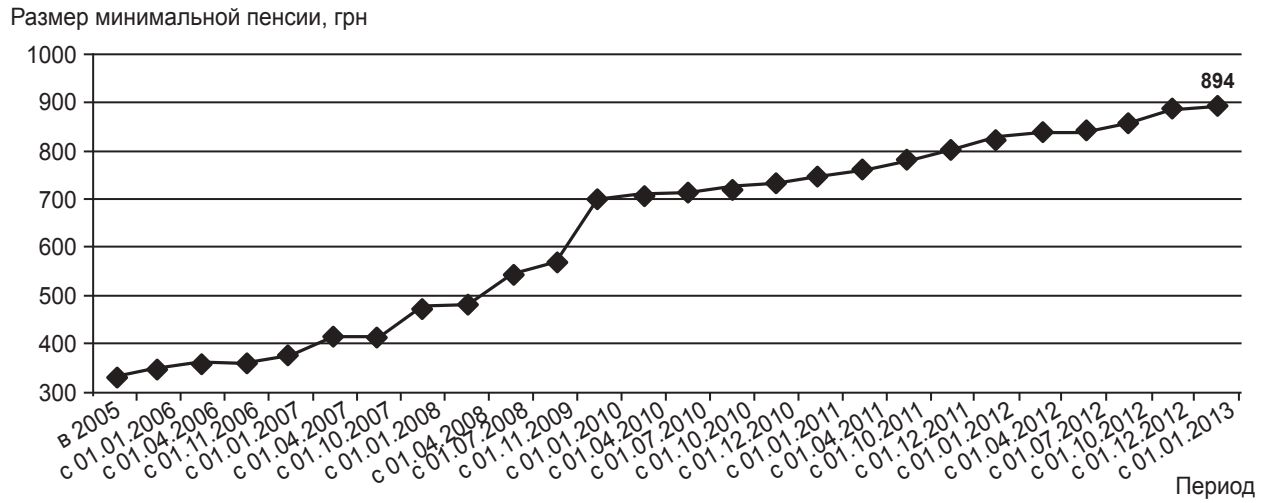

Рис. 1. **Динамика изменения минимальных пенсий**

На сегодняшний день государство пытается повысить уровень жизни людей, но пока что это сделать очень тяжело, ведь есть ряд факторов, влияющих на уровень благосостояния людей: объем реальных доходов на душу

населения; уровень инфляции; уровень и структура потребления продовольственных (непродовольственных) товаров и услуг (размеры потребительской корзины); тарифы квартирной платы, коммунальных и транспортных услуг; рабочей недели и рабочего дня; жилищно-бытовые условия; качество медицинского обслуживания.

В современной Украине для подавляющего большинства людей заработная плата является основным источником дохода. Именно от ее величины зависит уровень жизни населения в стране, поэтому вопросы, связанные с величиной минимальной заработной платы и стоимостью потребительской корзины, являются наиболее актуальными на данный момент. Таким образом, правительству следует стремиться улучшить материальную базу населения, для того чтобы не провоцировать людей создавать ситуации, которые могут с легкостью подорвать любую, даже самую мощную экономику. Государство и люди должны всегда взаимодействовать, понимать и помогать друг другу, что будет способствовать повышению уровня жизни населения в стране. Более того, регулирование благосостояния общества может происходить при помощи социально-экономической политики путем обеспечения единых минимальных социальных стандартов и социальной защиты населения независимо от экономических возможностей регионов, гарантирования социальных прав граждан, установленных Конституцией Украины, обеспечения занятости населения через совершенствование функционирования рынков труда и регулирования миграционных процессов.

Научный руководитель – канд. экон. наук, старший преподаватель Пивавар И. В.

Литература: 1. Кузнецов С. А. Анализ уровня заработной платы важнейшего стимулирующего фактора инновационной деятельности / С. А. Кузнецов // Современная экономика: проблемы, тенденции, перспективы. – 2012. – № 3. – С. 13–18. **2.** Скворцов Д. А. Потребительская корзина рядового украинца / Д. А. Скворцов // Экономический анализ уровня жизни населения. – 2014. – № 5. – С. 13–22. **3.** Толковый словарь экономических терминов / под ред. Н. И. Фокина, П. Н. Фокина. – М. : Ин-т новой экономики,1990. – 135 с. **4.** Динаміка зміни вартості споживчого кошика [Электронный ресурс] / Державний комітет статистики України. – Режим доступа : http://www.ukrstat.gov.ua/.

ПРОБЛЕМИ ТА ШЛЯХИ АКТИВІЗАЦІЇ ІННОВАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ В УКРАЇНІ

УДК 330.338.1(477)

Бех О. В.
Гавриленко В. О.

Студенти 2 курсу
факультету економіки і права ХНЕУ ім. С. Кузнеця

Анотація. *Проаналізовано основні проблеми, що перешкоджають впровадженню інновацій в Україні. Розглянуто можливі шляхи підвищення інноваційної активності у нашій державі. Досліджено досвід розвитку інноваційної діяльності у розвинутих країнах світу.*

Ключові слова: *інновації, інноваційна діяльність, інноваційний розвиток, управління інноваційною діяльністю.*

Аннотация. *Проанализированы основные проблемы, препятствующие внедрению инноваций в Украине. Рассмотрены возможные пути повышения инновационной активности в нашей стране. Исследован опыт развития инновационной деятельности в развитых странах мира.*

Ключевые слова: *инновации, инновационная деятельность, инновационное развитие, управление инновационной деятельностью.*

© Бех О. В., Гавриленко В. О., 2015

Annotation. *The article reviews the most important problems that hinder an implementation of innovation in Ukraine. The possible ways of increasing innovation activation in Ukraine have been viewed. The experience of innovation in the developed countries has been researched.*

Keywords: *innovation, innovation development, innovation management.*

Європейський вибір України на шляху інтеграції у високотехнологічне конкурентне середовище зумовив необхідність формування та запровадження інноваційної моделі розвитку, яка має забезпечити високі та стабільні темпи економічного зростання, вирішити певні соціальні й екологічні проблеми, забезпечити конкурентоспроможність національної економіки, підвищити експортний потенціал країни, гарантувати їй економічну безпеку та чільне місце в Європейському Союзі. Досягнення цих цілей, згідно з моделлю інтенсивного розвитку, має забезпечувати інноваційна діяльність [1, с. 28].

Україні останніми роками не вдається домогтися відчутних результатів в експорті інноваційної продукції та створенні сприятливих умов для інноваційної діяльності вітчизняних виробників. На жаль, українська інноваційна сфера поки не стала по справжньому привабливою для вітчизняних та іноземних інвесторів. Такий результат значною мірою пов'язаний із обмеженими можливостями держави щодо спрямування фінансових потоків в інноваційний розвиток економіки, обсяг яких, відповідно до досвіду розвинутих країн, значно перевищує ресурси, необхідні для здійснення традиційної науково-технічної політики, і недостатньою увагою держави до стимулювання міжнародного співробітництва в інноваційній сфері, що відповідає взаємним інтересам українських і закордонних партнерів [4, с. 2].

Дослідження основних проблем розвитку інноваційної діяльності вітчизняних підприємств знайшли своє відображення в роботах таких вітчизняних учених, як М. В. Гаман [2], О. І. Амоша [1], Н. В. Краснокутська [6], Н. І. Луцька [7], П. П. Микитюк [8] та ін.

В їх роботах розглянуто сутність проблем розвитку інноваційної діяльності в Україні та шляхи її активізації.

На думку науковців, основними проблемами інноваційного розвитку в Україні та її регіонах на сучасному етапі є:

відсутність реальних механізмів об'єднання наявних ресурсів, їх концентрації на найбільш значних і перспективних напрямах розвитку;

інноваційна політика не має чіткої спрямованості у вирішенні конкретних економічних проблем регіонів, у їхній реструктуризації з урахуванням ринкових чинників.

Але багато питань, що стосуються підвищення інноваційної діяльності, й досі залишаються невисвітленими і потребують теоретичного, методичного та практичного вирішення.

Постановка завдання полягає у дослідженні особливостей розвитку інноваційної діяльності у провідних країнах світу та Україні й у визначенні факторів, які стримують інноваційний розвиток нашої держави.

Багато експертів в Україні вважають, що головною причиною гальмування інноваційного розвитку у країні є дефіцит фінансових ресурсів. Але при цьому вони майже зовсім не звертають уваги на спад платоспроможного попиту на науково-технічну продукцію з боку держави та підприємницького сектора, погіршення якісних характеристик наукових кадрів і матеріально-технічної бази досліджень, та інші, не менш важливі причини.

Інноваційна діяльність – діяльність, що спрямована на використання і комерціалізацію результатів наукових досліджень і розробок і зумовлює випуск на ринок нових конкурентоздатних товарів і послуг [3].

Основними заходами, що сприятимуть активізації інноваційного розвитку в Україні, є:

– регіоналізація інноваційної політики, що сприятиме трансферу технологій і інноваційних продуктів, формуванню регіональних інноваційних стратегій, створенню технопарків, бізнес-інкубаторів, а також інноваційних структур іншого типу;

– створення умов для формування науково-промислових кластерів, які тісно співпрацюють із науковими установами, громадськими організаціями та органами місцевої влади;

– поетапне створення національної мережі комерціалізації інноваційних продуктів і трансферу технологій. Мережа має охоплювати спочатку 2–3, а згодом 5–7 регіональних центрів комерціалізації та трансферу технологій і інноваційних продуктов. Створюючи українську мережу, необхідно як найширше використовувати закордонний досвід;

– організація програми виявлення і добору найактуальніших винаходів українських авторів для їхньої подальшої комерціалізації та введення в господарський обіг. Такі програми закладуть підґрунтя для формування нової системи партнерської взаємодії держави і приватного сектора в розробленні та використанні нових технологій;

– сприяння розвитку інституту посередництва та підготовці технологічних менеджерів для наукомісткого сектора економіки [8, с. 120].

Сумісні зусилля держави та приватного бізнесу слід спрямувати на:

– забезпечення зростання випереджальними темпами питомої ваги галузей, що створюють, опрацьовують і впроваджують релевантну інформацію (інформація, що збирається під конкретну задачу) в усі сфери діяльності;

– формування такої нормативно-правової бази, яка б ефективно регулювала взаємини творців, власників і користувачів інформаційних ресурсів і систем, а також усіх учасників руху до суспільства, побудованому на знанні;

– сприяння розвитку та відновленню різних галузей діяльності на базі широкого використання інформаційно-комунікаційних технологій (освіта, культура, охорона здоров'я, малий бізнес, громадське життя, соціальний захист);

– створення умов для пріоритетного розвитку та підвищення експортних можливостей інформаційної індустрії країни, детінізація цієї сфери діяльності;

– формування сучасної інформаційно-комунікаційної інфраструктури країни з використанням національної системи науково-технічної інформації [2, с. 177].

Як приклад розвитку інноваційної діяльності для України варто використати досвід таких розвинених країн, як США та Японія. США є найбільшим імпортером і посідає друге місце у світі за обсягом експорту товарів і послуг. Японія – порівняно невелика, бідна на природні ресурси країна, проте посідає перше місце у світі за кількістю патентів на душу населення і вважається передовим виробником сучасної електроніки та робототехніки. Сукупна частка цих країн у світовому валовому продукті становить 30 %.

Лідерські позиції японських промислових компаній визначаються чинниками інноваційного управління, до яких належать:

1) розширене фінансування прикладних досліджень і дослідно-конструкторських розробок нових технологій, всебічне заохочення винахідництва та наукової діяльності;

2) оригінальна система виробничого менеджменту й ефективність стилю керівництва, націленого на взаємодію з персоналом усіх рівнів.

Японські компанії відрізняються від інших компаній світу тим, що їх основна мета – це забезпечення постійного довгострокового зростання, а не одержання як найшвидше високого прибутку. На думку багатьох вчених-економістів, одним із вагоміших чинників успіху Японії є особлива національна якість – це схильність до узгоджених дій на всіх рівнях, від приватного до національного. Внаслідок цього вся японська нація об'єдналась, підкоривши свої особисті інтереси загальнонаціональним цілям. Японські фірми надають великого значення творчій ініціативі працюючих і заохочують новаторський процес під гаслом "Винахідництво – це життя інженера". Японський менеджмент виходить із принципів орієнтації на процес покращення стандартів, якості, адаптивності й досконалості продукту, спрямованості на вирішення науково-технічних завдань експериментального та прикладного характеру, які мають комерційне значення, залучення робітників до творчого процесу, колективізм в ухваленні рішень.

Сказати, що структура повноважень у японських компаніях повністю децентралізована, а метод ухвалення рішень "знизу вгору" не є найпоширенішим, не можна. Слід зазначити, що влада на японських підприємствах є централізованою, але дуже важливим є той факт, що в рамках цієї централізації беруть участь підсистеми, з якими в ухваленні рішень знаходять консенсус. Вище керівництво японських компаній працює на перспективу, а тому виявляє ініціативу в ухваленні інноваційних рішень. В межах групи рішення приймаються з участю всіх членів групи на основі консенсусу. Таким чином, використовується широкий спектр підходів до управління новаціями залежно від керівництва корпорації.

Також популярною у Японії стала відома у всьому світі система тотального контролю якості (TQC) – ефективна система, що поєднує діяльність різних підрозділів організації, відповідальних за розробку параметрів якості, підтримання досягнутого рівня якості та його підвищення, для забезпечення виробництва й експлуатації виробу на найбільш економічному рівні, за повного задоволення вимог споживача. Головними рисами тотального контролю якості в Японії є те, що: контроль якості ґрунтується на професійних і особистих якостях робітників, починається з навчання і закінчується навчанням (загальне навчання старших і середніх менеджерів, а також робітників); рух на підтримку поширення системи тотального контролю якості є загальнонаціональним; усвідомлення того, що якість первинна, а прибуток вторинний; тотальний контроль якості орієнтований на покупця, а не на виробника. Завдання виробника не в тому, щоб виробити продукт, а в тому, щоб його товар міг бути проданим і задовольнив споживача [6, с. 206].

Для американської системи характерним є делегування всіх питань, пов'язаних із забезпеченням якості, певному адміністративному підрозділу, що спеціалізується на аналізі якості продукції і контролі. Усі ці функції організовують спеціалісти підрозділу. Керівники американських компаній підходять до управління інноваціями (і фірмою загалом) насамперед з позицій прибутковості, увагу приділяють тільки значним інноваціям. У США невеликі і середні (ризикові) фірми є інноваційно-успішними, а традиційні гіганти часто втрачають свої позиції.

Інноваційні фірми і компанії працюють саме як група людей, організованих для постійної інновації. Управління організацією будується так, що зміни стають нормою.

Головна перевага організації інноваційної діяльності в США – це децентралізація дослідних підрозділів. Тільки стратегічні для компанії інноваційні рішення ухвалюються централізовано. До таких рішень відносяться: інвестування мільярдних коштів на науково-дослідні та дослідно-конструкторські роботи, розроблення нового продукту чи проекту. Централізація ефективна з точки зору мотивації персоналу, швидкої винагороди за досягнення, у протилежному разі люди залишають організацію. В американських компаніях впевнені, що грошова винагорода дуже важлива для мотивації керівництва відділення: вони повинні чітко знати, до чого мають прагнути та що буде у випадку невиконання плану чи своїх обов'язків.

На нашу думку, державі необхідно спрямувати свою діяльність на створення сприятливих умов для активізації інноваційної діяльності всіх учасників інноваційного процесу "ідея – дослідження – виробництво – реалізація"; стимулювання інтеграції вітчизняних підприємств до реалізації міжнародних проектів високотехнологічного виробництва.

Стратегія інноваційного розвитку України має стати тією основою, яка дасть змогу забезпечити вдосконалення системи генерації знань, формування цілісної інноваційної інфраструктури та системи трансферу технологій, підвищення ефективності управління інтелектуальною власністю, стимулювання попиту на інновації [7, с. 26]. Однак у практиці України інноваційний розвиток не став однією з головних характеристик зростання її економіки. Протягом кількох років спостерігались позитивні тенденції, але вони мали переважно тимчасовий характер і змінювалися слабкими зрушеннями в економіці. Це свідчить про те, що інноваційні процеси в Україні є нестійкими та позбавлені чітких довготермінових стимулів для інноваційної діяльності [3, с. 28].

Підводячи підсумки необхідно зазначити, що інноваційна діяльність у повному обсязі має комплексний, системний характер і охоплює такі види роботи, як пошук ідей, ліцензій, патентів, кадрів, організацію дослідницької роботи, інженерно-технічну діяльність, яка об'єднує винахідництво, раціоналізацію, конструювання, створення інженерно-технічних об'єктів, інформаційну та маркетингову діяльність. Усе це створює прогресивні умови для інноваційного розвитку та активізації інноваційних процесів.

Саме тому основними шляхами активізації інноваційної діяльності в Україні на сучасному етапі розвитку вітчизняної економіки слід вважати:

– розробку та запровадження механізму надання пільг промисловим підприємствам, які впроваджують і реалізують інноваційну продукцію;

– поширення практики надання підприємствам, що займаються інноваційною діяльністю середньострокових кредитів зі зниженою процентною ставкою.

Реалізація запропонованих напрямків активізації інноваційної діяльності в Україні дасть змогу значно підвищити рівень інноваційної активності промислових підприємств, ефективно використовувати внутрішні та залучені зовнішні інвестиції на інноваційну діяльність.

Отже, забезпечення рівня конкурентоспроможності вітчизняних наукових досліджень на внутрішньому і міжнародному ринках має стати основним напрямком сучасної політики держави у сфері активізації інноваційної діяльності, що сприятиме підвищенню ефективності виробництва. Саме від цього нині найбільшою мірою залежать можливості реалізації інноваційних процесів і забезпечення високої ефективності національної економіки.

Науковий керівник – канд. екон. наук, доцент Лісна І. Ф.

Література: 1. Амоша О. І. Інноваційний шлях розвитку України: проблеми та рішення / О. І. Амоша // Економіст. – 2008. – № 6. – С. 28–34. **2.** Гаман М. В. Державне регулювання інноваційного розвитку України / М. В. Гаман. – Київ : Вид-во НАДУ, 2008. – 386 с. **3.** Про інноваційну діяльність [Електронний ресурс] : Закон України від 04.07.2002 № 40-IV. – Режим доступу : http://www.zakon1.rada.gov.ua. **4.** Інноваційний розвиток в Україні: наявний потенціал і ключові проблеми його реалізації. Аналітична доповідь центру Разумкова // Національна безпека і оборона. – 2009. – № 7. – С. 2–14. **5.** Касьяненко В. Зарубіжний досвід управління інноваційним потенціалом економіки та можливості його використання в Україні / В. Касьяненко // Маркетинг і менеджмент інновацій. – 2011. – № 4. – С. 200–204. **6.** Краснокутська Н. В. Інноваційний менеджмент : навч. посіб. / Н. В. Краснокутська. – Київ : Вид-во КНЕУ, 2003. – 504 с. **7.** Луцька Н. І. Теоретичні основи і практика запровадження інновацій в Україні / Н. І. Луцька // Інвестиції: практика та досвід. – 2009. – № 20. – С. 26–28. **8.** Микитюк П. П. Інноваційна діяльність : навч. посіб. / П. П. Микитюк, Б. Г. Сенів. – Київ : Центр навч. літ., 2009. – 320 с. **9.** Україна у цифрах, 2010 : статист. довід. / [За ред. О. Г. Осауленка]. – Київ : Техніка, 2010. – 239 с.

ЛЕГАЛИЗАЦИЯ ДОХОДОВ КАК СПОСОБ БОРЬБЫ С ТЕНЕВОЙ ЭКОНОМИКОЙ

УДК 330.368.143.1-027.581

Богомол Д.
Суботовский С.

Студенты 2 курса
факультета экономики и права ХНЭУ им. С. Кузнеца

Аннотация. *Проведён статистический анализ теневой экономики в Украине; рассмотрена классификация теневой экономики. Предложен возможный механизм борьбы с теневой экономикой и легализацией теневых доходов..*

Ключевые слова: *коррупция, легализация доходов, теневая экономика, государство.*

Анотація. *Проведено статистичний аналіз тіньової економіки в Україні; розглянуто класифікацію тіньової економіки. Запропоновано можливий механізм боротьби з тіньовою економікою та легалізацією тіньових доходів.*

Ключові слова: *корупція, легалізація доходів, теньова економіка, держава.*

Annotation. *In this study conducted a statistical analysis of the shadow economy in Ukraine; considered classification of the shadow economy. A possible mechanism to combat the underground economy and the legalization of shadow incomes.*

Keywords: *corruption, legalization of incomes, the shadow economy, the state.*

Актуальность темы исследования. Теневая экономика оказывает влияние на большинство экономических процессов – формирование и распределение доходов, торговлю, инвестирование и экономический рост в целом. Влияние теневых отношений в Украине настолько велико, что представляет угрозу для экономической безопасности и суверенитета государства в целом. Поэтому необходимость анализа легализации доходов как способа борьбы с теневой экономикой является весьма актуальным.

Исследованием данной проблемы занимались такие экономисты, как: Базилевич В., Варналий З., Мандибура В., Неустроева Н., Токар В., Фролов Д., Харазишвили Ю., Яковлев А. и др.

Целью исследования является анализ легализации доходов как одного из способов борьбы с теневой экономикой.

Изложение основного материала. За последние 15 лет сфера теневых отношений в Украине заметно расширилась. Теневая экономика – это не отдельное явление, а результат системного кризиса экономики. При переходе от социалистических форм организации экономики к рыночным формам произошла реструктуризация теневого сектора экономики, его масштабное развитие. Теневая экономика в Украине имеет существенное распространение во всех сферах экономической деятельности.

Уровень теневой экономики в Украине по методу «затраты населения – розничный товарооборот» в 2013 г. составил 45 % ВВП. То есть превышает критический уровень, который, по оценкам западных экспертов, составляет 30–35 % ВВП [1].

Масштабы и особенности теневой экономики в различных странах и регионах мира тесно связаны с национальными хозяйственными моделями и степенью зрелости рыночных отношений. Так, в 2012 г. в развитых странах теневая экономика составляет по разным оценкам 12–16 % ВВП, в развивающихся – 40–50 % ВВП, в странах с переходной экономикой – 23–25 % ВВП. По сравнению с 2011 г. данные показатели особо не изменились, теневая экономика была эквивалентна в среднем в развитых странах 12 % ВВП, в странах с переходной экономикой – 23 %, а в развивающихся странах – 39 % ВВП. Таким образом, в наиболее развитых странах удельный вес теневого сектора в национальной экономике значительно меньше, чем в других группах стран. Однако развитые страны также неоднородны, и среди них встречаются страны с довольно высокими показателями теневой активности. Наиболее низкие относительные показатели доли теневого сектора (на уровне 8–10 % ВВП) имеют Австрия, США, Швейцария и Япония. Наибольший удельный вес в Греции, Италии, Испании, Португалии, Бельгии (20–28 % ВВП). Мотивация теневой активности в развитых странах объясняется, главным образом, чрезмерной налоговой нагрузкой на предприятия и зарегулированностью хозяйственных отношений. В Греции, Италии, Бельгии и Швеции самые высокие налоги в Европе. В то же время развитые страны с наименьшим уровнем налогового бремени (США и Швейцария) имеют относительно небольшой теневой сектор. В ряде стран (например, США)

© Богомол Д., Суботовский С., 2015

теневая экономика во многом связана с интенсивными потоками иммигрантов из стран периферийной части мирового хозяйства [1].

Результаты Индекса восприятия коррупции 2012 г. от Transparency International свидетельствуют о том, что, несмотря на определенные шаги украинской власти в направлении преодоления коррупции, ситуация остается неутешительной. Согласно данным 2012 г., Украина занимает 144 место из 176 стран, охваченных исследованием, набрав при этом 26 баллов из 100 возможных. Напомним, что чем ниже балл, тем ближе страна находится к коррупционной пропасти. Любой результат меньше 30 баллов, с точки зрения Transparency International, считается «позором для нации». Данный показатель Украины в 2011 г. составлял 27 баллов (2,3 балла по старой методологии). Государство продолжает уверенно шагать назад, ища свое место между Конго и Папуа Новая Гвинея. На фоне бесконечных споров о характере и направлениях реформ, политических играх, мнимой борьбе с коррупцией, криминалом, чиновничьим произволом общество пришло к реально сформированной системе высококриминализированных экономических отношений, характеризующихся рядом родовых признаков [2].

В экономической сфере образовались организации – устойчивые властно-хозяйственные структуры, имеющие поддержку в виде того или иного государственного властного органа, распоряжающиеся крупными суммами накопленного разными путями капитала и ведущие широкомасштабную коммерческую деятельность. Следствием этого стало периодически усиливающееся бегство капитала из Украины, перераспределение национального дохода в пользу элитной группы.

Показательно, что значительная часть общества не только смирилась с таким положением, но и считает его оправданным, активно участвует в данном «процессе».

В настоящий момент выделяют следующие виды теневой экономики, представленные на рис. 1 [3].

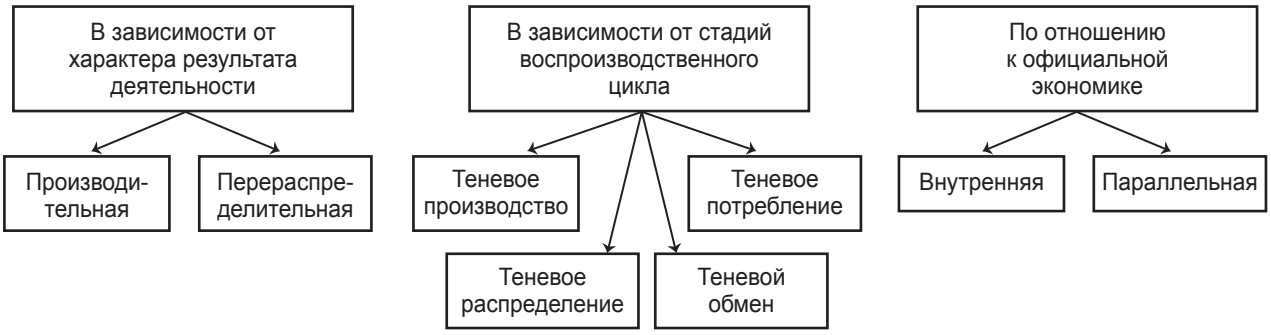

Рис. 1. **Классификация теневой экономики**

Производительная теневая экономика вносит реальный вклад в производство валового национального продукта. Перераспределительная – не связана с реальным созданием экономических благ, но перераспределяет доходы и имущество.

Под внутренней экономикой понимаются встроенные в официальную экономику теневые отношения, связанные с официальным статусом их участников. Другими словами, теневая экономика трактуется с этой точки зрения как нерегистрируемая деятельность тех же самых агентов, которые действуют и в регистрируемой части экономики. Данный подход последовательно реализуется многими экономистами.

Параллельная (вторгающаяся) экономика – теневые отношения, не связанные с официальным экономическим статусом их участников. Данной позиции при характеристике теневой экономики придерживается В. Гинзбург (V. Ginsburgh), который рассматривает ее как особый сектор с особой производственной функцией, где занята без официальной регистрации часть рабочей силы.

Теневой обмен – реализация нелегально произведенной продукции, правонарушения в сфере потребительского рынка, реализация незаконно полученных ценностей.

Теневое распределение – скрытое от учета распределение доходов, экономические преступления.

Теневое потребление – потребление продукции собственного производства, удовлетворение деструктивных, асоциальных потребностей.

Большинство авторов, например, такие как Брагинский С., Варналий З. включают в состав теневой экономики деятельность на всех стадиях воспроизводственного цикла. Исключение составляет статистическая концепция, рассматривающая теневую экономику как производительный сектор, участвующий в создании ВВП. Подходы к определению теневой экономики различаются также и в зависимости от принимаемых во внимание механизмов координации ее отдельных сфер и секторов. В связи с этим выделяют:

– теневой рынок;

– неформальную экономику;

– властно-насильственный механизм, связанный преимущественно с применением или угрозой применения насилия [4].

Если изучение теневого рынка как неотъемлемого элемента теневой экономики является общим правилом, то неформальный сектор ряд авторов в состав теневой экономики не включают. Властно-насильственный механизм как элемент теневой экономики признается лишь немногими исследователями. По мере своего развития теневое предпринимательство в Украине будет приобретать формы, присущие развитым индустриальным странам. Поэтому глубокий экономико-правовой анализ теневого бизнеса и выработка методов борьбы с ним остаются важнейшими задачами на современном этапе. Экономико-правовой анализ позволяет рассматривать в качестве наиболее криминогенных зон следующие сегменты:

– денежное обращение, криминализация которого является наиболее опасной для общества и которое порождает криминализацию всех остальных звеньев экономической системы;

– отношения собственности, прежде всего в торговле и общественном питании, сфере городской недвижимости, топливно-сырьевом комплексе, деревообработке и производстве строительных материалов, строительстве, производстве алкогольной продукции, земельных отношениях, эксплуатации государственной собственности;

– внешнеэкономическая деятельность, используемая не только для быстрого криминального накопления капитала, но и являющаяся самым эффективным средством незаконного экспорта капитала;

– потребительский рынок, традиционно являющийся криминогенной экономической зоной.

Существует два подхода к решению проблем теневой экономики. Первый подход – радикально-либеральный – реализуется с конца 1991 г. – начала 1992 г. и связан с целевыми установками на сверхвысокие темпы первоначального накопления капитала. Печальные итоги воплощения данного подхода налицо: отмеченные выше критические масштабы теневой составляющей отечественной экономики и образование мощных финансово-производственных кланов, проникающих в высшие эшелоны власти, с одной стороны, подавление нормальной предпринимательской деятельности, прежде всего в сфере малого бизнеса, – с другой. Второй поход – репрессивный – возник как своеобразная реакция на социальные негативы первого. Формирование системы тотального контроля и доносительства; общее ужесточение законодательства, направленного против теневой экономики, усиление мер наказания [3].

Преодоление криминального характера теневого предпринимательства предполагает осуществление конкретных мер в рамках борьбы с экономической преступностью. Одни из них направлены на преодоление подпольного бизнеса в ходе производства товаров народного потребления и услуг:

– обеспечение в реальной экономической жизни равноправия всех субъектов хозяйствования, преодоление монополизма государства на охрану всех форм собственности;

– создание условий для нормализации завершающего этапа приватизации (особенно земли и ее недр), а также для борьбы с незаконной приватизацией;

– совершенствование фискального законодательства (налогового и таможенного);

– создание условий и возможностей для выхода предпринимателей из теневой экономики;

– упрощение процесса оформления создаваемого предприятия, перекрытие каналов коррупции и взяточничества;

– пресечение любых форм подпольного предпринимательства путем усиления административного и уголовного воздействия на подпольных производителей, установления жестких экономических санкций в зависимости от размера полученных доходов и нанесенного ущерба обществу.

Другие меры направлены против организаторов и исполнителей противозаконных операций в ходе осуществления предпринимательской деятельности:

– борьба с монополией, создаваемой с целью незаконного обогащения (наживы), эффективное использование антимонопольного законодательства, привлечение правоохранительных органов к разрушению монополистических структур;

– контроль над ценами на социально важные товары и услуги, недопущение скрытого повышения цен при выпуске новой продукции;

– борьба с тотальным мошенничеством в различных сферах экономики [4].

Еще одним направлением воздействия государства на теневую экономику является легализация теневых доходов. Сегодня она выходит на ведущее место в системе мер нейтрализации теневого предпринимательства. Помимо вышеперечисленных мер, государственная программа по легализации деятельности теневых предпринимателей должна предусматривать внесение изменений в законодательные акты, которыми бы устанавливались различные меры ответственности для криминальных элементов и теневых предпринимателей, разработку

и реализацию системы репатриации капиталов отечественных предпринимателей (в том числе проживающих за рубежом) в целях инвестирования в экономику Украины; усиление общественного контроля за деятельностью хозяйствующих субъектов в границах правового поля (сделать данные о налоговых правонарушениях, преступлениях общедоступными).

Выводы. Таким образом, на основе вышеизложенного целесообразно разрабатывать комплексный механизм легализации теневых форм экономической деятельности. К разработке государственной программы по легализации теневых доходов необходимо привлечь научных и практических работников всех систем экономической и правовой направленности. Успешное достижение поставленной цели невозможно без выполнения ряда важных условий:

1) открытости («прозрачности») принятия экономически значимых решений (о приватизации, акционировании, проведении аукционов и т. д.) государственными должностными лицами. Именно несоблюдение этого фундаментального принципа является важнейшим фактором развития коррупции и связанной с ней криминализации финансовой системы государства [7];

2) усиления различных видов контроля за социально-экономическими и политическими процессами, за финансовыми и товарными потоками (бюджетными, банковскими, валютными и др.). Представляется, что в среднесрочной перспективе это даст более весомые результаты, чем контроль за отдельными лицами [7];

3) закрепления реально действующих форм коррупции в уголовном законодательстве. Речь идет, в частности, о коррупционном лоббизме, фаворитизме, протекционизме, предоставлении конфиденциальной информации, практике перехода государственных чиновников на должности почетных президентов корпораций и частных фирм, инвестировании коммерческих структур за счет бюджета, переводе государственного имущества в акционерные общества, обучении детей за рубежом за счет спонсоров и т. д. [5];

4) наличия финансового контроля за доходами и имуществом должностных лиц и членов их семей, практика которого существует во всех цивилизованных странах [7];

5) практической реализации конституционного принципа равенства всех перед законом и судом (ч. 1 ст. 24 Конституции Украины). Это предполагает принятие законов об уточнении депутатского иммунитета, ответственности должностных лиц за нарушения законов и о ликвидации необоснованных привилегий [6].

Научный руководитель – канд. экон. наук, доцент Пономаренко А. А.

Литература: 1. Украинские новости [Электронный ресурс]. – Режим доступа : http://www.news-ua.com/. **2.** Transparency International. Індекс сприйняття корупції [Электронный ресурс]. – Режим доступа : http://ti-ukraine.org/cpi. **3.** Варналий З. С. Тіньова економічна діяльність підприємницьких структур: суть, оцінка масштабів та шляхів її легалізації / З. С. Варналій. – Київ : НІСД, 2008. – 232 с. **4.** Мандибура В. О. Тіньова економіка України та напрями законодавчої стратегії її обмеження. – Київ : Парламент, 2008. – 346 с. **5.** О Национальном антикоррупционном бюро Украины [Электронныйресурс]. – Режим доступа : http://search.ligazakon.ua/l_doc2.nsf /link1/T141698.html. **6.** Конституция Украины [Электронный ресурс] : Закон України від 28.06.1996 № 254к/96- ВР. – Режим доступа : http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/254к/96-вр. **7.** Басовский Л. Е. История и методология экономической науки : учеб. пособие / Л. Е. Басовский. – М. : ИНФРА-М, 2011. – 231 с. **8.** Государственная служба статистики Украины [Электронный ресурс]. – Режим доступа : http://www.ukrstat.gov.ua/.

CHARACTERISTIC OF ADVERTISING CLASSIFICATIONS AND THEIR ESSENCE

УДК 659.11

Bozhko K.

The 4th year student
Management and Marketing faculty of S. Kuznets KhNUE

Annotation. *Article is devoted to the essence of advertising campaigns on industrial enterprises. The concept of "advertising campaign". Considered the classification of the advertising campaigns, their characteristics and types, as well as identified the key principles when choosing the type of advertising campaign.*

Keywords: *advertising campaign, essence, classification, enterprise.*

Анотація. *Розглянуто проблеми сутності рекламних кампаній на промислових підприємствах. Визначено поняття «рекламна кампанія». Розглянуто класифікацію рекламних кампаній, їх характеристики і види, а також підкреслено головні принципи під час вибору типу рекламної кампанії.*

Ключові слова: *рекламна кампанія, сутність, класифікація, підприємства.*

Аннотация. *Рассмотрены проблемы сущности рекламных кампаний на промышленных предприятиях. Определено понятие «рекламная кампания». Рассмотрена классификация рекламных кампаний, их характеристики и виды, а также подчеркнуты главные принципы при выборе типа рекламной кампании.*

Ключевые слова: *рекламная кампания, сущность, классификация, предприятия.*

Advertising is one of the many marketing tools that are used to attract attention of prospective customers to a business or its products or services. The more effective an advertising campaign, more the customers it draws, and with greater frequency [4].

In the past and nowadays a lot of authors considered classification of advertising campaign in their works. Among them we can distinguish first of all Russian marketers, such as I. I. Rozhkov, V. M. Tarasevich, Ph. G. Pankratov, Y. K. Bazhenov and a lot of others.

There are a lot of different classifications of advertising, but we chose most important and more frequently used.

Classification of the advertising: the objective of advertising differ under different situations. One advertiser may seek to generate immediate response from the customer; another may seek to develop awareness or positive image for its product over a longer period. So they need different types of advertisements. Nowadays service advertisement are also very common, like financial advertisements, banking advertisement etc [1].

The more popular types of advertising are: global, national, regional, local, consumer product advertising, industrial product, trade, professional, financial, primary demand, selective demand, institutional, direct and indirect etc.

Let's consider in details classifications.

Global advertising. It is executed by a firm in its global market niches. Reputed global magazines like Time, Far Eastern Economic Review, Span, Fortune, Futurist, Popular Science. Cable TV channels are also used to advertise the products throughout world. Supermodels and cinema stars are used to promote high-end products Examples: Sony, Philips, Pepsi, Coca Cola, etc.

National advertising. It is executed by a firm at the national level. It is done to increase the demand of its products and services throughout the country. Examples: BPL (Believe in the best). Whirlpool Refrigerator (Fast Forward Ice Simple) etc.

Regional advertising. If the manufacturer confines his advertising to a single region of the country, its promotional exercise is called Regional Advertising. This can be done by the manufacturer, wholesaler, or retailer of the firm. Examples: Advertisements of regional newspapers covering those states or districts where these newspapers are circulated. Eg. The Assam Tribune (only for the NE region) etc.

Local advertising. When advertising is done only for one area or city, it is called Local Advertising. Some professionals also call it Retail Advertising. It is sometime done by the retailer to persuade the customer to come to his store regularly and not for any particular brand. Examples: Advertisements of Ooo la la, Gupshup (Local FM channels) etc.

Consumer product advertising. This is done to impress the ultimate consumer. An ultimate consumer is a person who buys the product or service for his personal use. This type of advertising is done by the manufacturer or dealer of the product or service. Examples: Advertisements of Intel, Kuttons (shirt), Lakme (cosmetics) etc.

© Bozhko K., 2015

Industrial product advertising. This is also called Business-to-Business Advertising. This is done by the industrial manufacturer or his distributor and is so designed that it increases the demand of industrial product or services manufactured by the manufacturer. It is directed towards the industrial customer.

Trade advertising. This is done by the manufacturer to persuade wholesalers and retailers to sell his goods. Different media are chosen by each manufacturer according to his product type, nature of distribution channel, and resources at his command. Hence, it is designed for those wholesalers and retailers who can promote and sell the product.

Professional advertising. This is executed by manufacturers and distributors to influence the professionals of a particular trade or business stream. These professionals recommend or prescribe the products of these manufacturers to the ultimate buyer. Manufacturers of these products try to reach these professionals under well-prepared programs. Doctors, engineers, teachers, purchase professionals, civil contractors architects are the prime targets of such manufacturers.

Financial advertising. Banks, financial institutions, and corporate firms issue advertisements to collect funds from markets. They publish prospectuses and application forms and place them at those points where the prospective investors can easily spot them.

Primary demand advertising. It is also called Generic Advertising. This category of advertising is designed to increase the primary demand. This is done by trade associations or groups in the industry. Primary advertising is done by many companies at the same time, but there is no competition. The idea is to generate a continual demand for the product.

Selective demand advertising. This is done by a company or dealer to increase the company demand. The company would advertise its own brand only. The retailer can also advertise a particular brand. Examples: Titan wrist watch , Hero Honda bike , Sony television etc.

Institutional advertising is marketing designed to promote a company rather than a specific good or service. It can be designed to make the public more aware of a company or to improve the reputation and image of an existing company. Depending on the company, this can be a form of brand advertising.[3]

Many forms of advertising are about promoting products. This can involve promoting a new product so that the public is aware of its existence, or trying to persuade the public to buy more of an existing product. Institutional advertising instead promotes the company itself. One example would be a grocery chain running advertisements which stressed the general quality or low prices of its food, rather than detailing specific offers it was running.

Some forms of institutional advertising are so geared towards promoting a positive image that they effectively discourage sales of a product to some extent. For example, alcohol firms may run commercials warning against excessive drinking or driving while under the influence. Such commercials are usually designed to improve the image of the company, making it seem more trustworthy or responsible.

The product life cycle describes the sales pattern of a product over time. Generally, the time span begins with product introduction and ends with its obsolescence and replacement. While the form of the life cycle is fairly standard, it is subject to variations. The concept underlying the premise of product life cycle is that all products pass through the stages.

Direct Action Advertising. It is also known as immediate response advertising. Such ads urge the buyer to take action at once. Immediate response is desired in such type of advertisements. Direct action ads are aimed at current needs of buyer. Here, consumers are to give quick response to the advertisement which may be to order the product by mail or promptly purchase the product in response to price reduction or other short-term incentives like free gifts, stock clearance sale etc. Such ads may issue coupons and require the consumers to avail concessions by showing this coupons to the retailers in a short period of time. These coupons are valid for a very few days only. Hence, buyers take immediate action in response to such ads.

Indirect Action Advertising. It is also known as long run response advertising. Indirect action ads stimulate the demand for the product over a long period of time. Such ads attempt to create favorable attitude towards the producer and its product. Such ads have effect it the long run. Such ads emphasis on brand familiarity, brand-popularity and corporate image of the institution. Short-term schemes or short-term incentives are not offered in this type of advertisements.

Audio advertising. It is done through radio, P A systems, auto-rickshaw promotions, and four-wheeler promotions etc.

Visual advertising. It is done through PoP displays, without text catalogues, leaflets, cloth banners, brochures, electronic hoardings, simple hoardings, running hoardings etc.

Audio-visual. It is done through cinema slides, movies, video clips, TV advertisements, cable TV advertisements etc.

Written advertising. It is done through letters, fax messages, leaflets with text, brochures, articles and documents, space marketing features in newspapers etc.

Internet advertising. The world wide web is used extensively to promote products and services of all genres. For example Bharat Matrimony, www.teleshop.com, www.asianskyshop.com etc.

Verbal advertising. Verbal tools are used to advertise thoughts, products, and services during conferences, seminars, and group discussion sessions. Kinesics also plays an important role in this context.

What are advertising appeals and how do they influence the masses? Basically, they trigger emotions and grab mass attention. They may be funny, cute, bold, deceptive, attractive or inspiring. They carry an emotion which the masses can connect with. And that's how they fetch mass appeal. For all you need to know about the different types of advertising appeals, read on[2].

As conclusion we can say that advertising is defined as the process of de-identified transmission by various means usually paid and having the character of beliefs about products, services and ideas are requested to advertisers themselves. There are several types of advertising. It can be classified by target audience consumer, industrial, etc. geographic local, foreign, etc. means of radio or television, etc. also function or purpose of the commodity, non-profit, direct mail-order advertising. In a highly saturated market with consumer goods in developed countries, the use of individual media is generally insufficient. Therefore, commercial and industrial firms, especially when introducing a new product to market, marketing campaign, including ads in the press, on the radio, on television, on billboards outdoor advertising. Advertising campaigns are built on the same ideas and creative discoveries, that every possible means to spread advertising complement each other.

Supervisor – teacher Besedovskaya T. B.

Literature: 1. Котлер Ф. Основы маркетинга / Ф. Котлер ; общ. ред. и вступ. ст. Е. М. Пеньковой. – М. : Прогресс, 1990. – 736 с. **2.** Батра Р. Рекламный менеджмент / Р. Батра. – М. : Вильямс, 1999. – 784 с. **3.** Веселов С. В. Оценка эффективности рекламной деятельности / С. В. Веселов // рекламные технологии. – 2000. – Вып. 26. – № 4. – С. 14–16. **4.** Promotion effectiveness [Electronic resource]. – Access mode : http://www.shop-promotion.com/art.php?id=11.

ОЦІНКА РІВНЯ ФІНАНСУВАННЯ ПІДПРИЄМСТВА З ВИКОРИСТАННЯМ ТАКСОНОМІЧНОГО АНАЛІЗУ

УДК 657.92:658.14

Борисенко А. О.

Студент 4 курсу
фінансового факультету ХНЕУ ім. С. Кузнеця

Анотація. *Розглянуто метод таксономічного аналізу для визначення інтегрального показника рівня фінансування підприємства. Доведено, що використання такого інструментарію дозволяє надати комплексну оцінку стану фінансового забезпечення підприємства, можливість надання комплексного підходу та врахувати всі напрямки проведення аналітичних досліджень у процесі аналізу особливостей фінансової діяльності конкретного суб'єкта господарювання.*

Ключові слова: *оцінка, рівень фінансування підприємства, таксономічний аналіз.*

Аннотация. *Рассмотрен метод таксономического анализа для определения интегрального показателя уровня финансирования предприятия. Доказано, что использование такого инструментария позволяет предоставить комплексную оценку состояния финансового обеспечения предприятия, возможность предоставления комплексного подхода и учесть все направления проведения аналитических исследований в процессе анализа особенностей финансовой деятельности конкретного предприятия.*

Ключевые слова: *оценка, уровень финансирования предприятия, таксономический анализ.*

© Борисенко А. О., 2015

Annotation. *The method taxonomic analysis proposed to use for definitions of the integral indicator of the financing enterprise. This method enables to assess the state of the financial support of the enterprise, providing a comprehensive approach and consider all areas of analytical studies in the analysis of the specific features of the financial entity.*

Keywords: *assessment, level of financing of the enterprise, taxonomic analysis.*

Аналіз та оцінка фінансування діяльності підприємства – це моніторинг його фінансового стану, що дозволяє визначити недоліки й прорахунки, виявити та мобілізувати внутрішні господарські резерви, збільшити доходи та прибутки, оптимізувати співвідношення власних і позикових коштів, підвищити рентабельність, визначити оптимальні джерел фінансування, поліпшити фінансово-господарську діяльність підприємства в цілому.

У зв'язку з цим виникає питання про вибір інструментарію оцінки і факторів, що впливають на фінансування підприємства для визначення внутрішніх можливостей і недоліків, пошуку джерел фінансових резервів із метою підвищення ефективності діяльності підприємства. Таким чином, аналіз і оцінка фінансування підприємства є важливою, оскільки результати такого аналізу дають змогу керівникам підприємств приймати обґрунтовані управлінські рішення, вибираючи ефективну стратегію та уявляти подальші перспективи розвитку підприємства, а зовнішнім користувачам – отримувати певну інформацію для прийняття більш вигідних економічних рішень [1]. Найбільш важливим при цьому є вибір найоптимальнішого та найефективнішого методу його оцінки.

Метою статті є обґрунтування доцільності застосування таксономічного показника для оцінки рівня фінансування підприємства, за допомогою якого можна уникнути аналізу значного обсягу багатовимірного статистичного матеріалу, що не дає змогу однозначно та комплексно оцінити рівень фінансування. Метод таксономії дозволяє виявити динаміку змін показників у результаті їх інтеграції.

Використанню таксономічного аналізу, розробленого В. Плютом, для оцінки та обґрунтування економічних явищ, присвячено праці таких вітчизняних вчених, як Сабліної Н., Кожушко О., Лощини Л. та ін.

Для вибору ефективної оптимізаційної стратегії оцінки рівня фінансування підприємства під впливом економічного середовища, в якому воно функціонує, необхідно постійно здійснювати пошук оптимального взаємозв'язку між власним капіталом і позиковими джерелами фінансування.

Таксономічний показник рівня розвитку (коефіцієнт таксономії) – це показник, що застосовується для статистичної характеристики більшості об'єктів та з його допомогою можна оцінити досягнутий у деякому періоді середній рівень значення ознаки, який характеризує розглянуте явище [4].

При побудові таксономічного показника застосовується матриця даних, складена із стандартизованих ознак. Стандартизація дозволяє позбутися одиниці виміру, як вартісної, так і натуральної. Одночасно відбувається вирівнювання дисперсії (кожна дисперсія дорівнює одиниці), а також значень ознак (всі середні арифметичні дорівнюють нулю), що небажано, тому що через це кожна ознака однаково впливає на результати аналізу [4]. Вихідними даними для оцінки рівня фінансування є показники, які так чи інакше характеризують джерела утворення капіталу та загальний фінансовий стан підприємства. Апробація запропонованого підходу здійснювалася на основі звітності підприємства харчової галузі ПрАТ «Український Бекон» за три роки (табл. 1). На основі праць кількох вітчизняних авторів, а саме Шеремета А. Д. [6], Ковалева А. І. [2], був обґрунтований перелік показників, які дозволять оцінити рівень фінансування підприємства. До них відносяться: коефіцієнт автономії (x_1), коефіцієнт фінансового ризику (x_2), коефіцієнт маневреності власного капіталу (x_3), коефіцієнт оборотності (x_4), коефіцієнт довгострокового залучення позикових засобів (x_5), коефіцієнт рентабельності активів (x_6), коефіцієнт рентабельності власного капіталу (x_7), коефіцієнт рентабельності сукупного капіталу (x_8).

Таблиця 1

Вихідні дані для розрахунку таксономічного показника фінансування підприємства

Рік	x_1	x_2	x_3	x_4	x_5	x_6	x_7	x_8
2012	-0,04	-26,6	13,57	0,24	-19358	0,37	-0,85	-0,04
2013	0,44	14,97	-6,05	0,26	42605	0,01	0,01	0,01
2014	0,34	52,01	-16,8	0,28	15055,4	0,06	-0,29	-0,01

Побудова показника ефективності фінансування підприємства полягає у визначенні елементів матриці спостережень та їх стандартизації, після чого проводиться диференціація ознак. При цьому всі змінні необхідно розділити на стимулятори (С) і дестимулятори (Д) (табл. 2).

У цьому випадку всі показники є стимуляторами, бо позитивно впливають на загальний рівень розвитку підприємства, окрім коефіцієнта фінансового ризику, бо високе значення цього показника свідчить про втрату підприємством автономії за рахунок залежності від залучених джерел.

Таблиця 2

Розподіл коефіцієнтів на стимулятори та дестимулятори

Коефіцієнти	Еталон	Диференціація
Автономії	0,44	стимулятор
Фінансового ризику	14,97	дестимулятор
Маневреності власного капіталу	13,57	стимулятор
Оборотності	0,28	стимулятор
Довгострокового залучення позикових засобів	42605	стимулятор
Рентабельності активів	0,37	стимулятор
Рентабельності власного капіталу	0,01	стимулятор
Рентабельності сукупного капіталу	0,01	стимулятор

Для проведення подальших розрахунків необхідна стандартизація (табл. 3), яка дозволяє звести всю одиницю виміру до безрозмірної величини, тобто вирівняти значення ознак [3].

Таблиця 3

Матриця стандартизованих значень

Z	5,39	1,68	0	6,00	5,98	0	5,82	5,92
	0	0	2,43	1,5	0	5,11	0	0
	0,23	1,33	5,83	0	1,18	3,79	0,71	0,95

На основі розрахованих значень відповідно до методики, викладеної В. Плютою [4], було визначено відстань між елементами стандартизованої матриці Z та елементами вектора-еталона, після цього здійснено додаткові розрахунки й обчислено значення коефіцієнта таксономії, динаміку зміни якого у 2012–2014 р. відображено на рис. 1.

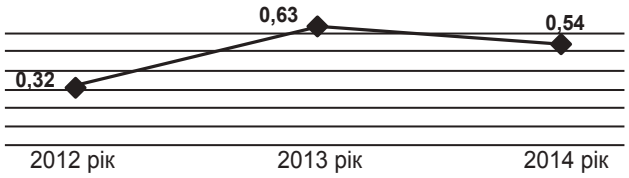

Рис. 1. **Динаміка таксономічного показника**

Таким чином, можна дійти висновку, що ПрАТ «Український Бекон» протягом трьох років характеризувалося нестабільним рівнем фінансування. У цілому показники знаходяться у межах нормативних значень, але помітне значне коливання коефіцієнта маневреності власного капіталу, що каже про нераціональне його використання. Але з позиції довгострокової перспективи рівень фінансування підприємства, про що свідчить коефіцієнт таксономії, який зростає у 2013 році, має позитивну тенденцію. Загальний стан підприємства за три роки характеризується циклічністю показників, про що кажуть високі результати аналізу у 2013 році та спад у 2012 та 2014 рр. Тож це означає що керівництво після неефективного використання джерел фінансування у 2012 році обрало оптимальну стратегію подальшого розвитку, дотримуючись якої відбулось зростання показників у 2013 році. У перспективі загальний стан рівня фінансування значно зросте.

Отже, застосування таксономічного методу для оцінки рівня фінансування підприємства є доволі ефективним та має ряд переваг, серед яких основними є надання комплексного аналізу рівня фінансового забезпечення підприємства; можливість виявлення загроз його фінансовому стану через оцінку динаміки часткових показників рівня фінансування; вибір індивідуального набору показників для аналізу згідно зі специфікою діяльності підприємства та цілями, що постають перед аналітиками.

Науковий керівник – канд. екон. наук, старший викладач Алексєєнко І. І.

Література: 1. Саблина Н. В. Использование метода таксономии для анализа ресурсов предприятия [Електронний ресурс] / Н. В. Саблина, В. А. Теличко. – Режим доступу : http://www.nbuv.gov.ua/portal/Soc-_Gum/Bi/2009_3/78-82.pdf. **2.** Ковалев А. И. Анализ финансового состояния предприятия / А. И. Ковалев, В. П. Привалов. – М.: Юнити-Дана, 2006. – 112 с. **3.** Кожушко О. Використання методу таксономії для оцінки рівня захисту інтелектуального капіталу промислових підприємств [Електронний ресурс] / О. Кожушко. – Режим доступу : http://www.library.tane.edu.ua/images/nauk_vydannya/5SIjDC.pdf. **4.** Лощина Л. В. Інтегральний показник фінансового стану підприємства в аспекті антикризових заходів / Л. В. Лощина / Економіка підприємства. – 2007. – С. 120–124. **5.** Плюта В. Сравнительный анализ в экономических исследованиях: Методы таксономии и факторного анализа / В. Плюта ; пер. с науч. ред. В. М. Жуковой. – М. : Статистика, 1980. – 151 с. **6.** Шеремет А. Д. Экономический анализ хозяйственной деятельности и пути его дальнейшего совершенствования / А. Д. Шеремет // Тезисы докладов Всесоюзного научно-практического совещания "Организация и методы экономического анализа в промышленности", Пленарное заседание, 1983. – 452 с.

ПОРІВНЯННЯ ІНТЕГРАЛЬНОЇ І БАЛЬНОЇ МЕТОДИК ОЦІНКИ ІНВЕСТИЦІЙНОЇ ПРИВАБЛИВОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

УДК 658.015.3

Борщевська Т. О.

Студент 4 курсу
фінансового факультету ХНЕУ ім. С. Кузнеця

Анотація. *Розглянуто інтегральний і бальний методичні підходи до оцінки інвестиційної привабливості підприємства, визначено переваги та недоліки їх застосування в сучасних умовах розвитку економіки. Наведено результат оцінювання інвестиційної привабливості обома методами на прикладі вітчизняного підприємства.*

Ключові слова: *інвестиційна привабливість, інвестиційний ризик, рейтинг, оцінка, інтегральний показник.*

Аннотация. *Рассмотрены интегральный и бальный методические подходы к оценке инвестиционной привлекательности предприятия, определены преимущества и недостатки их применения в современных условиях развития экономики. Представлен результат оценки инвестиционной привлекательности обоими методами на примере отечественного предприятия.*

Ключевые слова: *инвестиционная привлекательность, инвестиционный риск, рейтинг, оценка, интегральный показатель.*

Annotation. *The integral and ballroom methodological approaches to assessing the level investment attractiveness of the company are considered, identified the advantages and disadvantages of their use in modern conditions of economic development. It was presented the results of evaluation of investment attractiveness by both methods on the example of domestic enterprise.*

Keywords: *investment attractiveness, investment risk, rating, valuation, integral index.*

У сучасних економічних умовах розвитку існує необхідність активної інвестиційної діяльності. Вона забезпечує стабільне економічне зростання, збалансованість виробництва, науково-технологічний прогрес, зростання показників господарської діяльності на макро- та мікрорівнях. Сьогодні одним із найбільш важливих завдань, які стоять перед інвестором, є вибір об'єктів інвестування, що мають найбільш привабливі перспективи розвитку та дозволяють забезпечити в майбутньому найвищу ефективність інвестицій. У той же час підприємство, в свою чергу, проявляє ініціативу і прагне знайти потрібного інвестора, а потім переконати його інвестувати грошові кошти. Успіх такого переконання обумовлюється рівнем інвестиційної привабливості підприємства.

© Борщевська Т. О., 2015

Дослідження інвестиційної привабливості підприємств України показали, що спостерігається досить стійкий зв'язок між прибутком підприємств і рівнем їхньої інвестиційної привабливості. Інвестиційна привабливість суб'єктів господарювання має формуватися на декількох рівнях – на рівні держави, регіону, галузі та безпосередньо самого підприємства.

Для кожного підприємства повинно бути важливо те, як на нього дивляться інвестори, як його оцінюють. І, звичайно, перед власниками та керівниками підприємства стоїть дуже складне завдання: задовольнити вимоги та бажання найвибагливішого інвестора, адже інвестиційні ресурси є основним джерелом стратегічного розвитку підприємств на сучасному етапі розвитку нашої економіки.

В економічній літературі аналізом основних підходів до оцінки інвестиційної привабливості займалися вітчизняні та зарубіжні дослідники, зокрема І. О. Бланк [1], А. П. Гайдуцький [2], А. П. Іванов [3], О. В. Нечипорук [4], В. С. Пономаренко, О. М. Ястремська [5] та ін.

Рівень інвестиційної привабливості підприємства являється одним із основних індикаторів при залученні інвестиційних ресурсів. А оцінка інвестиційної привабливості є ключовим етапом роботи при ухваленні рішення про інвестування та вибір відповідного об'єкта. Тому завдання економічного обґрунтування інвестиційної діяльності підприємства полягає у визначенні його рівня інвестиційної привабливості, що надасть змогу виявити слабкі місця фінансово-господарської діяльності суб'єкта підприємництва, а зацікавленим сторонам прийняти рішення щодо доцільності вкладання коштів у розвиток підприємства.

Під час проведення оцінки інвестиційної привабливості підприємства важливо обрати метод, який забезпечить точність оцінки та матиме багатосторонній характер.

Інтегральна оцінка інвестиційної привабливості передбачає розрахунок узагальнюючої характеристики, у якій відтворюються значення сукупності показників, скоригованих відповідно до їх вагомості та інших чинників.

Методика інтегральної оцінки інвестиційної привабливості підприємств та організацій (МІОІПП) використовується для оцінки інвестиційної привабливості шляхом зведення окремих показників стану досліджуваного підприємства до одного – інтегрального [6; 7]. Цей показник поєднує в собі шість груп, які характеризують підприємство за різними напрямками його діяльності:

- майновий стан;
- фінансова стійкість;
- ліквідність активів;
- прибутковість;
- ділова активність;
- ринкова активність.

Усім групам показників оцінки інвестиційної привабливості підприємств присвоюються, залежно від їх вагомості, відповідні числові значення. Як і граничні значення показників, вагомість може коригуватись. Далі на основі ранжованих значень *j*-го показника в *i*-й групі ($R(t)_{ij}$) та значень вагомості *j*-го показника в *i*-й групі (B_{ij}) розраховується інтегральний показник:

$$I = \frac{\sum_{i=1}^{m}\sum_{i=1}^{n} P_{ij}^{(t)} B_{ij}}{\sum_{i=1}^{m}\sum_{i=1}^{n} B_{ij}}, \qquad (1)$$

де I – інтегральне значення показника інвестиційної привабливості;

m – кількість груп;

n – кількість показників.

Основною перевагою цього методу є багатосторонність, тобто модель має найбільш повний набір факторів аналізу для українських підприємств. А також існує можливість доповнення системи коефіцієнтів.

Метод рейтингової оцінки В. В. Руденко передбачає визначення інвестиційної привабливості за трьома факторами [8]:

- фінансовий стан;
- ринкове середовище;
- корпоративне управління.

В цьому випадку інвестиційна привабливість розглядається як складова інвестиційної політики. За цим методом також проводиться оцінка інвестиційного ризику і на основі отриманих результатів будується матриця інвестиційної політики підприємства.

Аналіз фінансового стану передбачає розрахунок 15 показників фінансової стійкості, ліквідності, ділової активності та платоспроможності.

Дослідження ринкового середовища та корпоративного управління передбачає аналіз статистичних даних та інформації про підприємство, а також структури та даних про його корпоративне управління.

Оцінка інвестиційного ризику проводиться як із внутрішньої, так і з зовнішньої сторони.

Після отримання загального рейтингу інвестиційної привабливості та інвестиційного ризику результати оцінювання стану підприємства відображаються на матриці (рис. 1).

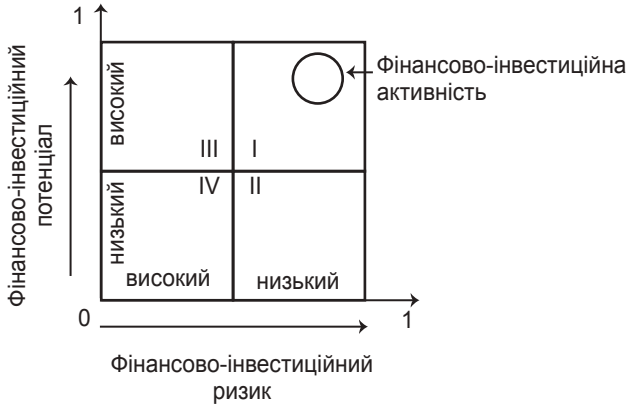

Рис. 1. **Матриця формування фінансово-інвестиційної привабливості підприємства**

Залежно від групи (області), в якій буде знаходитись підприємство, буде визначатися рівень його фінансово-інвестиційної привабливості [9].

Практична значущість і основна перевага цього підходу полягає у тому, що він може бути використаний як підприємствами для оцінки свого становища на певний період часу, так і інвесторами для вибору об'єктів інвестування. Крім того, цей підхід враховує мінливість факторів зовнішнього та внутрішнього середовища та може бути застосований для підприємств різних галузей.

Було проведено оцінку інвестиційної привабливості ДНВП «Об'єднання Комунар» інтегральним і бальним методами.

Результатом приведених розрахунків за МІОІПП є значення інтегрального показника інвестиційної привабливості досліджуваного підприємства та середнє значення інтегрального показника. Наявність останнього дає можливість оцінити відхилення отриманого значення. В цьому випадку середнє значення дорівнює 50 %, а розрахункові у 2012–2014 роках – 16,86 %, 1,18 %, 78,84 % відповідно. Тобто у 2012–2013 роках ДНВП «Об'єднання Комунар» мало дуже низький рівень інвестиційної привабливості, на 50 % нижче за середнє значення. В 2014 році ситуація значно покращилась, і розрахункове значення інтегрального показника було вище за середнє, що свідчить про підвищення рівня інвестиційної привабливості підприємства (рис. 2).

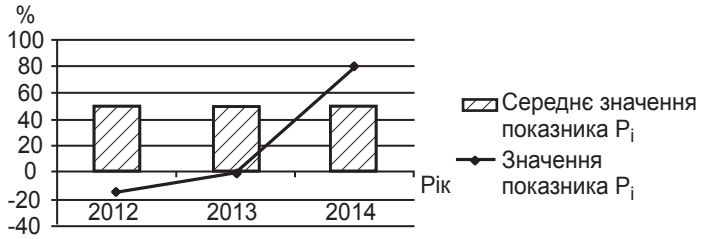

Рис. 2. **Значення інтегрального показника інвестиційної привабливості ДНВП «Об'єднання Комунар» у 2012–2014 рр.**

)

Після обчислення рейтингових оцінок фінансового стану, корпоративного управління та ринкового середовища маємо такі результати інвестиційної привабливості й інвестиційного ризику ДНВП «Об'єднання Комунар» (табл. 1).

За досліджуваний період рівень інвестиційної привабливості знижується, але знаходиться на рівні вище середнього (0,5). Це свідчить про високий рівень інвестиційної привабливості ДНВП «Об'єднання Комунар». Загальний рейтинг інвестиційного ризику зростає від 0,49 в 2012–2013 роках до 0,63 балів з 1 можливих в 2014 році. Тобто ДНВП «Об'єднання Комунар» потрапляє в зону низького інвестиційного ризику.

Отримані значення інвестиційної привабливості й інвестиційного ризику відображено на матриці фінансово-інвестиційної привабливості підприємства (рис. 3).

Таблиця 1

Бальна оцінка ДНВП «Об'єднання Комунар» в 2012–2014 рр.

	2012 рік	2013 рік	2014 рік
Фінансовий стан	0,25	0,24	0,17
Корпоративне управління	0,2	0,2	0,2
Ринкове середовище	0,18	0,18	0,18
Загальний рейтинг інвестиційної привабливості	0,63	0,62	0,55
Інвестиційний ризик	0,49	0,49	0,63

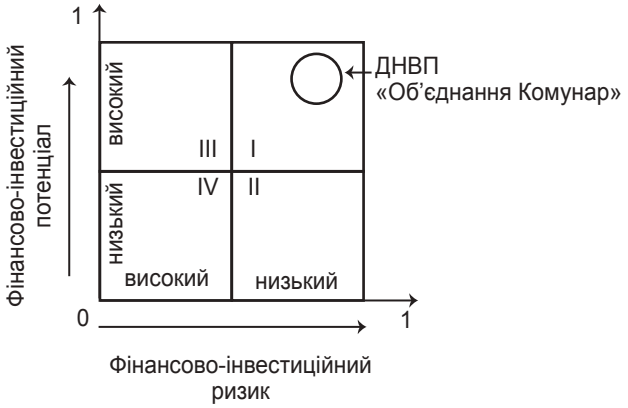

Рис. 3. **Матриця формування фінансово-інвестиційної привабливості ДНВП «Об'єднання Комунар»**

У результаті дослідження ДНВП «Об'єднання Комунар» методом бальної оцінки потрапило у I групу (високий рівень інвестиційної привабливості і низький рівень інвестиційного ризику). Це свідчить про його привабливість для всіх типів інвесторів, які можуть реалізувати всі види інвестицій, маючи можливість залучати практично всі джерела.

Проведемо порівняння методик за принципами, яким повинна відповідати якісна оцінка інвестиційної привабливості (табл. 2) [10].

Таблиця 2

Порівняльний аналіз інтегрального та бального методу оцінювання

Вимоги до методики	**Характеристика**	**Інтегральний метод**	**Бальний метод**
1	**2**	**3**	**4**
Багаторівневість	при оцінці повинен бути врахований рівень інвестиційної привабливості країни, галузі, регіону, що впливають на її рівень	враховано лише рівень підприємства	враховано інвестиційну привабливість галузі та регіону
Доступність інформації	методика повинна будуватися на статистичних показниках, що публікуються на основі публічної обов'язкової звітності	майже вся необхідна інформація знаходиться у відкритому доступі	існують труднощі в отриманні деякої необхідної інформації
Комплексність	відображення не тільки фінансового стану підприємства, а й економічного потенціалу, рівня ризику тощо, як із боку держави, так і з боку галузі регіону	не включено оцінку ризику та не враховано міжгалузеву специфіку, районну та державну	передбачає розрахунок рівня ризику за зовнішніми та внутрішніми факторами
Простота	методика повинна бути легкою в розрахунках і при порівняльному аналізі, зрозумілою при отриманні кінцевого результату	громіздкі розрахунки, але зрозумілий кінцевий результат	існує чітка градація у присвоєні балів кожному показнику, зрозумілий кінцевий результат
Об'єктивність	дані для розрахунку показників інвестиційної привабливості повинні бути не суб'єктивними припущеннями, а реальними результатами	розрахунок проводиться на реальних даних	розрахунок проводиться на реальних даних

Закінчення табл. 2

1	2	3	4
Ненадмірність	методика повинна мати зважену кількість показників для характеристики різних аспектів інвестиційної привабливості	достатня кількість показників для характеристики по кожній з груп	має багатосторонній характер і є ненадмірною

Отже, бальна методика більше відповідає принципам якісної оцінки інвестиційної привабливості підприємства. Вона має не односторонній характер, а є комплексною та системною. Вибір цієї методики оцінки інвестиційної привабливості підприємств дозволять інвесторам прийняти управлінське рішення щодо доцільності вкладення вільних коштів у розвиток цього підприємства без значного ризику їх втрати або неотримання очікуваного доходу на інвестований капітал, а також оцінити інвестиційну привабливість окремого промислового підприємства та вибрати найкращий варіант для інвестування з-поміж ряду альтернативних.

Науковий керівник – канд. екон. наук, старший викладач Романенко О. О.

Література: 1. Бланк И. А. Управление инвестициями предприятия / И. А. Бланк. – Київ : Ника-Центр. – 2003. – 480 с. **2.** Гайдуцький А. П. Оцінка інвестиційної привабливості економіки / А. П. Гайдуцький // Економіка і прогнозування. – 2004. – № 3. – С. 119–128. **3.** Иванов А. П. Инвестиционная привлекательность акций / А. П. Иванов. – М. : Акционер, 2002. – 192 с. **4.** Нечипорук О. В. Методичні рейтингової оцінки інвестиційної привабливості промислових підприємств / О. В. Нечипорук // Коммунальное хозяйство городов. – 2007. – № 75. – С. 275–284. **5.** Пономаренко В. С. Реальне інвестування суб'єктів господарювання : навч. посіб. / В. С. Пономаренко, О. М. Ястремська. – Харків : ХДЕУ, 2000. – 168 с. **6.** Методика інтегральної оцінки інвестиційної привабливості підприємств та організацій [Електронний ресурс] : Наказ Агентства з питань запобігання банкрутству підприємств та організацій від 23.02.1998 № 22. – Режим доступу : http: // www.zakon.rada.gov.ua. **7.** Іщук С. О. Моделі інтегрального оцінювання результатів фінансово-господарської діяльності промислових підприємств регіону / С. О. Іщук // Регіональна економіка. – 2008. – № 2. – С. 25–34. **8**. Руденко В. В. Методичні підходи до розробки інвестиційної політики підприємств / В. В. Руденко // Наука й економіка. – 2010. – № 2 (18). – С. 187–197. **9.** Савицька О. М. Результат комплексного аналізу та оцінювання інвестиційної привабливості промислового підприємства в контексті удосконалення його інвестиційної політики / О. М. Савицька // Ефективна економіка. – 2015. – № 1. – С. 18–22. **10.** Щербатенко І. В. Виділення ключових принципів методики оцінки інвестиційної привабливості на основі аналізу існуючих методик / І. В. Щербатенко // Економічний простір. – 2013. – № 71. – С. 144–152.

ОСНОВНІ ПОКАЗНИКИ ПЛАТОСПРОМОЖНОСТІ СТРАХОВОЇ КОМПАНІЇ

УДК 368.01

Бурлуцька Д. В.

Студент 4 курсу
фінансового факультету ХНЕУ ім. С. Кузнеця

Анотація. *Розглянуто теоретичну сутність поняття «платоспроможність». Охарактеризовано показники оцінки платоспроможності страхових компаній. Проаналізовано основні фінансові показники страхових компаній України за І півріччя 2014 року.*

Ключові слова: *платоспроможність страхової компанії, запас платоспроможності, фактичний запас платоспроможності, нормативний запас платоспроможності страховика.*

Аннотация. *Определена теоретическая сущность понятия «платежеспособность». Охарактеризованы показатели оценки платежеспособности страховых компаний. Проанализированы основные финансовые показатели страховых компаний Украины за І полугодие 2014 года.*

© Бурлуцька Д. В., 2015

Ключевые слова: *платежеспособность страховой компании, запас платежеспособности, фактический запас платежеспособности, нормативный запас платежеспособности страховщика.*

Annotation. *The theoretical nature of the concept of "ability to pay". The characteristic indicators for assessing the solvency of insurance companies. The basic financial performance of insurance companies in Ukraine for the I half-year 2014.*

Keywords: *solvency of insurance companies, solvency margin, actual solvency margin, the regulatory solvency margin of the insurer.*

В час, коли Україна вибрала розвиток Європейського напрямку країн, досить актуальним стає питання появи і розвитку багатьох страхових компаній, удосконалення результатів їх фінансової діяльності. На європейському ринку страхових компаній можуть вижити тільки надійні та платоспроможні партнери. Тому дослідження платоспроможності страхової організації, що є необхідною умовою її фінансової надійності як економічної категорії належить до найважливіших проблем ринкової економіки.

Серед вітчизняних і закордонних учених особливу увагу питанню аналізу платоспроможності страхових компаній приділяли такі вчені, як Базилевич В. Д., Вовчак О. Д., Грищенко Н. Б., Габідулін І. Н., Луконін С. В., Дюжиков Є. Ф.,Чернова Г. В., Ротова Т. А. та ін.

Платоспроможність страховика – це його здатність своєчасно в повному обсязі виконати свої фінансові зобов'язання (передусім страхові) за рахунок достатньої суми ліквідних активів [4].

Визначаючи сутність поняття платоспроможності страхової компанії, можна звернути увагу на думку українського вченого з питань практики по страхуванню Габідуліна І. Н. Він вважає, що платоспроможність – це здатність страховика своєчасно виконати грошові зобов'язання, встановлені законом або договором, перед страхувальниками, тобто платоспроможність забезпечується перевищенням сукупних активів над зовнішніми зобов'язаннями, тоді як фінансова стійкість, на його думку, це не що інше, як здатність страхової компанії виконувати узяті фінансові зобов'язання за договорами страхування під впливом несприятливих чинників, змін економічної ситуації тощо. До показників, що характеризують фінансову стійкість, він відносить: збалансованість страхового портфеля, розмір прибутку і рентабельність основної діяльності, балансовий прибуток, фінансову стійкість страхових резервів і фінансовий леверидж [2].

Фінансовим забезпеченням платоспроможності страховика виступають, в основному, два джерела: кошти страхових резервів, які мають бути адекватними взятим зобов'язанням, і власні вільні кошти.

Оцінка платоспроможності страхових організацій здійснюється за показником, який у вітчизняному законодавстві носить назву "запас платоспроможності". Законодавство розрізняє поняття фактичного і нормативного запасу платоспроможності.

Фактичний запас платоспроможності (нетто-активи) страховика визначається вирахуванням із загальної суми активів (вартості майна) суми нематеріальних активів і загальної суми зобов'язань, у тому числі страхових:

$$ФЗП + \Sigma A - \Sigma НА - \Sigma З, \quad (1)$$

де $ФЗП$ – фактичний запас платоспроможності;

ΣA – загальна сума активів;

$\Sigma НА$ – загальна сума нематеріальних активів;

$\Sigma З$ – загальна сума зобов'язань.

Нормативний запас платоспроможності страховика, який здійснює види страхування інші, ніж страхування життя, дорівнює більшій із двох величин, які визначаються такими способами:

$$НЗП = (СП - (СП_п \times 0{,}5)) \times 0{,}18; \quad (2)$$

$$НЗП = (СВ - (СВ_п \times 0{,}5)) \times 0{,}26, \quad (3)$$

де $НЗП$ – нормативний запас платоспроможності;

$СП$ – сума страхових платежів;

$СВ$ – сума страхових виплат;

$СП_п$ – сума страхових платежів, що належать перестраховикам;

$СВ_п$ – сума страхових виплат, компенсованих перестраховиками.

Для забезпечення відповідного рівня платоспроможності за вимогами законодавства фактичний запас платоспроможності повинен перевищувати нормативний його запас на будь-яку дату. Тобто постійно повинна виконуватись умова: (*ФЗП*) > (*НЗП*) [1].

Що стосується показників платоспроможності страхової компанії, то їх доцільно навести у вигляді схеми (рис. 1).

Рис. 1. **Показники платоспроможності страхової компанії**

Економічний зміст показників співвідношення власних засобів і страхових внесків, а також власних коштів і технічних резервів полягає у тому, що вони ілюструють, яку частину страхових зобов'язань покрито власними засобами [3].

Для наочності аналізу платоспроможності страхових компаній проведем короткий аналіз основних фінансових показників страхових компаній за перше півріччя 2014 року (табл. 1).

У першому півріччі 2014 року загальна кількість страховиків скоротилася порівняно з аналогічним періодом минулого року на 4 % і становила 400 страхових компаній. Обсяги активів страховиків у І півріччі 2014 року збільшилися.

Таблиця 1

Основні показники діяльності страхового ринку та його динаміка

	І півріччя 2013	**І півріччя 2014**	**Темпи приросту І півріччя 2014/ І півріччя 2013**	
			млн грн	**%**
	Страхова діяльність, млн грн			
1	**2**	**3**	**4**	**5**
Валові страхові премії	14 334,3	11 040,3	-3 294,0	-23,0
Валові страхові виплати	2 284,0	2 397,9	113,9	5,0
Рівень валових виплат, %	15,9	21,7	-	-
	Страхові резерви, млн грн			
Обсяг сформованих страхових резервів	13 410,8	13 802,9	392,1	2,9
– технічні резерви	9 925,7	9 176,9	-748,8	-7,5
– резерви зі страхування життя	3 485,1	4 626,0	1 140,9	32,7

Закінчення табл. 1

1	2	3	4	5
	Активи страховиків і статутний капітал, млн грн			
Загальні активи страховиків (згідно з формою 1 (П(С)БО 2))	63 863,6	66 156,7	2 293,1	3,6
Активи, визначені ст. 31 Закону України «Про страхування» для представлення коштів страхових резервів	35 899,7	36 554,3	654,6	1,8
Обсяг сплачених статутних капіталів	15 132,5	14 904,5	-228,0	-1,5

Так, сукупний обсяг активів страховиків порівняно з аналогічним періодом минулого року зріс на 2 293,1 млн грн (+3,6 %) – до 66 156,7 млн грн. Також позитивна динаміка спостерігається у таких видах активів, як банківські вклади (депозити) (+6,9 %), грошові кошти на поточних рахунках (+4,9 %), іпотечні сертифікати (+182 %). Якщо порівнювати з аналогічним періодом минулого року, то у І півріччі 2014 року відбулося зменшення обсягу надходжень валових страхових премій на 23,3 %, а чистих страхових премій – на 16,5 % [5].

На основі даних, наведених вище, можна дійти висновку, що платоспроможність засвідчує можливості суб'єкта ринку (страховика) виконати, насамперед, свої страхові зобов'язання згідно з умовами договору страхування. Саме наявність відповідної суми для здійснення страхової виплати у визначений час і характеризує рівень платоспроможності страховика. Тому можна стверджувати, що платоспроможність – одна з найважливіших умов страхового бізнесу – виступає своєрідним потенціалом для виконання страховиками своїх функцій у ринковій економіці.

Науковий керівник – канд. екон. наук, доцент Голофаєва І. П.

Література: 1. Вовчак О. Д. Страхування : навч. посіб. / О. Д. Вовчак. – Львів : Новий Світ-2000, 2006. – 480 с. **2.** Габидулин И. Есть интересный подход к рейтинговой оценке страхового рынка / И. Габидулин // Финансовые услуги. – 2003. – № 4. – С. 18–22. **3.** Заруба О. Д. Страхова справа : підручник / О. Д. Заруба. – Київ : Знання, 1998. – 321 с. **4.** Приходько В. С. Бухгалтерський облік страхової діяльності : навч. посіб. / В. С. Приходько. – Київ : Лібра, 2002. – 216 с. **5.** Національна комісія, що здійснює державне регулювання у сфері ринків фінансових послуг. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://www.nfp.gov.ua.

ОЦІНКА СТАНУ КАДРОВОГО ПОТЕНЦІАЛУ В СИСТЕМІ ЕКОНОМІЧНОЇ БЕЗПЕКИ

УДК 005.934:005 96

Валєжна М. С.

Магістрант 1 року навчання
факультету обліку і аудиту ХНЕУ ім. С. Кузнеця

Анотація. *Розглянуто значення кадрового потенціалу в розрізі економічної безпеки. Запропоновано методики аналізу й оцінки кадрового потенціалу організації шляхом автоматизації управлінсько-інформаційної системи, дослідження компонентів кадрового потенціалу, порівняння з конкурентами й аналізу індикаторів кадрової безпеки.*

Ключові слова: *кадровий потенціал, безпека, організація, індикатори, персонал, трудові ресурси, особистий потенціал.*

© Валєжна М. С., 2015

Аннотация. *Рассмотрено значение кадрового потенциала в разрезе экономической безопасности. Предложены методики анализа и оценки кадрового потенциала организации путем автоматизации управленческо-информационной системы, исследования компонентов кадрового потенциала, сравнения с конкурентами и анализа индикаторов кадровой безопасности.*

Ключевые слова: *кадровый потенциал, безопасность, организация, индикаторы, персонал, трудовые ресурсы, личный потенциал.*

Annotation. *The role of human resources in the context of economic security. The methods of analysis and evaluation of human resources organization by automating management and information systems research component of human resources, compared to competitors and personnel security analysis indicators.*

Keywords: *human resources, safety, organization, indicators, personnel, labor, personal potential.*

В умовах ринкової економіки для успішного управління бізнесом актуальним є вивчення економічної безпеки. У свою чергу, метою будь-якої організації являється ведення господарської діяльності для отримання прибутку та його рентабельної діяльності, що виступає головним чинником стабільного функціонування. Діяльність організації весь час піддається ризику, який особливо пов'язаний із людським фактором, бо саме людина є найголовнішим інструментом провадження ефективної діяльності компанії, а людський потенціал, у свою чергу, є запорукою майбутнього процвітання організації. Тому актуальність теми полягає у належній оцінці стану кадрового потенціалу в системі економічній безпеки.

Кадровий потенціал у розрізі економічної безпеки неодноразово досліджувався вітчизняними та зарубіжними вченими, такими як Г. Азоєв, Д. Баглей, О. Віханський, М. Володькіна, А. Градов, Г. Гречикова, Л. Калініченко, М. Книтіков, О. Кириченко, Г. Козаченко, О. Лащенко, О. Литовченко, Н. Логінова, О. Марченко, І. Мойсеєнко, Г. Назарова, В. Пастухова, Р. Фатхутдінов, І. Чумарин, Н. Швець, А. Шаваєв, І. Шегельман. Ці автори висвітлюють у своїх роботах основні принципи управління персоналом як основу забезпечення кадрової безпеки організації.

Історія розвитку стосунків організації зі своїм персоналом показує, що ці стосунки практично ніколи не були ідеальними або хоча б такими, щоб у них не існувало загроз суб'єкту з боку персоналу і загроз персоналу з боку організації. Причин цьому вельми багато, але природа одна – різниця інтересів. Організації прагнуть отримати від свого персоналу максимальну вигоду, суттєво оптимізуючи його утримання. Водночас персонал прагне до максимального задоволення своїх потреб, суттєво оптимізуючи свою працю під час роботи. Там, де ці інтереси мають протилежну спрямованість, – загрози персоналу максимальні. І навпаки: зближення інтересів організації і їх персоналу зменшує загрози. Проте повного зближення їх не буває ніколи, тому загрози персоналу є постійними, і це якраз вказує на особливу їх небезпеку. Оскільки організації ніколи не зможуть функціонувати без працівників, тому ніколи не можна уникнути такого роду загроз.

Діяльність будь-якої організації сильно залежить від кадрового потенціалу, який щільно взаємопов'язаний із трудовим потенціалом та індивідуальним потенціалом людини. Для трудового потенціалу характерним є здатності та властивості до праці, які обмежені розумовими та фізичними здібностями, моральними й інтелектуальними якостями та іншими особистими характеристиками [1]. А особистий потенціал людини характеризується сукупністю різних якостей, пов'язаних: із можливістю та схильністю працівника до праці, станом його здоров'я, витривалістю, типом нервової системи, тобто всім тим, що відображає фізичний і психологічний потенціал; з обсягом загальних і спеціальних знань, трудових навичок і вмінь, які визначають схильність до праці певної кваліфікації; з рівнем відповідальності, соціальної зрілості, інтересів і потреб [2].

Кадровий потенціал пов'язаний із цілями організації та її життєвого циклу. Тому кадровий потенціал необхідно удосконалювати: проводити пошук методів формування необхідного кадрового потенціалу; розвивати кадровий потенціал під впливом змін зовнішнього середовища; аналізувати та використовувати можливості вже існуючого кадрового потенціалу; розробити загальні концепції управління формуванням та розвитком кадрового потенціалу.

Якісний аналіз та оцінка кадрового потенціалу забезпечить належний захист економічної безпеки організації. Для цього необхідно використовувати методи експертних оцінок, стратегічного аналізу, економічної та математичної статистики тощо. Результат аналізу й оцінки кадрового потенціалу організації стане базою для обґрунтування стратегічного розвитку кадрового потенціалу.

Оцінка кадрового потенціалу має проводитися за всіма його компонентами: професійно–кваліфікаційні (професіоналізм, знання, стаж роботи на підприємстві та загальний стаж, досвід роботи), трудові (спонукання, творча активність, якість виконаної роботи, результативність праці, рівень дисциплінованості, мотивація працею), особисті (потреби, загальні знання, підприємницькі здібності, інтелектуальний рівень, рівень відповідальності, привабливість, спостережливість, самостійність, домінантність, прагнення до праці), психологічні (сприйняття, переконання, цінності та погляди, задоволеність працею, запрограмованість), фізіологічні (розумові та фізичні здібності, стан здоров'я, стать, вікові здібності) [3].

З-поміж цих компонентів найбільш вагомими у такій послідовності (за досвідом найуспішніших компаній) є: підприємницькі здібності, знання, сприйняття, задоволення працею, творча активність, досвід роботи, рівень дисциплінованості та відповідальності, вікові здібності, стан здоров'я, стаж роботи на підприємстві.

Щоб оцінити сильні та слабкі сторони кадрового потенціалу організації, буде доцільно порівняти його зі значеннями кадрового потенціалу організацій-конкурентів. За результатами цього можна буде прийняти рішення про збереження, розвиток або реструктуризацію кадрового потенціалу.

Щоб організація могла постійно слідкувати за станом кадрового потенціалу, для неї було б корисно розробити для себе автоматизовану управлінсько-інформаційну систему «кадрового потенціалу організації». Така система здатна вдосконалити:

1) автоматизований процес збирання, зберігання та обробки текстової інформації для потреб кадрової служби організації;

2) скорочення кількості форм первинної документації;

3) налагодження взаємодії роботи користувача й оператора;

4) якість прийняття управлінських рішень;

5) зниження трудомісткості виконання певних розрахунків.

Тож упровадження такої системи зможе покращити організацію роботи організації та застерегти її від майбутніх загроз.

За загальним правилом концепції і стратегії економічної безпеки практично реалізуються через систему конкретних заходів і механізмів, які розробляються на основі аналізу результатів моніторингу якісних критеріїв і їх кількісних параметрів. Для цього іноді вдаються до встановлення певних «сигнальних» показників і вказують їх граничні значення, тобто граничні величини, вихід за межі яких призводить до формування негативних тенденцій в економічній і, зокрема, в кадровій безпеці. Перевищення граничних значень – сигнал до дії із запобігання загрозі, зниження збитку або припинення зловмисних атак [4].

Необхідною умовою ефективної діяльності організації є раціональна побудова організаційної і виробничої структури, а також інформаційно-правове забезпечення. Тож мається на увазі реалізація інформаційно-правового ресурсу, спрямованого на підвищення рівня господарського керівництва всіма сторонами діяльності організації на базі комплексного забезпечення об'єктивною і своєчасною інформацією, а також повнішого використання нормативно-правового потенціалу [5]. Достатня забезпеченість організації потрібними трудовими ресурсами, їх раціональне використання, високий рівень продуктивності праці мають опосередкований вплив на рівень і нейтралізацію загроз економічної безпеки. Зокрема, від організації трудового процесу, вибору оптимальної системи оплати праці, створення відносин соціального партнерства залежать своєчасність і якість виконання робіт, ефективність використання устаткування і, як результат, збільшення об'єму виробництва продукції, зниження її собівартості, зростання прибутку, стабілізація фінансового стану підприємства, тобто те, що і визначає його економічну безпеку. У зарубіжній і вітчизняній практиці управління трудовими ресурсами використовують такі індикатори:

1) плинність персоналу – має бути менше 1;

2) стабільність (відданість) персоналу – має бути більше 0;

3) рівень дисципліни (кількість неявок на роботу) – має бути менше 1;

4) відповідність кваліфікації працівників ступеню складності виконуваних ними робіт – має бути більше 0;

5) співвідношення чисельності окремих категорій працівників.

Ці та інші аналітичні показники порівнюють з аналогічними у споріднених організаціях або аналізують у динаміці. У зв'язку з цим можуть виникнути певні сценарії оцінки стану кадрового потенціалу, що наведені в табл. 1 [6].

Таблиця 1

Можливі сценарії оцінки стану кадрового потенціалу ЕКБП

Індикатори	Низький рівень безпеки	Середній рівень безпеки	Високий рівень безпеки
1	**2**	**3**	**4**
Плинність персоналу	Дорівнює 0	Більше 0	Менше 1
Стабільність (відданість) персоналу	Менше 0	Дорівнює 0	Більше 0
Рівень дисципліни (кількість неявок на роботу)	Дорівнює 0	Більше 0	Менше 1
1	**2**	**3**	**4**

Закінчення табл. 1

Відповідність кваліфікації працівників ступеню складності виконуваних ними робіт	Більше 0	Дорівнює 0	Більше 0
Співвідношення чисельності окремих категорій працівників	–	–	–

Вхідними параметрами є дані про кадрове забезпечення оргнанізації та параметри, що характеризують її стабільність. Вихідним параметром є стан кадрового забезпечення організації. Позитивний сценарій: якщо всі коефіцієнти знаходяться в допустимих межах, то рівень безпеки високий. Негативний сценарій: якщо хоча б один із коефіцієнтів виходить за межі, то рівень безпеки низький.

Таким чином, кадрова безпека як складова економічної безпеки організації спрямована на таку роботу з персоналом, на встановлення таких трудових і етичних відносин, які можна було б визначити як беззбиткові. Персонал організації повинен відповідати її цілям, а його інтереси повинні захищатися відповідно до законодавства. Організація має вміти своєчасно виявляти всі недоліки та використовувати виявлені резерви, що дозволить покращити ефективність праці та, як наслідок, результати діяльності організації у розрізі економічної безпеки. Однак єдиної та однозначної думки щодо розглянутих питань на сьогодні немає. Це може стати темою подальших досліджень.

Науковий керівник – канд. екон. наук, доцент Петряєва З. Ф.

Література: 1. Экономика и социология труда : учеб. пособие / Под ред. Б. Ю. Сербиновского, В. А. Чуланова. – Ростов-н/Д. : Феникс, 1999. – 512 с. **2.** Одегов Ю. Г. Управление персоналом : учебник / Ю. Г. Одегов, П. В. Журавлев. – М. : Финстатинформ, 1997. – 878 с. **3.** Чумарин И. Что такое кадровая безопасность? / И. Чумарин // Кадры предприятия. – 2003. – № 2. **4.** Виноградський М. Д. Управління персоналом : навч. посіб. / М. Д. Виноградський. – Київ : Центр учб. літ., 2009. – 502 с. **5.** Литовченко О. Ю. Формування кадрової безпеки підприємств АПК / О. Ю. Литовченко : автореф. дис. … канд. екон. наук : 08.00.04 / Литовченко Олена Юріївна. – Київ, 2010. – 26 с. **6.** Іванченко Н. О. Формалізація потенціалів системи управління економічною безпекою підприємства / Н. О. Іванченко // Формування ринкової економіки. – 2012. – № 28. – С. 128–134.

РОЛЬ КОСВЕННЫХ НАЛОГОВ В СИСТЕМЕ НАЛОГООБЛОЖЕНИЯ УКРАИНЫ

УДК 336.226 (447)

Валуйская В. С.

Студент 2 курса
факультета международных экономических отношений ХНЭУ им. С. Кузнеца

Аннотация. *Рассмотрена структура и динамика косвенных налогов в Украине за последние 6 лет; приведена сравнительная характеристика функционирования налогов в Украине с опытом налогообложения за рубежом.*

Ключевые слова: *косвенные налоги, косвенное налогообложение, налог на добавленную стоимость, акцизный налог, таможенная пошлина.*

Анотація. *Розглянуто структуру та динаміку непрямих податків в Україні за останні 6 років; наведено порівняльну характеристику функціонування податків в Україні з досвідом оподаткування за кордоном.*

Ключові слова: *непрямі податки, непряме оподаткування, податок на додану вартість, акцизний податок, мито.*

© Валуйская В. С., 2015

Annotation. *The article describes the structure and dynamics of indirect taxes in Ukraine for the last 6 years; the comparative characteristic of the operation of taxes in Ukraine with experience of taxation abroad.*

Keywords: *indirect taxes, indirect tax, value added tax, excise tax, customs duty.*

Современная налоговая политика Украины фактически разрабатывалась и реализовывалась без достаточного научного обоснования макро- и микроэкономических последствий ее введения, а тем более на основе постоянных и хронических изменений различных налогов и размера их ставок, без прогнозирования влияния этого процесса на состояние деловой активности в бизнес-среде, уровень жизни населения. Именно такие факторы не позволили превратить налоговую систему Украины в эффективный инструмент экономической политики, а поставили ее в один ряд среди причин обострения кризисных явлений в социально-экономической системе. И поэтому рациональная система косвенного налогообложения должна стать тем инструментом, посредством которого государство стабилизирует и улучшит экономическое и социальное развитие.

Среди авторов, которые исследовали функционирование косвенного налогообложения, можно выделить отечественных исследователей, а именно: Г. В. Бех и М. П. Кучерявенко. Также данной проблеме посвящены работы российских ученых: О. М. Гурьева, К. В. Кудряшовой, С. Г. Пепеляева и др.

Косвенные налоги являются обязательными платежами в бюджет, это часть чистого дохода, которая создается на предприятиях и которая изымается в бюджет путем включения в цену продукцию, товаров, покупая которые потребители оплачивают и косвенные налоги. Таким образом, хоть и платят косвенные налоги предприятия, конечными плательщиками являются потребители. Косвенные налоги имеют высокое социально-экономическое значение и играют важную роль в экономике страны. Во-первых, они являются весомым источником доходов в развивающихся странах, их доля в бюджете значительно выше, чем доля прямых налогов. Во-вторых, с помощью косвенных налогов осуществляется распределение и перераспределение доходов между разными социальными слоями населения. В-третьих, косвенные налоги существенно влияют на уровень цен, повышая ее приблизительно на 20 %, а в отдельных случаях и на 50 %. В-четвертых, система косвенных налогов позволяет регулировать движение сфер товарного оборота в соответствии с целями развития экономики. Являясь прибавкой к цене, косвенные налоги носят явно выраженный фискальный характер, легко поддаются учету и контролю и представляют собой приоритетное направление системы сбора налоговых платежей в Украине [1].

В структуре налоговой системы Украины на протяжении 1998–2003 годов преобладали прямые налоги. И только с 2004 года доля косвенных налогов в общей сумме налогов и в валовом внутреннем продукте превысила долю прямых. Структура налоговой системы считается более благоприятной для экономического роста, если в налогообложении преобладает доля прямых налогов, что доказали на своем примере страны Евросоюза (ЕС). Для более детального рассмотрения налогообложения в Украине необходимо дать сравнительную характеристику основных налогов с другими странами. Основными налогами во многих странах мира является налог на бизнес (аналог налога на прибыль компаний в Украине), налог на продажи (НДС) и налог с физических лиц. Налог на доходы физических лиц в Украине составляет 15 %. В Польше он равен 32 %, в Германии – 45 %, в Австрии – 50 %. В среднем по еврозоне этот налог составляет 43,5 %, лишь в Чехии налог на доходы физических лиц равен 22 %, а в Румынии – 16 %. Однако во многих странах мира платежи в пенсионный фонд и фонд социальной защиты юридические лица не платят, а платят только физические лица. Поэтому в данной ситуации нужно учитывать сумму единого социального взноса, который платят наши компании, и подоходный налог с физических лиц. В этом случае данный налог в Украине можно считать на уровне около 50 %. Такая ставка налога стимулирует выплату заработной платы «в конвертах», вследствии чего сокращается доход в бюджет. В Украине налог на прибыль юридических лиц составляет 18 %, почти такая же ставка в Швейцарии – 17,95 %. Среди других европейских стран ставки данного налога следующие: в Польше – 19 %, в Румынии – 16 %, в Норвегии – 27 %, в Германии – 29,6 %, во Франции – 33,3 %. В США – 40 %. Лозунг этого налога – «Больше всего налогов платит бизнес, так как он богат, так как он может себе это позволить», но для украинского бизнеса эта налоговая ставка является слишком высокой, что приводит к неверным отчетам о прибыли компании, то есть «тенизации» бизнеса. Налоговые системы богатых европейских стран среди непрямых налогов отдают предпочтение, как и Украина, налогу на добавленную стоимость (НДС). По мнению признанного специалиста в области налогообложения, профессора кафедры международных финансов Украинского государственного университета финансов и международной торговли Ирины Педь, это связано с тем, что НДС имеет более широкую базу налогообложения и является более нейтральным с точки зрения влияния на процесс принятия экономических решений относительно инвестиций и потребления [1, с. 90]. Ставка НДС в Украине составляет 20 %, такая же ставка в Великобритании, Болгарии, Сербии, Эстонии, Армении и Узбекистане. В то время как в России ставка НДС равна 18 %, в Казахстане – 12 %, в Южной Корее – 10 %, а на Тайване – 5 %. Высокая ставка данного налога характерна для Швеции и Норвегии – по 25 %, также для Польши и Румынии – по 23 %. Данный налог вносит существенную долю в государственный бюджет Украины, но при этом проблема невозврата НДС у нас стоит очень остро. Как для экспортоориентированной страны данный показатель налога является слишком высоким, ведь именно НДС очень быстро накручивает рост цен, что приводит к разным махинациям. Сравнение трех основных вышеперечисленных налогов в который раз подтверждает необходимость изменения налогообложения Украины [2].

Динамика налоговых поступлений в государственный бюджет Украины представлена в табл. 1.

Таблица 1

Налоговые поступления Государственного бюджета Украины в разрезе основных налогов за период 2009–2014 гг. [3]

Наименование налога	2009	2010	2011	2012	2013	2014
Всего налоговых поступлений, млн грн / %	209 700,3 100%	240 615,2 100%	314 616,9 100%	346 054,0 100%	339 226,9 100%	357 084,2 100%
НДС	84 596,7 40,3%	86 315,9 35,9%	130 093,8 41,3%	138 826,8 40,1	128 269,3 39%	139 024,3 39%
Акцизный налог с произведенных в Украине подакцизных товаров	17 934,5 8,6%	34 715,3 14,4%	26 097,1 8,35	28 661,0 8,3%	27 721,4 8,2%	28 085,5 7,9%
Таможенная пошлина	3 690,0 1,8%	4 600,8 1,9%	7 822,1 2,5%	9 767,8 2,8%	8 946,8 2,6%	12 608,7 3,5%
Налог на доходы физических лиц	44 485,3 21,2%	51 029,3 21,2%	60 224,5 19,1%	68 092,4 19,6%	72 151,1 21,2%	12 645,8 3,5%
Налог на прибыль предприятия	33 048,0 15,8%	40 359,1 16,8%	55 097,0 17,5%	55 797,0 16,1%	54 993,8 16,2%	39 941,9 11,1%
Плата за землю	8 362,7 4%	9 539,9 4%	10 700,9 3,4%	12 581,7 3,6%	12 802,9 3,8%	19 036,1 5,3%

Анализируя данные таблицы, можно сделать вывод, что в течение 2009–2014 гг. значительно увеличилась сумма платежей в бюджет Украины с такого налога, как таможенная пошлина, НДС и акцизный налог изменялись пропорционально росту суммы всех налоговых поступлений. Эти налоги являются косвенными, что свидетельствует о направленности налоговой политики Украины на увеличение государственного дохода благодаря косвенным налогам, которые являются источником инфляционных процессов и имеют регрессивный характер, так как существенно влияют на ценообразование. Основным фактором, который определяет соотношение между прямыми и косвенными налогами, является уровень жизни основной массы населения. Низкий уровень ограничивает масштабы прямых налоговых поступлений, поэтому, как правило, превалирование косвенных доходов в структуре Государственного бюджета наблюдается в развивающихся странах.

Таблица 2

Доходы государственного бюджета Украины по статьям доходов в 2014 г. [4]

На 31.12.2014	Доходы (млн грн)	Доля, %
1	2	3
Всего	357084,2	100
Налоговые поступления	280178,3	76,46
Налоги на доходы, прибыль и увеличение рыночной стоимости	52587,7	14,73
Налог на доходы физических лиц	12645,8	3,54
Налог на прибыль предприятия	39941,9	11,19
Сборы и плата за специальное использование природных ресурсов	19036,1	5,33
Внутренние налоги на товары и услуги	183965,1	51,52
Налог на добавленную стоимость	139024,3	38,93
Акцизный налог с произведенных в Украине подакцизных товаров	28085,5	7,87
Акцизный налог с ввезенных в Украину подакцизных товаров	16855,4	4,72
Налоги на международную торговлю и внешние операции	12608,7	3,53
Рентная плата и сборы на топливно-энергетические ресурсы	5987,5	1,68
Другие налоги и сборы	5993,1	1,68
Неналоговые поступления	68355,2	19,14
Доходы от собственности и предпринимательской деятельности	28469,3	7,97
Административные сборы и платежи, доходы от некоммерческой деятельности	5305,7	1,49

Окончание табл. 2

1	2	3
Прочие неналоговые поступления	12084,0	3,5
Собственные поступления бюджетных учреждений	22084,0	6,18
Доходы от операций с капиталом	888,1	0,25
Поступления от продажи основного капитала	27,9	0,01
Поступления от реализации государственных запасов товаров	841,0	0,24
Средства от продажи земли и нематериальных активов	19,2	0,01
Средства от зарубежных стран и международных организаций	5383,0	1,51
Целевые фонды	161,7	0,05
Официальные (межбюджетные трансферты)	2118,0	0,59

В 2014 году 51,52 % всего дохода Украины пришлось на «Внутренние налоги на товары и услуги», что включает в себе НДС и акцизные сборы с произведенных в Украине подакцизных товаров и ввезенных в Украину подакцизных товаров. Только на НДС пришлось 38,93 % всего дохода. Значительный удельный вес данного источника доходов обусловливает актуальность особого контроля за его администрированием, а также создает необходимость разработки системных мероприятий, направленных на снижение удельного веса НДС в структуре налоговой нагрузки в экономике Украины.

В структуре налоговых поступлений существенный удельный вес (12,6 %) имеет также акцизный налог, который, как и налог на добавленную стоимость, является косвенным, то есть оплачивается в конечном счете не производителем продукции, а покупателем. Его относят к категории специфических акцизов, отличающихся от НДС тем, что устанавливаются для отдельных видов товаров по дифференцированным ставкам. Данный налог, в первую очередь, призван выполнять регулирующую функцию, так как он способен влиять на объемы производства и потребления таких подакцизных товаров, как алкоголь и табак. Именно табачная отрасль сегодня обеспечивает более 70 % поступлений акцизного сбора в бюджет, что в денежном выражении составляет более 12 млрд грн. Налицо явное преимущество по сравнению с налогом на добавленную стоимость – при прочих равных условиях уменьшается потребление социально вредных товаров, не затрагивая при этом совокупный спрос на продукцию первой необходимости. Однако необходимо помнить, что чрезмерное повышение акцизов способствует тенизации рынка таких товаров, появлению контрафактной продукции и главное – значительному снижению доходной части сводного бюджета.

Высокие ставки налогов, преобладание косвенных налогов над прямыми в системе налогообложения, как следствие – массовая тенизация бизнеса, вывоз капитала из страны, негативно влияют на экономическую ситуацию в Украине. Нынешнее соотношение прямых и косвенных налогов является неэффективным, поэтому налоговая реформа должна рассматриваться как один из ключевых приоритетов государственной экономической политики, главной задачей которой является создание рациональной базы налогообложения, которая позволит значительно пополнить государственную казну при стабильно положительном развитии социальной и экономической сферы страны.

Научный руководитель – докт. экон. наук, профессор Поддубная Л. И.

Литература: 1. Липсиц И. В. Ценообразование / И. В. Липсиц. – М. : Магистр, 2009. – 108 с. **2.** Педь І. В. Непрямі податки в податковій системі України : навч. посіб. / І. В. Педь ; за ред. Ю. М. Лисенко. – Київ : Знання, 2008. – 90 с. **3.** Налоги в Украине [Электронный ресурс]. – Режим доступа : http://obozrevatel.com/author-column/83072-nalogi-v-ukraine-sravnite-s-drugimi-stranami.htm. **4.** Официальный сайт Министерства финансов Украины [Электронный ресурс]. – Режим доступа : http://www.minfin.gov.ua/.

ЄБРР ТА УКРАЇНА: ОСНОВНІ НАПРЯМКИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ ВЗАЄМОДІЇ

УДК 339.9:336(477)

Варв'янська В. П.

Студент 2 курсу
факультету економіки і права ХНЕУ ім. С. Кузнеця

Анотація. *Досліджено історію формування Європейського банку реконструкції та розвитку. Розглянуто основні напрямки та перспективи взаємодії ЄБРР та України. Проаналізовано динаміку щорічних інвестицій банку в українські проекти.*

Ключові слова: *Європейський банк реконструкції та розвитку (ЄБРР), інвестиції, міжнародний кредит.*

Аннотация. *Исследована история формирования Европейского банка реконструкции и развития. Рассмотрены основные направления и перспективы взаимодействия ЕБРР и Украины. Проанализирована динамика ежегодных инвестиций банка в украинские проекты.*

Ключевые слова: *Европейский банк реконструкции и развития (ЕБРР), инвестиции, международный кредит.*

Annotation. *The article examines the history of the formation of the European Bank for Reconstruction and Development. The main directions and prospects of cooperation EBRD and Ukraine were analyzed. The dynamics of annual investments of the bank in Ukrainian projects were reviewed.*

Keywords: *European Bank for Reconstruction and Development (EBRD), investment, international credit.*

Світова фінансова криза, що розпочалася у 2008 році, мала значний вплив на економіку України. Зараз у зв'язку з економічною та політичною нестабільністю Україна як ніколи потребує значної допомоги міжнародних кредитних організацій. Членство у таких організаціях і вирішення за їх допомогою фінансово-економічних проблем дозволить прискорити та полегшити процес відновлення економіки нашої держави [4].

Одним із найбільших партнерів країни у сфері міжнародного кредитування у наш час виступає Європейський банк реконструкції і розвитку (ЄБРР).

Метою цієї статті є аналіз основних напрямків і перспектив розвитку співпраці України і Європейського банку реконструкції та розвитку.

Дослідженню проблем взаємодії ЄБРР та України присвячені роботи багатьох вітчизняних економістів, серед яких: Боринець С. Я., Бланк І. А., Пилипенко О. В., Таряник О. М.

ЄБРР був заснований після закінчення «холодної війни», для того щоб відкрити нову еру у розвитку Центральної та Східної Європі. Потрібно зазначити, що цей банк володіє політичним мандатом, який дозволяє йому надавати допомогу лише країнам, «що є прихильними принципам багатопартійної демократії, плюралізму та ринкової економіки і проводять їх в життя» [1].

Європейський банк реконструкції та розвитку зараз є одним із найбільших інвесторів в Україні. Він розпочав свою діяльність на теренах нашої держави ще у 1993 році, коли було відкрито перший офіційний офіс банку у Києві. Постійний офіс, що представляє ЄБРР в діалозі з урядом України, і відіграє важливу роль у розвитку українського бізнесу. Одним із головних завдань Європейського банку реконструкції та розвитку в нашій країні є поліпшення інвестиційного клімату та створення сприятливих умов для відродження економіки [2].

На сучасному етапі розвитку відносин України та ЄБРР банк надає всебічну підтримку в різних сферах і галузях економіки, але особливу увагу приділяє розвитку фінансового сектора. Так, із усіх інвестицій, що було вкладено в українські проекти, 23 % пішли саме на розвиток фінансових інститутів. Також значну допомогу Європейський банк реконструкції та розвитку надає малим і середнім компаніям, підтримуючи та прискорюючи розвиток приватного підприємництва в Україні.

До пріоритетних для ЄБРР напрямків потрібно також віднести сільське господарство й інфраструктуру, в тому числі транспорт і такі муніципальні послуги, як електропостачання і телекомунікації. Потрібно зазначити, що особливого значення Європейський банк реконструкції та розвитку надає реформуванню сфери енергетики та впровадженню енергоефективних технологій. Найважливіше значення для діяльності банку мають принципи охорони навколишнього середовища і прихильність до стійкого розвитку альтернативної енергетики.

Також неможливо залишити без уваги той факт, що одним із ключових завдань банку, як на території України, так і в усьому світі, є забезпечення ядерної безпеки. Особливу увагу слід приділити тому факту, що ЄБРР

© Варв'янська В. П., 2015

управляє Чорнобильським фондом "Укриття", який повинен допомогти Україні перетворити Чорнобиль на безпечну й екологічно стабільну зону.

Допомога Європейського банку реконструкції та розвитку на початок 2015 року склала 12,1 млрд євро у рамках виконання 340 проектів. А той самий показник на початок 2014 року склав 8 млрд євро [4].

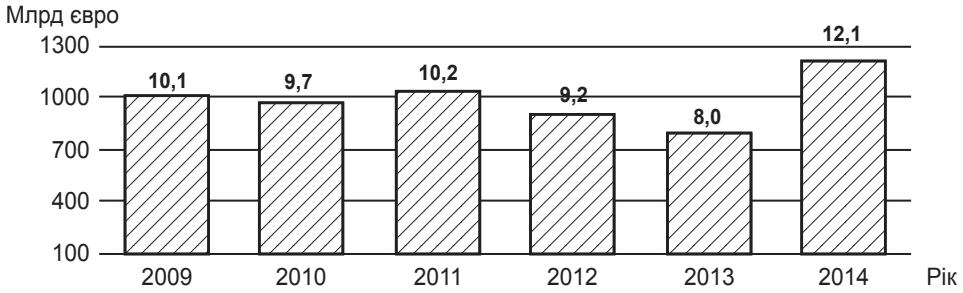

Рис. 1. **Розмір щорічних інвестицій ЄБРР в українські проекти**

Проаналізувавши динаміку щорічних інвестицій Європейського банку реконструкції та розвитку в проекти України, можна дійти висновку, що за 2014 рік об'єм інвестицій значно збільшився порівняно з попередніми роками. На жаль, цей факт пов'язано зі складною ситуацією у нашій державі.

Зокрема, значні інвестиції були зроблені в сектори транспортування газу і автомобільних доріг, муніципальну та сільськогосподарську інфраструктуру, виробництво сільськогосподарської продукції. Більше 300 млн євро було спрямовано у фінансовий сектор (в основному на підтримку фінансування торгових операцій) і галузь інфраструктури, перш за все на проекти реконструкції доріг, комунальних підприємств і морської портової інфраструктури.

Банк також почав реалізацію спеціальної програми підтримки обсягом 150 млн євро для клієнтів, що вже співпрацюють із ЄБРРБ (представники середнього та малого бізнесу). Ця програма має допомогти подолати складності та обмеження, викликані фінансовою кризою і зниженням доступності зовнішнього фінансування.

У минулому році акціонери ЄБРР також створили мультидонорський рахунок стабілізації та сталого розвитку для надання Україні допомоги в реформуванні економіки, поліпшенні бізнес-клімату та поверненні на шлях стійкого зростання [3].

Проте тут варто зазначити, що у 2015 році обсяг подальших інвестицій Європейського банку реконструкції і розвитку в Україні буде майже цілком залежати від ефективності реформування української економіки, зокрема енергетичного сектора та банківської системи.

Не можна не зазначити, що подальша взаємодія між ЄБРР та Україною залежатиме не лише від економічного становища держави, а й від політичного.

Таким чином, можна дійти висновку, що подальша плідна взаємодія між Україною і Європейським банком реконструкції та розвитку буде залежати, по-перше, від здатності української влади забезпечити політичну стабільність у країні; по-друге, від ефективності використання наданих кредитних коштів; по-третє, від успішності економічних реформ, перш за все у сфері енергетики та фінансів.

Науковий керівник – канд. екон. наук, доцент Лісна І. Ф.

Література: 1. Єдиний веб-портал органів виконавчої влади України. Співробітництво з міжнародними фінансовими організаціями [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://www.kmu.gov.ua. **2.** Офіційний сайт Європейського банку реконструкції та розвитку [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://www.ebrd.com. **3.** EBRD to backload Ukraine money this year, cautious on Russia, Greece [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://www.reuters.com/article/2015/04/29/ukraine-ebrd-idUSL5N0XQ5ZL20150429. **4.** Кондусова Л. Ф. Фінансова залежність України від міжнародних організацій / Л. Ф. Кондусова, М. О. Кіпа // Бизнес Информ. – 2014. – № 6. – С. 294–297.

ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ БЕЗПЕКИ СТРАТЕГІЧНОГО ПЛАНУВАННЯ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

УДК 658.15:336

Василенко А. О.

Магістрант 1 року навчання
факультету обліку і аудиту ХНЕУ ім. С. Кузнеця

Анотація. *Доведено важливу роль стратегічного підходу в управлінні економічною безпекою підприємства. Досліджено основні елементи системи стратегічного управління економічною безпекою, побудовано модель управління. Розглянуто основні підходи до класифікації стратегій забезпечення економічної безпеки підприємства.*

Ключові слова: *економічна безпека підприємства, стратегічне управління економічною безпекою, модель стратегічного управління, функції управління, система стратегій, зовнішнє середовище.*

Аннотация. *Доказана важная роль стратегического подхода в управлении экономической безопасностью предприятия. Исследованы основные элементы системы стратегического управления экономической безопасностью, построена модель управления. Рассмотрены основные подходы к классификации стратегий обеспечения экономической безопасности предприятия.*

Ключевые слова: *экономическая безопасность предприятия, стратегическое управление экономической безопасностью, модель стратегического управления, функции управления, система стратегий, внешняя среда.*

Annotation. *The article proves the important role of a strategic approach to managing economic security. The main elements of the strategic management of economic security, the model of governance. The main approaches to classification of strategies to ensure economic security.*

Keywords: *economic security, economic security strategic management, strategic management model, management, system policies, the environment.*

Постановка проблеми. За сучасних умов ринкової економіки підприємства знаходяться в нестабільному зовнішньому середовищі. Ризиковий характер підприємницької діяльності, невизначеність і непередбачуваність багатьох чинників зовнішнього середовища, політична й економічна нестабільність в Україні та підвищення рівня конкуренції актуалізували проблему виживання підприємства в умовах господарювання. Для успішного розвитку підприємства постає питання якісного й ефективного планування діяльності. Саме тому зросла актуальність стратегічного планування в системі безпеки підприємництва і виникає постійна потреба у нових дослідженнях у цьому напрямі [2].

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Теоретичним і методичним основам побудови системи управління економічною безпекою підприємства присвячені праці таких вітчизняних і зарубіжних авторів, як Васильців Т. Г., Єрмошенко М. М., Ілляшенко С. М., Клебанова Т. С., Клейнер Г. Б., Козаченко Г. В., Олейников Є. О., Руденський Р. А., Судакова І. О., Тамбовцев В. Л., Шемаєва Л. Г. та ін.

Метою статті є визначення місця стратегічного управління в забезпеченні економічної безпеки підприємства, розгляд підходів до обґрунтування та реалізації системи стратегій.

Виклад основного матеріалу. Основні переваги стратегічного планування – зв'язок поточних рішень із майбутніми результатами, організоване осмислення рішень (усупереч спонтанному прийняттю) з прогнозуванням їхніх наслідків; орієнтація на пошук альтернативних варіантів досягнення цілей, тобто допустимих цілей у межах визначених цілей і наявних обмежень; визначення можливостей і загроз, сильних і слабких сторін діяльності підприємства, врахування їх під час встановлення цілей і формулювання стратегій для забезпечення впливу на ці аспекти вже сьогодні; свідома підготовка майбутнього і до майбутнього; розподіл відповідальності не лише між напрямками діяльності, а й між поточною та майбутньою діяльністю.

Задача керівництва фірми – створити господарський механізм, що забезпечує найбільш швидку її адаптацію до зовнішніх умов, що змінюються. Це дозволить зменшити невизначеність і ризик у господарській діяльності і забезпечити концентрацію ресурсів на обраних пріоритетних напрямах [4].

Розробка і реалізація стратегії – найважливіша функція керівників фірми вищої ланки управління. Стратегія формулює основні цілі фірми і шляхи їхнього досягнення таким чином, щоб забезпечити єдину спрямованість дій усього колективу фірми.

У рамках стратегічного планування зважується безліч питань управління фірмою, у тому числі: розробка загальнофірмової стратегії; підготовка стратегічних рішень в окремих господарських сферах; аналіз конкурентного

© Василенко А. О., 2015

середовища; визначення основних цілей фірми; управління стратегічно важливими факторами діяльності на ринку; формування маркетингової стратегії на ринку окремих товарів; вивчення життєвого циклу продукції на ринку; управління портфелем замовлень; виявлення стратегічних перспектив фінансування капіталовкладень; формулювання загальної концепції розвитку підприємства; аналіз перспектив; дослідження структури витрат [2].

Особливостями стратегічного планування є те, що воно орієнтується на довгострокову перспективу; стратегічні плани визначають основні напрямки розвитку підприємства; позначені певні "ніші" господарської діяльності надалі підлягають заповненню засобами оперативного планування; основна мета стратегічного планування полягає у забезпеченні майбутньої успішної діяльності підприємства.

Процес стратегічного планування може бути наведений у вигляді послідовного вирішення стратегічних проблем. При цьому етапи їхнього вирішення розмежовуються таким чином, щоб на кожному могли бути використані свої специфічні методи.

Стратегічне планування використовує таке поняття, як стратегічний аналіз. Стратегічний аналіз використовується у процесі здійснення управління фінансовою безпекою підприємства з урахуванням пропозиції щодо його поліпшення. Запропоновано використовувати для здійснення стратегічного аналізу стану фінансової безпеки підприємства такі методи: SWOT-аналіз, PEST-аналіз, SNW-аналіз, аналіз розробки сценаріїв подій [5].

Стратегічний план, з одного боку, зорієнтований на віддалену перспективу, а з іншого боку – повинний бути досить гнучким, щоб за необхідності можна було внести в нього зміни. Практично це програма діяльності підприємства протягом тривалого часу; її необхідно пристосовувати до постійно мінливої ділової і соціальної обстановки.

Процес стратегічного планування можна умовно розділити на чотири фази.

Перша фаза – фінансове планування. Воно обмежується процедурою складання річного бюджету і базується на оцінках і інтуїції вищого керівництва.

Друга фаза передбачає сполучення фінансового і довгострокового планування. Фінансові результати прогнозуються звичайно на 3–5 років уперед, найчастіше ґрунтуючись на результатах минулої економічної діяльності.

Недолік такого підходу полягає в тому, що майбутнє важко передбачити, використовуючи тільки фінансові показники. У наш час рішення за такою схемою приймають підприємства з нескладною організаційною структурою.

Третя фаза – концентрація уваги на факторах зовнішнього оточення: новітніх технологічних розробках, демографічних, соціальних, економічних. На основі отриманих даних і заглибленого дослідження ринків збуту можуть розроблятися альтернативні стратегії.

Четверта фаза – стратегічний менеджмент. Окрім дій, що відносяться до попередніх фаз, тут підприємства основну увагу приділяють збереженню і зміцненню позицій на ринках. На сьогодні усі провідні корпорації розвинутих країн в області планування використовують стратегічний менеджмент [6].

Головною метою стратегічного планування економічної безпеки підприємства є забезпечення його стійкого та максимально ефективного функціонування в цей час, високого потенціалу розвитку і зростання підприємства в майбутньому. Найбільш ефективне використання корпоративних ресурсів підприємства, необхідних для виконання цілей цього бізнесу, досягається шляхом запобігання загрозам негативних впливів на економічну безпеку підприємства і досягнення таких основних функціональних цілей економічної безпеки підприємства:

– забезпечення високої фінансової ефективності роботи підприємства та його фінансової стійкості і незалежності;

– забезпечення захисту інформаційного середовища підприємства, комерційної таємниці та досягнення високого рівня інформаційного забезпечення роботи всіх його служб;

– забезпечення технологічної незалежності підприємства і досягнення високої конкурентоздатності його технологічного потенціалу;

– високий рівень екологічності роботи підприємства, мінімізація руйнівного впливу результатів виробничої діяльності та стан навколишнього середовища;

– висока ефективність менеджменту підприємства, оптимальність і ефективність його організаційної структури;

– високий рівень кваліфікації персоналу підприємства і його інтелектуального потенціалу, ефективність корпоративних науково-дослідних робіт;

– якісна правова захищеність всіх аспектів діяльності підприємства [3].

Управління економічною безпекою є складовою загальної системи управління підприємством і співвідноситься як часткове та загальне. Процес забезпечення економічної безпеки підприємства нерозривно пов'язаний із внутрішньою організацією управління підприємством як відкритою системою. Під системою забезпечення

економічної безпеки підприємства розуміють комплекс організаційно-управлінських, технологічних, технічних, профілактичних і маркетингових заходів, спрямованих на кількісну та якісну реалізацію захисту інтересів підприємства від зовнішніх і внутрішніх загроз [6]. З огляду на це, механізм управлінського впливу на систему економічної безпеки підприємства має загальний характер, проте відрізняється особливими методами та прийомами забезпечення.

Стратегічне управління економічною безпекою – це процес управління стратегічним плануванням і розробленою стратегією забезпечення економічної безпеки з урахуванням взаємозв'язку внутрішнього середовища підприємства із зовнішнім та адаптації до їхніх змін для досягнення мети підприємства та захисту його від впливу загроз, ризиків і досягнення безпечного функціонування.

Стратегічне управління є складним процесом, який передбачає всебічну оцінку середовища функціонування підприємства, визначення рівня впливу внутрішніх і зовнішніх загроз, а також розробку системи заходів забезпечення належного рівня захищеності через обґрунтування та реалізацію відповідних стратегій.

Належне управління безпекою ускладнене низкою проблем, передусім такими як нестабільність економіки та її державного регулювання, недосконалість і нестабільність правового середовища, значна тінізація ринку, сильна конкурентна боротьба, недостатність фінансового забезпечення та відсутність відповідного методичного й організаційного забезпечення.

За таких умов під час здійснення стратегічного управління економічною безпекою підприємства варто враховувати:

– циклічність розвитку й особливості трансформацій вітчизняної економіки, від чого залежить вибір інструментів, методик і моделей безпеки підприємства;

– необхідність використання системного, ситуаційного та цільового підходів при виборі стратегічних пріоритетів розвитку, що в умовах невизначеності зовнішнього середовища дозволяє окреслити перспективи розвитку з урахуванням ризиків;

– перевірені практикою методи, інструменти та моделі стратегічного управління [1].

До переваг стратегічного підходу в управлінні економічною безпекою підприємства варто віднести:

– зменшення до мінімуму негативних наслідків змін, що відбуваються, а також факторів невизначеності в майбутньому;

– можливість враховувати об'єктивні (зовнішні та внутрішні) фактори, що формують зміни, зосередитись на вивченні цих факторів і визначенні рівня їх впливу на економічну безпеку;

– можливість отримати необхідну базу для прийняття стратегічних і тактичних рішень із забезпечення економічної безпеки підприємства;

– підвищення керованості системи економічної безпеки, оскільки за наявності системи стратегічних планів є змога порівнювати досягнуті результати з поставленими цілями, здійснювати ефективні мотивації та стратегічний контроль;

– забезпечення динамічності змін через реалізацію стратегічних планів на основі відповідної системи регулювання, контролю та аналізу;

– об'єднання зусиль керівників усіх рівнів управління та діяльності підрозділів підприємства, пов'язаних із реалізацією стратегій забезпечення економічної безпеки.

Реалізація концепції стратегічного управління економічною безпекою можлива за умови стратегічно орієнтованої організації, коли застосовується система стратегічного планування, що дає змогу розробляти та втілювати в життя систему стратегічних планів, здійснювати поточну діяльність, спрямовуючи на досягнення поставлених стратегічних цілей.

Таблиця 1

Функції стратегічного управління економічною безпекою підприємства

Функція управління	Зміст функції управління
1	**2**
Планування	– обґрунтування стратегічних цілей щодо забезпечення економічної безпеки підприємства; – розробка системи стратегій; – складання стратегічного плану забезпечення економічної безпеки підприємства, інтегрованого до системи стратегічного планування на підприємстві; – розробка програми впровадження запланованих заходів
Організація	– створення служби економічної безпеки та формування робочих груп для здійснення управління економічною безпекою підприємства;
1	**2**

Закінчення табл. 1

	– встановлення внутрішньої структури організаційного забезпечення економічною безпекою підприємства; – наділення суб'єктів управління відповідними функціями, повноваженнями і відповідальністю; – визначення форм і методів підготовки та реалізації стратегії забезпечення економічної безпеки на підприємстві; – розробка процедур узгодження та координації дій щодо стратегії забезпечення економічної безпеки на підприємстві; – встановлення зворотного зв'язку між суб'єктами управління
Мотивація	– мотивація суб'єктів управління до використання прогресивних засобів і методів забезпечення економічної безпеки; – мотивації працівників сприяти забезпеченню належного рівня безпеки
Контроль	– проведення поточного моніторингу за ходом реалізації стратегій забезпечення економічної безпеки на підприємстві; – здійснення контролю виконання стратегічного плану забезпечення економічної безпеки підприємства й оцінка ефективності заходів

Для обґрунтування системи стратегій забезпечення економічної безпеки необхідно детально проаналізувати внутрішній стан підприємства та загрози зовнішнього середовища. Лише маючи достатню кількість інформації про конкурентний статус підприємства, особливості зовнішньої взаємодії та внутрішньої будови, керівництво підприємства може визначити стратегію, що сприятиме досягненню намічених стратегічних цілей [7, с. 88].

Стратегічний підхід в управлінні економічною безпекою підприємства має суттєві переваги, що дозволяє зменшити до мінімуму дію негативних факторів, підвищити інформованість і визначеність майбутнього, забезпечити керованість та ефективність змін.

Організаційними заходами, що забезпечують реалізацію стратегії економічної безпеки, є: створення координаційного центру на чолі з керівником організації, оперативним органом якого є служба безпеки; розроблення і затвердження наказом по підприємству нормативно-методичного забезпечення стратегії; ресурсне забезпечення і цільове використовування ресурсів.

Для забезпечення якості виходу системи стратегічного управління фінансово-економічною безпекою на «відмінно» спочатку необхідно забезпечити на «відмінно» якість планів, а потім – якість процесів по їх реалізації.

У коло питань із організації реалізації стратегічних планів входять розробка, узгодження та затвердження програми заходів, організація обліку та контролю їх виконання, мотивація виконання планів в установлені терміни, необхідної якості та з оптимальними затратами.

Мотивація супроводжує всі види діяльності з розробки та реалізації стратегічних планів: розробку самої концепції, інформаційне забезпечення, дослідження ринку, стимулювання підвищення конкурентоспроможності фірми, організацію розробки стратегії підприємства [8].

Засоби мотивації за кожним напрямком можна розподілити на два види: 1) оплата всіх витрат по вирішенню поставлених задач, наприклад, оплата маркетингових досліджень; 2) додаткова оплата чи преміювання співробітників будь яких підрозділів фірми, котрі задіяні в реалізації стратегічних цілей.

Заключною частиною моделі стратегічного управління є контроль за порядком реалізації стратегії. Контроль необхідний для виявлення проблем раніше, ніж вони набудуть загрозливого характеру. В теорії управління контроль розглядається як покроковий процес, котрий складається з таких елементів:

1) Визначення параметрів, котрі підлягають оцінці, іншими словами – сфер контролю.

2) Розробка стандартів чи точного визначення цілей, котрі мають бути досягнуті в певний термін. Отже, стандарти, які використовуються для оцінки ходу реалізації стратегії, являють собою деталізацію стратегічних цілей. Зрозуміло, що більш легко встановлювати стандарти для кількісно вимірюваних величин (таких як об'єм продаж, прибутку). В системі контролю стандарти розробляються не тільки для оцінки кінцевих, але і для проміжних результатів. На цьому етапі встановлюються також величина допустимого відхилення від стандарту.

3) Оцінка результатів функціонування за певний проміжок часу.

4) Зіставлення фактичних результатів функціонування з установленими стандартами. На цьому етапі вирішуються також питання: чи виявлені відхилення є допустимими?

5) Вироблення коригувального впливу у випадку, якщо відхилення є більшими за допустимий рівень, тобто виявлення причин відхилення та їх усунення [3].

Однак досить часто, навіть дотримуючись плану, підприємство спіткають певні труднощі. Можна сказати, що найчастіше підприємство, під час реалізації корпоративної стратегії спіткає невдача через такі причини:

– ігнорування на стадії розробки можливих труднощів реалізації стратегії;

- неконтрольовані внутрішні чинники впливу та зміни в оточенні підприємства;
- неясна постановка цілей, низька підготовленість, недостатня відповідальність і компетентність менеджерів;
- слабка координація діяльності за реалізацією поставлених заходів;
- помилки у виборі відповідальних осіб;
- брак знань у тій чи іншій сфері діяльності, брак знань співробітників;
- неправильне розуміння з боку оперативного керівництва загальної стратегії підприємства;
- відсутність підтримки та відкрита протидія зацікавлених осіб запланованим змінам;
- слабка інформаційна база;
- низький рівень контролю над стратегічно важливими показниками для оцінки успішності реалізації стратегії;
- неправильний розподіл ресурсів.

Висновки. Отже, економічна безпека є досить важливою проблемою, дослідження якої дозволить зробити значний крок щодо підвищення можливостей підприємства. Розробка та реалізація стратегії забезпечення економічної безпеки підприємства має велике практичне значення у забезпеченні стабільної діяльності підприємства в поточному та стратегічному періодах.

Таким чином, за допомогою стратегічного планування підприємства зможуть стабілізувати свою діяльність, вирішити проблеми, які виникають, посилити контроль на підприємстві й одержати необхідний імпульс для подальшого розвитку.

Стратегічне управління економічною безпекою розглянуто як процес управління стратегічним плануванням і розробленою стратегією забезпечення економічної безпеки з урахуванням взаємозв'язку внутрішнього середовища підприємства із зовнішнім та адаптації до їхніх змін для досягнення мети підприємства та захисту його від впливу загроз, ризиків і досягнення безпечного функціонування.

Науковий керівник – канд. екон. наук, доцент Петряєва З. Ф.

Література: 1. Варналій З. С. Економічна безпека : навч. посіб. / З. С. Варналій. – Київ : Знання, 2009. – 647 с. **2.** Живко З. Б. Стратегічне планування в системі економічної безпеки підприємства / З. Б. Живко // Проблеми науки. – 2012. – № 4. – С. 32–38. **3.** Кузенко Т. Б. Тактичне і стратегічне планування економічної безпеки підприємства / Т. Б. Кузенко // Актуальні проблеми економіки. – 2004. – № 3 (33). – С. 44–50. **4.** Васильців Т. Г. Фінансово-економічна безпека підприємств України: стратегія та механізми забезпечення : [монографія] / Т. Г. Васильців, В. І. Волошин, О. Р. Бойкевич та ін. ; за ред. Т. Г. Васильціва. – Львів : Арал, 2012. – 386 с. **5.** Гончарук А. Г. Про роль економічної безпеки в менеджменті ефективності / А. Г. Гончарук // Економічний форум. – 2013. – № 2. **6.** Економіка підприємства : [навч. посіб.] / Л. Г. Ліпич, Н. М. Буняк, В. Л. Загоруйко та ін. ; за заг. ред. Л. Г. Ліпич ; Волин. нац. ун-т ім. Лесі Українки. – Луцьк : РВВ Волин. нац. ун-ту ім. Л. Українки, 2010. – 492 с. **7.** Іванюта Т. М. Економічна безпека підприємства : [навч. посіб.] / Т. М. Іванюта, А. О. Заїчковський – Київ : Центр учб. літ. 2009. – 256 с. **8.** Козаченко Г. В. Економічна безпека підприємства: сутність та механізм забезпечення : [монографія] / Г. В. Козаченко, В. П. Пономарьов, О. М. Ляшенко. – Київ: Лібра, 2003. – 280 с.

ОСНОВНІ ЕТАПИ ТА ЗАВДАННЯ КАДРОВОГО АУДИТУ НА ПІДПРИЄМСТВІ

УДК 005.95/.96:657.6

Вишнівецька А. А.

Студент 5 курсу
факультету обліку і аудиту ХНЕУ ім. С. Кузнеця

Анотація. *Розглянуто наукові підходи до визначення сутності кадрового аудиту та процедури його проведення. Визначено труднощі впровадження кадрового аудиту в систему управління організацією, проаналізовано основні етапи та завдання кадрового аудиту за функціями системи управління персоналом підприємства.*

Ключові слова: *кадровий аудит, схема кадрового аудиту, кадровий потенціал, управління персоналом.*

Аннотация. *Рассмотрены научные подходы к определению сущности кадрового аудита и процедуры его проведения. Определены трудности внедрения кадрового аудита в систему управления организацией, проанализированы основные этапы и задачи кадрового аудита по функциям системы управления персоналом предприятия.*

Ключевые слова: *кадровый аудит, схема кадрового аудита, кадровый потенциал, управление персоналом.*

Annotation. *In article scientific approaches to defining the essence of human audit procedure and its implementation. Detected difficulties in the implementation of human resource management system audit organization, analyzed the main stages and objectives of the audit functions of personnel management personnel.*

Keywords: *human resource audit, scheme personnel audit, human resources, HR.*

В сучасних умовах господарювання консалтингові послуги з управління персоналом є важливим напрямком зростання кадрового потенціалу підприємства. Одним із видів консалтингових послуг із управління персоналом є кадровий аудит, що спрямований на оцінку кадрових процесів, системи управління персоналом і розробку пропозицій з підвищення кадрового потенціалу підприємства.

Актуальність дослідження зумовлена потребою визначення ключових напрямків аналізу системи управління персоналом під час проведеннія діагностики кадрових процесів на підприємстві та необхідністю покращення методичного забезпечення кадрового аудиту.

Питання теоретичної сутності, цілей і методів кадрового аудиту є предметом уваги таких вітчизняних і зарубіжних учених, як Брінцева О. Г. [1], Дехтярьов С. М. [2], Жуковська В. М. [3], Мельничук Д. П. [4], Ніконова Т. В., Сухарьов С. А. [5], Одегов Ю. Г. [6], Совершенна І. О. [7], Шилець О. П. [8].

Метою дослідження є визначення проблем впровадження та використання кадрового аудиту вітчизняними підприємствами, дослідження та аналіз основних етапів і завдань кадрового аудиту на підприємстві за функціями системи управління персоналом.

У науковій літературі кадровий аудит визначається як:

1) система консультаційної підтримки, аналітичної оцінки та незалежної експертизи кадрового потенціалу організації [1, с. 12];

2) експертиза стану справ в управлінні персоналом, що періодично проводиться, яка включає систему заходів зі збору інформації, її аналізу та оцінки на цій основі ефективності діяльності організації, використання трудового потенціалу та регулювання соціально-трудових відносин [2, с. 148];

3) система заходів, що періодично проводиться в рамках контролінгу персоналу, спрямована на збір інформації, її аналіз та оцінку на цій основі ефективності діяльності підприємства з організації праці та регулювання соціально-трудових відносин [3, с. 50];

4) система консультаційної підтримки, аналітичної оцінки та незалежної експертизи діяльності організації з управління персоналом, яка у поєднанні з фінансово-господарським аудитом дає змогу виявити не лише відповідність кадрового потенціалу цілям і стратегії розвитку, а також визначити ефективність системи управління персоналом і причини соціальних проблем (ризиків) [4, с. 124].

Як бачимо, більшість авторів визначають кадровий аудит як певний вид аудиторських послуг (незалежної оцінки), а не функцію кадрової служби підприємства. Це, у свою чергу, призводить до того, що сама процедура кадрового аудиту обмежується рамками договору про надання аудиторських послуг. Рішенням Аудиторської

© Вишнівецька А. А., 2015

палати України від 22.12.2011 № 244/14 затверджений перелік послуг, які можуть надаватися аудиторами (аудиторськими фірмами) [9]. Аналіз цього документу показав, що лише кілька видів послуг з цього переліку можна віднести до так званого кадрового аудиту:

1) оцінка (перевірка) ефективності (відповідності) системи матеріального стимулювання і оплати праці персоналу;

2) оцінка (перевірка) ефективності (відповідності) систем управління персоналом;

3) оцінка (тестування) відповідності рівня професійних знань персоналу, який задіяний у фінансово-господарській діяльності;

4) організаційне забезпечення управління – розробка внутрішніх інструкцій для посадовців.

Перелік видів робіт внутрішнього кадрового аудиту значно ширший того переліку послуг, які можуть надаватися зовнішніми (незалежними) аудиторами. Тому, визначаючи суть категорії «кадровий аудит», необхідно акцентувати увагу на ефективному узгодженні (об'єднанні) зусиль зовнішніх і внутрішніх аудиторів під час проведення оцінювання ефективності системи управління персоналом підприємства та її відповідності цілям і стратегії розвитку.

Поряд із труднощами у визначенні сутності кадрового аудиту сьогодні існує не менш важлива проблема, пов'язана з процедурою його проведення. Аналіз наукових робіт дозволив розробити схему проведення кадрового аудиту, наведену на рис. 1.

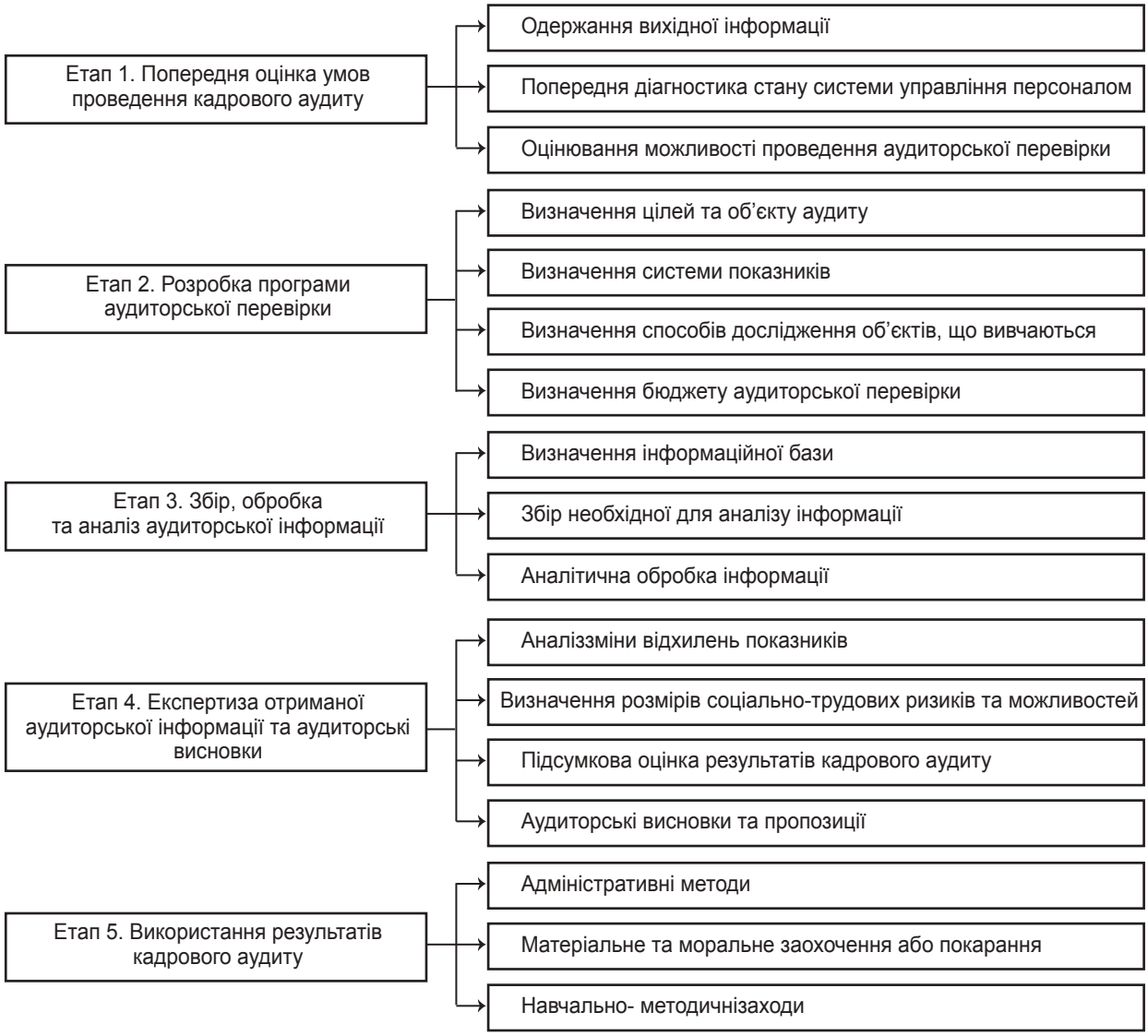

Рис. 1. **Схема проведення кадрового аудиту** (узагальнено автором)

На особливу увагу заслуговує наявність останнього етапу «Використання результатів кадрового аудиту». На жаль, більшість компаній, що надають послуги з аудиту, розглядають свій вид діяльності як консалтинговий (кон-

сультаційний) і обмежуються лише самим процесом проведення аудиту і написанням певних висновків і рекомендацій.

Більш повною ця процедура буде лише за наявності конкретних заходів як реакції на проведену аудиторську перевірку. У більшості випадків зовнішні аудитори не контролюють впровадження наданих рекомендацій. Це, в свою чергу, призводить до того, що керівники підприємства та спеціалісти служби управління персоналом на власний розсуд інтерпретують надані аудиторами рекомендації та шляхи їх впровадження. Така інтерпретація дуже часто не збігається з задумами осіб, що проводили перевірку. Це врешті-решт призводить до значного зниження ефективності проведення кадрового аудиту.

Аналіз підходів до проведення кадрового аудиту на підприємстві свідчить, що доцільним є проведення кадрового аудиту за основними функціями системи управління персоналом, і дозволяє визначити такі завдання кадрового аудиту на підприємстві (табл. 1).

Таблиця 1

Основні завдання кадрового аудиту на підприємстві

Функції системи управління персоналом	Завдання кадрового аудиту
Кадрове планування	1) оцінка наявних ресурсів, умов і перспектив діяльності підприємства, потреби в персоналі; 2) перевірка розрахунків потреби в персоналі
Відбір і набір персоналу	1) аналіз ринку праці; 2) перевірка програми залучення кадрів; 3) аналіз методики відбору персоналу
Розробка кадрової політики та стратегії управління персоналом	1) оцінка ступеня узгодженості кадрової політики зі стратегічними та тактичними цілями підприємства (аналіз бізнес-плану підприємства та стандартів управління персоналом – посадових інструкцій керівників підрозділів і працівників); 2) аналіз відповідності кадрової політики наявним умовам діяльності підприємства; 3) розробка рекомендацій відносно змін у політиці та стратегії управління персоналом
Використання персоналу	1) аналіз фонду робочого часу персоналу; 2) аналіз втрат робочого часу; 3) оцінка стабільності кадрового складу підприємства
Навчання та адаптація персоналу	1) перевірка програми перепідготовки персоналу; 2) оцінка трудової адаптації та використання персоналу, системи навчання та професійного просування; 3) опис проблем, що виникають у період адаптації та трудової діяльності персоналу
Розробка систем оплати праці та мотивації персоналу	1) аналіз принципів мотивації та оплати праці на підприємстві; 2) оцінка ефективності мотиваційних заходів; 3) аналіз використання коштів на заробітну плату
Оцінка роботи персоналу	1) аналіз відповідності критеріїв, за якими проводиться атестація персоналу, вимогам до конкретної посади; 2) аналіз методики атестації персоналу; 3) аналіз продуктивності праці персоналу; 4) оцінка ефективності наявної систем контролінгу персоналу на підприємстві
Формування організаційної культури	1) діагностика кадрових процесів і соціально-психологічного клімату на підприємстві; 2) діагностика організаційної культури, типу управлінської команди; 3) розробка пропозицій із покращення соціально-психологічного клімату на підприємстві

Наведений перелік завдань кадрового аудиту дозволяє визначити ключові напрямки діяльності консультантів на підприємстві та на основі проведеного аналізу цих функцій розробити напрямки удосконалення управління персоналом на підприємстві. Результати проведеного кадрового аудиту консультанти оформлюють у вигляді аудиторського висновку, який є офіційним документом та містить інформацію про результати діагностики управління персоналом на підприємстві, а також розроблені висновки та пропозиції.

Підсумовуючи викладене, слід зазначити, що кадровий аудит є необхідною складовою системи управління будь-якої організації, особливо в умовах ринкової економіки. Кадровий аудит дозволяє зробити висновок про ступінь ефективності діяльності підприємства та засоби її удосконалення.

Подальших досліджень потребують питання конкретизації методичних підходів і процедури кадрового аудиту.

Науковий керівник – канд. екон. наук, доцент Мултанівська Т. В.

Література: 1. Брінцева О. Г. Основні етапи та завдання кадрового аудиту на підприємстві / О. Г. Брінцева // Теоретичні та прикладні питання економіки. – 2009. – Вип. 20. – С. 315–321. **2.** Дехтярьов С. М. Теоретичні та методологічні аспекти досліджень аудиту у сфері праці / С. М. Дехтярьов / Теоретичні та практичні аспекти економіки та інтелектуальної власності. – 2012. – Вип. 2. Т. 1. – С. 147–150. **3.** Жуковська В. Теоретико-методологічні засади кадрового аудиту / В. Жуковська // Вісник Київського торговельно-економічного університету. – 2010. – № 4. – С. 48–56. **4.** Мельничук Д. П. Кадровий аудит як фактор підтримки стратегічних рішень у сфері управління людським капіталом / Д. П. Мельничук // Проблеми теорії та методології бухгалтерського обліку, контролю та аналізу. – 2007. – Вип. 2 (8). – С. 122–130. **5.** Никонова Т. В. Управленческий аудит: персонал / Т. В. Никонова, С. А. Сухарев. – М. : Экзамен, 2002. – 224 с. **6.** Одегов Ю. Г. Аудит и контроллинг персонала / Ю. Г. Одегов, Т. В. Никонова. – М. : Экзамен, 2002. – 448 с. **7.** Совершенна І. Кадровий аудит як інструмент підвищення результативності менеджменту і розвитку організації / І. Совершенна // Економіка та управління підприємствами машинобудівної галузі: проблеми теорії та практики. – 2013. – № 1 (21). – С. 31–41. **8.** Шилець О. П. Професійний аудит як засіб мобілізації персоналу в умовах світової економічної кризи / О. П. Шилець // Регіональні аспекти розвитку продуктивних сил України. – 2010. – № 15. – С. 47–51. **9.** Перелік послуг, які можуть надаватися аудиторами (аудиторськими фірмами) [Електронний ресурс]: Рішення Аудиторської палати України від 22.12.2011 № 244/14. – Режим доступу : http://document.ua/pro-perelik-poslug-jaki-mozhut-nadavati-auditori-auditorski--doc82926.html.

ШЛЯХИ ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

УДК 330.354

Воротинцева Р. В.

Студент 2 курсу
факультету обліку і аудиту ХНЕУ ім. С. Кузнеця

Анотація. *Розкрито зміст поняття «ефективність діяльності підприємства». Визначено поняття ефекту, яке нерозривно пов'язане з ефективністю роботи різних підприємств та організацій. Зроблено висновок про те, що підвищення ефективності господарської діяльності є актуальним питанням для підприємств в умовах ринкової економіки.*

Ключові слова: *ефективність, ефект, прибутковість, рентабельність, виробництво.*

Аннотация. *Раскрыто содержание понятия «эффективность деятельности предприятия». Определено понятие эффекта, которое неразрывно связано с эффективностью работы различных предприятий и организаций. Сделан вывод о том, что повышение эффективности хозяйственной деятельности является актуальным вопросом для предприятий в условиях рыночной экономики.*

Ключевые слова: *эффективность, эффект, прибыльность, рентабельность, производство.*

Annotation. *The content of the term "efficiency of the enterprise". The concept of effect that is inextricably linked to the performance of the various businesses and organizations. It is concluded that the efficiency of economic activity is a key issue for businesses in a market economy.*

Keywords: *efficiency, effect, yield, profitability, production.*

Суспільство ніколи не було байдужим до витрат на досягнення того або іншого успіху. В основі прогресу лежить підвищення ефективності виробництва. Процес господарської діяльності чи виробництва на будь-якому підприємстві здійснюється за певної взаємодії трьох визначальних його чинників: персоналу (робочої сили), засобів праці та предметів праці [1].

Проблематику підвищення ефективності діяльності підприємства широко висвітлено в економічній літературі вітчизняними та зарубіжними авторами, серед яких слід назвати Градобоєва Є. [2], Олександренка І. [3], Лаврененка В. [4], Григораша О., Плакиду С. [5], Талавіру Є., Семеніка О. [6], Габора В. [7], Медвідя М., Проскуру В. [8].

© Воротинцева Р. В., 2015

Метою цієї статті є розкриття сутності ефективності, розгляд поняття економічного ефекту та вплив ефективності на управління підприємством, дослідження чинників та шляхів підвищення ефективності діяльності підприємств.

Родовою ознакою ефективності (продуктивності) може слугувати необхідність досягнення мети виробничо-господарської діяльності підприємства з найменшими витратами суспільної праці або часу. У кінцевому підсумку змістовне тлумачення ефективності (продуктивності) як економічної категорії визначається об'єктивно діючим законом економії робочого часу, що є утворювальною субстанцією багатства і мірою витрат, необхідних для його нагромадження [9, с. 285]. Саме тому підвищення ефективності виробництва можна вважати конкретною формою проявлення цього закону.

В умовах ринкової економіки головною метою діяльності будь-якого приватного підприємства є отримання прибутку [10, с. 30]. Головними факторами, що впливають на прибуток підприємства, є ціна на продукцію, рівень постійних і змінних витрат, вплив держави, конкурентів.

Проблема оцінювання та аналізу результатів бізнес-діяльності на різних рівнях національної економіки стає все актуальнішою. Перш ніж перейти до оцінювання ефективності нових рішень, слід зупинитись на ключових моментах – ефекті та ефективності.

Ефект – це результат від будь-якого заходу:

- підвищення якості продукції;
- скорочення часу виробництва й обігу;
- вивільнення ресурсів тощо.

Ефективність – це відносна величина, яка характеризує результативність будь-яких затрат. Її визначають зіставленням ефекту й затрат на його досягнення.

Визначення ефективності виробництва полягає в оцінці його результатів. Такими результатами можуть бути обсяги виготовленої продукції в натуральному чи вартісному виразі або прибуток. Але ж сама по собі величина цих результатів не дає змоги робити висновки про ефективність або неефективність роботи підприємства, оскільки невідомо, якою ціною отримані ці результати.

Процес виробництва здійснюється через поєднання факторів, що його визначають: засобів праці (основні фонди), предметів праці (оборотні фонди), робочої сили (трудові ресурси). Активна мобілізація вказаних факторів передбачає здійснення таких заходів, як: прискорення впровадження результатів науково-технічного та організаційного прогресу у практику діяльності підприємства; удосконалення організаційної та виробничої систем управління, форм і методів організації діяльності, її планування і мотивації; підвищення якості і конкурентоспроможності виготовлюваної продукції; удосконалення і постійне коригування всіх видів діяльності для забезпечення їх вимогам сучасності. Виходячи з цього, можна дати таке визначення ефективності: ефективність підприємства являє собою комплексну оцінку кінцевих результатів використання основних і оборотних фондів, трудових і фінансових ресурсів і нематеріальних активів за певний період часу.

Таке твердження є правильним, але недостатньо повним, адже підприємства бувають різнопрофільними, а їх діяльність найчастіше є багатогранною; виробництво продукції, надання послуг, виконання науково-дослідних та дослідно-конструкторських робіт, монтаж і ремонт продукції у споживача, утилізація відпрацьованої продукції тощо. Тому виникає потреба визначення ефективності кожного напрямку діяльності та сумарного ефекту в цілому по підприємству.

Сутність оцінки ефективності господарської діяльності підприємства проявляється перш за все в її цілях і завданнях.

Основною метою проведення оцінки ефективності господарської діяльності підприємства є підвищення ефективності його роботи на основі системного вивчення всіх видів діяльності та узагальнення їх результатів.

З мети оцінки ефективності господарської діяльності підприємства випливають її основні завдання:

- визначення реального фінансового стану організації;
- виявлення основних факторів, що впливають на господарську діяльність;
- підвищення ефективності господарської діяльності.

Оцінка господарської діяльності підприємства є важливим елементом в системі управління виробництвом, дієвим засобом виявлення внутрішньогосподарських резервів, основою розробки науково обґрунтованих планів і управлінських рішень.

Рівень економічної ефективності діяльності підприємства залежить від багатьох чинників і умов. Частина з них залежить від діяльності підприємства загалом, інші пов'язані з технологією й організацією виробництва, а ще деякі зумовлені рівнем використання виробничих ресурсів і впровадженням науково-технічного прогресу.

Під резервами підвищення економічної ефективності виробництва розуміють невикористані можливості збільшення випуску продукції у розрахунку на одиницю сукупних витрат завдяки більш раціональному використанню усіх видів ресурсів підприємства.

Основні фактори підвищення ефективності виробництва – це підвищення його технічного рівня, вдосконалення управління, організації виробництва і праці, зміна обсягу та структури виробництва, поліпшення якості природних ресурсів тощо. Всі чинники зростання ефективності можна класифікувати за трьома ознаками:

1) видами витрат виробництва та ресурсів (джерелами підвищення);

2) напрямами розвитку й удосконалення виробництва;

3) місцем реалізації чинників у системі управління діяльністю.

Серед основних шляхів підвищення ефективності діяльності підприємства можна виділити такі напрямки підвищення вищезгаданих показників – організаційний, технологічний і ресурсний. На рис.1 розглянуто класифікацію чинників підвищення ефективності діяльності підприємства.

На ефективність виробництва значно впливає характер маркетингових рішень щодо товарів і послуг підприємств, зокрема рішень стосовно обсягів виробництва, величини базових цін на товари, прийняття додаткового замовлення на виробництво продукції за ціною, що пропонує замовник. Під час прийняття цих рішень мають враховуватися витрати та можливі доходи підприємств.

Для підприємств важливо знати силу та напрямок дії кожного з чинників, мати власну програму підвищення ефективності виробництва, постійно контролювати її і забезпечувати виконання, враховуючи вплив економічної і соціальної політики держави, розвиток інфраструктури ринку, структурні зміни у суспільстві.

Ефективність є дуже складною і багатогранною економічною категорією, оскільки оцінює не тільки результат будь-якої діяльності, але й витрати, яких зазнали для досягнення цього результату (ефекту). І тут виникає таке протиріччя: з одного боку, основною метою діяльності є максимізація результату (ефекту); з іншого боку – при обмеженості ресурсів та високої їх вартості необхідно домагатися раціонального зменшення їх використання. Отже, першочерговою умовою отримання позитивного результату (ефекту) є оптимізація структури застосовуваних ресурсів у розрізі співвідношення постійних і змінних витрат.

Не менш важливе значення має забезпечення підприємств кадрами високої кваліфікації. За всіх інших рівних умов досвідчений, добре підготовлений працівник, який творчо ставиться до виконання обов'язків, може виробляти більше продукції вищої якості. Продуктивність праці зростатиме і тоді, коли на підприємстві будуть створені такі виробничі відносини, де б панували добрий психологічний клімат, взаєморозуміння керівників і працівників, інші мотивації до праці.

Важливий стимул результативної праці – приватизація засобів виробництва. Надання колективу підприємства права володіти засобами виробництва та результатами своєї виробничої діяльності є одним із найдоступніших стимулів підвищення ефективності діяльності, що не потребує інвестицій.

Кінцевий результат ефективності підприємства значною мірою залежить від зниження матеріально-грошових затрат виробництва. Зниження трудових затрат і матеріаломісткості на основі запровадження комплексної механізації, ресурсо- та енергоощадних технологій є основним якісним чинником досягнення цього. Однак варто мати на увазі, що ефективне використання техніки й інших засобів виробництва виявляється тоді, коли існує комплексне та раціональне співвідношення між силовими і робочими машинами, раціональна забезпеченість оборотними фондами.

Чільне місце в заходах з підвищення ефективності виробництва посідає поліпшення якості продукції та її збереження. За рахунок підвищення якості продукції, зниження втрат під час збирання, транспортування й зберігання можна підвищити рівень її реалізації та збільшити обсяг грошових надходжень на 25–30 %.

Підвищення ефективності господарської діяльності є актуальним питанням для підприємств в умовах ринкової економіки. Тільки у разі забезпечення більш високої ефективності господарської діяльності підприємства України зможуть стати конкурентоспроможними як на вітчизняному, так і на зовнішньому ринках товарів і послуг.

Будь-яке підприємство прагне до підвищення ефективності своєї діяльності, однак тільки розуміння того, від чого залежить ця ефективність, може привести до позитивних результатів. В економічному розумінні під ефективністю розуміється максимально оптимальне використання всіх ресурсів підприємства. Правильно обрана стратегія виробництва і належні обсяги випуску продукції забезпечують бажаний обсяг реалізації і відповідні прибутки. Тому виробнича діяльність підприємства жорстко визначається загальною економічною ситуацією, галузевими пропорціями і платоспроможним попитом населення.

Таким чином, проблема підвищення ефективності виробництва та діяльності підприємства в цілому полягає у забезпеченні максимально можливого результату на кожну одиницю затрачених трудових, матеріальних і фінансових ресурсів. Основні чинники підвищення ефективності роботи підприємства полягають у підвищен-

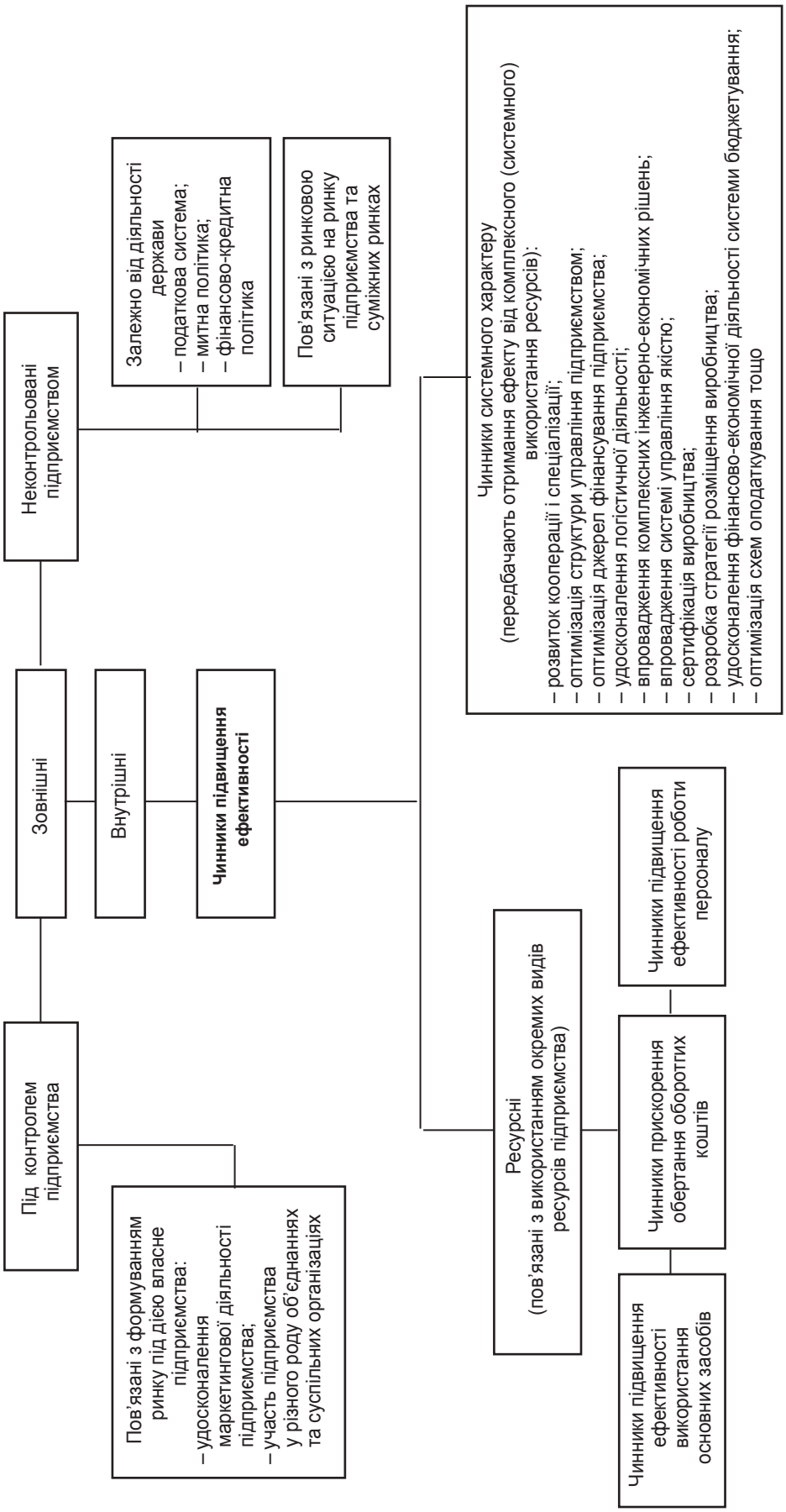

Рис. 1. **Класифікація чинників підвищення ефективності діяльності підприємства**

ні його технічного рівня, вдосконаленні управління, організації виробництва та праці, зміні обсягу та структури виробництва, поліпшенні якості природних ресурсів тощо. Використання запропонованих умов дозволить суб'єктам господарювання закладати основу для ефективності своєї діяльності ще на початку цієї діяльності. Лише вміле використання всієї системи названих чинників може забезпечити достатні темпи зростання ефективності виробництва.

Науковий керівник – канд. екон. наук, доцент Горобинська М. В.

Література: 1. Шаров А. Изгнание из рая [Електронний ресурс] / А. Шаров // Дзеркало неділі. Україна. – 2015. – № 9. – Режим доступу : http://gazeta.zn.ua/finances/izgnanie-iz-raya-_.html. **2.** Градобоєв Є. В. Особливості оцінки ефективності діяльності промислових підприємств : автореф. дис. … канд. екон. наук : 08.00.05 / Градобоєв Євген Валерійович. – Іркутськ, 2011 – 24 с. **3.** Олександренко І. В. Методичні підходи до діагностики ефективності діяльності підприємства / І. В. Олександренко // Економічний форум. – 2013. – № 4. – С. 125–135. **4.** Лавреннко В. В. Концепція ключових показників ефективності (KPI) в управлінні підприємствами / В. В. Лавреннко // Стратегія економічного розвитку України. – 2010. – Вип. 26–27. – С. 151–156. **5.** Григораш О. В. Роль і місце економічної діагностики в підвищенні ефективності управління діяльністю підприємства / О. В. Григораш, С. І. Плакида // Актуальні проблеми економічного і соціального розвитку регіону : зб. матеріалів Всеукр. наук.-практ. конф. – 2011. – Т. 2. – С. 37–41. **6.** Талавіра Є. Необхідність надання оцінки ефективності роботи підприємств залізничного транспорту в сучасних умовах / Є. Талавіра, О. Семенік // Збірник наукових праць ДЕТУТ. Серія «Економіка і управління». – 2012. – Вип. 21–22. – Ч. 1. – С. 84–88. **7.** Габор В. Економічна ефективність господарської діяльності підприємств в умовах ринкового механізму / В. Габор // Наука молода. – 2006. – № 6. – С. 12–23. **8.** Медвідь М. М. Соціальна ефективність на торговельних підприємствах та їх оцінка / М. М. Медвідь, В. Ф. Проскура // Науковий вісник. – 2009. – № 17. – С. 45– 52. **9.** Економіка підприємств : підручник / За ред. С. Ф. Покропивного. – Київ : КНЕУ, 2009. – 528 с. **10.** Дженкова Г. Г. Фактори зростання прибутку промислового підприємства / Г. К. Дженкова // Культура народов Причерноморья. – 2010. – № 126. – С. 30–31.

БЮДЖЕТНЫЙ ДЕФИЦИТ И МЕТОДЫ ЕГО ПРЕОДОЛЕНИЯ

УДК 336.1(477)

Вощенко Е. Ю.

Студент 2 курса
факультета международных экономических отношений ХНЭУ им. С. Кузнеца

Аннотация. *Рассмотрена проблема государственного дефицита бюджета Украины, основные теоретические аспекты проблемы дефицита бюджета и возможные пути его сокращения. Проведен анализ темпов роста дефицита с 2008 по 2014 гг., приведена структура доходов и расходов Украины за 2013 и 2014 гг.*

Ключевые слова: *государственный бюджет, доходы и расходы государственного бюджета, дефицит государственного бюджета.*

Анотація. *Розглянуто проблему державного дефіциту бюджету України, основні теоретичні аспекти проблеми дефіциту бюджету та можливі шляхи його скорочення. Проведено аналіз темпів зростання дефіциту з 2008 по 2014 рр., наведено структуру доходів і витрат України за 2013 і 2014 рр.*

Ключові слова: *державний бюджет, доходи і витрати державного бюджету, дефіцит державного бюджету.*

Annotation. *The problem of Ukraine's state budget deficit, the basic theoretical aspects of the budget deficit problem and possible ways to reduce it. The analysis of the rate of growth of the deficit between 2008 and 2014. Is shown the structure of incomes and expenditures of Ukraine for 2013 and 2014.*

Keywords: *state budget, revenues and expenditures of the state budget, the state budget deficit.*

© Вощенко Е. Ю., 2015

Исследование бюджетного дефицита Украины в условиях политической и экономической нестабильности является чрезвычайно актуальной задачей. Дефицит вызывает макроэкономические диспропорции и структурные деформации в социально-экономическом развитии, приводит к снижению конкурентоспособности национальной экономики и благосостояния населения. Именно поэтому возникает острая необходимость усовершенствования механизма по сокращению государственного бюджета.

Исследованию проблемы финансирования государственного бюджета и экономического роста посвящены работы многих известных ученых: В. Козюка, Ш. Бланкарт, С. Левочкина, В. Опарина, А. Премчанда, В. Федосова и др., но эта тема все равно остается актуальной, поскольку происходят существенные изменения в экономической и политической ситуации в стране. Целью статьи является анализ тенденции бюджетного дефицита Украины, а также характеристика основных составляющих государственных доходов и расходов.

В соответствии с бюджетным кодексом Украины бюджет – это план формирования и использования финансовых ресурсов для обеспечения задач и функций, которые осуществляются органами государственной власти [1].

После вступления Украины в МВФ и Международный банк реконструкции и развития дефицит Государственного бюджета официально фиксируется, устанавливаются источники его покрытия. Существуют разные оценки предельного размера бюджетного дефицита. Так, Маастрихтский договор потенциальным участникам валютного союза ставит условие о пределе дефицита госбюджета 3 % от ВВП. Следует заметить, что размер бюджетного дефицита, превышающий 3 % валового национального продукта, приводит к снижению инвестиционной активности, развитию инфляции. Такой дефицит препятствует экономическому росту государства [2].

Бюджетный дефицит, вызываемый сокращением поступлений в бюджет и ростом расходов из бюджета, является одной из основных причин инфляции. Доходы госбюджета в Украине формируются в основном за счет различных налогов и сборов, а также некоторых других источников, в частности, от приватизации госимущества [3, с. 155].

В табл. 1 приведены данные о государственном бюджете Украины в период с 2007 по 2014 гг. в млн грн, а именно данные о доходах, расходах и кредитовании [4].

Таблица 1

Государственный бюджет Украины с 2007 по 2014 гг. [4]

Год	Доходы		Расходы		Кредитование		Сальдо (дефицит бюджета), млн грн	% ВВП
	млн грн	% ВВП	млн грн	% ВВП	млн грн	% ВВП		
2007	165942,1	22,09%	174254,30	23,2%	500,3	0,07%	-9812,5	-1,37%
2008	231686,3	24.44%	241454,5	25.47%	2732,5	0.29%	-12500,7	-1.32%
2009	209700,3	22.96%	242437,2	26.54%	2780,3	0.30%	-35517,2	-3.89%
2010	240615,2	22.23%	303588,7	28.04%	1292,0	0.12%	-64265,5	-5.94%
2011	314616,9	23.90%	333459,5	25.33%	4715,0	0.36%	-23557,6	-1.79%
2012	346025,5	24.56%	395661,8	28.08%	3751,1	0.27%	-53387,4	-3.79%
2013	339180,3	23.31%	403403,2	27.73%	484,7	0.03%	-64707,6	-4.45%
2014	356957,7		430108,8		4919,4		-78070,5	

Анализируя табл. 1, видно, что в Украине бюджетный дефицит – это явление хроническое. Оценивается дефицит бюджета обычно в процентах от ВВП.

В табл. 2 представлена динамика роста ВВП и дефицита Государственного бюджета Украины в течение 2007–2014 гг.

Таблица 2

Динамика роста ВВП и дефицита Государственного бюджета Украины на протяжении 2007–2014 гг. [5]

Показатели	Года							
	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014
ВВП млн грн	720731	948056	913345	1082569	1316600	1408889	1454931	1566728
Темп роста, %	-	131,50	96,30	118,50	121,60	107,01	103,27	107,68
Дефицит государственного бюджета, млн грн	9 842,90	12 500,70	35 517,20	64 265,20	23 557,60	53 387,40	64 707,6	78 070,5
Темп роста, %	-	127,00	284,12	180,94	36,66	226,62	121,20	120,65

Избранный промежуток времени не является случайным, поскольку, анализируя изменения уровня бюджетной безопасности до финансово-экономического кризиса, во время и после него, можно оценить эффективность государственной бюджетной политики в направлении стабилизации экономической ситуации в стране во время кризисных явлений. Из приведенных данных видно, что в течение последних лет государственный бюджет характеризуется как дефицитный, что вызывает не только снижение уровня бюджетной и финансовой безопасности, но и ряд других последствий для экономики государства. В результате экономического кризиса второй половины 2008 года произошло общее уменьшение производства в 2009 году (темп роста 96,3 %). Однако дефицит государственного бюджета вырос значительно более быстрыми темпами (темп роста 284,12 %). Подобная тенденция наблюдается и в 2010 году. Лишь в 2011 году наметились позитивные изменения в направлении значительного сокращения (почти в три раза) дефицита государственного бюджета на фоне роста ВВП. Но в 2012 г. увеличение дефицита государственного бюджета почти в 2,3 раза значительно опередило рост ВВП (всего 7 %). Анализ данных свидетельствует о повторении ситуации 2009 г., что, в свою очередь, является следствием неэффективной финансово-экономической политики государства. В 2013–2014 гг. темп роста дефицита государственного бюджета снизился по сравнению с 2012 г., однако при этом наблюдались незначительные темпы роста ВВП в этот промежуток времени: 103,27 и 107,68 процентов соответственно.

Стремление к равновесию бюджетных доходов и расходов путем сбалансированности государственного бюджета – это на сегодня одна из главных задач. Необходимо проводить целенаправленную финансовую политику. 11 марта в Украину поступил первый транш по программе EFF (Extended Fund Facility) в размере 5 млрд долларов от МВФ, государственный долг Украины превышает 60 % ВВП, поэтому свыше трети бюджетных доходов будет направляться на обслуживание долгов. А это означает, что на развитие страны ресурсов не останется. Для работающего класса надо обеспечить условия, позволяющие наполнять бюджет. Не предусматривается никакое повышения пенсионного возраста, поскольку это не уменьшит бюджетный дефицит. Повышение пенсионного возраста для женщин с 55 до 60 лет позволило бы сэкономить не более 1 млрд грн в год. А чтобы погасить дефицит Пенсионного фонда в 60 млрд грн, придется повысить пенсионный возраст на 30–40 лет.

На сегодняшний день основным источником доходов местных бюджетов является налог на доходы физических лиц. Однако, исходя из опыта текущего и прошлых годов, практически нигде этот налог полностью не покрывал все затраты местных бюджетов, и они получали дотации из общегосударственной казны. Поэтому необходимо устанавливать механизмы, благодаря которым часть НДС, налога на прибыль и акцизы будут оставаться на местах. То есть надо вносить соответствующие правки в законодательство [6].

Необходимо легализировать часть экономики, поскольку объём теневой экономики в Украине 50–60 % от официального ВВП. Это позволит увеличить поступления в бюджет на 25–30 %. Однако в последнее время наблюдаются положительные тенденции: в декабре 2014 г. Верховная Рада Украины приняла пакет законов о налоговой реформе в Украине, что позволит дополнительно привлечь в бюджет государства 40 млрд грн в год [7].

Украина обязуется удерживать дефицит госбюджета в 2015 году на уровне 10 % ВВП. Такие цифры заложены в новой кредитной программе Международного валютного фонда EFF. Максимально допустимая погрешность – 2 %, то есть дефицит не должен превышать 12 % ВВП [8].

Таким образом, экономика Украины находится под угрозой роста инфляции и финансовой нестабильности. Поэтому эти вопросы должны постоянно находиться в центре внимания экономического блока правительства и Национального банка, которым важно оценить, насколько изменения, которые происходят и будут происходить в бюджетной системе, соответствуют сути требованиям стабильного роста. Необходимо провести конкретные реформы, а именно: необходимо уменьшить налоги, но одновременно стимулировать экономику, чтобы рост общего уровня национальной экономики приводил к увеличению поступлений в госбюджет. Необходимо провести реформы во всех сферах, чтобы остановить рост расходов и препятствовать росту дефицита бюджета Украины.

Научный руководитель – канд. экон. наук, старший преподаватель Пивавар И. В.

Литература: 1. Бюджетний кодекс України [Электронный ресурс] : Закон України від 21.06.2001 № 2542-III. – Режим доступа : http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/2542-14. **2.** Бюджетный дефицит и его влияние на развитие экономики [Электронный ресурс]. – Режим доступа : http://na-uroke.in.ua/26-71.html. **3.** Козюк В. В. Історія економіки та економічної думки: від ранніх цивілізацій до початку XX ст. : навч. посіб. / В. В. Козюк, Л. А. Родіонова, В. В. Кириленко та ін. – Київ : Знання, 2011. – 566 с. **4.** Выполнение государственного бюджета Украины [Электронный ресурс] / Минфин : финансовый портал. – Режим доступа : http://index.minfin.com.ua /budget/. **5.** Губенко И. В. Анализ состояния обеспечения бюджетной безопасности Украины [Электронный ресурс] / И. В. Губенко // Вопросы современной экономики. – 2013. – № 2. – Режим доступа : http://economic-journal.net/2013/07/110/. **6.** Уровень жизни – 2015 [Электронный ресурс] // Репортер. – 2014. – № 46 (64). – Режим до-

ступа : http://reporter.vesti-ukr.com/art/y2014/n46/11802-uroven-zhizni-%E2%80%93-2015.html#.VRf-muG1fDs. **7.** Налоговая реформа – 2015: обзор основных изменений [Электронный ресурс] / Киевский портал поддержки и развития бизнеса. – Режим доступа : http://kievbusinesscentre.com.ua/accounting/faq/2134/. **8.** Дефицит на уровне 10 % ВВП [Электронный ресурс] / Голос Столицы. – Режим доступа : http://newsradio.com.ua/rus/2015_03_13/Deficit-na-urovne-10-VVP-realnost-ili-fantastika-9881/.

АКТУАЛЬНІ ПИТАННЯ ЗДІЙСНЕННЯ БЕЗГОТІВКОВИХ РОЗРАХУНКІВ БАНКАМИ УКРАЇНИ

УДК 336.717.1 (477)

Габінет О. Ю.

Студент 4 курсу
фінансового факультету ХНЕУ ім. С. Кузнеця

Анотація. *Розроблено методичні рекомендації щодо вдосконалення аналізу безготівкових розрахунків комерційного банку, використання яких дозволить визначити сучасний стан безготівкових розрахунків банку, оцінити ефективність їх здійснення та структурувати наявні проблеми.*

Ключові слова: *організація безготівкових розрахунків, форми безготівкових розрахунків, розрахункові рахунки, платіжні картки.*

Аннотация. *Разработаны методические рекомендации по совершенствованию анализа безналичных расчетов коммерческого банка, использование которых позволит определить современное состояние безналичных расчетов банка, оценить эффективность их осуществления и структурировать имеющиеся проблемы.*

Ключевые слова: *организация безналичных расчетов, формы безналичных расчетов, расчетные счета, платежные карточки.*

Annotation. *Guidelines to improve the analysis of non-cash payments of commercial banks, the use of which will determine modern the status of non-cash payments of the bank, to assess the effectiveness of their implementation and to structure these problems have been proposed.*

Keywords: *organization of non-cash payments, forms of cashless payments, bank accounts, credit cards.*

Безготівкові розрахунки виникли в системі платежів досить давно. Очевидною є їх зручність для суб'єктів господарювання, а саме: зникає необхідність накопичення паперових грошей, зводиться до мінімуму ризик пограбування або втрати грошей, підвищується довіра ділових партнерів один до одного та багато інших переваг. Сьогодні їх масово використовують у великих містах-мегаполісах. Досі залишаються мало обізнаними про безготівкові розрахунки сільське населення та люди похилого віку [1].

Проблеми безготівкових розрахунків досліджували вітчизняні та зарубіжними вчені, а саме: Агаркова М. М., Куфакова Н. А., Мороз А. М., Поддєрьогін А. М., Ровинський Ю. А., Савлук М. І. та ін. [2–4].

Праці зазначених науковців, що присвячені проблемам розвитку безготівкових розрахунків, фактично повною мірою розкрили можливості та їх переваги в Україні.

Метою статті є обґрунтування принципів і методів безготівкових розрахунків в умовах кризи банківської системи України та загрози з боку "електронних" шахраїв.

Перспективою для подальших досліджень у цьому напрямі є розробка методичних рекомендацій щодо аналізу безготівкових розрахунків комерційних банків.

Розрахунки здійснюються через банківські рахунки, які відкриваються клієнтам для зберігання і переказування коштів. Це стосується як юридичних, так і фізичних осіб, тоді як в умовах планово-адміністративної економіки через банки могли розраховуватися тільки юридичні особи, бо існувало чітке законодавче розмежування сфери готівкового та безготівкового грошового обороту.

© Габінет О. Ю., 2015

Савлук М. І. та Мороз А. М. виділяють такі основні принципи організації безготівкових розрахунків [2–4]. Платежі за рахунками мають здійснюватися банками за розпорядженням власників коштів у порядку встановленої ними черговості та в межах залишків коштів на рахунках платників. У цьому принципі закріплено право суб'єктів ринку визначати черговість платежів з їхніх рахунків, що підтверджує справжню економічну самостійність суб'єктів господарювання.

У зв'язку з платіжною кризою, яка виникла внаслідок економічної кризи, цей принцип організації безготівкових розрахунків в Україні тимчасово порушується. Для забезпечення своєчасного надходження коштів до бюджету, розрахунків за енергоносії введена першочерговість цих платежів, але це тимчасові заходи, які зніматимуться у міру розв'язання кризи платежів.

Суб'єкти ринку мають свободу вибору форм безготівкових розрахунків і закріплення їх у господарських договорах за невтручання банків у договірні відносини (табл. 1). Цей принцип також має на меті забезпечення економічної самостійності суб'єктів господарювання і підвищення їхньої матеріальної відповідальності за результативність договірних відносин. Банку відведено посередницьку роль у платежах.

Таблиця 1

Інфомація про завантаженість СЕП у розрізі платіжних інструментів у 2013 р. [5]

Назва платіжного інструменту	Питома вага від загальної кількості початкових платежів у СЕП (банки та філії, у %)	Питома вага від загальної суми початкових платежіву СЕП (банки та їх філії, у %)
Платіжне доручення	59,05	69,883
Меморіальний ордер	40,94	30,092
Платіжна вимога	0,002	0,008
Меморіальний ордер, сформований на підставі платіжної вимоги на примусове списання коштів	0,001	0,002
Інкасове доручення (розпорядження)	0,0007	0,001
Меморіальний ордер, сформований на підставі інкасового доручення (розпорядження)	0,002	0,001
Платіжна вимога-доручення	0,005	0,001
Меморіальний ордер, сформований на підставі реєстру документів за акредитивом	0	
0,002		
Меморіальний ордер, сформований на підставі реєстру чеків	0,0002	0,01
Усього	100,0	100,0

З метою обмеження готівкового обороту Національний банк України (НБУ) використовує такі методи його регулювання:

- лімітування залишків готівки у касах підприємств і установ;
- визначення норм і цілей витрачання грошей із виторгу;
- встановлення порядку і строку здавання готівкового виторгу у банк;
- контроль за дотриманням правил касової дисципліни [6].

Існує сучасна практика застосування науково-методологічних підходів щодо подальшого удосконалення безготівкових розрахунків. Проте досвід провідних європейських країн показав, що питання безпеки в електронних розрахунках з кожним днем набуває все більшої актуальності. Але це питання є ще не до кінця дослідженим.

Для забезпечення міжбанківських розрахунків створюються спеціальні платіжні системи. Їх організація в різних країнах неоднакова, що зумовлено традиціями, рівнем розвитку банківської справи, масштабами запровадження новітніх комп'ютерних технологій у банківську практику тощо. Україна відносно недавно перейшла до розбудови своєї банківської системи. Однак, вивчивши кращий світовий досвід і запровадивши найсучасніші комп'ютерні технології, вона створила досить оперативну, ефективну та надійну систему міжбанківських розрахунків – систему електронних платежів, що відповідає світовим стандартам. Ця система розбудована на державному рівні, оскільки ініціатором і організатором її був НБУ. Через неї здійснюється переважна частина міжбанківських розрахунків в Україні, вона спроможна задовольнити потреби в розрахунках усіх банків [6].

Система безготівкових розрахунків є складовою загальної національної грошової системи. Важливо розрізняти такі складові цієї системи: принципи безготівкових розрахунків; механізм контролю за станом розрахунків [7].

З розвитком електроніки, комп'ютерної техніки та мережі Інтернет багато речей з повсякденного життя стали виконуватися простіше, починаючи від спілкування й закінчуючи розрахунками і переказами коштів за допомогою електронних переказів. Розвиток новітніх технологій не залишив осторонь банківську систему, розрахунки та інші банківські операції. Сьогодні кожен банк у своїй діяльності використовує електронні платежі. Це значно полегшує роботу як працівникам банку, так і їх клієнтам.

Безготівкові розрахунки широко використовуються, вони є дійсно зручними й ефективними. Використання безготівкових розрахунків призводить до скорочення поточних витрат і прискорення часу доступу клієнтів до своїх вкладів, прискорення руху грошових коштів. В Україні почали використовувати "електронні гроші" та банківські картки не так давно, проте, досвід попередніх років показав позитивні тенденції щодо перспектив розвитку безготівкових розрахунків в Україні [7].

Як недолік можна визначити недоступність для широкого кола споживачів банківських продуктів деяких даних, тобто банки на своїх офіційних сайтах не завжди розміщують інформацію щодо своїх тарифів, доходів і витрат від операцій з розрахункового обслуговування.

Масштабність проблеми впровадження електронних грошей, перш за все, полягає в тому, що вона зачіпає інтереси всього суспільства, а тому є соціальною. У вирішенні цієї проблеми зацікавлено не тільки суспільство в цілому, але й кожний його елемент, починаючи від окремого громадянина і закінчуючи органами державного управління всіх рівнів влади [8]. При цьому інтереси окремих елементів або структур суспільства у вирішенні зазначеної проблеми в більшості випадків не співпадають, тому проблема ефективного впровадження платіжних карток може бути розв'язана тільки тоді, коли кожний елемент або структура зробить у її вирішення свій внесок.

Оскільки безготівкові розрахунки мають вирішальне значення у здійсненні народногосподарського обороту, необхідний контроль за станом розрахунків, законністю проведення грошових операцій, правильним оформленням розрахункових документів і вчасністю їх проходження.

Отже, методологічне керівництво організацією здійснення безготівкових розрахунків у банках здійснює НБУ, який з урахуванням загальноприйнятих у міжнародній практиці принципів і стандартів, чинного законодавства України встановлює єдині правила безготівкових розрахунків у банках на базі комплексної автоматизації та комп'ютеризації [8].

Необхідно створити повноцінне законодавче поле зі сталими правилами гри та відповідні умови для повноцінного кредитування населення без будь-яких ризиків для фінансових установ і торгових підприємств.

Упровадження запропонованих рекомендацій дозволить оптимізувати та підвищити ефективність безготівкових розрахунків у комерційних банках. Їх перевагою є можливість структуризації даних щодо безготівкових розрахунків банку, оцінки ефективності проведення безготівкових розрахунків.

Науковий керівник – канд. екон. наук, доцент Дзеніс В.О.

Література: 1. Смоленок Р. П. Розвиток безготівкових розрахунків в Україні / Р. П. Смоленок // Наука та економіка. – 2012. – № 2 (26). – С. 53–58. **2.** Банківські операції : підручник / А. М. Мороз, М. І. Савлук, М. Ф. Пуховкіна та ін. ; за ред. А. М. Мороза. – Київ : 2002. – 476 с. **3.** Поддєрьогін А. М. Фінанси підприємств : підручник / А. М. Поддєрьогін, Л. Д. Буряк, Г. Г. Нам ; наук. ред. А. М. Поддєрьогін. – Київ : КНЕУ, 2006. – 552 с. **4.** Савлук М. І. Гроші та кредит : підручник / М. І. Савлук. – Київ, 2002. – 598 с. **5.** Офіційний сайт ПАТ "Райффайзен Банк Аваль" [Електронний ресурс]. – Режим доступу : https://www.aval.ua/ru/. **6.** Біломістна І. І. Сучасні тенденції розвитку ринку банківських платіжних карток в Україні / І. І. Біломістна // Економічні науки : зб. наук. пр. – 2012. – № 9 (33). – Ч. 4. – С. 26–36. **7.** Коробкіна С. Безготівкові розрахунки та шляхи їх вдосконалення / С Коробкіна / Банківська справа. – 2009. – № 12. – С. 49–51. **8.** Левицька Т. В. Особливості використання сучасних інформаційних технологій і платіжних пластикових карток у банківській системі / Т. В. Левицька, О. М. Камець, В. В. Живко // Актуальні проблеми економіки. – 2009. – № 10. – С. 24–29.

РЕЙТИНГОВА ОЦІНКА ФІНАНСОВОГО ПОТЕНЦІАЛУ ЕНЕРГЕТИЧНИХ КОМПАНІЙ УКРАЇНИ НА ОСНОВІ ТАКСОНОМІЧНОГО ПОКАЗНИКА

УДК 336.64

Гавленко Л. Ю.

Студент 4 курсу
фінансового факультету ХНЕУ ім. С. Кузнеця

Анотація. *Розглянуто можливість застосування таксономічного аналізу для побудови рейтингової оцінки фінансового потенціалу найбільших енергетичних компаній України. За допомогою цього підходу надано оцінку показникам, що характеризують фінансовий потенціал, та рівню фінансового потенціалу кожного підприємства.*

Ключові слова: *фінансовий потенціал, таксономічний показник.*

Аннотация. *Рассмотрена возможность применения таксономического анализа для построения рейтинговой оценки финансового потенциала крупнейших энергетических компаний Украины. С помощью данного подхода дана оценка показателям, характеризующим финансовый потенциал, и уровню финансового потенциала каждого предприятия.*

Ключевые слова: *финансовый потенциал, таксономический показатель.*

Annotation. *The possibility of application of taxonomic analysis to build financial capacity of rating the largest energy companies in Ukraine. With this approach the estimation of parameters characterizing the financial capacity and financial capacity of each enterprise.*

Keywords: *financial potential, taxonomic indicator.*

В умовах ринку, який характеризується мінливістю попиту, пропозиції, агресивністю конкурентного середовища і низкою інших негативних макро- та мікрофакторів, без ефективного фінансового управління та реальної оцінки наявних можливостей підприємства, в тому числі фінансового потенціалу, керівники не здатні висунути перспективні цілі та виробити раціональну стратегію їх досягнення [1]. Тому оцінка й аналіз фінансового потенціалу є основним завданням підприємства, бо саме результати такого аналізу дають змогу керівникам приймати обґрунтовані рішення.

Метою цієї статті є побудова рейтингової оцінки фінансового потенціалу найбільших енергетичних компаній України за допомогою методу таксономії та визначення рівня фінансового потенціалу кожного підприємства.

Основоположником таксономічного аналізу є В. Плюта [2]. Дослідженням використання таксономічного аналізу для обґрунтування економічних явищ займалися такі вітчизняні вчені, як Сабліна Н. В., Сіменко І. В., Терещенко Е. Ю., Бажаєв З. І. та ін.

Коефіцієнт таксономії – це показник, що застосовується для статистичної характеристики більшості об'єктів. З його допомогою можна оцінити досягнутий у деякому періоді середній рівень значення ознаки, який характеризує розвинуте явище [2]. Метод таксономії дозволяє інтегрувати велику кількість окремих коефіцієнтів і виявити динаміку зміни, а також фактори впливу на фінансовий потенціал. З використанням цього методу обґрунтована оцінка фінансового потенціалу підприємства дозволяє поєднати різноспрямовані показники у доступній для інтерпретації формі.

Таксономічний показник фінансового потенціалу є загальною величиною рівномірно діючих ознак, які характеризують фінансовий потенціал підприємства, що забезпечує виявлення найбільш впливових факторів на фінансовий потенціал суб'єкта господарювання та фінансовий стан в цілому.

За допомогою методу таксономічного аналізу проведемо рейтингову оцінку фінансового потенціалу підприємства для п'яти найбільших за розміром капіталу енергетичних компаній України, а саме АК «Харківобленерго», ПАТ «Львівобленерго», ПАТ «Одесаобленерго», ПАТ «Київобленерго» та ПАТ «Дніпрообленерго».

Під час побудови таксономічного показника застосовується матриця даних, яка включає у себе розраховані за даними [3] для кожного підприємства показники, які найбільш повно характеризують рівень фінансового потенціалу підприємства, а саме: коефіцієнт автономії, коефіцієнт загальної ліквідності, коефіцієнт термінової ліквідності, коефіцієнт абсолютної ліквідності, рентабельність усіх активів, рентабельність власного капіталу,

© Гавленко Л. Ю., 2015

ефективність використання активів для виробництва продукції, частку заборгованості в загальній сумі джерел та коефіцієнт забезпечення боргів (табл. 1).

Таблиця 1

Вихідні дані для таксономічного аналізу фінансового потенціалу енергетичних підприємств України в 2014 році

№	Підприємство	Показники фінансового потенціалу								
		Коефіцієнт автономії (X1)	Кофіцієнт загальної ліквідності (X2)	Коефіцієнт термінової ліквідності (X3)	Коефіцієнт абсолютної ліквідності (X4)	Рентабельність усіх активів (X5)	Рентабельність власного капіталу (X6)	Ефективність використання активів для виробництва продукції (X7)	Частка заборгованості в загальній сумі джерел (X8)	Коефіцієнт забезпечення боргів (X9)
1	АК "Харківобленерго"	0,84	1,23	1,14	0,2	0,01	0,01	1,57	0,16	5,44
2	ПАТ "Львівобленерго"	0,83	0,92	0,76	0,18	-0,03	-0,04	0,53	0,17	4,75
3	ПАТ "Одесаобленерго"	0,63	0,24	0,18	0,025	0,0002	0,0003	0,81	0,37	1,7
4	ПАТ "Київобленерго"	0,74	1,04	1	0,2	0,0004	0,0005	1,03	0,26	2,9
5	ПАТ "Дніпрообленерго"	0,42	0,67	0,64	0,07	0,03	0,06	4,78	0,58	0,71

Побудову таксономічного показника рівня розвитку почнемо з формування матриці спостережень (X), яка має такий вигляд (рис. 1):

$$X = \begin{matrix} 0,84 & 1,23 & 1,14 & 0,19 & 0,01 & 0,01 & 1,57 & 0,16 & 5,44 \\ 0,83 & 0,92 & 0,76 & 0,086 & -0,03 & -0,04 & 0,53 & 0,17 & 4,75 \\ 0,63 & 0,24 & 0,18 & 0,025 & 0,0002 & 0,0003 & 0,81 & 0,37 & 1,7 \\ 0,74 & 1,04 & 1 & 0,21 & 0,0004 & 0,0005 & 1,03 & 0,26 & 2,9 \\ 0,42 & 0,67 & 0,64 & 0,07 & 0,03 & 0,06 & 4,78 & 0,58 & 0,71 \end{matrix}$$

Рис. 1. **Матриця спостережень**

Стандартизація значень матриці спостережень дозволяє позбавитись одиниць виміру, як натуральних, так і вартісних. Одночасно відбувається вирівнювання дисперсії (кожна дисперсія дорівнює одиниці), а також значень ознак (всі середні арифметичні дорівнюють нулю), що небажано, так як через це кожна ознака однаковою мірою впливає на результати аналізу.

Стандартизуємо значення елементів матриці спостережень. Для цього визначаємо середнє значення за кожним показником і дисперсію (табл. 2).

Таблиця 2

Статистичні характеристики показників фінансового потенціалу

Характеристика	X1	X2	X3	X4	X5	X6	X7	X8	X9
$X_{сер}$	0,692	0,82	0,74	0,1	0,0021	0,01	1,744	0,308	3,1
σ	0,174	0,38	0,37	0,1	0,0217	0,04	1,7395	0,174	1,99

Стандартизацію значень матриці спостережень зображено на рис. 2.

$$Z = \begin{matrix} 0,851 & 1,072 & 1,066 & 0,922 & 0,364 & 0,107 & -0,100 & -0,851 & 1,173 \\ 0,793 & 0,261 & 0,043 & -0,377 & -1,482 & -1,291 & -0,698 & -0,793 & 0,827 \\ -0,356 & -1,516 & -1,519 & -1,140 & -0,089 & -0,164 & -0,537 & 0,356 & -0,702 \\ 0,276 & 0,575 & 0,689 & 1,172 & -0,079 & -0,158 & -0,410 & -0,276 & -0,100 \\ -1,563 & -0,392 & -0,280 & -0,577 & 1,287 & 1,506 & 1,745 & 1,563 & -1,198 \end{matrix}$$

Рис. 2. **Стандартизована матриця**

Для подальшої побудови вектора-еталона всі показники необхідно поділити на стимулятори та дестимулятори. Основою такого розподілу являється характерний вплив кожного з показників на рівень розвитку об'єкта, який вивчається. Ознаки, котрі впливають позитивно (стимулювання) на загальний рівень розвитку об'єкта, називають стимуляторами; ознаки, які несуть негативний вплив, називають дестимуляторами (табл. 3).

Таблиця 3

Розподіл показників фінансового потенціалу на стимулятори та дестимулятори

Показник	Економічний зміст	Характеристика
1. Коефіцієнт фінансової незалежності (автономії)	Характеризує частку власних коштів підприємства у загальній сумі коштів, авансованих у його діяльність	Стимулятор
2. Коефіцієнт загальної ліквідності (покриття)	Показує, яка частина короткострокової заборгованості може бути у випадку необхідності погашена негайно за рахунок всіх активів	Стимулятор
3. Коефіцієнт термінової ліквідності	Показує, яка частина короткострокової заборгованості може бути у випадку необхідності погашена негайно за рахунок активів без урахування виробничих запасів	Стимулятор
4. Коефіцієнт абсолютної ліквідності	Показує, яка частина короткострокової заборгованості може бути у випадку необхідності погашена негайно за рахунок найбільш ліквідних активів	Стимулятор
5. Рентабельність усіх активів	Показує, який прибуток приносить кожна грошова одиниця, вкладена в активи	Стимулятор
6. Рентабельність власного капіталу	Показує, який прибуток приносить кожна інвестована власниками грошова одиниця	Стимулятор
7. Ефективність використання активів для виробництва продукції	Характеризує ефективність використання активів для виробництва продукції	Стимулятор
8. Частка заборгованості в загальній сумі джерел	Характеризує частку залучених коштів підприємства у загальній сумі коштів, авансованих у його діяльність	Дестимулятор
9. Коефіцієнт забезпечення боргів (заборгованості)	Показує частку власного капіталу у залученому, тобто відображає ту частину заборгованості, яка може бути погашена за рахунок власного капіталу	Стимулятор

Наступним етапом визначення показника таксономічного рівня розвитку є визначення відстаней між окремими спостереженнями (періодами) і вектором-еталоном (табл. 4).

Таблиця 4

Визначення відстані до еталона

	X1	X2	X3	X4	X5	X6	X7	X8	X9	Cio
АК "Харківобленерго"	0	0	0	0	0,852	1,957	3,405	0	0	2,493
ПАТ "Львівобленерго"	0,003	0,657	1,047	1,689	7,669	7,827	5,969	0,003	0,120	4,998
ПАТ "Одесаобленерго"	1,457	6,697	6,684	4,252	1,892	2,790	5,209	1,457	3,517	5,827
ПАТ "Київобленерго"	0,330	0,247	0,142	0,062	1,866	2,771	4,647	0,330	1,622	3,467
ПАТ "Дніпрообленерго"	5,828	2,143	1,813	2,249	0	0	0	5,828	5,625	4,846

Отримана відстань служить початковим елементом для розрахунку показника таксономії. Характерною властивістю інтегрального показника є те, що його значення знаходиться в інтервалі від 0 до 1. Результати розрахунку таксономічного показника рівня фінансового потенціалу кожного підприємства наведено в табл. 5.

Таблиця 5

Рейтингова оцінка енергетичних компаній України на основі таксономічного показника

Підприємство	Коефіцієнт таксономії	Рейтинг підприємств
АК "Харківобленерго"	0,63	1
ПАТ "Львівобленерго"	0,25	4
ПАТ "Одесаобленерго"	0,13	5
ПАТ "Київобленерго"	0,48	2
ПАТ "Дніпрообленерго"	0,28	3

Згідно з проведеними результатами можна дійти висновку, що найвищий рівень фінансового потенціалу має АК «Харківобленерго», на другому місці – ПАТ "Київобленерго", далі майже на одному рівні ПАТ "Львівобленерго" та ПАТ "Дніпрообленерго". Найнижчий рівень фінансового потенціалу має ПАТ «Одесаобленерго» (рис. 3).

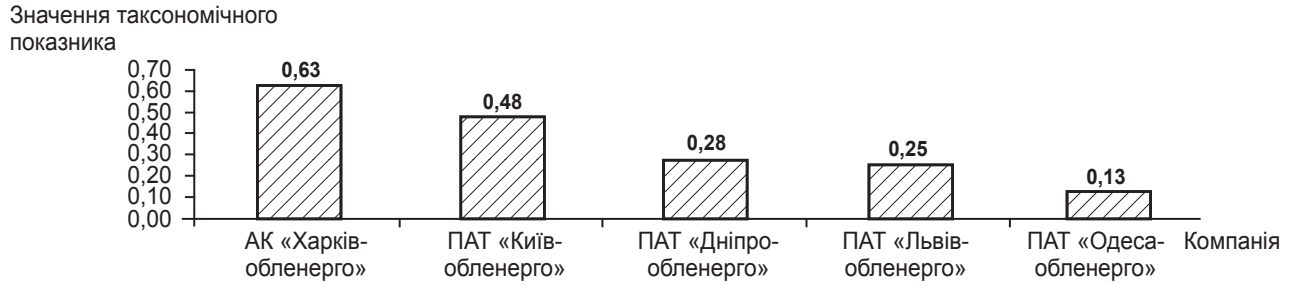

Рис. 3. **Рейтинг фінансового потенціалу енергетичних компаній України в 2014 р.**

Всі підприємства мають високе значення коефіцієнта забезпечення боргів та коефіцієнта автономії (крім ПАТ «Дніпрообленерго»), що свідчить про високий рівень фінансової стійкості досліджуваних підприємств. Але причиною цього розподілу є те, що ПАТ «Одесаобленерго» має низькі значення майже за всіма показниками, ПАТ "Львівобленерго" та ПАТ «Одесаобленерго» мають низьку ефективність використання активів для виробництва продукції порівняно з іншими підприємствами.

Проведемо оцінку фінансового потенціалу за шкалою Харрінгтона, яка досить широко застосовується в експертних оцінках для характеристики ступеня відображення критеріальної властивості [4]. Результати визначення рівня фінансового потенціалу досліджуваних підприємств за шкалою Харрінгтона наведено в табл. 6.

Таблиця 6

Результати оцінки фінансового потенціалу енергетичних підприємств України за шкалою Харрінгтона

Підприємство	Значення показника	Рівень фінансового потенціалу
АК "Харківобленерго"	0,63	Середній
ПАТ "Київобленерго"	0,48	Середній
ПАТ "Дніпрообленерго"	0,28	Низький
ПАТ "Львівобленерго"	0,25	Низький
ПАТ "Одесаобленерго"	0,13	Дуже низький

Таким чином, у роботі було визначено рівні фінансового потенціалу п'яти найбільших енергетичних компаній України за допомогою методу таксономії. Отримані значення є підґрунтям для розробки практичних рекомендацій щодо підвищення рівня фінансового потенціалу підприємств. Встановлені на основі оцінки рейтинги підприємств за їх фінансовим потенціалом можуть слугувати орієнтиром для визначення суб'єктів господарювання, які найбільше потребують державної підтримки, що стане потужним підґрунтям фінансового забезпечення їх економічного розвитку.

Науковий керівник – канд. екон. наук, доцент Берест М. М.

Література: 1. Мельник І. І. Оцінка та діагностика фінансового потенціалу підприємств / І. І. Мельник // Економічний простір. – 2008. – № 20 (2). – С. 190–199. **2.** Плюта В. Сравнительный анализ в экономических исследованиях: Методы таксономии и факторного анализа / В. Плюта ; пер. с науч. ред. В. М. Жуковой. – М. : Статистика, 1980. – 151 с. **3.** Інформаційна база даних [Електронний ресурс] / Національна комісія з цінних паперів та фондового ринку про ринок цінних паперів : офіц. сайт. – Режим доступу : http://smida.gov.ua/. **4.** Пичкалев А. В. Обобщенная функция желательности Харрингтона для сравнительного анализа технических средств / А. В. Пичкалев // Исследования наукограда. – 2012. – № 1. – С. 25–28.

ПРОБЛЕМА БЕЗРОБІТТЯ НА РИНКУ ПРАЦІ В УКРАЇНІ

УДК 331.56(477)

Гармаш Д. О.

Студент 2 курсу
факультету міжнародних економічних відносин ХНЕУ ім. С. Кузнеця

Анотація. *Розглянуто основні тенденції на ринку праці в Україні. Детально проаналізовано явище безробіття у сучасних умовах і головні прочини його виникнення. Запропоновано шляхи подолання цієї проблеми.*

Ключові слова: *безробіття, ринок праці, зайнятість, населення, робочі місця.*

Аннотация. *Рассмотрены основные тенденции на рынке труда в Украине. Детально проанализировано явление безработицы в современных условиях и главные причины его возникновения. Предложены пути решения этой проблемы.*

Ключевые слова: *безработица, рынок труда, занятость, население, рабочие места.*

Annotation. *The article describes the main trends in the labor market in Ukraine. The phenomenon of unemployment in the current conditions and the main reasons for its appearance are analyzed in details. The ways of solving this problem are offered.*

Keywords: *unemployment, labor market, employment, population, workplaces.*

Для будь-якої держави постає питання ефективного контролю ринку праці, бо саме від нього залежить добробут країни. Рівень безробіття є важливим макроекономічним показником, який свідчить про рівень економічного та соціального розвитку країни. Зараз Україна знаходиться у кризовому стані, тому ця проблема є особливо актуальною.

Безробіття – це соціально-економічне явище, коли пропозиція робочої сили більше, ніж попит на неї. Дослідженням цього явища займалися такі вчені-економісти, як А. Сміт, Д. Рікардо, А. Пігу, К. Маркс, А. Оукен, С. Іванов, Г. Кондратьєв, Т. Черниш.

Метою статті є аналіз такого явища, як безробіття на українському ринку праці, визначення основних причин і можливих наслідків подолання проблеми.

В Україні найвищий рівень безробіття мається в районах двох типів. По-перше, це райони з високим природним приростом населення, де на ринок праці постійно виходить велика кількість молоді, тоді як кількість робочих місць в умовах економічної кризи не тільки не збільшується, а й скорочується (наприклад, Вінницька, Закарпатська, Волинська). У регіонах цього типу безробіття існувало й у минулому у виді аграрного перенаселення. По-друге, депресивні регіони, тобто з перевагою найбільш кризових галузей. Наприклад, регіони, де переважає легка галузь промисловості , що відрізняється значним скороченням обсягів виробництва порівняно з кінцем 80-х рр. (наприклад, Івано-Франківська, Чернігівська, Сумська області) [1].

Важливе також питання сільського безробіття в Україні. У прогнозах початку 90-х років очікувався різкий сплеск безробіття в містах у підсумку розвалу промисловості, що сформувалася за радянський період (гігантські підприємства, які працювали в основному на оборону, виявилися нездатні адаптуватися до ринкових відносин). Сільська ж місцевість вважалася вкрай працедефіцитною. Сучасна ситуація показує, що і ці прогнози не виправдалися. Починаючи з 1994 р. рівень безробіття серед сільського населення перевищує аналогічний показник для міського населення [1]. Дуже висока також напруженість на сільському ринку праці, тому що вільних робочих місць тут майже немає. В основному сільське безробіття спостерігається в регіонах з високим природним приростом (Волинська, Рівненська обл. тощо) і в північних несільськогосподарських регіонах (Чернігівська, Сумська обл. тощо) [2].

Через економічну та політичну нестабільність таке явище, як безробіття, безперервно проникає у наше життя. Міжнародна організація праці (МОП) у 2003 р. провела дослідження, яке показало, що рівень безробітних на Україні значно вище офіційно визнаного, така тенденція зберігається й до нині. Однією з глибинних причин зростання безробіття стає зростаюча диференціація населення за доходами [2]. Елітні верстви населення, на користь яких перерозподіляється сьогодні національний дохід, не можуть сформувати могутнього попиту на предмети масового споживання вітчизняного виробництва, що сприяє його стагнації і, як наслідок, безробіттю.

Вагомим показником під час оцінки соціального явища безробіття є відповідність показників наявних робочих місць і бажаючих їх отримати, тобто попиту-пропозиції робочої сили на ринку праці. Важливість цього

© Гармаш Д. О., 2015

показника прямо випливає з наявної можливості у країни боротися з безробіттям, адже чим вищий показник попиту на робочу силу, тим менший термін перебування безробітних у цьому статусі.

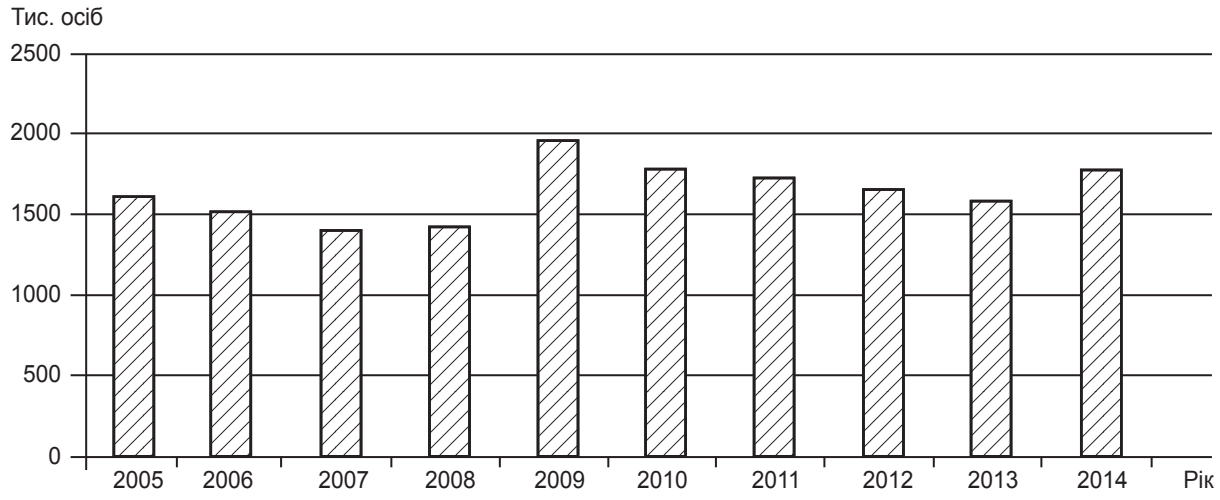

Рис. 1. **Кількість безробітних в Україні** [3]

Загалом з 2005 р. в Україні була позитивна тенденція на ринку праці, і рівень безробіття поступово знижувався, що можна побачити на рис. 1. Але після кризи у 2008 р. рівень безробіття значно збільшився. Якщо у 2008 р. він ще складав 6,4 %, то у 2009 р. безробіття сягнуло 8,8 %. В Україні у середньому на одну вакансію тоді претендувало 11 безробітних. Це число виросло у грудні 2012 р. з 7 осіб, що на 4 особи більше, ніж у листопаді. Про це сказано в повідомленні Державної служби статистики. Після відносної стабілізації кризи 2008 р. ситуація на ринку праці дещо стабілізувалась. Проте нова криза, підкріплена воєнними діями, яка охопила Україну у 2014 р., позначилась і на безробітті. У 2014 р. воно сягнуло рівня 9,3 % [3].

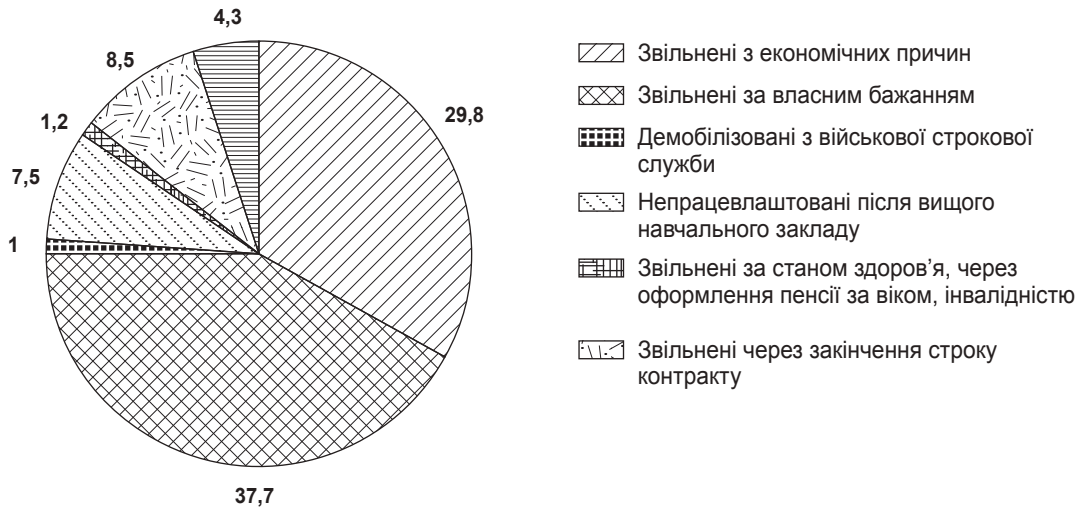

Рис. 2. **Причини безробіття в Україні за 2013 р.**

У 2013 році основними причинами незайнятості населення стали: звільнення за власним бажанням – 37,7 %, звільнення з економічних причин – 29,8 %, непрацевлаштування після ВНЗ – 17,5 % [3]. Потрібно сказати, що, за оцінкою МОП, найбільша категорія безробітних в усьому світі – молоді люди (зазвичай це люди у віці від 15 до 24 років) [4]. МОП налічує у цій групі 73,8 млн безробітних у світі, або 12,6 % – у відносних цифрах по віковій групі. Також очікується, що рівень безробіття в цій віковій групі зросте ще більше протягом наступних років. В Україні таке зростання також очікується.

Проблема соціального захисту населення по-різному розв'язується в межах певної суспільно-економічної формації, конкретної країни. В умовах переходу України до соціально орієнтованої ринкової економіки основний тягар соціального захисту лягає на державу, але водночас зростає роль ринкового механізму у проведенні такої політики. Відповідно до ст. 25 Декларації прав людини сучасна правова держава повинна гарантувати право на

такий рівень життя, який враховує забезпечення людей їжею, житлом, медичним обслуговуванням, необхідним для підтримання здоров'я, власного добробуту та добробуту сім'ї, і право на соціальне забезпечення у разі безробіття, хвороби, інвалідності, овдовіння, старості чи інших випадків втрати засобів до існування за незалежних від людини обставин. Щоб забезпечити такий захист, держава насамперед мусить у законодавчому порядку встановити основні соціальні гарантії, механізм їх реалізації та функції надання соціальної підтримки [1].

Безробіття на сьогодні є гострою проблемою, як для нашої країни, так і для всього пострадянського простору та Європи. Одним із чинників, який безумовно впливає на всі процеси, що відбуваються на ринку праці, є глобалізація економіки.

Стан ринку праці в Україні свідчить про сталу тенденцію скорочення населення України та її регіонів Так, населення України у 2000 р. складало 49429,8 тис. осіб, а в 2014 році – 45426,2 тис. осіб [3]. Збереження динаміки зниження кількості населення як основи формування трудового потенціалу та поповнення трудових ресурсів негативно впливає на стратегічні можливості економічного розвитку на всіх рівнях господарювання. Економічно активне населення, згідно з концепцією робочої сили, становлять особи віком від 15 до 70 років, які протягом певного періоду забезпечують пропозицію робочої сили для виробництва товарів і послуг. Але кількість населення у віці від 15 до 70 років, як на національному, так і на регіональному рівнях, скорочується.

Ситуація на ринку праці в Україні дещо покращилась з прийняттям деяких законів і положень, у яких акцент робиться на удосконалюванні ринкових механізмів регулювання зайнятості [5]. Держава повинна регулювати запобігання зростанню безробіття та перехід його у застійну форму саме через такі заходи, як, наприклад: зниження фактичної пропозиції робочої сили за рахунок перепідготовки кадрів і підвищення кваліфікації; надання робочих місць, не орієнтованих на одержання прибутку, а зв'язаних з роботою в інтересах суспільства, наприклад: робота в області охорони навколишнього середовища тощо; перерозподіл наявного попиту на працю шляхом стимулювання переходу підприємств на неповний робочий день, неповний робочий тиждень тощо (такі підприємства повинні одержати податкові пільги, щоб компенсувати витрати на прийом нових працівників); удосконалення законодавства, яке б більшою мірою захищало інтереси підприємців; розширення зайнятості в майбутньому залежить і від іноземних інвестицій; створення програм підтримки молодих працівників.

Отже, зараз ринок праці в Україні характеризується поглибленням негативних тенденцій в умовах політичної нестабільності, економічної кризи та воєнних дій. Тільки активна діяльність, спрямована на підвищення рівня зайнятості в країні, може допомогти вивести Україну з кризи, дати поштовх до розвитку. Головним напрямом у цій діяльності повинно стати створення нових високоефективних наукомістких робочих місць. Наша країна потребує докорінних змін у регулюванні ринку праці, а детальне вивчення та аналіз сучасного його стану повинні стати міцним підґрунтям для рішучих реформ.

Науковий керівник – канд. екон. наук, старший викладач Пивавар І. В.

Література: 1. Поліщук М. П Зайнятість населення, відтворення робочої сили та відповідне державне регулювання / М. П. Поліщук // Актуальні проблеми економіки. – 2006. – № 5. – С. 25–28. **2.** Корнецька М. І. Проблеми безробіття в Україні: причини та можливі шляхи його подолання / М. І. Коренецька // Економіка України. – 2009. – № 7. – С. 7–9. **3.** База даних Державної служби статистики України [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://ukrstat.gov.ua. **4.** Бортнік С. М. Молодіжне безробіття в Україні: сутність, причини та шляхи розв'язання / С. М. Бортнік, М. В. Саган // Збірник видань міжнародної науково-практичної конференції. – Луцьк : Навч. кн., 2014. – 215 с. **5.** Громова І. Рік зайнятості: як у 2013 р. в Україні боролися з безробіттям / І. Громова // Аргументи та факти в Україні. – 2013. – № 51. – 19 грудня.

СИСТЕМАТИЗАЦІЯ МЕТОДІВ АНАЛІЗУ ТА ОЦІНКИ ФІНАНСОВОЇ СТІЙКОСТІ БАНКІВ УКРАЇНИ

УДК 336.717(477)

Головач К. В.

Студент 4 курсу
фінансового факультету ХНЕУ ім. С. Кузнеця

Анотація. *Систематизовано основні методи аналізу й оцінки фінансової стійкості банку, виявлено їх переваги та недоліки. Запропоновано наявні методи оцінки на рівні окремого банку доповнювати динамічним аналізом показників фінансової стійкості банківської системи з метою виявлення циклічності у її розвитку та своєчасної адаптації банку до передбачуваних процесів.*

Ключові слова: *банк, фінансова стійкість, аналіз, оцінка, методи, банківська система.*

Аннотация. *Систематизированы основные методы анализа и оценки финансовой устойчивости банка, выявлены их преимущества и недостатки. Предложено существующие методы оценки на уровне отдельного банка дополнять динамическим анализом показателей финансовой устойчивости банковской системы с целью выявления цикличности в ее развитии и своевременной адаптации банка к предполагаемым процессам.*

Ключевые слова: *банк, финансовая устойчивость, анализ, оценка, методы, банковская система.*

Annotation. *In the article systemized main methods of analyzing and quality evaluating bank financial stability, also identified their advantages and flaws. It is proposed to available methods of evaluation at the level of the detached bank with the dynamical analysis of bank system financial stability for detection of cyclic recurrence in its development and timely adaptation of bank to prospective processes.*

Keywords: *bank, financial stability, analysis, evaluation methods, the banking system.*

Однією з найважливіших характеристик діяльності банків є фінансова стійкість. Успішне функціонування банківської системи залежить від фінансової стійкості кожного окремого банку, його здатності протидіяти негативним чинникам і динамічно розвиватися. Сьогодні відбувається значне погіршення фінансового стану банків України через вплив політичних та економічних факторів. Вихід українських банків з АР Крим, значне зменшення обсягу клієнтської бази (особливо в Донецькій і Луганській областях), а також значний відтік строкового ресурсу з початку року вкрай негативно вплинули на ліквідність і платоспроможність банківської системи. Так, протягом 2014 року обсяг високоліквідних активів зменшився на 3,76 % (6,08 млрд грн) і станом на 01.01.2015 року складав 155,64 млрд грн. З огляду на ліквідацію окремих банківських установ і збиткову діяльність, обсяг власного капіталу банків протягом 2014 року зменшився на 44,58 млрд грн і станом на 01.01.2015 р. складав 148 023 млн грн. За підсумками 2014 року фінансовий результат банківської системи України був від'ємним та становив – 52 966 млн грн, що зумовлено насамперед погіршенням якості активів банків [1].

У таких умовах банкам потрібен ефективний аналітичний інструментарій, який забезпечить своєчасне та об'єктивне оцінювання поточного рівня фінансової стійкості та виявлення найбільш впливових факторів. Отже, вдосконалення методів і підходів до оцінки фінансової стійкості банків на основі визначення переваг і недоліків сучасних методик є сьогодні важливим питанням як з теоретичної, так і з практичної точок зору.

Аналіз останніх досліджень і публікацій з цієї проблематики дозволив зазначити, що теоретичні та методичні основи оцінки фінансового стану банку неодноразово ставали ключовим моментом багатьох наукових досліджень і практичних розробок. Підходи та методи оцінки фінансової стійкості банку знайшли відображення у працях вітчизняних і зарубіжних учених. Серед них: В. Бобиль [2], А. Герасимович, О. Дзюблюк, О. Звєряков [4], Д. Козак [5], Ю. Лернер [7], Л. Кузнєцова [6], А. Олійник [8] та ін.

У той же час залишається не остаточно визначеним, які методи оцінки фінансового стану є найбільш прийнятними та ефективними з огляду на поточні умови, застосування яких дозволить усебічно та комплексно дослідити фінансовий стан банку, обгрунтувати ефективні управлінські рішення.

Виходячи з цього, метою роботи є узагальнення методів аналізу й оцінки фінансової стійкості банків, визначення їх основних переваг і недоліків, можливостей використання у банківській практиці.

Методи та прийоми аналізу й оцінки фінансової стійкості банків постійно змінюються і вдосконалюються, оскільки можуть змінюватися цілі оцінювання, розширюватися перелік підходів, а також сфера їх застосування. В табл. 1 узагальнено наявні методи аналізу й оцінки фінансової стійкості банків.

© Головач К. В., 2015

Таблиця 1

Основні методи аналізу й оцінки фінансової стійкості банків

№	Метод	Сутність	Переваги	Недоліки
1	Метод фінансових коефіцієнтів	Передбачає розрахунок певних показників, що характеризують фінансову стійкість, платоспроможність і ліквідність, рентабельність діяльності, ділову активність	Визначення показників можна здійснювати за допомогою нескладних математичних розрахунків	Для банків із різною спеціалізацією діапазони значень деяких коефіцієнтів можуть суттєво відрізнятись, тому результати аналізу банків будуть неточними
2	Таксономічний аналіз	Допомагає «згорнути» багатомірний статистичний матеріал, що характеризує фінансову стійкість у часі та просторі, у єдину кількісну характеристику	Отриманий показник враховує вплив усіх індивідуальних показників, відображає динаміку розвитку відносно бажаного вектора	Отриманий узагальнений показник є характеристикою відносно лише об'єктів цієї сукупності
3	Рейтингова оцінка	Полягає у класифікації банків за певними ознаками, виходячи з фактичного рівня показників фінансового стану і рейтингу кожного показника	Можливість ранжування банків за обраною ознакою, є ефективним аналітичним інструментом	Відбір обмеженої кількості показників не завжди забезпечує об'єктивність отриманої рейтингової оцінки
4	Аналіз фінансового стану з використанням абсолютних використанням абсолютних	Абсолютні показники характеризують кількісні розміри наданих кредитів, залучених коштів, капіталу банку тощо	Може бути використаний для детальної оцінки зміни окремих сторін фінансового стану	Необхідно доповнювати аналізом фінансових коефіцієнтів
5	Факторний аналіз	З'ясовується, який з факторів (їх сукупність) справляє визначальний вплив на досліджувані процеси	Пояснює сутність залежності між факторами та результатом	Ігнорується вплив інших факторів, що не увійшли в модель, оцінка ступеня впливу факторів є приблизною
6	Матрична оцінка	Базується на побудові матриці сукупності фінансових показників, яка перетворюється на матрицю стандартизованих коефіцієнтів	Надає змогу здійснювати порівняльну рейтингову оцінку за певними показниками, характеризується простотою і наочністю	Надмірне спрощення може призвести до втрати суттєвої інформації
7	Бальний метод	Передбачає оцінку в балах за кожним аналізованим показником. Система показників складається з коефіцієнтів ліквідності, фінансової стійкості, ділової активності та рентабельності	Передбачає аналіз основних напрямів діяльності банку, зокрема капіталу, якості активів, якості управління, доходності, менеджменту та ризику	Обмежені можливості широкого використання методу, оскільки частина інформації може бути отримана лише з внутрішньої банківської звітності

Джерело: узагальнено автором на основі [2; 4; 7; 8]

Проведений аналіз дав змогу побачити, що всі зазначені методи базуються на внутрішніх чинниках стійкості банку. Однак враховуючи, що кожний банк є складовою банківської системи, становить інтерес визначення впливу процесів, що відбуваються у системі в цілому на окремий об'єкт. З цієї точки зору доцільно оцінити фінансову стійкість банківської системи у динаміці з метою передбачення наступного етапу циклу її розвитку, на якому відбувається втрата стійкості, та адаптації діяльності банку до прогнозованих умов.

Для оцінювання фінансової стійкості на рівні банківської системи можна використовувати індикатори фінансової стійкості, розроблені МВФ [9], а саме: відношення нормативного капіталу до активів, зважених за ризиком; відношення нормативного капіталу першого рівня до активів, зважених за ризиком; відношення необслуговуваних кредитів за вирахуванням створених резервів до капіталу; відношення необслуговуваних кредитів до сукупних валових кредитів і позик; відношення розподілу кредитів і позик за секторами до сукупних кредитів і позик; норма прибутку на активи; норма прибутку на власний капітал; відношення процентної маржі до валового доходу; відношення непроцентних витрат до валового доходу; відношення ліквідних активів до сукупних активів (коефіцієнт ліквідних активів); відношення ліквідних активів до короткострокових зобов'язань; відношення чистої відкритої валютної позиції до капіталу; відношення капіталу до активів; відношення великих відкритих позицій до капіталу; відношення географічного розподілу кредитів і позик до сукупних кредитів і позик; відношення валових позицій за похідними фінансовими інструментами на стороні активів і пасивів до капіталу; відношення доходу від трейдингових операцій до сукупного доходу; відношення витрат на персонал до непроцентних витрат; спред між довідковими ставками по кредитах і депозитах; спред між максимальною і мінімальною міжбанківськими ставками; відношення депозитів клієнтів до сукупних кредитів і позик (без урахування міжбанків-

ських); відношення валютних кредитів і позик до сукупних кредитів і позик; відношення валютних зобов'язань до сукупних зобов'язань; відношення чистої відкритої позиції по інструментах участі в капіталі до капіталу.

Також у роботі [10, с. 132] пропонуються такі показники для визначення фінансової стійкості банківської системи: відношення капіталу до зважених із урахуванням ризику активів; відношення капіталу першого рівня до зважених із урахуванням ризику активів; відношення простроченої заборгованості до загального обсягу наданих кредитів; відношення простроченої заборгованості, за винятком резервів до капіталу; галузева структура кредитного портфеля; відношення великих ризиків (кредитних, валютних, позабалансових зобов'язань) до капіталу; рентабельність активів; рентабельність капіталу; відношення чистих процентних доходів до валового доходу; відношення непроцентних доходів до валового доходу; відношення ліквідних активів до сукупних активів; відношення ліквідних активів до короткострокових зобов'язань; структура активів за термінами; структура зобов'язань за термінами; відношення чистої валютної позиції до капіталу; відношення капіталу до активів; географічна структура кредитного портфеля; відношення сукупних вимог похідних фінансових інструментів до капіталу; відношення сукупних зобов'язань похідних фінансових інструментів до капіталу; відношення доходів від торгівлі цінними паперами до сукупного доходу; відношення витрат на утримання персоналу до непроцентних доходів; різниця між ставками за кредитами і депозитами; відношення банківських депозитів до кредитів; відношення кредитів в іноземній валюті до загального обсягу кредитів; відношення зобов'язань в іноземній валюті до загального обсягу зобов'язань; відношення чистої позиції за акціями до капіталу; середня різниця між ціною попиту і пропозицією на ринку цінних паперів; середньоденний показник обороту на ринку цінних паперів.

Таким чином, у статті систематизовано основні методи аналізу й оцінки фінансової стійкості банку, кожен з яких має власні переваги та недоліки. Як було з'ясовано, основним недоліком є відсутність стабільної сукупності нормативних значень та недостатнє врахування факторів зовнішнього оточення.

Оскільки різке погіршення стану банківської системи, що спричиняє банківську паніку і виражається у масовому вилученні вкладів, різкому скороченні кредитування, значному підвищенні норми відсотка, масовому призупиненні платежів банками та зростанні фінансових банкрутств, суттєво впливає на стійкість окремого банку, доцільним є динамічний аналіз показників фінансової стійкості банківської системи з метою виявлення циклічності у її розвитку та своєчасної адаптації банку до передбачуваних процесів.

Науковий керівник – канд. екон. наук, доцент Чмутова І. М.

Література: 1. Аналітичний огляд банківської системи України за 2014 рік [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://rurik.com.ua/our-research/branch-reviews/1187. **2.** Бобиль В. В. Удосконалення моделі оцінки фінансової стійкості сучасної банківської системи / В. В. Бобиль // Вісник Національного банку України. – 2011. – № 4. – С. 11–16. **3.** Зарицька І. Передумови та особливості прояву сучасної світової банківської кризи / І. Зарицька // Вісник НБУ. – 2009. – № 6. – С. 20–29. **4.** Звєряков О. М. Методологічні основи управління фінансовою стійкістю банківських установ / О. М. Звєряков // Актуальні проблеми економіки. – 2012. – № 10. – С. 175–182. **5.** Козак Д. А. Макроекономічне регулювання фінансовою стійкістю банківських установ / Д. А. Козак // Актуальні проблеми економіки. – 2011. – № 12. – С. 215–220. **6.** Кузнєцова Л. В. Вплив глобалізаційних процесів на фінансову стійкість банківської системи / Л. В. Кузнєцова, В. В. Коваленко // Актуальні проблеми економіки. – 2012. – № 2. – С. 264–271. **7.** Лернер Ю. І. Методика оцінки та покрашення фінансового стану банку / Ю. І. Лернер, В. Є. Малярова // Вісник НТУ «ХПІ». – 2013. – № 7 (981).– С. 86–91. **8.** Олійник А. В. Управління фінансовою стійкістю банків / А. В. Олійник, П. С. Сущук // Вісник Хмельницького національного університету. – 2010. – № 5. – С. 159–163. **9.** Офіційний сайт Міжнародного Валютного Фонду [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://fsi.imf.org. **10.** Коваленко В. В. Антикризове управління в забезпеченні фінансової стійкості банківської системи [Текст] : монографія / В. В. Коваленко, О. В. Крухмаль. – Суми : УАБС НБУ, 2007. – 198 с.

ОРГАНІЗАЦІЯ АУДИТУ НЕОБОРОТНИХ АКТИВІВ У БЮДЖЕТНИХ УСТАНОВАХ

УДК 657.622

Грабенко Л. О.

Магістрант 1 року навчання
факультету обліку і аудиту ХНЕУ ім. С. Кузнеця

Анотація. *Проаналізовано сутність поняття «організація аудиту»; визначено концептуальну основу аудиту необоротних активів у бюджетних установах; визначено завдання такого аудиту та наведено перспективні напрямки вдосконалення організації аудиту необоротних активів у бюджетних установах.*

Ключові слова: *необоротні активи, бюджетні установи, організація аудиту, міжнародні стандарти аудиту.*

Аннотация. *Проанализирована сущность понятия «организация аудита»; определена концептуальная основа аудита необоротных активов в бюджетных учреждениях; определены задачи такого аудита и приведены перспективные направления совершенствования организации аудита необоротных активов в бюджетных учреждениях.*

Ключевые слова: *необоротные активы, бюджетные учреждения, организация аудита, международные стандарты аудита.*

Annotation. *The essence of the concept of "audit organization" is defined conceptual framework audit of fixed assets in budgetary institutions defined objective of this audit and are promising areas of improvement audit of fixed assets in budgetary institutions.*

Keywords: *non-current assets, public institutions, organization auditing, international auditing standards.*

Управління бюджетною сферою потребує ефективної моделі контролю, яка б визначала законність і оцінку використання коштів державного бюджету України, результативність виконання бюджетних програм в цілому, попереджувала фінансові порушення заздалегідь. Тому аудит державних установ, який забезпечує формування достовірної облікової інформації в системі бухгалтерського обліку бюджетної сфери, стає стратегічним завданням.

Необоротні активи є вагомою часткою майна бюджетних установ і забезпечують виконання їх основних функцій. Тому ці об'єкти є суттєвими для аудиту в будь-якій бюджетній установі.

Концептуальні засади організації та методології контролю за ефективним використанням державних коштів, правильністю ведення обліку в бюджетних установах розроблені у працях М. Т. Білухи, І. К. Дрозд, Є. В. Калюги, П. Ф. Коваль, А. М. Любченко, Є. В. Мниха, Н. І. Рубан, І. Б. Стефанюка, О. О. Чечуліної, В. О. Шевчука та інших учених.

Віддаючи належне проведеним ґрунтовним науковим дослідженням вітчизняних і зарубіжних науковців із цієї проблематики, слід зазначити про існування низки невирішених питань і дискусійних положень, зокрема таких, що стосуються організації аудиту необоротних активів.

Метою цієї статі є теоретичне дослідження особливостей організації аудиту необоротних активів у бюджетних установах і формування практичних рекомендацій для подальшого її удосконалення. Для досягнення поставленої мети необхідно виконати ряд завдань: по-перше, визначити сутність організації аудиту; по-друге, виділити особливості організації обраного об'єкта дослідження саме в бюджетних установах; по-третє, сформулювати напрямки, що потребують подальшого вивчення та покращення, надати можливі способи вдосконалення діючої системи.

Незважаючи на ґрунтовні дослідження чималої когорти вчених поняття організації аудиторського процесу, єдиного підходу до його визначення не сформульовано. Різноманіття думок стосовно сутності цього терміна наведено у табл. 1.

За результатами аналізу понять, наведених основоположниками аудиту в Україні, можна дійти певних висновків. А. Т. Шеремет знаходить підхід через призму загальної стратегії. Л. В. Дікань виходить з позицій системного підходу. Ю. В. Піча розглядає поняття з точки зору практичної реалізації. Тоді як А. Ж. Пшенична, Ф. Ф. Бутинець і М. Т. Білуха у своїх визначеннях характеризують організацію, акцентуючи увагу на меті взаємопов'язаних технологічних дій.

© Грабенко Л. О., 2015

Таблиця 1

Визначення сутності поняття «організація аудиту»

Автор	Визначення	Основна ознака
А. Д. Шеремет [1]	тривала процедура, що передбачає визначення стратегії аудиту, планування застосування цієї стратегії і контроль практичного проведення аудиту	Процедура реалізації стратегії
Л. В. Дікань [2]	це сукупність процесів або дій, спрямованих на об'єднання елементів або частин у цілу життєздатну стійку систему	Сукупність процесів об'єднання
А. Ж. Пшенична [1]	це встановлений аудиторською фірмою порядок і технологія виконання договірної роботи суб'єктами аудиту при узгодженні зусиль і способів виконання з метою забезпечення максимальної ефективності використання аудиторської праці при виконанні умов договору	Порядок і технологія виконання роботи
Ф. Ф. Бутинець [1]	комплекс заходів аудиторської фірми, спрямованих на повне забезпечення виконання договору з клієнтом, ефективного використання майна фірми, зниження витрат фірми і отримання прибутку	Комплекс заходів
М. Т. Білуха [1]	це система (комплекс) заходів, спрямованих на функціонування та координацію дій взаємопов'язаних і взаємозалежних окремих частин (елементів) системи з метою оцінювання законного й ефективного використання коштів і майна	Система заходів
Ю. В. Піча [2]	найбільш ефективне використання професійних послуг співробітників і узгодження діяльності підрозділів фірми	Використання послуг

Отже, більшість науковців під організацією аудиту розуміють впорядковану сукупність дій керівництва аудиторської фірми задля забезпечення максимально якісної роботи її працівниками.

Відповідно до Бюджетного кодексу України [3] (від 8 липня 2010 року) бюджетні установи, які є об'єктом дослідження у цій статі, – це органи державної влади, органи місцевого самоврядування, а також організації, створені ними у встановленому порядку, що повністю утримуються за рахунок державного чи місцевого бюджету. Наприклад, лікарні, школи, бібліотеки, судові органи, органи місцевої влади, органи державного контролю (контрольно-ревізійне управління), міністерства та відомства тощо. Кодекс відзначає, що бюджетні установи є неприбутковими. Організація аудиту має враховувати особливості діяльності об'єкта, на якому проводиться аудит.

Глобальною особливістю аудиту в бюджетних установах порівняно з підприємствами є своєрідна концептуальна основа, що базується на бюджетному законодавстві України та ратифікованих міжнародних актах.

Так, у 2004 році Рахунковою палатою України був прийнятий Стандарт про порядок підготовки і проведення перевірок та оформлення їх результатів. Цей Стандарт розроблений відповідно до Закону України «Про Рахункову палату», Бюджетним кодексом України, іншими нормативно-правовими актами, які регулюють взаємовідносини у сфері контролю за використанням державних коштів. Ним було встановлено правила та процедури проведення перевірок Рахунковою палатою з урахуванням стандартів аудиту INTOSAI (Міжнародної організації вищих органів контролю державних фінансів) [4].

Другою важливою складовою є Закон України «Про управління об'єктами державної власності» від 01.11.2005 року, яким встановлено, що органи державної контрольно-ревізійної служби здійснюють державний аудит, спрямований на запобігання фінансовим порушенням, забезпечення ефективного використання бюджетних коштів, державного майна [5].

Концептуальну основу для аудиту необоротних активів також складають такі нормативно-правові документи [2]:

1. Інструкція з обліку необоротних активів бюджетних установ. Наказ Держказначейства України від 17.07.2000 № 64 в редакції наказу ДКУ № 30 від 21 лютого 2005 року.

2. Типова інструкція про порядок списання матеріальних цінностей з балансу бюджетних установ. Наказ Держказначейства та Міністерства економіки від 10.08.2001 № 142/181.

3. Інструкція зі складання типових форм із обліку та списання основних засобів, що належать установам і організаціям, які утримуються за рахунок коштів державного або місцевих бюджетів. Наказ Головного управління Держказначейства України та Держкомстату від 02.12.1997 № 125/70.

4. Про нарахування зносу на необоротні активи бюджетних установ. Лист Державного казначейства України від 20.12.05 № 07-04/2362-11163.

Особливості бюджетних установ, які є суттєвими при організації аудиту, виражаються у завданнях, які необхідно виконати під час проведення аудиту. У розрізі необоротних активів завдання аудиту виглядають таким чином [1]:

1) оцінка управління бюджетними коштами, що виділені на придбання, модернізацію та ремонт необоротних активів;

2) правильність ведення бухгалтерського обліку в аспекті руху необоротних активів і достовірність складеної фінансової і бюджетної звітності, що відображає цей рух необоротних активів;

3) досягнення економії бюджетних коштів, виділених на придбання та обслуговування необоротних активів, їх цільове використання, ефективність і результативність у діяльності розпорядників бюджетних коштів;

4) проведення аналізу й оцінки стану необоротних активів бюджетних установ;

5) запобігання порушенням бюджетного законодавства та забезпечення інтересів держави у процесі управління необоротними активами державної власності;

6) обґрунтованість планування надходжень і витрат бюджету у частині необоротних активів.

Отже, державний аудит необоротних активів бюджетних установ необхідно організовувати як фінансовий аудит, спрямований на запобігання фінансовим порушенням та забезпечення достовірності фінансової звітності у частині, пов'язаній з надходженням, використанням і списанням необоротних активів. Організовуючи аудит необоротних активів, як стратегічну основу потрібно закладати сприяння бюджетним установам у забезпеченні, по-перше, правильності ведення бухгалтерського обліку; по-друге, законності використання бюджетних коштів, державного і комунального майна; по-третє, складанні достовірної фінансової звітності; по-четверте, організації внутрішнього фінансового контролю в установі.

Аналізуючи проблеми сьогодення у сфері обліку в бюджетних установах, варто виділити ряд напрямків, які потребують уваги під час організації аудиту необоротних активів. Передусім, вбачаючи специфічність об'єкта дослідження, необхідно долучати до роботи аудиторів із належним рівнем професійної підготовки. Висока професійність у сфері аудиту підприємницької діяльності не гарантує ефективності проведення аудиту в бюджетній установі. До того ж для максимізації якості послуг варто забезпечувати обізнаність незалежних аудиторів, залучених до перевірки, зі згадуваними вище Міжнародними стандартами вищих органів державного аудиту (ISSAI). Окрім того, для повноцінної відповідності принципам незалежності варто залучати до командної роботи як спеціалістів Держфінінспекції, так і незалежних аудиторів, оскільки незалежність фахівців Держфінінспекції обмежена залежністю від уряду та інших державних органів, відсутністю процедури якості прийняття клієнта чи продовження співпраці, необхідністю наповнення державного бюджету тощо. Для ефективної організації аудиту, зокрема і необоротних активів, необхідно узгодження основних напрямів взаємодії правових актів державного фінансового контролю з актами інших підгалузей (сфер) фінансового права [5].

Таким чином, отримані результати проведеного дослідження свідчать про те, що професійна спільнота вчених-аудиторів усвідомлює важливість проведення незалежного державного аудиту необоротних активів у бюджетних установах. Незважаючи на різні трактування поняття організації аудиту, її мета та завдання у сутності зводяться до єдиного – забезпечення законності й ефективності використання державних чи комунальних коштів і майна, інших активів держави, правомірності фінансового управління і функціонування системи внутрішнього контролю. Основними особливостями в організації аудиту необоротних активів у бюджетних установах є специфічна концептуальна основа та характерні завдання для аудиту. Для подальшого вдосконалення організації пропонується впроваджувати орієнтацію на міжнародні стандарти державного аудиту та консолідацію зусиль Держфінінспекції та незалежних аудиторів.

Науковий керівник – канд. екон. наук, доцент Мултанівська Т. В.

Література: 1. Аудит. (Основи державного, незалежного професійного та внутрішнього аудиту) : підручник / За ред. проф. В. В. Немченко, О. Ю. Редько. – Київ : Центр учб. літ., 2012. – 540 с. **2.** Михайлов М. Г. Бухгалтерський облік у бюджетних установах : навч. посіб. / М. Г. Михайлов, М. І. Телегунь, О. П. Славкова. – Київ : Центр учб. літ., 2011. – 384 с. **3.** Бюджетний кодекс України [Електронний ресурс] : Закон України від 08.07.2010 № 2456-VI. – Режим доступу : http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/2456-17. **4.** Слободяник Ю. Б. Проблеми реалізації державного аудиту в Україні [Електронний ресурс] / Ю. Б. Слободяник. – Режим доступу : http://auditorukr.com.ua/news/information/problemi-realizatsiyi-derzhavnogo-auditu-v-ukrayini.html. **5.** Ковальчук М. К. Основні проблеми та напрями удосконалення фінансового контролю і аудиту в сучасних умовах [Електронний ресурс] / М. К. Ковальчук. – Режим доступу : http://ndi-fp.asta.edu.ua/thesis/38/#.VTTR-tLtmko.

ХАРАКТЕРИСТИКА СОВРЕМЕННОГО ЭТАПА РАЗВИТИЯ НЕОКЛАССИЧЕСКОЙ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ ДОКТРИНЫ

УДК 330.831

Грошевая Т. В.

Студент 2 курса
факультета учета и аудита ХНЭУ им. С. Кузнеца

Аннотация. *Рассмотрены современные монетарная теория, экономическая теория предложения и теория рациональных ожиданий, их изменения в современном обществе, преимущества и недостатки для сегодняшней экономики.*

Ключевые слова: *монетарная теория, теория предложения, теория рациональных ожиданий (ТРО).*

Анотація. *Розглянуто сучасні монетарна теорія, економічна теорія пропозиції та теорія раціональних очікувань, їх зміни в сучасному суспільстві, переваги та недоліки для сьогоднішньої економіки.*

Ключові слова: *монетарна теорія, теорія пропозиції, теорія раціональних очікувань (ТРО).*

Annotation. *This article deals with modern monetary theory, economic theory offers a school of rational expectations, their changes in modern society, the advantages and disadvantages of today's economy.*

Keywords: *monetary theory, the theory offers, the theory of rational expectations (TRE).*

Для того чтобы проанализировать изменения неоклассической экономической доктрины, рассмотрим монетарную теорию, теорию предложения и школу рациональных ожиданий с самого начала их существования по сегодняшний день, а также отношение современных экономистов к этим теориям.

Если рассматривать сущность монетаризма, то он исследует явления хозяйственной жизни преимущественно под углом зрения процессов, протекающих в сфере денежного обращения. В его основе лежит количественная теория денег, теория относительной цены А. Маршалла, теория рыночного равновесия Л. Вальраса.

Одно из основных ключевых положений монетаризма состоит в том, что деньги играют исключительно важную роль в изменении реального дохода, занятости и общего уровня цен.

В своей концепции относительно инфляции монетаристы проводят различие между ожидаемой и непредвиденной инфляцией. Первая предполагает долгосрочный темп роста цен, соответствующий рациональным ожиданиям агентов хозяйственной системы применительно к изменению цен. Под рациональными ожиданиями понимаются индивидуальные долгосрочные прогнозы динамики цен, которые используются для принятия рыночных решений о величине факторов производства [1].

Современные экономисты сейчас гораздо реже придерживаются определенных позиций монетаризма, чем раньше. На практике используются модели, которые более соответствуют статистике. Тем не менее, эта модель удачно применяется некоторыми странами для решения экономических вопросов. Например, британская версия монетаризма нашла свое отражение в политике М. Тэтчер.

Монетаризм оказался успешным в экономической практике многих регионов мира. Сотрудничая с национальными специалистами, эксперты монетаризма разрабатывают проекты выведения страны из кризиса. Например, Джеффри Сакс разработал на его основе шоковую терапию для Польши.

С помощью теорий монетаризма осуществлены такие процессы, как: преодоление депрессии и структурные преобразования в ряде развивающихся стран, «денежное оздоровление» Израиля, модернизация на рыночных рельсах стран Юго-Восточной Азии, Восточной Европы, в Венгрии, Чехии, Польше были созданы стартовые условия для экономического соревнования.

Монетаристская доктрина принята на вооружение такими международными организациями, как ОЭСР и МВФ. Последний осуществляет теперь экономические сопоставления на основе так называемых «естественных» обменных курсов, предложенных М. Фридманом.

Экономическая теория предложения оказала заметное влияние на формирование экономической политики администрации США в годы президента Р. Рейгана, а также правления М. Тэтчер в Англии [2].

У экономической теории предложения нет собственных ясно сформулированных методологической и идейной платформ. Сами сторонники теории предложения ограничивают ее концепциями, авторы которых стоят на позиции перехода к долгосрочному государственному регулированию предложения факторов.

© Грошевая Т. В., 2015

Главная причина довольно высокого авторитета теории предложения заключается в том, что ее сторонники сумели выработать конструктивные варианты решения многих проблем экономики Запада 70-х гг. Речь идет об утрате контроля над инфляцией, переплетении ее с растущей безработицей, длительном замедлении экономического роста, характерных в то время для некоторых развитых стран.

Экономическая теория предложения вызвала резкую критику со стороны известных западных авторов. По словам Дж. Гэлбрейта, экономическая теория предложения носит более чем преходящий характер. Низкую практическую эффективность экономики предложения отмечает американский экономист Б. Босворт. Хотя, по его мнению, проблема предложения ресурсов заслуживает большего внимания, авторы не сумели разработать обоснованных рекомендаций по ее реализации. Исключение составляет лишь рост инвестиций в результате налоговой реформы 1981 г.

Подытожив вышесказанное, можно сделать вывод, что экономическая теория предложения не пользуется популярностью среди современных экономистов.

Что касается теории рациональных ожиданий, то ее сторонники поставили своей целью разработать собственную теорию динамического равновесия, которая ответила бы на вопрос о причинах и степени колебаний основных экономических показателей, включая выпуск, масштабы занятости, цены, заработную плату [3].

В условиях глобального кризиса стало ясно, что информация, которой располагают рыночные субъекты для принятия решений, неполна и недостаточна. Нобелевские лауреаты 2004 г. Ф. Кидланд и Л. Прескотт показали, что денежно-кредитная система сама по себе не может изменить динамику развития экономики в соответствии с требованиями XXI века. Исследования не подтвердили выводы неоклассической теории рациональных ожиданий о том, что значения всех переменных, обуславливающих экономический рост, известны хозяйственным субъектам, а предложение труда определяется изменением ставок зарплаты.

В последние годы нобелевские премии получили Дж. Стиглиц и другие экономисты, доказавшие, что в условиях неравновесности и неопределенности информации нельзя полагаться на рациональность индивидуальных решений, нельзя сводить политэкономию к оптимизационной деятельности «экономического человека», игнорируя при этом закономерности группового поведения, роль общественных производительных сил и государства.

На сегодняшний день многие экономисты сомневаются в том, что люди в большинстве своем настолько хорошо осведомлены, насколько предполагает ТРО. Можно ли на самом деле думать, что потребители, производители и рабочие, например, в США, понимают, как функционирует экономика и каков будет результат решения Федеральной Резервной Системы, если утвердит увеличение темпов роста денежного агрегата М1 с 3,5 до 5 % в год [4]?

Другой важный довод, направленный против ТРО, состоит в том, что в действительности рынки не являются чисто конкурентными и, следовательно, не приспосабливаются мгновенно к меняющимся рыночным условиям.

Последним является то, что в противоположность предсказаниям ТРО имеется достаточно свидетельств воздействия экономической политики на реальный ВНП. Так, в период после Второй Мировой Войны, когда государство более активно проводило стабилизационную политику, наблюдались меньшие колебания реального объема производства, чем в предшествующие годы. Придерживающиеся общепринятой точки зрения экономисты приводят исследования, которые показывают, что кредитно-денежная политика и фискальная политика действительно изменяют уровни производства и занятости, а не просто поглощаются уровнем цен, как полагает ТРО.

Политика, которую вызвала ТРО, носила здоровый характер в том смысле, что она заставляла экономистов всех направлений переосмыслить некоторые фундаментальные аспекты макроэкономической теории. Благодаря ТРО экономисты и политики стали уделять больше внимания возможному влиянию ожидания на результаты изменения политики, связям между микро- и макроэкономическими теориями, а также проблемам доверия и устойчивости политики правительства [5].

Проанализировав этапы современного развития неоклассической экономической доктрины можно сделать вывод о том, что в современной экономике все же используются основы таких теорий, как монетарная, теория предложения и теория рациональных решений, экономисты ссылаются на ранее открытие законы и факты, при этом улучшая экономическую ситуацию в своей стране. Но также многие из них критикуют эти теории, считая, что экономика постоянно развивается, и ей нужны более свежие законы и закономерности, что они и подтверждают в своих исследованиях.

Научный руководитель – канд. экон. наук, преподаватель Фадеева Ю. В.

Литература: 1. Шмарловская Г. А. История экономических учений : учеб. пособие / Г. А. Шмарловская. – Минск : Новое знание, 2006. – 338 с. **2.** Бункина М. К. Монетаризм / М. К. Бункина. – М. : АО "ДИС, 1994. – 340 с. **3.** Худокормова А. Д. История экономических учений (современный этап) : учебник / А. Д. Худокормова. – М.: ИНФРА-М, 2002 – 733 с. **4.** Титова Н. И. История экономических учений : курс лекций / Н. И. Титова. – М.: Гуманит изд. центр ВЛАДОС, 2005. – 288 с. **5.** Агапова Т. А. Макроэкономика / Т. А. Агапова, С. Ф. Серегина – М. : Дело и сервис, 1999. – 25 с.

ПОЛИТИКА УСКОРЕННОЙ АМОРТИЗАЦИИ И ОСОБЕННОСТИ ЕЕ ПРИМЕНЕНИЯ НА ПРЕДПРИЯТИИ

УДК 658:330.142.211.4

Грошевая Т. В.

Студент 2 курса
факультета учета и аудита ХНЭУ им. С. Кузнеца

Аннотация. *Рассмотрена сущность амортизационной политики предприятия, а также выявлены преимущества ускоренной амортизации и особенности ее применения.*

Ключевые слова: *амортизация, предприятие, амортизационная политика, методы амортизации, норма амортизации.*

Анотація. *Розглянуто сутність амортизаційної політики підприємства, а також виявлено переваги прискореної амортизації та особливості її застосування.*

Ключові слова: *амортизація, підприємство, амортизаційна політика, методи амортизації, норма амортизації.*

Annotation. *The article considers the essence of the depreciation policy of the enterprise, and also identified the benefits of accelerated depreciation, and especially its application.*

Keywords: *amortization, the company, depreciation policy, depreciation methods, depreciation rate.*

В условиях становления рыночной экономики главной задачей является сохранение, техническое перевооружение и дальнейшее развитие материально-технической базы производства, важнейшей составляющей которой является основной капитал.

Основной капитал в ходе производственного использования подвергается физическому и моральному износу, источником возмещения которого являются амортизационные отчисления. Начисленные амортизационные суммы предназначены для финансирования ввода новой техники, воплотившей достижения современного научно-технического прогресса. Успешное внедрение достижений науки и техники в значительной степени определяется амортизационной политикой, которая оказывает непосредственное воздействие на формирование экономических условий воспроизводства средств труда. Несоответствие амортизационной политики реальным процессам, протекающим в экономике, приводит к деформациям в обороте основного капитала, замедлению ввода новой и вывода устаревшей техники.

Актуальность выбранной темы обусловлена той значимой ролью, которую играет оптимально сформированная амортизационная политика в производственных и воспроизводственных процессах как на отдельно взятом предприятии, так и в масштабах национальной экономики в целом [1].

Исследованием проблем применения различных методов амортизации занимались такие отечественные и зарубежные ученые как, Н. Хмелевский, П. Орлов, А. Никитин, В. Иванченко, В. Бочаров, В. Тунин, И. Панина, М. Бьюкенен, А. Берри и др.

© Грошевая Т. В., 2015

Целью данной работы является изучение методов ускоренной амортизационной политики и особенности ее применения на отечественных предприятиях.

Обоснованная амортизационная политика позволяет стимулировать обновление производственно-технической базы предприятий и обеспечить рост инвестиций. Данному процессу в полной мере соответствуют нормы ускоренной амортизации основных фондов. Ускоренная амортизация способствует своевременному обновлению как оборудования, так и продукции [2].

Однако следует обратить внимание на то, что применение норм ускоренной амортизации даёт преимущество лишь рентабельным предприятиям. Это обусловлено тем, что в первые годы эксплуатации оборудования значительно увеличивается себестоимость продукции за счёт больших амортизационных отчислений.

Ускоренная амортизация может осуществляться с помощью следующих методов: кумулятивного метода и метода ускоренного уменьшения остаточной стоимости.

Кумулятивный метод основан на использовании специальных коэффициентов списания, различных для каждого года. Коэффициент списания равен отношению оставшегося срока полезного использования актива, включая текущий год, к сумме лет.

Норма амортизации для каждого года эксплуатации различна. Самая большая сумма годовой амортизации по этому методу начисляется в первом году эксплуатации объекта основных средств, в каждом следующем году сумма амортизации уменьшается по сравнению с предыдущим.

Остаточная стоимость уменьшается на сумму начисленной амортизации до достижения ликвидационной стоимости объекта.

Как показывает практика работы предприятий, преимуществами данного метода является:

– обеспечение полного возмещения первоначальной стоимости объекта основных средств к концу срока эксплуатации;

– рациональность в использовании;

– в первые годы эксплуатации объекта происходит накопление денежных средств с целью ускоренного восстановления основных средств.

Рассматривая данный метод, также необходимо обратить внимание на такие его недостатки, как:

– ежегодная норма амортизации (кумулятивный коэффициент) не является фиксированной величиной;

– срок эксплуатации объекта должен измеряться только целым числом лет [3].

Если рассматривать метод ускоренного уменьшения остаточной стоимости, то он состоит в том, что норма амортизации метода прямолинейной амортизации умножается на коэффициент акселерации и применяется к остаточной стоимости актива. Достаточно часто используется удвоенная норма амортизации. Для расчета величины амортизации используется следующая формула:

$$Амортизация = 2 \times N \times (Нач.\ стоимость - Накопл.\ износ),$$

где N – норма амортизации [4].

При применении данного метода ликвидационная стоимость во внимание не принимается, за исключением последнего года, когда сумма амортизации ограничена величиной, необходимой для уменьшения остаточной стоимости актива до ликвидационной.

Этот метод применяют в случае, если планируют, что эффективность объекта основных средств на начало эксплуатации будет намного выше, чем на конец эксплуатации, и если расходы на обслуживание в процессе эксплуатации значительно вырастут.

Недостатки этого метода, включая достаточно сложные формулы, существенные. Связаны они с методикой расчетов: при использовании рассматриваемого метода ликвидационная стоимость не может приравниваться к нулю. Ведь результатом деления нулевого значения ликвидационной стоимости на первоначальную стоимость также будет ноль [5].

Метод ускоренного уменьшения остаточной стоимости и кумулятивный метод амортизации являются наиболее прогрессивными с точки зрения методологии бухгалтерского учета. Целесообразность использования этих методов объясняется следующим:

1) в первые годы амортизируется большая стоимость объекта, когда интенсивность его использования максимальна;

2) в первые годы накапливаются денежные средства для замены амортизируемого объекта;

3) обеспечивается возможность увеличения части расходов на ремонт амортизируемых объектов, приходящихся на последние годы использования их без соответствующего увеличения расходов производства (себестоимости продукции) за счет того, что сумма начисляемой амортизации в эти годы уменьшается [6].

Основная причина, по которой предприятия используют ускоренную амортизацию, состоит в стремлении сохранить максимальное количество денежных ресурсов путем экономии суммы налога на прибыль.

На основании проведенных расчётов можем утверждать, что в основном экономия имеет место в первые годы эксплуатации. В последующие годы предприятию придется платить более высокую сумму налога на прибыль, что арифметически компенсирует налоговую экономию в первые годы. Тем не менее, это выгодно предприятию, поскольку позволяет удерживать денежные средства в первые годы эксплуатации актива и использовать их с целью получения дополнительной прибыли [7].

Целесообразность ускоренной амортизации на предприятии состоит в следующем.

Во-первых, в первой половине срока эксплуатации оборудования за счёт увеличения амортизационных отчислений увеличивается себестоимость продукции, следовательно, уменьшается налогооблагаемая прибыль и налог на прибыль. Поэтому в распоряжении предприятия остаётся больше средств для финансирования технического развития и обновления основных фондов.

Во-вторых, большие амортизационные отчисления способствуют росту инвестиций и процессу обновления парка оборудования предприятий.

В-третьих, метод ускоренной амортизации позволяет быстрее перенести на издержки предприятия износ оборудования. Это особенно важно, так как оборудование может износиться морально быстрее, чем физически. В случае быстрого морального старения этого оборудования, быстрее создаётся резерв для его замены [8].

Таким образом, ускоренная амортизационная политика предприятия имеет множество преимуществ по сравнению с другими методами начисления амортизации, а именно: экономия налоговых отчислений, рост инвестиций и процесса обновления парка оборудования предприятий, быстрый процесс переноса на издержки предприятия износа оборудования. Для выбора наиболее эффективного метода ускоренной амортизации предприятия должны ориентироваться на вышеперечисленные преимущества и выбирать из них более рациональный с целью эффективного воспроизводства основных фондов.

Научный руководитель – канд. экон. наук, доцент Гиль С. Е.

Литература: 1. Бакаев А. С. Некоторые вопросы учета основных средств / А. С. Бакаев // Бухгалтерский учет. – 2009. – №3. – С. 14 – 19. **2.** Бухгалтерский учет [Электронный ресурс]. – Режим доступа : http://xreferat.ru/14/3964-9-buhgalterskiiy-uchet.html. **3.** Собко В. В. Бухгалтерский учет : учеб. пособие / В. В. Собко. – Киев : КНЭУ, 2010. **4.** Будякова М. В. Проблемы и перспективы совершенствования амортизационной политики / М. В. Будякова // Вестник Таганрогского института управления и экономики. – 2010. – № 2. – С. 1–6. **5.** Сухов М. В. Амортизация основных средств и нематериальных активов / М. В. Сухов // Главбух. – 2012. – № 5. – С. 53–61. **6.** Захарова И. В. Бухгалтерский учет амортизации: начисление амортизации и износа / И. В. Захарова. – М. : Экзамен, 2005. – 256 с. **7.** Юшко С. В. Амортизація основних фондів у податковому обліку: критичний погляд на проблему / С. В. Юшко // Фінанси України. – № 10. – 2008. – С. 80–88. **8.** Орлов П. А. Влияние государственной амортизационной политики на формирование конкурентных преимуществ промышленных предприятий и оценку их затрат на производство и реализацию продукции / П. А. Орлов, С. П. Орлов, А. Ю. Орлова. – Харьков : ФЛП Александрова К. М. ; ИД «ИНЖЭК», 2010. – С. 178–201.

ВДОСКОНАЛЕННЯ ОРГАНІЗАЦІЇ АУДИТУ ГРОШОВИХ КОШТІВ У СФЕРІ СІЛЬСЬКОГО ГОСПОДАРСТВА

УДК 657.63

Гужва А. В.

Студент 4 курсу
факультету обліку і аудиту ХНЕУ ім. С. Кузнеця

Анотація. *Розглянуто методологічні основи аудиту грошових коштів у сфері сільськогосподарських підприємств. Узагальнено та систематизовано основні порушення сільськогосподарських виробників у цій сфері.*

Ключові слова: *кошти, аудит, виробники, сільське господарство, каса.*

Аннотация. *Рассмотрены методологические основы аудита денежных средств в сфере сельскохозяйственных предприятий. Обобщены и систематизированы основные нарушения сельскохозяйственных производителей в данной сфере.*

Ключевые слова: *средства, аудит, производители, сельское хозяйство, касса.*

Annotation. *The article describes the methodological basis for the audit of funds in the field of agricultural enterprises. Generalized and systematized the main violations of agricultural producers in this field.*

Keywords: *money, audit, manufacturers, agriculture, cash box.*

Постановка проблеми. Стан обліку й аудиту грошових коштів у сільському господарстві вимагає значної уваги та перевірки з боку власників та керівників, тому ця проблема є актуальною.

Аналіз основних досліджень і публікацій. Дослідженню проблем аудиту грошових коштів приділили багато уваги у своїх працях такі вітчизняні вчені, як Ф. Бутинець, Н. Дорош, О. Петрик, Л. Кулаковська, В. Савченко, П. Сук та ін. Однак проблеми проведення аудиту грошових коштів на сільськогосподарських підприємствах досі залишаються дискусійними і потребують подальших досліджень і знаходження їх вирішення.

Постановка завдання. Метою роботи є покращення умов проведення аудиту грошових коштів, визначення напрямів його проведення, а також виявлення основних порушень обліку грошових коштів сільськогосподарського підприємства.

Виклад основного матеріалу дослідження. Важливою складовою аудиторської перевірки фінансово-господарського стану сільськогосподарського підприємства є аудит грошових коштів, який проводиться за багатьма напрямками. Наприклад, такими як: аудит касових операцій; аудит операцій на поточному рахунку; аудит операцій на валютному й інших рахунках у банках (рис. 1). Досліджуючи ці напрямки, можна дійти висновку про доцільність та ефективність використання грошових коштів клієнтом.

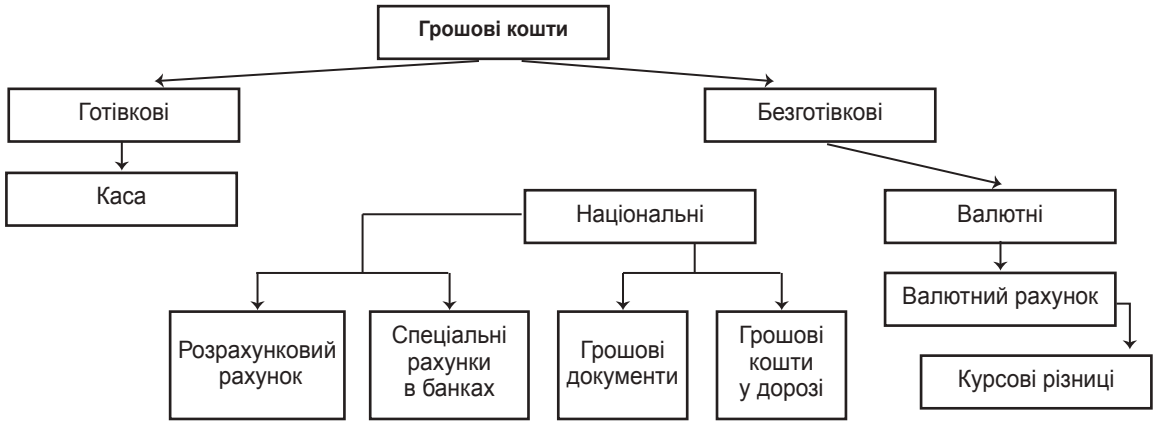

Рис. 1. **Напрями проведення аудиту грошових коштів**

У процесі аудиту операцій з грошовими коштами в цілому необхідно розв'язати такі основні завдання:

– ознайомитися з умовами зберігання готівки та інших грошових документів у касі;

– вивчити фактичний порядок документального оформлення операцій з надходження і вибуття грошових коштів, ведення касової книги та книги реєстрації грошових документів, обліку касових операцій;

© Гужва А. В., 2015

– установити законність і достовірність операцій з надходження і списання коштів із банківських рахунків, а також правильність їх відображення [1, с. 304].

Для проведення аудиту грошових коштів аудитор може використовувати такі джерела інформації:

– первинні документи з обліку грошових коштів;

– облікові регістри, що використовуються для відображення господарських операцій з обліку коштів;

– акти та довідки попередніх ревізій, аудиторські висновки, іншу документація, що узагальнює результати контролю;

– головну книгу;

– звітність сільськогосподарського підприємства [2].

Під час проведення аудиторської перевірки бухгалтерські документи можуть вивчатись як у хронологічній послідовності, так і за групами якісно однорідних господарських операцій. Аудитори використовують різні методи фактичного і документального контролю. Вибір методів і техніка проведення аудиту залежить від таких чинників: особливості роботи сільськогосподарського підприємства, форми ведення бухгалтерського обліку, фінансового стану сільськогосподарського підприємства, програми аудиту, обсягу документообігу та ін.

Як приклад, до методів аудиту можна віднести: зустрічну перевірку, взаємне звіряння внутрішніх документів сільськогосподарського підприємства, контрольні порівняння та ін. Вищезазначена методика проведення аудиту грошових коштів спільна для всіх їх видів, але особлива увага приділяється специфіці кожного з них.

Так, під час перевірки касових операцій особливу увагу необхідно звертати на виявлення повноти, своєчасності і правильності оприбуткування готівки (надходжень з банку, повернення підзвітних сум, виручки, внесків орендної плати й інших позареалізаційних доходів).

Аудитор повинен ретельно перевірити повноту оприбуткування виручки від реалізації продукції основного виробництва, послуг допоміжних та обслуговуючих виробництв, житлово-комунального господарства.

Найбільш характерними порушеннями обліку грошових коштів у касі сільськогосподарського підприємства є:

– наявність понадвстановлених норм витрачання касової виручки;

– випадки несвоєчасної здачі виручки в банк;

– допущення залишку готівки в касі понад встановлений ліміт;

– нецільове витрачання отриманих у банку грошей;

– видача готівки з каси у позику іншим організаціям;

– пряме розкрадання грошових коштів;

– навмисне спотворення підсумків у касових документах, звітах;

– витрата грошових коштів без підстав або за підробленими документами;

– присвоєння депонованої заробітної плати і коштів, нарахованих за іншими підставами;

– некоректне відображення касових операцій у регістрах синтетичного обліку.

Всі випадки неповного набору документів по касових операціях на сільськогосподарському підприємстві мають бути зафіксовані аудитором. За ним підраховують підсумок, який порівнюють з кредитовим оборотом по рахунку 30 "Каса" [3, с. 12].

Розрахунки між організаціями проводяться переважно у безготівковій формі. Безготівкові розрахунки ведуться шляхом перерахування грошових коштів із рахунку платника на рахунок одержувача за допомогою різних банківських операцій, що заміщають готівкові гроші в обороті.

Метою аудиторської перевірки операцій на розрахунковому, валютному та інших рахунках у банку перш за все є формування інформації про достовірність бухгалтерської звітності за розділом "Грошові кошти" та відповідності методики обліку грошових коштів на рахунках в банку, яка застосовується, чинним в Україні нормативним документам. Ведеться перевірка повноти і правильності синтетичного обліку операцій по кожному рахунку, відкритому в банку [4, с. 16–18].

Аудиторська перевірка стану обліку грошових коштів на розрахунковому рахунку починається з того, що аудитору слід визначити перелік рахунків: розрахункових, валютних, позичкових, поточних та інших, які можуть бути відкриті сільськогосподарським підприємством у комерційних банках. Якщо такі рахунки присутні, аудитор повинен бути переконаний в тому, що по кожному з них є договір і офіційне повідомлення органів податкової служби.

Перевіряючи повноту зарахування грошових коштів, перерахованих покупцями і замовниками в оплату поставлених матеріально-виробничих запасів, виконаних робіт і наданих послуг, необхідно звірити записи за де-

бетом рахунку 31 "Поточний рахунок" з кредитовими записами облікових регістрів по рахунках 36 "Розрахунки з покупцями і замовниками", 37 "Розрахунки з різними дебіторами і кредиторами" [5, с. 38–46].

Надходження грошових коштів від фінансово-кредитних організацій у вигляді кредитів перевіряють шляхом зустрічної звірки записів по регістрах бухгалтерського обліку за рахунками 50 "Розрахунки по короткострокових кредитах і позиках", 60 "Розрахунки по довгострокових кредитах і позиках", 31 "Поточний рахунок", а також звірки виписок і прикладених до них документів. Особливу увагу аудитору слід приділити перевірці повноти оприбуткування готівкових коштів, що здаються в касу банку (кредитної організації). Перерахування коштів із розрахункового рахунку в погашення заборгованості постачальникам слід аналізувати в розділі аудиту розрахункових операцій за рахунком 63 "Розрахунки з постачальниками та підрядниками", щоб встановити, наскільки доцільно вони використані.

Необхідно детально перевірити операції по рахунку 31 "Поточний рахунок" у зіставленні з рахунками обліку витрат (23 "Виробництво", 91 "Загальногосподарські витрати" та ін.), оскільки в цьому випадку може бути виявлена операція з перерахування коштів за невиконані роботи, ненадані послуги [4, с. 43–47]. Виявлені під час перевірки операцій по розрахунковому рахунку порушення аудитор фіксує в робочій документації і відображає в довідці (звіті) з результатами цього розділу аудиторської перевірки.

Аудит операцій на валютних рахунках здійснюється окремо по кожному валютному рахунку, відкритому сільськогосподарським підприємством у банківській установі, в тому числі і за кордоном. Для перевірки повноти зарахування виручки порівнюють суму валютної виручки, що надійшла протягом року, з вартістю експортованого товару [5, с. 67].

При перевірці операцій на валютних рахунках сільськогосподарських підприємств аудитор повинен звернути увагу на:

– дотримання правового режиму поточних валютних операцій і валютних операцій, пов'язаних із рухом капіталу;

– проведення валютних операцій через уповноважені банки, що мають ліцензії НБУ на здійснення валютних операцій;

– наявність дозволів та ліцензій НБУ, що надаються уповноваженому банку на проведення окремих операцій;

– здійснення розрахунків в іноземній валюті юридичними особами-резидентами в межах наявних у їхньому розпорядженні валютних коштів, які повинні мати легальне походження [6, с. 4].

Висновки. На сьогодні аудитору необхідно більш ретельно здійснювати перевірку обліку грошових коштів сільськогосподарських підприємств, порушення яких оцінюються аудитором з точки зору того, який вплив вони мали на фінансові (звітні) показники організації і на обчислення оподаткованої бази відповідних податків. Наслідки виявлених порушень, які мали істотний або несуттєвий характер, визначаються за допомогою встановленого аудитором рівня суттєвості. Порушення та виявлені через них суми збитку рекомендується оформити у вигляді протоколу порушень.

Науковий керівник – канд. екон. наук, викладач Дейнеко Є. В.

Література: 1. Огійчук М. Ф. Аудит: організація і методика : навч. посіб. / М. Ф. Огійчук, І. Т. Новіков, І. І. Рагуліна. – Київ : Алерта, 2010. – 584 с. **2.** Про затвердження Положення про ведення касових операцій у національній валюті в Україні [Електронний ресурс] : Постанова Правління НБУ від 15.12.2004 № 637. – Режим доступу : http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/z0040-05. **3.** Про затвердження Інструкції про порядок відкриття, використання і закриття рахунків у національній та іноземних валютах [Електронний ресурс] : Постанова Правління НБУ від 12.11.2003 № 492. – Режим доступу : http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/z1172-03. **4.** Гайдай Н. Методика операционной проверки денежных активов / Н. Гайдай, С. Черная // Бухгалтерский учет и аудит. – 2008. – № 5. – С. 43–47. **5.** Аудит : підручник / Г. М. Давидов, І. Г. Давидов, Ю. Г. Давидов та ін. ; за ред. Г. М. Давидова, М. В. Кужельного. – Київ : Знання, 2009. – 495 с. **6.** Висновок про проект Закону України «Про внесення змін до деяких законодавчих актів України щодо провадження аудиторської діяльності» // Аудитор України. – 2012. – № 4 (198). – С. 3–8.

ФОРМУВАННЯ ФІНАНСОВОЇ СТРАТЕГІЇ НА ОСНОВІ ПОЗИЦІОНУВАННЯ В МАТРИЦІ ФІНАНСОВОЇ РІВНОВАГИ

УДК 658.15:005.21

Гуленко Г. П.

Магістрант 1 року навчання
фінансового факультету ХНЕУ ім. С. Кузнеця

Анотація. *Розглянуто сутність та ефективність застосування такого методу стратегічного аналізу, як матриця фінансових стратегій Ж. Франшона та І. Романе, на прикладі ювелірного підприємства ТОВ «АЗУРИТ ГРАНД»; надано рекомендації щодо формування оптимальної фінансової стратегії, а також планування майбутнього становища підприємства.*

Ключові слова: *стратегія підприємства, матриця, результат господарської діяльності, результат фінансової діяльності, результат фінансово-господарської діяльності.*

Аннотация. *Рассмотрена сущность и эффективность такого метода стратегического анализа, как матрица финансовых стратегий Ж. Франшона и И. Романе, на примере ювелирного предприятия ООО «АЗУРИТ ГРАНД»; даны рекомендации по формированию оптимальной финансовой стратегии, а также планированию состояния предприятия в будущем.*

Ключевые слова: *стратегия предприятия, матрица, результат хозяйственной деятельности, результат финансовой деятельности, результат финансово-хозяйственной деятельности.*

Annotation. *The essence and effectiveness of this method of strategic analysis, a matrix of financial strategies Franshona J. and J. Romano for example, Ltd. "Azurite HRANL" and recommendations on the formation of optimal financial strategy.*

Keywords: *enterprise strategy, matrix, the result of economic activity, financial performance, financial and economic activity.*

Актуальність цієї теми обумовлена тим, що, сучасна економіка формує нові вимоги до підприємств. Вони обумовлюються жорсткою конкуренцією та високими вимогами до якості продукції, а також необхідністю швидко реагувати на зміни у зовнішньому та внутрішньому середовищах діяльності підприємства. Необхідною умовою для досягнення мети є фінансова стратегія. Фінансова стратегія підприємства – довгострокова ціль фінансової діяльності підприємства та досягнення її найбільш ефективними шляхами.

Питання розробки та реалізації фінансової стратегії підприємства висвітлено у працях таких вітчизняних і зарубіжних учених, як: Бланк І. [2], Портер М. [3], Бутиріна В., Ансофф І. [4], Іванюта С. [5], Гриньов А. [6], Ткачук І. [7] та ін.

Однією з найвідоміших стратегічних фінансових моделей є матриця фінансових стратегій Ж. Франшона та І. Романе. Вона характеризується як високоефективна модель стратегічного управління фінансами компанії, що дозволяє генерувати об'єктивний і максимально інформативний висновок про фінансові перспективи підприємства [2].

Ця модель дозволяє не тільки визначити поточне положення підприємства з точки зору фінансового ризику, але й розглядати ситуацію в динаміці, щоб дозволити прогнозувати зміни фінансової стратегії залежно від зміни важливих показників діяльності, а також планувати майбутнє становище компанії, цілеспрямовано змінюючи ці показники та знижуючи рівень фінансового ризику [4].

Для визначення позиції підприємства у матриці фінансових стратегій необхідно обчислити ключові показники: результат господарської діяльності; результат фінансової діяльності; результат фінансово-господарської діяльності.

До фінансової діяльності відносять суми, отримані у вигляді надходжень власних коштів (емісія акцій), позикових коштів і відрахування, пов'язані з вартістю придбаного позикового капіталу.

Результат господарської діяльності (РГД) є сумою коштів, яка залишається у розпорядженні підприємства після фінансування виробничого розвитку. РГД визначається за формулою 1.

$$РГД = БР - \Delta ФЕП - \Delta ОФ + ІД, \quad (1)$$

де $БР$ – брутто-результат від експлуатації інвестицій;

$\Delta ФЕП$ – зміна фінансово-експлуатаційних потреб;

© Гуленко Г. П., 2015

$\Delta ОФ$ – зміна первісної вартості основних фондів за звітний період;

ІД – інші доходи.

РГД свідчить про ліквідність підприємства після фінансування всіх витрат, пов'язаних із його розвитком. Позитивне значення цього показника дає підстави готуватися до реалізації масштабних інвестиційних проектів (підприємство стоїть перед стрибком постійних витрат, що значною мірою може бути компенсоване саме позитивним значенням РГД) [8].

РГД свідчить про ліквідність підприємства після фінансування всіх витрат, пов'язаних із його розвитком. Позитивне значення цього показника дає підстави готуватися до реалізації масштабних інвестиційних проектів.

Результат фінансової діяльності відображає зміну обсягу заборгованості підприємства, скориговану на обсяг фінансових витрат, дивідендних і податкових виплат. Додатне значення РФД свідчить про залучення додаткових джерел фінансових ресурсів, незважаючи на їх платність. РФД визначається за формулою 2:

$$РФД = \Delta ПК - Вф - ПП - Д + Дук - Вук - ФІд + Дф, \quad (2)$$

де $\Delta ПК$ – зміна позикового капіталу за звітний період;

Вф – фінансові витрати;

ПП – податок на прибуток від звичайної діяльності;

Д – виплачені дивіденди;

Дук – дохід від участі в капіталі;

Вук – втрати від участі в капіталі та інші витрати;

ФІд – довгострокові фінансові інвестиції;

Дф – інші фінансові доходи.

Результат фінансово-господарської діяльності (РФГД) показує величину і динаміку грошових коштів підприємства після здійснення всього комплексу інвестиційно-виробничої та фінансової діяльності фірми [8] та розраховується за формулою:

$$РФГД = РГД + РФД, \quad (3)$$

де *РГД* – результат господарської діяльності;

РФД – результат фінансової діяльності.

Коефіцієнти матриці фінансових стратегій ТОВ «АЗУРИТ ГРАНД» у 2012–2014 рр. наведені у табл. 1.

Таблиця 1

Розрахунок фінансових показників ТОВ «АЗУРИТ ГРАНД»

Показники	2012 рік	2013 рік	2014 рік
Результат господарської діяльності (РГД)	88032	9489	-77845
Результат фінансової діяльності (РФД)	-1477	-17240	-48144
Результат фінансово-господарської діяльності (РФГД)	86555	-7751	-125989

На основі розрахунку цих показників підприємство відносять до одного з квадрантів матриці фінансових стратегій (табл. 2).

Позиціонування досліджуваного підприємства наведено у табл. 3.

Таблиця 2

Матриця фінансових стратегій Франшона-Романе

Значення показника	РФД<0 (гальмування)	РФД = 0 (стабілізація)	РФД>0 (зростання)
РГД>0 (повільне зростання)	1. РФХД=0 «Батько родини»	4. РФХД>0 «Рантьє»	6. РФХД>0 «Холдинг»
РГФ=0 (оптимальне зростання)	7. РФХД<0 «Епізодичний дефіцит»	2. РФХД=0 «Стійка рівновага»	5. РФХД>0 «Атака»
РГД<0 (форсоване зростання)	9. РФХД<0 «Криза»	8. РФХД<0 «Дилема»	3. РФХД=0 «Нестійка рівновага»

Таблиця 3

Позиціонування ТОВ «АЗУРИТ ГРАНД» у матриці фінансових стратегій у 2012–2014 рр.

Показники	РФД<0	РФД = 0	РФД>0
РГД>0	1 2013рр.	4 2012 р.	6
РГФ=0	7	2	5
РГД<0	9 2014р.	8	3

На основі отриманих результатів можна дійти висновку про те, що аналізоване підприємство протягом 2012 р. знаходиться у 4 квадранті, у підприємства існують вільні кошти для здійснення проектів при використанні позикового капіталу. Тобто підприємство знаходиться на позиції успіху. У 2013 році підприємство знаходить у квадранті «Батько родини», тобто рівновага підприємства. Цей квадрант характеризує ефективну господарську діяльність, наявність умов для самофінансування та розвитку, зменшення заборгованості за рахунок фінансового результату від господарської діяльності.

Позиція, яку займає підприємство у 2014 році, має варіанти зміни, які відповідають квадрантам 7 та 8. Перехід до квадранта 7 матиме місце у випадку подальшої відмови від використання позикових коштів у наявних обсягах при незмінному результаті від господарської діяльності та засвідчить дефіцит ліквідних коштів. Зміна позиції підприємства у межах діагоналі матриці не призведе до розбалансування фінансових потреб і можливостей. Для покращення свого становища треба забезпечити збереження платоспроможності, а також посилення можливостей активної експансії, виробничі потреби повністю забезпечуються власними фінансовими ресурсами, це дозволить скоротити дефіцит, пов'язаний зі зниженням рівня економічної прибутковості.

Отже, цей метод дозволяє оцінити фінансовий стан і стратегічну фінансову діяльність підприємства загалом. Комплексний матричний аналіз допомагає оцінити фінансову стратегію підприємства.

Використання цієї матриці дає можливість підприємству адекватно приймати рішення щодо комплексного використання всіх фінансових ресурсів, спрямованих на досягнення цілей фінансової стратегії. У межах цієї матриці можна вирішити проблему реалізації фінансової стратегії у динаміці, що дає можливість визначити пріоритетні сфери фінансового розвитку та модифікувати фінансову стратегію в результаті зміни параметрів функціонування підприємства.

Науковий керівник – докт. екон. наук, професор Журавльова І. В.

Література: 1. Мартюшева Л. С. Роль і місце фінансової стратегії в системі базових та функціональних стратегій / Л. С. Мартюшева, О. О. Галєєва // Вісник Університету Банківської справи Національного Банку України. – 2011. – № 3 (12). – С. 121–124. **2.** Ансофф И. Стратегическое управление [Електронний ресурс] / И. Ансофф. – 2007. – Режим доступу : http://library.oseu.edu.ua/docs/Ansoff.pdf. **3.** Бланк И. А. Финансовый менеджмент : учеб. курс / И. А. Бланк. – Київ : Ника-Центр, 2004. – 659 с. **4.** Бутиріна В. М. Визначення фінансової стратегії розвитку підприємства / В. М. Бутиріна, Г. А. Верещаєва // Науковий вісник НЛТУ України. – 2011. – № 21. – С. 177–182. **5.** Ансофф И. Стратегическое управление / И. Ансофф. – М. : Экономика, 1998. – 519 с. **6.** Гриньов А. В. Якість формування фінансової стратегії підприємства / А. В. Гриньов, О. М. Ястремська // Фінанси України. – 2006. – № 6. – С. 121–128.

ПРОБЛЕМА ОПРЕДЕЛЕНИЯ КРИТЕРИЕВ НАУЧНОСТИ В НЕОПОЗИТИВИЗМЕ

УДК 168

Гунько Е. В.

Студент 2 курса
факультета экономической информатики ХНЭУ им. С. Кузнеца

Аннотация. *Рассмотрена проблема определения критериев научного знания. Уделено внимание попыткам неопозитивистов строго разграничить научное и ненаучное знание; сделан вывод о том, что они оказались неудачными. Найденные критерии являются идеальными нормами, которые не отражают реальную ситуацию в науке.*

Ключевые слова: *наука, критерии научного знания, верификация, неопозитивизм.*

Анотація. *Розглянуто проблему визначення критеріїв наукового знання. Приділено увагу спробам неопозітівістів строго розмежувати наукове і ненаукове знання; зроблено висновок, що вони виявилися невдалими. Знайдені критерії є ідеальними нормами, які не відображають реальну ситуацію в науці.*

Ключові слова: *наука, критерії наукового знання, верифікація, неопозитивізм.*

Annotation. *The article deals with the problem of determining the criteria of scientific knowledge. The author focuses on the attempts of the neopositivists to distinguish strictly scientific and non-scientific knowledge and comes to the conclusion that they were unsuccessful. The proposed criteria are ideal standards that do not reflect the real situation in science.*

Keywords: *science, criteria of scientific knowledge, verification, neopositivism.*

Процесс возникновения и развития научного знания всегда интересовал представителей философии. Как осуществляются научные открытия? Почему одни из них признаются научными, а другие нет? Все зависит от того, соответствует ли знание критериям научности, которые в 20–30 годы XX века были впервые сформулированы неопозитивистами.

Критерии научности – это совокупность признаков, которые специфицируют научное знание. То есть существует ряд требований, которым должно удовлетворять научное знание, иначе оно не может называться таковым. К основным из этих критериев можно отнести: истинность, проблемность, обоснованность, проверяемость, системность и прогрессизм (самосовершенствование). Все они достаточно очевидны, но в действительности все не так тривиально. К примеру, если рассматривать критерий системности, который утверждает, что научное знание должно быть структурированно и логически организованно, то при оценке того или иного научного знания системность достаточно легко выявить. Однако этого нельзя сказать о критерии проверяемости, который утверждает, что, для того чтобы признать знание научным, оно должно быть эмпирически проверяемым. Очевидно, что далеко не любое научное знание может быть подтверждено опытным путем, соответственно, мы не можем принимать это знание за основу для выведения других научных утверждений. Другими критериями, которые также вызывают трудности при доказательстве, являются истинность и обоснованность научного знания. Мы не можем отождествлять научность и истинность, поскольку абсолютно истинного знания в науке не существует. Также мы не можем абсолютизировать обоснованность, поскольку не каждое высказывание может и должно быть доказано, а наука зачастую опирается на ненаучные предпосылки, которые принимаются без доказательства. Но как тогда возможно выявить истинное и обоснованное научное знание, основываясь на неистинных и необоснованных утверждениях?

Неопозитивисты – одни из первых философов, которые поставили перед собой задачу выработать принципы проверки научных высказываний и сформулировать формально-логические критерии размежевания научного и ненаучного знания. Научным считалось то знание, которое соответствует миру фактов и событий. Философия наукой не признавалась, поскольку отвергалась сама возможность теоретического познания мировоззренческих проблем. Р. Карнап говорил: «Истинность философских положений нельзя обосновать, потому что они бессмысленны» [1].

Для того чтобы выяснить, соответствует ли знание критериям истинности, обоснованности и проверяемости, Л. Витгенштейн, Б. Рассел и Р. Карнап предложили использовать принцип верификации, выражающийся в возможности проверки научного знания путем сопоставления его с эмпирическими данными [2]. Таким образом, научными можно считать только те знания, содержание которых можно обосновать протокольными предложениями, истинность которых несомненна, так как соответствует наблюдаемой действительности [3].

© Гунько Е. В., 2015

Данный способ выявления критериев научности практически сразу столкнулся с критикой, которая выявила его изъяны. Проблема состояла в том, что наука не может развиваться только на основе опыта, так как часто предполагает получение результатов, которые несводимы к опыту и не выводимы из него. Кроме того, сам принцип верифицируемости не верифицируем, а следовательно, его также следует отнести к бессмысленным.

К. Поппер, представитель критического рационализма, для проверки критериев научности предложил принцип фальсифицируемости, который заключался в попытке опровержения научных предположений. Например, из общих положений теории выводились следствия, и если хотя бы одно из них было опровергнуто, то оно фальсифицировало всю систему [3]. Но очевидно, что реальная научная практика чрезвычайно часто противоречит требованию фальсификации, поскольку ни одна научная теория в науке не считается сразу же опровергнутой, если обнаружен противоречащий ей эмпирический факт. Ученые сплошь и рядом игнорируют данные, которые несовместимы с принятой системой научных знаний, надеясь на то, что в итоге эти данные окажутся ошибочными или не относящимися к делу.

Так как же определить критерии научности? Исходя из каких факторов можно признать знание научным? Применяя принцип верификации к теории Дарвина, можно заключить вывод, что она ненаучна, ведь за сотни лет никто так и не смог её подтвердить. Но, используя принцип фальсификации, опровергнуть мы тоже её не можем. Человечество построило сотни научных исследований на основе теории Дарвина, так и не определившись, научна она или нет.

К сожалению неопозитивисты так и не нашли точного ответа на этот вопрос, поскольку невозможно выявить идеально-научное знание. Все вышеизложенные критерии являются идеальными нормами. В каждой отрасли мы можем выделить критерии, которые играют главную роль. В физике – проверяемость, в математике – истинность, а в истории – системность. Однако одновременное наличие всех этих критериев в научном знании невозможно.

Научный руководитель – канд. экон. наук, доцент Потоцкая Ю. И.

Литература: 1. Руднев В. Венский Кружок: Энциклопедия логического позитивизма» [Электронный ресурс] / В. Руднев. – Режим доступа : http://www.ruthenia.ru/logos/number/2001_4/14.htm. **2.** Апель К.-О. Трансформация философии / К.-О. Апель. – М. : Логос, 2001. – 344 с. **3.** Проблема демаркации [Электронный ресурс] / Википедия – свободная энциклопедия. – Режим доступа : https://ru.wikipedia.org/wiki/Проблема_демаркации.

ДІЯЛЬНІСТЬ БАНКІВ НА ВАЛЮТНОМУ РИНКУ УКРАЇНИ

УДК 336.748 (477)

Гура В. О.

Студент 4 курсу
фінансового факультету ХНЕУ ім. С. Кузнеця

Анотація. *Досліджено сутність поняття валютного ринку, визначено основні тенденції його розвитку під впливом зовнішніх і внутрішніх факторів. Виділено основні перешкоди розвитку валютного ринку та запропоновано шляхи вдосконалення проведення валютних операцій суб'єктами валютного ринку.*

Ключові слова: *валютний ринок, валютні операції, валютні інтервенції, іноземна валюта, курс валют, валютна політика.*

Аннотация. *Исследована сущность понятия валютного рынка, определены основные тенденции его развития под воздействием внешних и внутренних факторов. Выделены основные преграды развития валютного рынка и предложены пути совершенствования проведения валютных операций субъектами валютного рынка.*

© Гура В. О., 2015

Ключевые слова: *валютный рынок, валютные операции, валютные интервенции, иностранная валюта, курс валют, валютная политика.*

Annotation. *In the article the nature of foreign exchange market and the main trends of development under the influence of external and internal factors were explored. The barriers of development of Ukrainian foreign exchange market were selected and ways to improve currency transactions were proposed.*

Keywords: *foreign exchange market, foreign exchange, currency interventions, foreign currency, exchange rate, monetary policy.*

Сучасні процеси, що відбуваються на валютному ринку, і в першу чергу проблеми курсових коливань, відіграють значну роль в економічному житті держави. Залежно від валютної політики це може як стимулювати, так і стримувати економічний розвиток країни, а отже, впливати на стан окремих секторів, галузей і підприємств, а також на місце держави на світовому ринку.

Актуальність цієї статті підтверджується тим, що процес активної інтеграції України у світове співробітництво обумовлює необхідність більш глибокого вивчення функціонування її валютного ринку, який забезпечує взаємозв'язок між вітчизняною та світовою економічною системою. Постійна взаємодія на ньому зовнішніх і внутрішніх чинників приводить до миттєвої зміни валютних курсів, прагнень продавців і покупців валюти реалізувати свої потреби.

Метою написання статті є виокремлення основних засад функціонування та обґрунтування шляхів удосконалення валютного ринку України.

Дослідженням валютного ринку займалися багато вітчизняних економістів, а саме: О. В. Дзюблюк [1], О. М. Мозговий [2], М. І. Савлук [3] та ін.

Валютний ринок є основною сферою взаємодії суб'єктів валютних відносин та однією з головних форм забезпечення світових господарських зв'язків здійснення міжнародних інвестицій і торгівлі.

На сьогодні саме розвиток валютних ринків є одним із ключових чинників ефективного функціонування світової економіки та міжнародної торгівлі. В умовах глобалізації економічних процесів швидкість і ефективність операцій, які здійснюються на валютному ринку, є необхідним підґрунтям міжнародного обороту товарів, послуг, робіт і капіталів.

На сучасному етапі розвитку банки обслуговують не лише експортерів й імпортерів, а й величезні міжнародні потоки капіталів, виступають безпосередніми учасниками операцій на внутрішньому та зовнішньому валютних ринках.

У процесі нашого дослідження слід звернути увагу на визначення валютного ринку. Так, можна знайти такі тлумачення цього терміна:

1) валютний ринок – це сектор грошового ринку, на якому урівноважуються попит і пропозиція на такий спеціальний товар, як валюта; сукупність спеціальних інститутів і механізмів, які у взаємодії забезпечують можливість вільно продавати та купувати валюту [3];

2) валютний ринок – це система економічних відносин, що виникають під час здійснення операцій з купівлі-продажу іноземної валюти за курсом, що формується на основі попиту й пропозиції [1];

3) валютний ринок – це сфера економічних відносин, які проявляються у здійсненні операцій з купівлі-продажу іноземної валюти та розміщенні тимчасово вільних валютних коштів, а також операцій з інвестування валютного капіталу [2].

Беручи до уваги наведені визначення, сформульовані вітчизняними економістами, пропонуємо власне визначення цього поняття: валютний ринок – це економічний простір, на якому покупці та продавці валютних цінностей купують і продають їх за сформованою під дією попиту і пропозиції ціною.

Упродовж 2014 року умови ведення економічної діяльності для України залишалися неспокійними, однак Національний банк забезпечував стабільність грошової одиниці України. Одночасно зберігалася прогнозована ситуація на валютному ринку. Так, обмінний курс гривні на початку 2014 року утримувався на рівні 10–11 грн / дол. США. Однак уже з другої половини травня під впливом негативних зовнішніх чинників на валютному ринку України спостерігалося зростання валютного попиту. Курс гривні знизився у середньому на 30 % відносно початку року і становив близько 15–16 грн / дол. США. Але тенденція девальвації національної валюти мала продовження і наприкінці 2014 – початку 2015 досягла свого піку: за рік гривня знецінилась на 290 %, і її курс становив близько 29 грн / дол. США [4].

У нинішній нестабільності, на нашу думку, має місце спекулятивний фактор. Якщо подивитися в історичну довідку, то можна побачити, що курс поводився таким чином у моменти кризових явищ або політичних загострень. Також нинішнє ослаблення гривні викликане ситуативним попитом людей, які піддалися паніці в умовах загострень політичної ситуації. Такі дії пояснюються нерозумінням економіки та її показників. Клієнти банків

знімають гроші з депозитів, тому зараз дуже багато гривні на руках, і деякі банки, що мають невеликі активи, можуть залишити український ринок.

Основними перепонами розвитку міжбанківського валютного ринку є: по-перше, наявність тенденцій до поступової девальвації гривні стосовно іноземних валют, що негативно впливає на розвиток країни в цілому і темпи інфляції в країні в майбутньому; по-друге, підвищений попит у населення на іноземну валюту, який пов'язаний з недовірою до національної грошової одиниці, спричиняє підвищення рівня доларизації в країні. При цьому варто враховувати вимоги МВФ щодо здійснення лібералізації валютної політики, що проводиться НБУ, та впровадження плаваючих валютних курсів [6].

До числа заходів, які варто спрямувати на подальший розвиток та вдосконалення валютного ринку України, є:

– зменшення ролі центрального банку як маркет-мейкера, включаючи встановлення ним курсів купівлі та продажу, тому що виконання подібної функції зменшує сферу діяльності інших учасників ринку. Замість цього центральний банк може стимулювати розвиток ринку, скоротивши до мінімуму власні операції з банками та приймаючи ринкові ціни, що сформувалися;

– збільшення обсягу ринкової інформації про джерела іноземної валюти та її використання, а також про тенденції зміни платіжного балансу країни, для того щоб учасники ринку могли сформувати власну обґрунтовану думку про валютний курс і майбутню грошово-кредитну політику й ефективно оцінювати валютні курси;

– розробка НБУ спеціальної політики, що визначає мету, терміни й обсяги валютних інтервенцій для ефективного регулювання попиту та пропозиції на валютному ринку;

– поступове скасування правил, що обмежують ринкову діяльність, таких як податки і додаткові збори з валютних операцій, а також обмеження на міжбанківські угоди;

– уніфікація та спрощення валютного законодавства, недопущення частих або спеціальних змін. Чітко встановлені, прості та зрозумілі закони і норми валютного регулювання дозволять підвищити прозорість ринку і зменшити операційні витрати [5].

Дослідивши сутність та основні характеристики валютного ринку, можна дійти таких висновків:

– валютний ринок являє собою певний економічний простір, на якому покупці та продавці валютних цінностей купують і продають їх за встановленою під дією попиту і пропозиції ціною;

– механізм функціонування валютного ринку України потребує вдосконалення у напрямку оптимізації методів встановлення валютного курсу національної грошової одиниці а також адекватного реагування регулятора ринку в особі НБУ на виклики і загрози, пов'язані з підтримкою ділової активності та реалізацією грошово-кредитної політики в державі.

Науковий керівник – старший викладач Жукова О. К.

Література: 1. Дзюблюк О. В. Валютна політика : підручник / О. В. Дзюблюк. – Київ : Знання, 2007. – 422 с. **2.** Мозговий О. М. Міжнародні фінанси : навч. посіб. / О. М. Мозговий, Т. Є. Оболенська, Т. В. Мусієць ; за заг. ред. О. М. Мозгового. – Київ : КНЕУ, 2005. – 557 с. **3.** Савлук М. І. Гроші та кредит : підручник / М. І. Савлук, А. М. Мороз, М. Ф. Пуховкіна та ін. ; за заг. ред. М. І. Савлука. – Київ : КНЕУ, 2001. – 599 с. **4.** Монетарний та макроекономічний огляд за лютий 2015 року [Електронний ресурс] / Генеральний департамент грошово-кредитної політики. – НБУ, 2015. – С. 15–20. – Режим доступу : http://www.bank.gov.ua/doccatalog/document?id=14994179. **5.** Журавка Ф. О. Сучасні тенденції розвитку валютного ринку України / Ф. О. Журавка, І. О. Школьник // Європейський вектор економічного розвитку. – Вип. 1 (4). – Дніпропетровськ : Видво ДУЕП, 2008. – С. 16–21. **6.** Мещеряков А. А. Проблеми розвитку валютного ринку України в контексті забезпечення фінансової безпеки / А. А. Мещеряков, С. В. Сопотян // Вісник Академії митної служби України. Сер. : Економіка. – 2014. – № 1. – С. 40–45.

ПІДХІД ДО НАДАННЯ ІНТЕГРАЛЬНОЇ ОЦІНКИ ФІНАНСОВОЇ СТІЙКОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

УДК 658.14/.17:005.52

Гусякова К. В.

Студент 4 курсу
фінансового факультету ХНЕУ ім. С. Кузнеця

Анотація. *Розглянуто застосування методу таксономічного аналізу для визначення інтегрального показника оцінки фінансової стійкості підприємств галузі машинобудування на основі фінансової звітності підприємства ПАТ «Бетонмаш»; надано економічну характеристику; сформовано аналітичні висновки.*

Ключові слова: *фінансова стійкість, оцінка, незалежність від зовнішніх джерел фінансування, таксономічний показник рівня розвитку, метод таксономічного аналізу.*

Аннотация. *Рассмотрено применение метода таксономического анализа для определения интегрального показателя оценки финансовой устойчивости предприятий отрасли машиностроения на основе финансовой отчетности предприятия ПАО «Бетонмаш»; предоставлена экономическая характеристика; сформированы аналитические выводы.*

Ключевые слова: *финансовая стойкость, оценка, независимость от внешних источников финансирования, таксономический показатель уровня развития, метод таксономического анализа.*

Annotation. *The application of the method of taxonomic analysis for the determination of the integral index of evaluation of financial stability of enterprises of mechanical engineering on the basis of financial statements of PJSC «Betonmash», given economic characteristics, the analytical conclusions.*

Keywords: *financial stability, assessment, independent of external sources of funding, level of taxonomic index, method taxonomic analysis.*

На цьому етапі кризового стану економіки України велика кількість підприємств зіткнулись із такою проблемою, як ефективне його функціонування. На сьогодні ця проблема поглиблюється наявністю значної кількості наукових доробок учених щодо обрання інструментарію ефективного управління. Вони пов'язані з великою кількість підходів, методів, показників аналізу фінансового стану, але кожний із них різноспрямовано оцінюють фінансовий стан, тому правильним буде вибрати саме той метод, який надасть нам можливість комплексної оцінки та врахування всіх напрямків аналітичних досліджень. Саме таким методом є метод таксономічного аналізу.

До економістів, які приділили увагу в своїх роботах фінансовій стійкості підприємств, слід також віднести Бень Т. Г. і Довбню С. Б. [3], які досліджують процедуру інтегральної оцінки фінансового стану, а також Рубана Т. Є. та Маляра Ю. М., які вивчають методи вдосконалення оцінки фінансової стійкості з використанням інтегрального показника.

Метою статті є розробка таксономічного показника оцінки рівня фінансової стійкості підприємств галузі машинобудування на прикладі ПАТ «Бетонмаш» з урахуванням особливостей їх функціонування.

За допомогою таксономічного показника можна оцінити досягнутий за певний проміжок часу середній рівень значення ознак, які характеризують досліджуване явище.

Алгоритм побудови інтегрального показника рівня фінансової стійкості підприємства включає такі етапи:

Для оцінки рівня фінансової стійкості підприємств пропонується використання такої сукупності показників:

- коефіцієнт поточної ліквідності;
- коефіцієнт поточної ліквідності (x_1);
- власні обігові кошти (x_2);
- коефіцієнт покриття запасів (x_3);
- надлишок (нестача) основних джерел фінансування запасів (x_4);
- коефіцієнт автономії (x_5);
- коефіцієнт фінансового ризику (x_6);
- рентабельність реалізації (x_7).

© Гусякова К. В., 2015

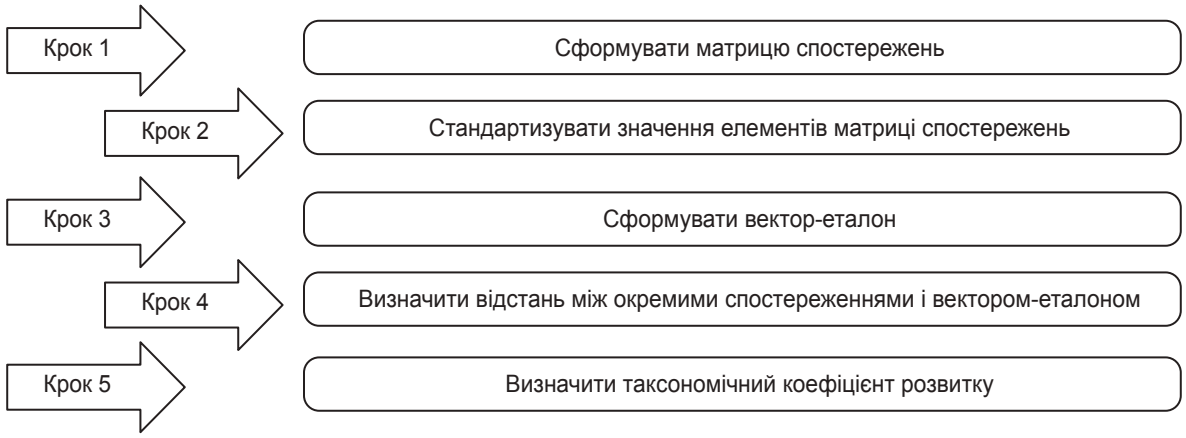

Рис. 1. **Послідовність етапів визначення таксономічного коефіцієнту розвитку**

Вибір цих показників пов'язаний з тим, що саме вони визначають рівень фінансової незалежності, рівень ліквідності, платоспроможності та рентабельності підприємства. Показник поточної ліквідності показує, наскільки підприємство залежить від кредиторів та як швидко воно зможе розрахуватися зі своїми обов'язками, що прямопропорційно впливає на його стійкість.

Показники рентабельності вказують на ефективність діяльності підприємства, тобто прибутковість і достатність власних коштів на підприємстві для забезпечення певного рівня стабільності та фінансової його безпеки.

Обгрунтований перелік показників оцінки стану фінансової стійкості підприємства є основою для реалізації методу таксономічного аналізу, який реалізується у такій послідовності.

Крок 1. Для побудови таксономічного показника слід сформувати матрицю спостереження [2]:

$$Xij = \begin{bmatrix} x_{11} & x_{12} & \cdots & x_{1j} & \cdots & x_{1n} \\ x_{21} & x_{22} & \cdots & x_{2j} & \cdots & x_{2n} \\ \cdots & \cdots & \cdots & \cdots & \cdots & \cdots \\ x_{i1} & x_{i2} & \cdots & x_{ij} & \cdots & x_{in} \\ \cdots & \cdots & \cdots & \cdots & \cdots & \cdots \\ x_{m1} & x_{m2} & \cdots & x_{mj} & \cdots & x_{mn} \end{bmatrix}; \quad (1)$$

де: x_{ij} – значення *j*-го показника в *i*-й період часу;

i – порядковий номер періоду ($i = 1, 2, ..., m$);

j – показники, які характеризують стан певного об'єкта ($j = 1, 2, n$).

Матриця спостережень показників оцінки стану фінансової стійкості підприємства подано у табл. 1.

Таблиця 1

Матриця спостережень X

Роки	x_1	x_2	x_3	x_4	x_5	x_6	x_7
2011	3,21	14262	0,32	-11777	0,48	1,07	-0,09
2012	3,18	18556	0,32	-1300	0,48	1,1	0,02
2013	2,38	16705	0,21	-6315	0,53	0,87	0,25

Крок 2. Для подальших розрахунків необхідна стандартизація, яка дає змогу звести всі одиниці вимірювання до безрозмірної величини (табл. 2). Стандартизація показників здійснюється за формулою:

$$z_{ij} = x_{ij} / x_{j}, \quad (2)$$

де: z_{ij} – стандартизоване значення показника *j* для одиниції;

x_{ij} – елементи матриці стандартизованих даних;

x_j – середнє значення [2].

Таблиця 2

Матриця стандартизації Z

Показник	x_1	x_2	x_3	x_4	x_5	x_6	x_7
z	1,10	0,86	1,13	1,82	0,97	1,06	-1,50
	1,09	1,12	1,13	0,20	0,97	1,09	0,33
	0,81	1,01	0,74	0,98	1,07	0,86	4,17

Крок 3. Формування вектора-еталону зводиться до визначення оптимального значення кожного з показників, які утворили сукупність для аналізу, впродовж аналізованого періоду. Передує формуванню вектора-еталону розподіл показників на стимулятори та дестимулятори (табл. 3). Стимуляторами є показники, зростання яких позитивно впливає на розвиток об'єкта чи явища, а ознаки, які гальмують розвиток – дестимуляторами.

Таблиця 3

Розподіл ознак на стимулятори та дестимулятори

Показник	Характеристика показника	Вектор-еталон
Коефіцієнт поточної ліквідності	Стимулятор	1,10
Власні обігові кошти	Стимулятор	1,12
Коефіцієнт покриття запасів	Стимулятор	1,13
Надлишок (нестача) основних джерел фінансування запасів	Стимулятор	1,82
Коефіцієнт автономії	Стимулятор	1,07
Коефіцієнт фінансового ризику	Дестимулятор	0,86
Коефіцієнт рентабельності продаж	Стимулятор	4,17

Крок 4. Розрахунок відстані між окремими точками-одиницями і вектором-еталоном (точкою P_0) становить собою еталон розвитку, позначається (C_{i0}) і розраховується за формулою [2]:

$$C_{io} = \sqrt{\sum_{j=1}^{m} (Z_{ij} - Z_{oj})^2}, \tag{3}$$

де: Z_{ij} – стандартизоване значення *j*-го показника в період часу *i*;

Z_{oj} – стандартизоване еталонне значення *i*-го показника;

m – кількість періодів.

Одержані відстані служать вихідними величинами й використовуються при розрахунку таксономічного показника фінансового розвитку, який визначається за формулою (4):

$$K_i = 1 - d_i, \tag{4}$$

де

$$d_i = \frac{C_{io}}{C_o}; \tag{5}$$

$$C_o = \overline{C}_o + 2S_o; \tag{6}$$

$$\overline{C}_o = \frac{1}{m}\sum_{i=1}^{m} C_{io}; \tag{7}$$

$$S_o = \sqrt{\frac{1}{m}\sum_{i=1}^{m} \left(C_{io} - \overline{C}_o\right)^2}. \tag{8}$$

Результати розрахунку значення таксономічного показника фінансової стійкості підприємства за 2011–2013 рр. та проміжні результати його розрахунку наведено у табл. 4.

Таблиця 4

Результати розрахунку значення таксономічного показника фінансової стійкості підприємства за 2011–2013 рр.

Рік	C_{i0}	C_0	$C_{век}$	S	D_i	K
2011	5,68	6,88	5,10	0,89	0,83	0,17
2012	4,17	6,88	5,10	0,89	0,61	0,39
2013	5,45	6,88	5,10	0,89	0,79	0,21

Аналізуючи дані табл. 4, можна дійти висновку про те, що на ПАТ «Бетонмаш» спостерігається тенденція зниження фінансової стійкості підприємства. Найвище значення інтегрального показника фінансової стійкості зафіксовано у 2012 р. – 0,39, проте у 2013 р. він різко знизився. Зниження фінансової стійкості є негативним явищем для підприємства, тому що це, в першу чергу, свідчить про погіршення ефективності діяльності підприємства, зниження рентабельності діяльності, збільшення залежності від кредиторів, по-друге, це показник неконкурентоспроможності з іншими підприємствами.

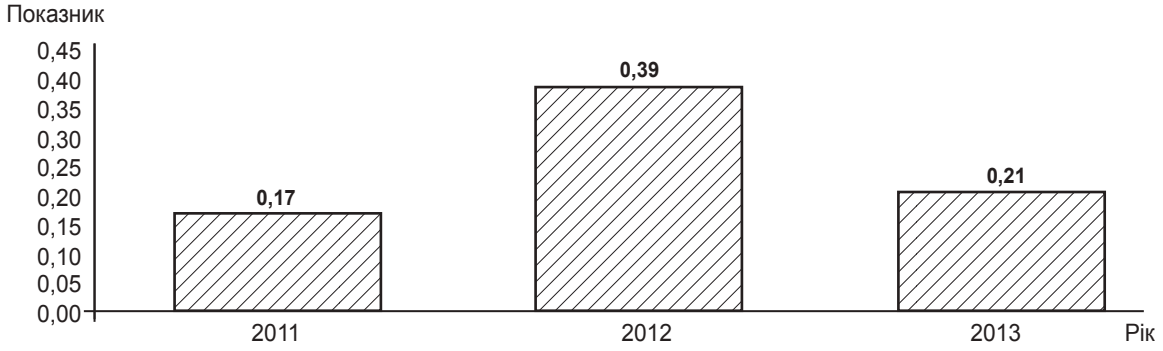

Рис. 2. **Динаміка таксономічного показника за 2011–2013 рр.**

На зниження фінансової стійкості в 2013 р. вплинуло зниження ліквідності, також за 2013 р. зменшились власні обігові кошти через нестачу основних джерел фінансування запасів.

Отже, проведений аналіз доводить доцільність застосування методу таксономічного аналізу для надання інтегральної оцінки фінансової стійкості підприємства. Результати аналізу дозволили виявити тенденції до зниження фінансової стійкості підприємства та конкретизувати причини такого зниження через аналіз показників, що входять до складу інтегрального. Обрана сукупність показників характеризує всі напрями оцінки фінансового стану підприємства, що сприяє виявленню ризиків втрати фінансової стійкості за всіма сферами його діяльності та дозволяє керівництву підприємства приймати виважені управлінські рішення щодо мінімізації таких ризиків.

Науковий керівник – канд. екон. наук, старший викладач Алексєєнко І. І.

Література: 1. Перепелова В. В. Застосування таксономічного аналізу для визначення інтегрального показника оцінки фінансового стану підприємства / В. В. Перепелова // Управління розвитком. – 2013. – № 18. – С. 120–124. **2.** Плюта В. Н. Сравнительный анализ в экономических исследованиях: Методы таксономии и факторного анализа / В. Плюта. – М. : Статистика, 1980. – 151 с. **3.** Бень Т. Г. Інтегральна оцінка фінансового стану підприємства / Т. Г. Бень, С. Б. Довбня // Фінанси України. – 2002. – № 6. – С. 53–61. **4.** Маляр Ю. М. Удосконалення оцінки фінансового стану підприємства на основі використання інтегрального показника / Ю. М. Маляр, Т. Є. Рубан // Научные труды ДонНТУ. – 2004. – № 82. – С. 189–195. **5.** Ципаринда А. О. Побудова таксономічного показника оцінки рівня фінансової стійкості підприємства / А. О. Ципаринда // Управління розвитком. – 2014. – № 18. – С. 85–90.

ФАКТОРИ ВПЛИВУ НА ЛІКВІДНІСТЬ БАНКІВСЬКОЇ СИСТЕМИ

УДК 336.71

Гуцал А. О.

Магістрант 1 року навчання
фінансового факультету ХНЕУ ім. С. Кузнеця

Анотація. *Розглянуто сутність ліквідності як основного індикатора стабільності банківської системи. Досліджено фактори, що впливають на ліквідність банку, та класифіковано їх як фактори зовнішнього (некеровані) та внутрішнього (керовані) впливу, які, у свою чергу, поділяються на кількісні та якісні; економічні, політичні, технологічні та соціальні.*

Ключові слова: *банківська ліквідність, банківська система, фактори впливу, капітальна база, ресурсна база, ризик.*

Аннотация. *Рассмотрена сущность ликвидности в качестве основного индикатора стабильности банковской системы. Исследованы факторы, влияющие на ликвидность банка, и классифицированы они как факторы внешнего (неуправляемые) и внутреннего (управляемые) воздействия, которые, в свою очередь, делятся на количественные и качественные; экономические, политические, технологические и социальные.*

Ключевые слова: *банковская ликвидность, банковская система, факторы влияния, капитальная база, ресурсная база, риск.*

Annotation. *The essence of liquidity as the main indicator of banking system stability. Factors affecting the liquidity of the bank and classified them as external factors (unmanaged) and internal (managed) exposure, which in turn are divided into quantitative and qualitative; economic, political, technological and social.*

Keywords: *bank liquidity, the banking system, influence, capital base, resource base, risk.*

Банківська система – головна ланка процесу перерозподілу грошових ресурсів, як на рівні національної економіки, так і на міжнародному рівні. Основними індикаторами, що свідчать про стабільність фінансово-кредитних установ, є показники ліквідності банків. Оскільки проблемні питання банківської ліквідності є досить актуальними останнім часом, то для банківського менеджменту виявлення, аналіз і класифікація чинників, що визначають ліквідність банку, набувають першочергового значення.

Дослідженню факторів ліквідності банку приділяє увагу велика кількість вітчизняних і зарубіжних науковців, зокрема: Л. Батракова, А. Бєляков, С. Буєвич, К. Вальравен, А. Граділь, Є. Жарковська, Д. Олійник, А. Тавасієв, І. Фаррахов, Н. Хімич та ін. Вивчення праць вищеназваних вчених дозволяє дійти висновку, що науковцями окремо не виділено групу факторів, під впливом яких формується ліквідність банківської системи, яка, у свою чергу, визначає ліквідність окремого банку.

Метою цієї публікації є визначення факторів, які мають значний вплив на ліквідність банківської системи в цілому.

Від банківської ліквідності залежить якість і повнота надання послуг клієнтам. Неліквідний банк не може виконувати свої функції і проводити операції з обслуговування клієнтів, його рейтинг знижується, що значно ускладнює запозичення коштів із зовнішніх джерел, банк втрачає потенційний прибуток. Від банківської ліквідності, а також розвитку міжбанківського ринку залежить ліквідність банківської системи в цілому [1].

Переважна більшість науковців пропонує поділяти фактори впливу на ліквідність банку на дві великі групи, а саме: зовнішні та внутрішні (рис. 1).

Внутрішні фактори є контрольованими та керованими з боку банку. Доцільним є поділ внутрішніх факторів за можливістю оцінювання їх впливу на кількісні та якісні.

До кількісних факторів можна віднести якість управління діяльністю банку та його репутацію. Від якості управління банком залежить можливість виникнення стратегічного та операційно-технологічного ризиків. Репутація банку значною мірою визначає можливості банку щодо залучення ресурсів, налагодження зв'язків із партнерами та інвесторами, що впливає на якість і структуру активів і пасивів [2].

До якісних факторів пропонуємо включати: достатність власного капіталу банку; якість і стійкість ресурсної бази банку; рівень ризику активів банку; співвідношення активів і пасивів.

Достатня капітальна база банку позитивно позначається на рівні його ліквідності, оскільки капітал виконує роль амортизатора у випадку виникнення непередбачуваних обставин, що можуть спричинити вилучення ресур-

© Гуцал А. О., 2015

сів і, як наслідок, спричинити кризу ліквідності або платоспроможності. Як відомо, ресурсна база є визначальним фактором для обсягу і ступеня розвитку активних операцій банку, а отже, її стабільність значною мірою впливає на ліквідність банку. Рівень ризику активів банку означає ймовірність потенційних втрат при реалізації активів або ризик неповернення вкладених банком коштів.

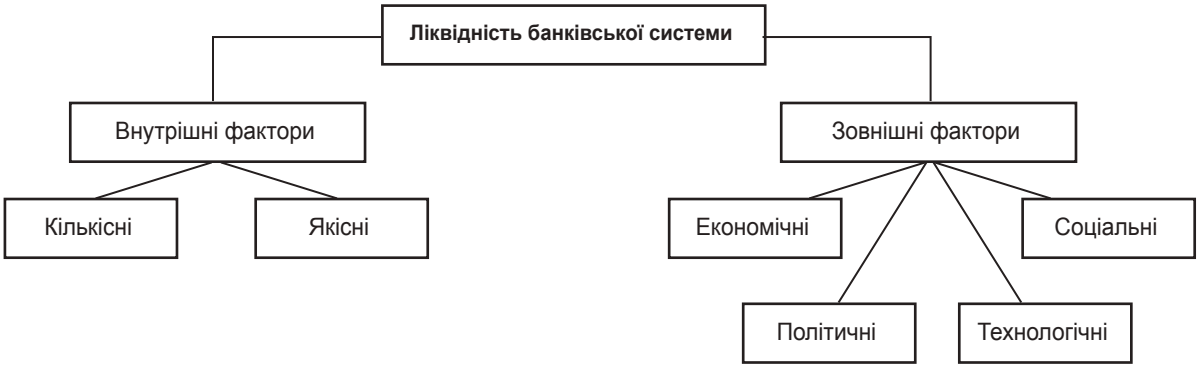

Рис. 1. **Фактори, які впливають на ліквідність банківської системи**

Його рівень визначається значною кількістю факторів внутрішнього і зовнішнього порядку, таких як: стратегія банку при розміщенні коштів; структура і якість його кредитного портфеля; активність інвестування в цінні папери; якість фінансового аналізу, що проводиться; стан реального сектора економіки, державних фінансів тощо. Збалансованість активів і пасивів за сумами і строками має ключове значення у процесі забезпечення ліквідності банку [3].

Фактори зовнішнього впливу є некерованими та неконтрольованими з боку банку, через це потребують особливої уваги.

До факторів економічного блоку відносять: загальний стан і розвиток економіки країни; циклічні зміни; сезонні коливання; розвиток світових фінансових ринків.

Політичний блок факторів, у свою чергу, включає: політичну ситуацію у країні та можливі зміни в ній; ефективність державного регулювання і контролю; можливість залучення підтримки з боку держави [4].

Технологічні фактори пропонується вивчати у розрізі розвитку інформаційної структури та комунікаційної мережі. Достатній рівень розвитку інформаційної інфраструктури дає змогу банку оперативно реагувати на зміну подій, зокрема, вчасно оцінити усі ризики та розробити заходи по їх мінімізації, що, в свою чергу, дозволить попередити зниження рівня ліквідності банку. Розвиток комунікаційної мережі, в свою чергу, дає змогу налагодити зв'язки як між окремими банками, так і в ланці «банк – НБУ», що прискорює залучення або розміщення коштів у процесі регулювання ліквідності [5].

Соціальні фактори є найбільш неконтрольованими з усіх вищенаведених, до них, зокрема, відносимо: схильність населення до заощаджень; надзвичайні фактори.

Отже, необхідною умовою успішного управління ліквідністю є визначення факторів, що впливають на її рівень. Аналіз існуючих класифікацій чинників свідчить, що найбільш прийнятним є поділ цих факторів на внутрішні та зовнішні. На особливу увагу заслуговують внутрішні фактори, оскільки за допомогою їх зміни банк може зменшити вплив зовнішніх факторів, які для банку є неконтрольованими.

Науковий керівник – канд. екон. наук, доцент Хмеленко О. В.

Література: 1. Ліквідність банківської системи України: науково-аналітичні матеріали / В. Міщенко, А. Солик та ін. – Вип.12. – Київ : НБУ ; Центр наук. досл., 2008. – 180 с. **2.** Єпіфанов А. О. Операції комерційних банків : навч. посіб. / А. О. Єпіфанов, Н. Г. Маслак, І. В. Сало. – Суми : Університет. кн., 2007. – 522 с. **3.** Нікітін А. В. Ліквідність та платоспроможність як чинники конкурентоспроможності банку / А. В. Нікітін, Ю. В. Татьяніна // Фінансово-кредитна діяльність: проблеми теорії та практики.– 2010. – № 1. – С. 46–52. **4.** Кузнецова Л. Платежеспособность и ликвидность: уточнение понятий / Л. Кузнецова, Н. Кутузова // Деньги и кредит. – 2007. – № 8. – С. 26–29. **5.** Крилова В. Складові процесу управління ліквідністю банку / В. Крилова, Р. Набок // Вісник НБУ. – 2008. – № 6. – С. 24–29.

COMPETITIVENESS OF THE ENTERPRISES

UDC 331.2.009.12

Denysova V. I.

The 4rd year student
Bachelor in Business Administration Management and Marketing department of S. Kuznets KNUE

Annotation. *The article is devoted to the justification of support the competitiveness, the concept of competitiveness of enterprises was considered. There were also analyzed the major types, factors affecting enterprise competitiveness, methods of its assessment and its development.*

Keywords: *competition, competitiveness, of enterprises, assessment.*

Анотація. *Обґрунтовано необхідність забезпечення та підтримки конкурентоспроможності, розглянуто поняття конкурентоспроможності підприємства. Також проаналізовано основні типи, фактори, які впливають на конкурентоспроможність, методи її оцінки та розвитку.*

Ключові слова: *конкуренція, конкурентоспроможність підприємства, оцінка.*

Аннотация. *Обоснована необходимость обеспечения и поддержки конкурентоспособности, рассмотрено понятие конкурентоспособности предприятия. Также были проанализированы основные типы, факторы, влияющие на конкурентоспособность, методы ее оценки и развития.*

Ключевые слова: *конкуренция, конкурентоспособность предприятия, оценка.*

Nowadays competitiveness plays a vital role in the development of enterprises. In terms of market conditions qualitative and high competitiveness is a guarantee of getting high and stable profit. The main key of the durable functioning of the company is a high competitiveness. To be competitive on the market trade each enterprise set certain goals for themselves, such as: providing the required level of quality and price of products, providing new technology, increase sales. Competitiveness is a big advantage towards to other enterprises; it's a great ability to enhance business efficiency, which is the basis of profitability. That is why it is so important to know the retention of competitiveness.

Previously there were investigated theoretical aspects of the concept Competitiveness in the works of the scientists and conspicuous people like M. Porter, St. Garelli, V. Moshnov, J. Fagerberg, P. Krugman and P. Kotler. In their works were considered main features of competitiveness, methods and techniques of its evaluation.

The actualization of the problem and her lack of knowledge of the today's reality define the purpose and objectives of the study. Evaluation of competitiveness of enterprises may clarify company's position on the market; propose the solution of pressing problems in the production, management and marketing.

The main goal of work is to identify purpose of a competitive assessment

Objectives: To identify main concepts of competitiveness and distinguish factors that affect enterprise competitiveness. One of the main objectives is it to determine the importance of Competitiveness, notably its effect on enterprises.

Michael Porter defined concept Competitiveness as the ability to compete by increasing productivity in the long run. It stresses a continual improvement through constant innovation in products, processes and management, which in turn transforms inputs into the valuable products [1, p. 16].

The ultimate goal of an organization is to make a profit in order to satisfy its shareholders and achieve continuous profit growth while fulfilling the interest of other employees. An organization is competitive in the eyes of its customers if it is able to deliver a better value when compared with its competitors. It is important to know the main factors that can affect enterprise. Every company strives to have a high quality of their products and services, that's why it's important to monitor the quality of manufactured products. It's also necessary to have an effective marketing strategy, to be able to make the right market research before the launch of a product. High technological level of production and availability of funding sources are also main factors influencing competitiveness.

In today's world enterprises compete through performance, head-to-head and predatory types of competition. Each type of competition shows that knowledge of opponents can affect the performance, in a head-to-head competition, each goes on both offense and defense. In a predatory competition, one side attacks, while the other tries to stave off the attack.

Creating a profitable business requires offering a product or service that consumers will buy at a price that produces enough revenue for the business to cover its expenses. A competitive analysis is an assessment of the competition in a certain market aimed at informing business decisions [1, p. 25].

© Denysova V. I., 2015

The main purpose of a competitive assessment is to help managers account for the presence of competitors when making business decisions. Identifying the strengths and weaknesses of competitors can allow managers to exploit weaknesses, emulate strengths, or avoid competing in areas where other companies are especially strong. Failure to account for the presence of competitors can result in bad business decisions.

In conclusion author would like to say that triumph in the competition must be continuous, as a natural result of constant efforts of the company. The process of achieving certain goals of the company depends on the competitiveness of goods and services, high technological level of production and availability of funding sources. It's also important to make competitive assessment, to be able to avoid competing in areas where other companies are especially strong.

Supervisor – Candidate of Sciences (Economics), Associate Professor Mazorenko O.V.

Literature: 1. Garelli S. The Four Fundamental Forces of Competitiveness / S. Garelli // The World Competitiveness Yearbook. – 1997. –117 p. **2.** Porter M. The Competitive Advantage of Nations / M. Porter. – London : Macmillan, 1990. – 220 p.

КРЕДИТНА ПОЛІТИКА БАНКУ: СУТНІСТЬ ТА ОСОБЛИВОСТІ ФОРМУВАННЯ

УДК 336 :713.717

Діченко Т. В.

Студент 4 курсу
фінансового факультету ХНЕУ ім. С. Кузнеця

Анотація. *Обґрунтовано сутність та особливості кредитної політики та її структурних елементів. Подано концепцію механізму формування та реалізації кредитної політики банку, яка спирається на циклічність економічного розвитку держави і зазнає впливу макро-, мікро-, і мезосередовищ.*

Ключові слова: *банк, кредитна політика, кредитний механізм, стратегія розвитку.*

Аннотация. *Обоснована сущность и особенности кредитной политики и ее структурных элементов. Представлена концепция механизма формирования и реализации кредитной политики банка, которая опирается на цикличность экономического развития государства и испытывает влияние макро-, микро-, и мезосреды.*

Ключевые слова: *банк, кредитная политика, кредитный механизм, стратегия развития..*

Annotation. *The article justifies the essence and characteristics of the credit policy and its structural elements. The presented concept of the mechanism of formation and implementation of Bank's credit policy, which relies on the cyclical economic development of the state and is influenced by macro-, micro-, and mesocoracoid.*

Keywords: *bank, credit policy, credit mechanism, development strategy.*

У сучасному економічному житті України спостерігається стійка тенденція до зростання ролі банків як фінансових посередників. Ефективне кредитування на сьогодні – одне з найважливіших і найактуальніших завдань банківської системи України. Ринкова трансформація національної економіки відкрила новий етап у розвитку кредитної справи. У зв'язку з цим гостро постала проблема наукового осмислення нових явищ у сфері кредитування, розуміння їхнього змісту, природи і сутності, розроблення ефективних схем і технологій кредитного процесу та їх використання на практиці. Базу для всього процесу кредитування, його об'єктивні параметри й особливості створює і визначає кредитна політика банку.

© Діченко Т. В., 2015

Актуальність дослідження сутності та особливостей кредитної політики банків підтверджується сучасними тенденціями розвитку економіки країни.

Аналіз праць, присвячених питанням формування та реалізації кредитної політики банку, свідчить про несформованість єдиного розуміння цього поняття.

Кредитну політику слід розглядати як складову банківської політики, що визначає цілі діяльності на ринку кредитних послуг і стратегії їх досягнення. Кредитну політику запропоновано визначати як структурно-функціональну цілісність взаємопов'язаних між собою елементів (цілей, завдань, принципів, технологій, організацій), взаємодія яких дозволяє визначити найбільш ефективні стратегії діяльності банку на ринку кредитних послуг.

Значний внесок у дослідження сутності поняття «кредитна політика банку», визначення видів і функцій кредитної політики банку, механізму її формування та реалізації зроблено І. С. Гуцалом [7], В. Д. Лагутіним [3], О. І. Лаврушиним [8], науковий доробок яких став базою для досліджень У. Р. Байрама [4], Т. В. Грищенко та О. А. Падалко [5], І. В. Карбівничого [6], М. М. Новосельцевої [2] та ін.

Беззаперечним є твердження, що основою формування кредитної політики банку є її цілі та завдання. Розробляючи кредитну політику як елемент банківської політики, слід підкреслити, що політика розуміється як діяльність (практичне відношення) і як ідеологія, програма дій, концепцій.

Варто зазначити, що єдиного розуміння мети кредитної політики банку також не сформовано: Н. І. Антіпова визначила її як «політику банку, що націлена на розробку та реалізацію такої оптимальної політики, яка б поєднувала економічні інтереси банку та клієнта і прийняття рішень щодо забезпечення найбільш ефективного руху фінансових коштів клієнта» [1]; М. М. Новосельцева – «створення високопрофесійного колективу кредитних працівників, що забезпечують високу якість кредитного портфеля банку; надання кредитів на фінансування економічно перспективних, рентабельних проектів, що відповідають стратегічним цілям банку; сприяння розвитку довгострокових відносин із клієнтами, що приносять дохід; уникнення використання високо конкурентних, але невиправданих методів кредитування» [2]; В. Д. Лагутін – «кредитна політика в розрізі стратегії включає пріоритети, принципи та цілі окремого банку на кредитному ринку, а стосовно тактики – фінансовий та інший інструментарій, що використовується цим банком для реалізації його цілей під час здійснення кредитних угод, правила їх здійснення, регламент організації кредитного процесу» [3]; Т. В. Родічева – «високодохідне розміщення пасивів (у тому числі залучених вкладів і депозитів) банку в кредитні продукти при одночасному підтриманні певного рівня якості кредитного портфеля банку» [2].

Кредитна політика банку може бути обережною, помірною чи агресивною. Кредитна політика банку визначається як обережна, якщо частина кредитів у загальному обсязі робочих активів банку не перевищує 30 %, тобто банк забезпечує свою прибутковість за рахунок менш ризикованих активних операцій, але в такому разі він втрачає значний сегмент фінансового ринку (характерно для новостворених банків). За помірної кредитної політики частина кредитів у загальному обсязі робочих активів коливається у межах 30–50 % (стабільність і надійність банку). У випадку, коли частина кредитів перевищує 50 % загального обсягу робочих активів, кредитна політика банку є агресивною. Агресивна кредитна політика має бути обгрунтована тільки надприбутками і не повинна бути тривалою [9].

Кредитна політика банку пов'язана як з економічними, так і з адміністративно-управлінськими інструментами, важелями та методами, які складають основу механізму формування та реалізації кредитної політики (МФРКП).

При визначенні сутності МФРКП банку було встановлено таке [2]:

– основним призначенням МФРКП банку є організація процесу кредитування, який набуває певної спрямованості та цільових орієнтирів у зв'язку з функціонуванням цього механізму;

– МФРКП включає в себе як організацію процесу кредитування, так і дії суб'єктів управління через економічні й управлінські методи і важелі, що впливають на реалізацію кредитних відносин;

– МФРКП банку не є статичним, а постійно розвивається, проходячи ряд стадій від простої функціональної до складної комбінованої управлінської системи;

– ефективне функціонування МФРКП банку, у тому числі його інструменти, важелі та методи впливу на процес кредитування, залежать від повноти забезпечення економічних інтересів суб'єктів кредитних відносин;

– забезпечуючи реалізацію процесу кредитування, МФРКП банку охоплює і регулятивні дії, спрямовані на його адаптацію до швидкозмінної господарської ситуації.

Таким чином, МФРКП банку являє собою систему дій та організаційно-економічних прийомів, інструментів впливу, за допомогою яких вводиться в дію процес кредитування, і регулювання якого здійснюється відповідно до визначених принципів. Механізм передбачає, що дані процеси відбуваються на основі інтеграції взаємозалежних і взаємопов'язаних елементів та можуть кількісно і якісно змінюватися під дією різноманітних факторів.

Таким чином, можна дійти висновку, що кожен банк має розумно підходити до розробки індивідуальної політики, що повинна виражати конкретні потреби цього банку. Для того щоб кредитна політика банку стала максимально ефективною, вона має визначатися як структурно-функціональна цілісність взаємопов'язаних між собою елементів (цілей, завдань, принципів, технології, організації), взаємодія яких дозволяє визначити найбільш ефективну стратегію діяльності банку на ринку кредитних послуг.

Виходячи з вищезазначеного, кредитна політика є найважливішим інструментом досягнення стратегічних цілей комерційного банку. Від її успішної реалізації залежить фінансові результати банківської установи.

Науковий керівник – канд. екон. наук, доцент Омельченко О. І.

Література: 1. Банковский портфель-3 : кн. менеджера по фондовым и трастовым операциям. Кн. банк. бухгалтера и аудитора / [О. Н. Антипова [и др.] ; отв. ред. Ю. И. Коробов, Ю. Б. Рубин, В. И. Солдаткин]. – М. : Соминтэк, 2008. – 750 с. **2.** Новосельцева М. М. Формирование кредитной политики коммерческого банка : автореф. дис. … канд. экон. наук : 08.00.10 / Новосельцева Мария Михайловна. – М., 2010. – 21 с. **3.** Лагутін В. Д. Кредитування: теорія і практика : навч. посіб. / В. Д. Лагутін. – Київ : Знання, 2004. – 215 с. **4.** Байрам У. Р. Формування і реалізація кредитної політики регіональних банків : автореф. дис. … канд. екон. наук : 08.04.01 / Байрам Усніє Рустемівна. – Київ, 2012. – 17 с. **5.** Грищенко Т. В. Проблеми формування та реалізації кредитної політики комерційних банків / Т. В. Грищенко, О. А. Падалко // Вісник КНУ ім. Т.Шевченка. – 2005. – № 79. – С. 12–15. **6.** Карбівничий І. В. Механізм формування та реалізації кредитної політики банку : дис. … канд. екон. наук : 08.00.08 / Карбівничий Ігор Володимирович. – Сум, 2011. – 216 с. **7.** Гуцал І. С. Дієвість кредитного механізму в економіці України : автореф. дис. … д-ра екон. наук : 08.04.01 / Гуцал Ігор Степанович. – Київ, 2004. – 31 с. **8.** Лаврушин О. И. Банковское дело : учебник / О.И. Лаврушин. – М. : Финансы и статистика, 2012. – 576 с.

ПРОГРАМНО-ЦІЛЬОВИЙ МЕТОД У КОНТЕКСТІ УДОСКОНАЛЕННЯ БЮДЖЕТНОГО ПЛАНУВАННЯ

УДК 336.144

Дорожко В. Ю.

Студент 4 курсу
фінансового факультету ХНЕУ ім. С. Кузнеця

Анотація. *Розглянуто сутність програмно-цільового методу бюджетного планування, його роль у процесі формування бюджету. Досліджено основні риси програмно-цільового методу. Визначено основні переваги та недоліки застосування програмно-цільового методу у бюджетному процесі.*

Ключові слова: *програмно-цільовий метод, бюджетне планування, бюджетний процес, стратегічне планування, місцевий бюджет.*

Аннотация. *Рассмотрена сущность программно-целевого метода бюджетного планирования, его роль в процессе формирования бюджета. Исследованы основные черты программно-целевого метода. Определены основные преимущества и недостатки применения программно-целевого метода в бюджетном процессе..*

Ключевые слова: *программно-целевой метод, бюджетное планирование, бюджетный процесс, стратегическое планирование, местный бюджет.*

Annotation. *The essence of the program-target method of budget planning, its role in the budget process. The basic features of the program-target method. The main advantages and disadvantages of the use of program-target method in the budgetary process.*

Keywords: *program-target method, budget planning, budget process, strategic planning, local budget.*

© Дорожко В. Ю., 2015

Програмно-цільовий метод визначають як систему планування та управління бюджетними коштами в середньостроковій перспективі, спрямовану на розробку і виконання бюджетних програм, орієнтованих на результат [1]. При цьому відбувається перехід від принципу утримання бюджетних установ до отримання відповідною установою конкретних бюджетних коштів для надання суспільних послуг населенню.

У ст. 2 Бюджетного кодексу України зазначено, що програмно-цільовий метод у бюджетному процесі – це метод управління бюджетними коштами для досягнення конкретних результатів за рахунок коштів бюджету із застосуванням оцінки ефективності використання бюджетних коштів на всіх стадіях бюджетного процесу.

Метою цієї статті є ознайомлення з основними аспектами використання програмно-цільового методу бюджетного планування.

Дослідженням різних аспектів впровадження та використання програмно-цільового методу бюджетування займалися як зарубіжні, так і вітчизняні науковці, а саме: В. І. Кравченко, В. М. Опарін, О. Д. Василик, І. О. Луніна, М. А. Гапонюк, О. П. Кириленко, Ц. Г. Огонь.

До характерних рис програмно-цільового методу бюджетування належать:

– здійснення планування діяльності на найближчі 3 роки, що забезпечуватиме вирішення більш складних і довгострокових завдань;

– фінансування окремих бюджетних програм, а не діяльності бюджетних установ, що спрямує на досягнення конкретних результатів;

– застосування показників виконання визначених бюджетних програм, що дасть змогу оцінити ефективність використання коштів бюджету;

– залучення громадськості на всіх етапах бюджетного процесу до процедури прийняття рішень із питань, що стосуються бюджетів окремих територій.

В Україні донедавна в процесі формування бюджетів застосовувався постатейний (традиційний або затратний) метод, за яким видатки планувалися на короткострокову перспективу – один рік, при цьому увага зосереджувалася на поточних видатках і адміністративних потребах, які визначалися з використанням затверджених нормативів. Ця система бюджетного планування визначається високою централізацією управління суспільними фінансами й суворим контролем за цільовим витрачанням фінансових ресурсів.

Бюджетний процес за програмно-цільовим методом включає в себе такі стадії:

1) визначення соціальних та економічних проблем;

2) формування бюджетних програм;

3) розробка завдань для реалізації бюджетних програм із зазначенням термінів їх виконання;

4) формування показників виконання;

5) виконання;

6) моніторинг результатів;

7) визначення, чи досягнута мета, та звітування про її досягнення.

Отже, бюджетний процес за програмно-цільовим методом є циклом, що починається і закінчується з визначення соціально-економічних проблем, включає поетапне здійснення всіх заходів для їх подолання. Тобто основою програмно-цільового методу є його націленість на результат.

Важливим етапом бюджетного процесу за програмно-цільовим методом є оцінка ефективності бюджетної програми після її реалізації, що являє собою визначення ступеня досягнення мети програми. Для здійснення такого аналізу важливо правильно визначити показники її виконання, які повинні відповідати меті програми. Тому сама програма повинна спрямовуватись на досягнення найбільш конкретної цілі, щоб мінімізувати кількість показників виконання її завдань.

Програмно-цільовий метод бюджетування забезпечує комплексний підхід до формування бюджету. Тому необхідно виділити базові компоненти програмно-цільового методу, які забезпечують його найефективніше впровадження. Такими є стратегічне планування, середньострокове планування бюджету, моніторинг та оцінка виконання програм, прозорість бюджетного процесу.

Стратегічне планування – це інструмент, який органи влади та розпорядники бюджетних коштів мають застосовувати для аналізу своєї діяльності, визначення пріоритетів і розробки заходів для реалізації цих перспектив.

Середньострокове планування бюджету – це визначення розпорядниками коштів плану своєї діяльності на середньостроковий період та обсягу необхідних ресурсів для досягнення цілей у середньостроковій перспективі.

Програмно-цільовий метод передбачає постійне проведення моніторингу виконання програм, а також їх оцінку на різних стадіях бюджетного процесу. Метою моніторингу й оцінки є відстеження виконання бюджетної

програми, результатів її реалізації і надання інформації про поточну ситуацію для формування висновків щодо результативності програми та прийняття якісних управлінських рішень.

З метою реалізації Концепції застосування програмно-цільового методу у бюджетному процесі, схваленої розпорядженням Кабінету Міністрів України від 14.09.2002 № 538-р, Концепції реформування місцевих бюджетів, схваленої розпорядженням Кабінету Міністрів України від 23.05.2007 № 308-р, Основних підходів до запровадження програмно-цільового методу складання та виконання місцевих бюджетів, затверджених наказом Міністерства фінансів України від 02.08.2010 № 805, для забезпечення проведення експерименту із запровадження програмно-цільового методу складання та виконання районного бюджету Валківська районна рада затвердила розподіл видатків районного бюджету на 2014 рік за головними розпорядниками коштів у розрізі бюджетних програм (табл. 1).

Таблиця 1

Розподіл видатків Валківського районного бюджету на 2014 рік за Відділом освіти і науки Валківської райдержадміністрації у розрізі бюджетних програм

Програма	Загальний фонд	Спеціальний фонд	Разом
Надання загальної середньої освіти загальноосвітніми навчальними закладами, спеціалізованими школами, ліцеями, гімназіями, колегіумами	29784773	620239	30405012
Надання позашкільної освіти позашкільними закладами освіти, заходи із позашкільної роботи з дітьми	1652455	124600	1777055
Методичне забезпечення діяльності навчальних закладів та інші заходи у галузі освіти	835357		835357
Централізоване ведення бухгалтерського обліку	414772		414772
Здійснення централізованого господарського обслуговування	1103766		1103766
Надання допомоги дітям-сиротам та дітям, позбавленим батьківського піклування, яким виповнюється 18 років	19900		19900
Капітальні вкладення		310551	310551
Всього видатків за головним розпорядником	33811023	1055390	34866413

Розглянемо результативні показники деяких бюджетних програм у розрізі підпрограм і завдань. Проаналізуємо дані показники бюджетної програми «Надання позашкільної освіти позашкільними закладами освіти, заходи із позашкільної роботи з дітьми» (табл. 2).

Таблиця 2

Результативні показники бюджетної програми у розрізі підпрограм і завдань

	Одиниця виміру	2014 рік
Програма: Надання позашкільної освіти позашкільними закладами освіти, заходи із позашкільної роботи з дітьми		
Мета програми: Залучення та забезпечення надання належних умов виховання дітей в умовах позашкільної освіти		
Завдання: Забезпечити залучення та надання належних умов виховання дітей в умовах позашкільної освіти	тис. грн	1777,06
1. Показники затрат		
Кількість закладів	од.	5
Середньорічна кількість ставок педагогічного персоналу	од.	160,25
Середньорічна кількість штатних одиниць адмінперсоналу, за умовами оплати віднесених до педагогічного персоналу	од.	110,5
Середньорічна кількість штатних одиниць спеціалістів	од.	64,5
Середньорічна кількість штатних одиниць робітників	од.	116,5
Всього – середньорічна кількість ставок (штатних одиниць)	од.	451,75
Погашення кредиторської заборгованості минулих періодів	тис. грн	9,94
2. Показники продукту		
Середньорічна кількість дітей, які отримують позашкільну освіту	осіб	8323
3. Показники ефективності		
Витрати на 1 дитину, яка отримує позашкільну освіту	грн	2050,47
4. Показники якості		
Рівень охоплення дітей позашкільною освітою	%	37,82
Динаміка охоплення позашкільною освітою до попереднього року	%	105,04
Рівень погашення кредиторської заборгованості	%	100

Основними перевагами застосування програмно-цільового методу в бюджетному процесі є:

– першочергове залучення громадськості до визначення пріоритетних, на її думку, програм. Через функціонування системи громадських слухань програми формуються підзвітно і прозоро, що дає змогу громадам вказати місцевій владі напрямок, в якому потрібно рухатися;

– – які заплановано реалізувати протягом планового періоду. При цьому в програмах розраховано показники ефективності їхнього виконання у кожній сфері, що визначає відповідно рівень продуктивності такої програми;

– чітке розуміння державними органами та громадськістю напрямків використання бюджетних коштів;

– упорядкування й оптимізація діяльності головного розпорядника бюджетних коштів у процесі формування і виконання бюджетних програм з чітким розмежуванням відповідальності між відповідальними виконавцями бюджетних програм;

– забезпечення комплексного методу бюджетування, формування та виконання плану;

– акцентування на результатах, які отримують після використання бюджетних коштів, і ефективності їхнього використання [2].

На фоні зазначених переваг програмно-цільового методу на сучасному етапі його впровадження в бюджетний процес виділяються і певні недоліки. Так, його застосування сьогодні є здебільшого формальним, що, у свою чергу, стримує якісне надання державних послуг та ефективне використання бюджетних коштів. Упровадження програмно-цільового методу в Україні не дає очікуваних результатів, тобто не має адекватного приросту ефективності бюджетних видатків, продовжується необґрунтоване фінансування численних державних і регіональних програм, яке зумовлює розпорошування та зниження ефективності витрачання обмежених бюджетних ресурсів.

Також впровадження програмно-цільового методу, насамперед, зумовлене наявністю великої кількості неефективних і неузгоджених між собою програм, неналежного їх фінансування та відсутністю дійових заходів щодо контролю за їх виконанням.

Ще однією важливою проблемою при застосуванні програмно-цільового методу є проблема визначення ефективності деяких програм, яка пов'язана з тим, що суспільні блага та послуги важко піддаються кількісній оцінці. Показник результативності є описовим або кількісним індикатором, що характеризує результат діяльності або успішність руху до досягнення поставленої мети, проте деякі види діяльності та результати важко піддаються кількісному виміру, і на практиці виявляється, що дуже важко оцінити кінцеві результати діяльності в чистому вигляді без урахування впливу зовнішніх факторів, а в певних ситуаціях результати діяльності важко передбачити [3].

Отже, практичне впровадження програмно-цільового методу дасть змогу підвищити ефективність і продуктивність витрачання бюджетних коштів. При цьому важливим завданням є подальше удосконалення теорії, методології та практики виконання бюджетних програм. Зокрема, доцільно поглибити науково-методологічне забезпечення розробки та виконання бюджетних програм, у тому числі розробити доступні для застосування методики оцінювання бюджетних витрат за окремими заходами на різну перспективу, прогнозування очікуваних результатів, розрахунку окремих показників економічної ефективності програми. Необхідно вжити заходів щодо впорядкування політики у сфері реалізації бюджетних програм шляхом уточнення (визначення) центрів ухвалення відповідних рішень, зменшення загальної кількості бюджетних програм, їхньої конкретизації (усунення розмитості» та дублювання). Слід підвищити рівень компетентності та відповідальності розпорядників бюджетних коштів за чітку реалізацію затверджених бюджетних програм.

Формування місцевих бюджетів на основі визначення соціально-економічних пріоритетів адміністративно-територіальних одиниць на середньострокову перспективу дасть змогу зекономити значні обсяги бюджетних ресурсів, що забезпечить зростання дохідної частини місцевих бюджетів та максимальне задоволення потреб територіальних громад.

Науковий керівник – канд. екон. наук, доцент Юшко С. В.

Література: 1. Про схвалення Концепції застосування програмно-цільового методу у бюджетному процесі [Електронний ресурс] : Розпорядження Кабінету Міністрів України від 14.09.2002 № 538-р. – Режим доступу : http://zakon5.rada.gov.ua/laws/show/538-2002-%D1%80. **2.** Сергієнко Н. В. Програмно-цільовий метод і проблематика його впровадження в бюджетний процес місцевих бюджетів [Електронний ресурс] / Н. В. Сергієнко // Державне будівництво. – 2013. – № 2. – Режим доступу : http://nbuv.gov.ua/j-pdf/DeBu_2013_2_19.pdf. **3.** Огонь Ц. Г. Програмно-цільовий метод та ефективність бюджетних програм / Ц. Г. Огонь // Фінанси України. – 2009. – № 7. – С. 20–29.

THE INTERNET AS A MODERN TOOL FOR MARKETING RESEARCH

UDC 004.738.5:659.1

Drobotenko A. V.

Master of 2 year of training
Management and Marketing faculty of S. Kuznets KhNUE

Annotation. *Describes the current trends in conducting market research, of particular importance given the Internet as a more natural environment to conduct more effective from the point of view of the multifaceted costs of market research; it is also of particular importance given online advertising as the alternative to traditional advertising tools with a significant impact of communication.*

Keywords: *Internet, online advertising, communication.*

Анотація. *Описано сучасні тенденції в проведенні ринкових досліджень, особливого значення надано Інтернету як більш природному середовищу для проведення більш ефективних з точки зору витрат багатогранних досліджень ринку; також особливого значення надано онлайн-рекламі як альтернативі традиційним інструментам реклами з більш відчутним ефектом від комунікації.*

Ключові слова: *Інтернет, онлайн-реклама, комунікація.*

Аннотация. *Описаны современные тенденции в проведении рыночных исследований, особое значение предоставлено Интернета как более естественной среде для проведения более эффективных с точки зрения затрат многогранных исследований рынка; также особое значение предоставлено онлайн-рекламе как альтернативе традиционным инструментам рекламы с более ощутимым эффектом от коммуникации.*

Ключевые слова: *Интернет, онлайн-реклама, коммуникация.*

The main purpose of any marketing research is to provide management with relevant, accurate, reliable, valid, and current information. Competitive marketing environment and the ever-increasing costs attributed to poor decision making require that marketing research provide sound information. These factors together with massive adoption of new web platforms forces managers to pay more attention to Internet as a part of their market.

Internet has taken itself far away from the field of academic research, with set subject pools and relatively rigid experimental conditions, into the field of real life, with people interacting with one another on the level of regular day-to-day interactions. While it is still possible to apply controlled, scripted situations to marketing research, the more effective way is to find methods of collecting and evaluating data gathered in the more natural environment of virtual interactions. Obviously, this is an important impact of the internet on marketing research. There was a number of researchers who investigated this topic, namely: Bersford L., Laskey N., Muske G., Stanforth N., Wilson N., Woods M. and others.

The goal of this article is to describe the modern tools of marketing research in the Internet and to consider their advantages and limitations.

In some ways, the idea of switching focus to the social Web makes marketing research harder, as new techniques must be developed, and as with many innovations, there is a large ratio of failure to be expected. In other ways, however, this makes marketing research easier, particularly because, thanks to such developments like social networking sites, gathering the necessary data for marketing research has almost become 'one-stop shopping'. Marketing researchers are now able, with a large degree of accuracy, to gather enough information to answer questions.

These questions may include those, which will determine: how successful a product or service is going to be, who are the existing and potentially future competitors, how long the various levels of market demand will last; what the best distribution channels will be; what type of an advertising campaign will be most effective. Furthermore, it is necessary to determine how big an advertising budget to allocate to each particular product launch, and what the next step is going to be in terms of either phasing out the product or service or changing/enhancing it to maintain demand.

The Internet also allows marketing research to proceed alongside the partial implementation of the actual marketing campaigns by creating various low-cost advertising options [1]. For example, while creating a YouTube ad is only first step in a marketing research effort, driving viewers to the ad is another matter. Unless one has a very wide social network to which an e-mail can be sent informing them of the ad creation, the low-cost way to have people view the ad in large numbers is by utilizing pay search engines or pay-per-view (or pay-per-click) advertising websites. There is even a way to reduce message dilution if one is willing to pay a little more for a targeted audience based on the demographic information that some of the advertising sites. Even without it, however, there is an excellent chance to ensure thousands of views for one's ad while spending a very small fraction of what it would cost to purchase the cheapest broadcast media

© Drobotenko A. V., 2015

advertisement. The response from such a method may be not significant, but since the expenditures are low, the actual ROI can potentially be higher than that of a TV ad, for example.

The advantage of such a method, however, is not in the low cost of running an ad with an Internet advertising company, but rather in the long-term benefits acquiring a large number of views offers. Firstly, through the functionality specific to YouTube but also available on other social networking sites, an ad with a drastically increased number of views can make it into the various categories on the website's, such as 'most popular this week' or 'most advanced in views' and thus attract attention of all users without the effort of attracting them through an e-mail campaign or further paid online advertising. Furthermore, since YouTube allows members to comment on every video they view, an ad on YouTube can generate large amounts of feedback. It is unlikely that all of this feedback will be useful, but sometimes even one useful comment can allow a marketer to make the adjustments that would greatly benefit the campaign once it is ready to be launched fully.

Another great innovation that the Internet has created is online surveys. Marketing research has been conducted using surveys in the past as well, either through direct mail or through utilizing focus groups. Online surveys represent a significant advantage over both methods, both in coming up with the needed target audience and with reducing operational costs for such research. The best way to ensure that people will actually participate in a survey is to offer them some sort of an incentive. Money is the most common and most effective incentive, but sending money to people ahead of their actually completing a survey, and without a way to guarantee that the survey actually will be completed, is a sure way to increase one's research costs without adding data. On the other hand, offering compensation at some later date, after the survey has been completed, sent, and processed, may be too much of a delay in compensation to provide enough incentive for an individual to complete the survey. Online surveys rectify both scenarios by allowing compensation to be processed automatically upon the successful completion of a survey [2]. On one hand, the marketing researcher does not suffer an unnecessary expense of awarding compensation and receiving no data. On the other hand, the person filling out the survey does not have to wait for compensation and is likely to be more ready and willing to complete this survey, as well as any future surveys from the same marketer.

Another important element of conducting a survey is coming up with the target audience that most accurately fits the profile of a consumer needed for this particular survey. With a focus group, such target audience concentration can be achieved, but the need to deal with actual people in a physical environment limits the actual size of this audience; such things as renting a space and purchasing supplies - including, in some cases, refreshments - would have to be added to compensation to the participants as the costs of conducting a survey [3]. With an online survey, the vetting process can be conducted at the beginning of the survey by requiring the participant to answer demographic questions, as well as others pertaining to this particular survey, such as recent purchasing activities, for example. With the system programmed to exclude participants who give certain answers, these individuals can be vetted out with just a few minutes of their time taken - and often even less than that. Such an approach would cost the researcher nothing, and if the disqualified participants were offered to participate in future studies or given token compensation, such as an entry into a sweepstakes, they might actually continue to participate in future studies, some may need people with their demographic specifics [4]. This allows the marketing researcher not only to choose the best possible targeted audience for a particular survey, but also to retain the pool of potential respondents for future use.

In the future, as the Internet itself develops, it is likely to play an ever-increasing role in marketing research. It is not only possible but practically inevitable that marketing itself will change in the foreseeable future, with more emphasis on individual communications, social networking, and viral marketing. The best examples of the changing marketing environment right now probably can be found in the movie industry, where some films are being marketed exclusively through the Internet and relying to a great degree on social networking websites spreading the word [5]. The relative success of such marketing shows that this approach is viable and, with some adjustments, can be used by other industries as well. Thanks to the power of the internet, advertising is becoming less wasteful and its value more measurable.

Supervisor – Candidate of Sciences (Economics), Associate Professor Kotlik A.

Literature: 1. Glossbrenner A. Making more money on the internet / A. Glossbrenner, E. Glossbrenner. – New York : McGraw Hill, 1996. – 336 p. **2.** Online survey on scientific information in the digital age / European Commission. – Luxembourg : Publications Office of the European Union. – 2012. – 65 p. **3.** McCollum T. The future is now / T. McCollum // Nation's Business. – 1996. – № 84 (12). – P. 16–28. **4.** WWW user survey 1999 [Electronic resource] // GVU Center. – [Access mode] : www.cc.gatech.edu/gvu/user_surveys/. **5.** Wilson A. Internet based marketing research: a serious alternative to traditional research methods? / A. Wilson, N. Laskey // Marketing Intelligence & Planning. – 2003. – Vol. 21. – №. 2. – P. 79–84.

ОБҐРУНТУВАННЯ ВИБОРУ ДЕПОЗИТНИХ ПРОДУКТІВ БАНКУ НА ОСНОВІ МЕТОДУ АНАЛІЗУ ІЄРАРХІЇ

УДК 336.717.3

Дубосар О. В.

Студент 4 курсу
фінансового факультету ХНЕУ ім. С. Кузнеця

Анотація. *Розкрито сутність оцінки ефективності депозитних програм банку. Розглянуто актуальні методи оцінки, що використовуються у світовій практиці. Проаналізовано переваги застосування методів експертних оцінок. Розкрито алгоритм застосування методу ієрархій на прикладі оцінки ефективності депозитних програм ПАТ "МЕГАБАНК".*

Ключові слова: *депозитний продукт, метод експертних оцінок, метод аналізу ієрархій, вклад, банк, депозитна програма, відсоткова ставка.*

Аннотация. *Раскрыта сущность оценки эффективности депозитных программ банка. Рассмотрены актуальные методы оценки, используемые в мировой практике. Проанализированы преимущества применения методов экспертных оценок. Раскрыт алгоритм применения метода иерархий на примере оценки эффективности депозитных программ ПАО «МЕГАБАНК».*

Ключевые слова: *депозитный продукт, метод экспертных оценок, метод анализа иерархий, вклад, банк, депозитная программа, процентная ставка.*

Annotation. *The essence of the evaluation of bank deposit programs is revealed. The actual assessment methods used abroad are considered. The advantages of the methods of expert estimates are analized. The algorithm of the method of hierarchies on the example of the evaluation of the JSC "MEGABANK"'s deposit programs is discovered.*

Keywords: *deposit product, method of expert evaluations, method of hierarchy analysis, the contribution, bank, deposit program, interest rate.*

Процес оцінки ефективності, вибір методів такої оцінки є важливими моментами моніторингу й аналізу депозитної діяльності банку. Проте особливості депозитної діяльності банків не завжди дозволяють об'єктивно, виходячи з кількісних, статистичних показників, оцінити таку діяльність. Тому, на погляд автора, дослідження методів оцінки ефективності депозитної діяльності банків є актуальним.

Дослідженням цієї проблеми займалися такі вчені та дослідники, як: А. Довгяло, Г. Сакман, Б. Литвак, А. Андрейчиков та ін. [1–4], проте в їх працях було висвітлено лише загальні аспекти вирішення проблеми або певний вид заходів, безпосередньо не пов'язаний з оцінкою ефективності депозитної діяльності банку.

Метою роботи є обґрунтування вибору оптимальних депозитних продуктів банку за допомогою методу аналізу ієрархій.

Найбільш прийнятними методами оцінки суб'єктивних суджень є методи експертних оцінок, що реалізуються, зокрема, за допомогою методу аналізу ієрархій. Цей метод припускає декомпозицію проблеми на більш прості складові частини й обробку суджень особи, яка приймає рішення (експерта). У результаті визначається відносна значущість досліджуваних альтернатив для всіх критеріїв, що знаходяться в цій ієрархії

Після побудови ієрархії встановлюється метод порівняння її елементів. У цьому випадку приймається метод попарного порівняння.

Ранжування елементів, аналізованих із використанням матриці парних порівнянь, здійснюється на підставі головних власних векторів, що отримуються в результаті обробки матриць [3]. Обчислення головного власного вектора W позитивної квадратної матриці проводиться на підставі рівності:

$$EW = \lambda max \cdot W, \quad (1)$$

де λmax – максимальне власне значення матриці.

Для оцінки однорідності суджень експерта необхідно використовувати відхилення величини максимального власного значення λmax від порядку матриці n [4]. Однорідність суджень оцінюється індексом однорідності (ІО) чи відношенням однорідності (*ВО*) відповідно до таких виразів:

$$IO = (\lambda max - n) / (n - 1); \quad (2)$$

$$BO = IO / M(IO), \quad (3)$$

© Дубосар О. В., 2015

де $M(IO)$ – середнє значення (математичне очікування) індексу однорідності випадковим чином складеної матриці парних порівнянь, яке засноване на експериментальних даних, отриманих у роботі [2].

Як допустиме використовується значення $BO \leq 0{,}10$.

Згідно з даними офіційного сайту [5] ПАТ "МЕГАБАНК" пропонує клієнтам 6 депозитних програм (табл. 1), що відрізняються комбінацією критеріїв ефективності.

Таблиця 1

Види депозитних програм ПАТ «МЕГАБАНК» та критерії їх оцінки

Депозитна програма	Умовне позначення	Критерії оцінки	Умовне позначення
Експрес відсотки	ЕВ	Можливість розрахунків	Р
Святкуємо разом	СР	Відсоткова ставка	С
Стабільна Весна +	СВ+	Можливість поповнення	П
Святковий	С	Термін залучення	Т
2+2	2+2	Можливість пролонгації	Л
Продуктивний місяць	ПМ	Наявність капіталізації	К

Для визначення оптимальної депозитної програми банку ПАТ «МЕГАБАНК», у якій були б максимально поєднані всі зазначені параметри, слід провести ієрархічний аналіз за допомогою засобів комп'ютерного середовища MS Excel.

Базою для проведення експертизи виступили результати анкетування осіб, якими виступають клієнти ПАТ «МЕГАБАНК». Їм було запропоновано провести попарні порівняння депозитних продуктів банку.

Декомпозицію критеріїв ефективності депозитних програм ПАТ «МЕГАБАНК» наведено на рис. 1.

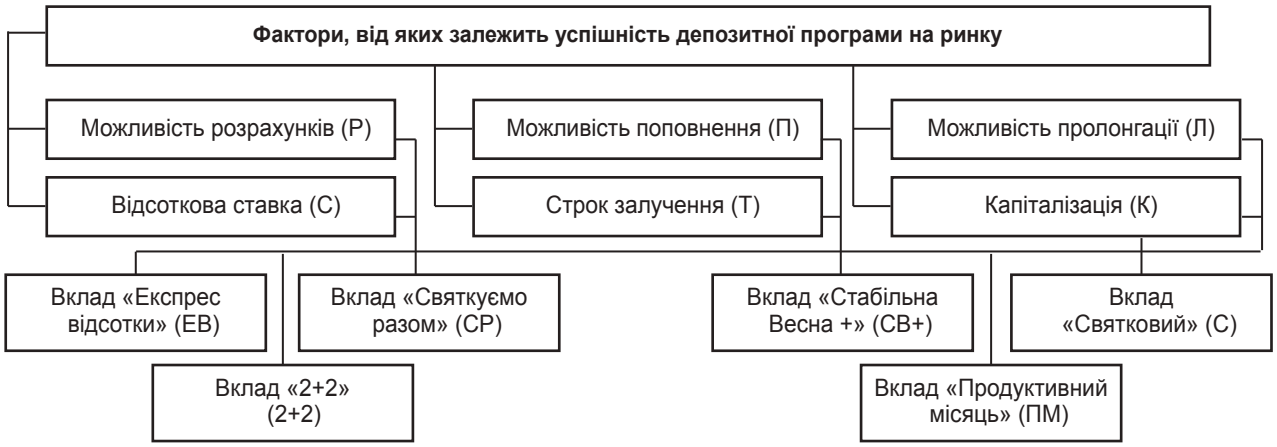

Рис. 1. **Декомпозиція критеріїв ефективності депозитних програм ПАТ «МЕГАБАНК»**

Використовуючи вказаний алгоритм дій, на підставі отриманих результатів розрахуємо відносні ваги критеріїв (табл. 2).

Таблиця 2

Відносні ваги критеріїв аналізу

Критерій	Р	С	П	Т	Л	К	Середнє геометричне	Вага
Р	1	0,25	0,5	3	2	0,33	0,79	0,10
С	4	1	3	6	5	2	2,99	0,38
П	2	0,33	1	4	3	0,5	1,26	0,16
Т	0,33	0,17	0,25	1	0,5	0,2	0,33	0,04
Л	0,5	0,2	0,33	2	1	0,25	0,50	0,06
К	3	0,5	2	5	4	1	1,98	0,25

Отже, можна зробити висновок про найбільшу значущість відсоткової ставки та можливості капіталізації при оцінці переважності вибору депозитної програми.

Значення параметрів, що визначають несуперечливість і логічність суджень осіб, які приймають рішення, а також їх еталонне значення наведені в табл. 3.

Таблиця 3

Параметри несуперечливості та логічності суджень експертів

Лямбда сер.	6,13
Індекс погодженості	0,03
Еталонне значення	1,24
Відношення	2,00 %

Значення індексу узгодженості менше 0,2 та відносної узгодженості менше 0,1 свідчить про узгоженість думок експертів. Отже, матриця оцінок критеріїв є погодженою.

Аналогічним чином обчислюємо відносні оцінки кожної депозитної програми за запропонованими критеріями.

Розрахунки проводимо за допомогою програмного середовища MS Excel. У підсумку отримали погоджені матриці оцінки кожної депозитної програми за всіма запропонованими критеріями.

Проаналізувавши кожний депозитний продукт за усіма критеріями, можемо графічно показати пріоритетність вкладів за вибраними критеріями (див. рис. 2) .

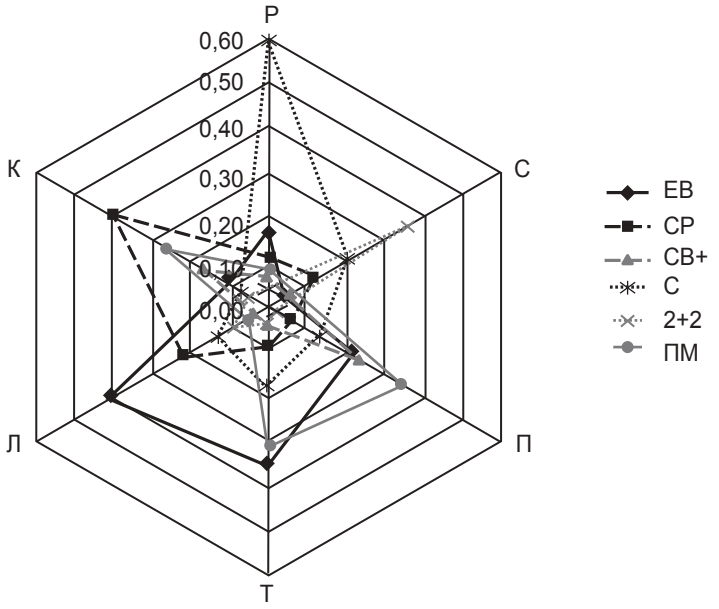

Рис. 2. **Пріоритетність вкладів за вибраними критеріями**

Остаточні оцінки депозитних програм слід розрахувати як суму відповідних оцінок за критеріями, зваженими на відносну значущість самого критерію (табл. 4).

Таблиця 4

Остаточні оцінки альтернатив

Альтернатива	Оцінка альтернативи						Оцінка факторів	Підсумкова оцінка
	Р	С	П	Т	Л	К		
ЕВ	0,16	0,04	0,21	0,36	0,41	0,10	0,10	0,13
СР	0,09	0,12	0,07	0,07	0,21	0,38	0,38	0,18
СВ+	0,05	0,21	0,23	0,04	0,12	0,16	0,16	0,17
С	0,03	0,36	0,02	0,04	0,08	0,04	0,04	0,16
2+2	0,59	0,20	0,13	0,18	0,13	0,06	0,06	0,19
ПМ	0,08	0,07	0,34	0,31	0,05	0,25	0,25	0,17

Таким чином, виходячи із підсумкових даних, можна дійти висновку про те, що ступінь відмінності депозитних програм банку за обраними критеріями є невисоким. Це спостерігається на рис. 3.

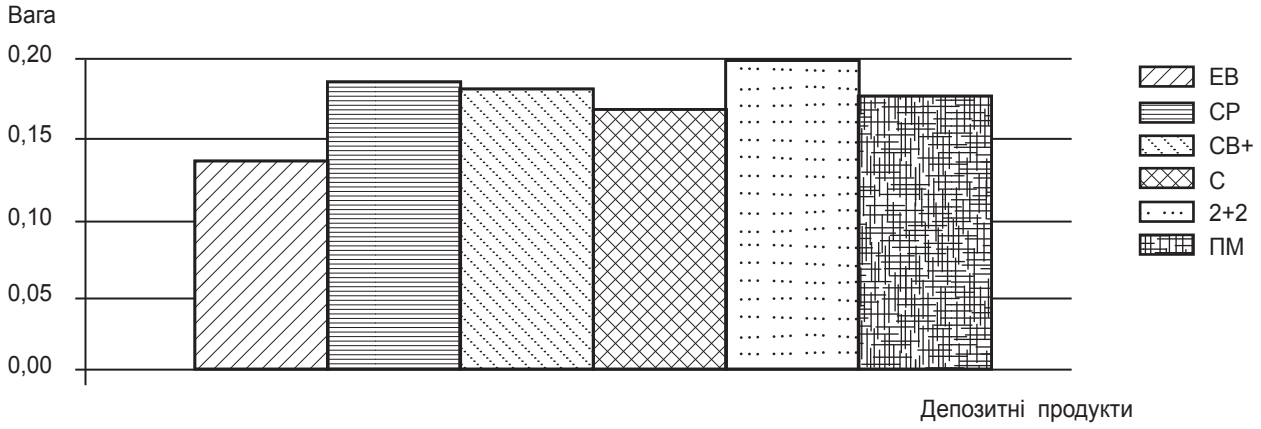

Рис. 3. **Значення оцінки глобального пріоритету відносно депозитних продуктів банку**

Ранжування депозитних продуктів ПАТ «МЕГАБАНК» наведено у табл. 5.

Таблиця 5

Ранжування депозитних продуктів ПАТ «МЕГАБАНК»

Вид депозиту	Ранжування депозитів
Експрес відсотки	5
Святкуємо разом	2
Стабільна Весна +	3
Святковий	4
2+2	1
Продуктивний місяць	3

Таким чином, привабливішою депозитною програмою банку, з точки зору клієнтів, є «2+2», перевагами цього вкладу є високі відсоткові ставки, можливість поповнення вкладу та диференційований термін вкладу. Другий ранг має депозит «Святкуємо разом», який передбачає лояльний перерахунок відсотків при достроковому витребуванні вкладу з 5 по 12 місяць, з правом поповнення.

Депозити «Стабільна весна +» та «Продуктивний місяць» були оцінені однаково, мають ранг 3. Основними їх перевагами є наявність права поповнення та пролонгації договору. Саме через відсутність таких переваг депозит «Святковий» займає передостаннє місце у рейтингу депозитних продуктів ПАТ «МЕГАБАНК».

Останнє місце посідає вклад «Експрес відсотки». Цей вклад особливий тим, що термін його дії складає 7 днів, після депозит можна забрати або пролонгувати на такий самий термін та не більше ніж на півтори місяці. Відповідно, відсоткова ставка найменша та складає 19 % річних.

Отже, банку необхідно приділити особливу увагу вкладам «2+2» та «Святкуємо разом», оскільки вони є найпривабливіші для клієнта. Доречно буде провести систему заходів щодо інформування клієнтів, стосовно наявності подібних програм, наприклад, за допомогою друкування та поширення брошур із перевагами цих вкладів. Також одним з найдієвіших методів є реклама по телебаченню.

Ще одним сучасним і перспективним методом комунікаційної політики банку є мерчандайзинг. Банківський мерчандайзинг – це одна із складових маркетингу й інструментів збутової політики, спрямована на збільшення обсягу продажу банківських продуктів. Мерчандайзинг у сфері депозитної діяльності вирішує такі завдання:

– удосконалення асортименту депозитних продуктів відповідно до потреб ті запитів існуючих та потенційних клієнтів;

– забезпечення наявності в асортименті продуктів, на які є попит на ринку, та його оновлення відповідно до зростаючих потреб клієнтів тощо.

Таким чином, для оцінки ефективності депозитних програм банку було використано метод аналізу ієрархій, математичний апарат якого дозволив привести суб'єктивні судження експертів до математично формалізованого вигляду та оцінити згідно з правилами взаємопов'язаності, несуперечливості та логічності.

Науковий керівник – докт. екон. наук, професор Проноза П. В.

Література: 1. Довгяло А. М. Диалог пользователя с ЭВМ: Основы проектирования и реализации / А. М. Довгяло. – Київ : Наук. думка, 1981. – 232 с. **2.** Сакман Г. В. Решение задач в системе человек – ЭВМ / Г. В. Сакман. – М. : Мир, 1973. – 351 с. **3.** Литвак Б. Г. Экспертные оценки в принятии решений / Б. Г. Литвак. – М. : Патент, 1996. – 271 с. **4.** Андрейчиков А. В. Анализ, синтез, планирование решений в экономике / А. В. Андрейчиков, О. Н. Андрейчикова. – М. : Финансы и статистика, 2000. – 368 с. **5.** Офіційний сайт ПАТ "МЕГАБАНК" [Електронний ресурс] – Режим доступу : http://www.megabank.net.ua.

ФОРМУВАННЯ ФІНАНСОВОЇ СТРАТЕГІЇ ПІДПРИЄМСТВА НА ОСНОВІ МАТРИЦІ ФРАНШОНА І РОМАНЕ

УДК 336:005.21

Дурасова Є. О.

Магістрант 1 року навчання
фінансового факультету ХНЕУ ім. С. Кузнеця

Анотація. *Здійснено ідентифікацію стадії фінансового розвитку ТОВ «Елтіз» на основі визначення його позиції у матриці фінансових стратегій. Проаналізовано можливі варіанти зміни фінансової рівноваги та надано рекомендації щодо формування оптимальної фінансової стратегії підприємства.*

Ключові слова: *фінансова стратегія підприємства, стадія фінансового розвитку, фінансова стратегія, фінансова рівновага, матриця Франшона і Романе.*

Аннотация. *Осуществлена идентификация стадии финансового развития ООО «Элтиз» на основе определения его позиции в матрице финансовых стратегий. Проанализированы возможные варианты изменения финансового равновесия и представлены рекомендации для формирования оптимальной финансовой стратегии предприятия.*

Ключевые слова: *финансовая стратегия предприятия, стадия финансового развития, финансовая стратегия, финансовое равновесие, матрица Франшона и Романе.*

Annotation. *The stage of financial development of the PLC «Eltiz» was identified on the basis of the determination of its position in the matrix of financial strategies. The possible options for changes in the financial balance were analyzed and the recommendations on the formation of optimal financial strategy were formulated.*

Keywords: *financial strategy of the enterprise, the stage of financial development, financial strategy, financial equilibrium, matrix Franson and Novel.*

Сучасний етап розвитку економіки України характеризується зміною умов функціонування підприємства внаслідок підвищення рівня мобільності зовнішніх чинників і посиленням їх впливу на внутрішнє середовище. За таких умов необхідним чинником для успішного функціонування є розробка та постійне коригування довгострокового фінансового плану розвитку підприємства, тобто його фінансової стратегії.

Питання розробки та реалізації фінансової стратегії підприємства висвітлено у працях таких вітчизняних та зарубіжних учених, як: Ансофф І., Бланк І., Бутиріна В., Гриньов А., Іванюта С., Портер М., Ткачук І. та ін. Проте деякі аспекти, зокрема ідентифікація стадії фінансового розвитку як підгрунтя для вибору оптимальної фінансової стратегії, є недостатньо дослідженими.

Метою цієї статті є визначення стадії фінансового розвитку ТОВ «Елтіз», оцінка наявних стратегічних альтернатив на основі матриці Франшона і Романе та надання рекомендацій щодо формування оптимальної фінансової стратегії.

Всі можливі види фінансових стратегій підприємства можуть бути наведені у вигляді матриці фінансових стратегій підприємства, на основі якої визначається поточне положення підприємства та визначаються потенційні напрямки його розвитку.

© Дурасова Є. О., 2015

Розглянемо одну з таких матриць, а саме матрицю Франшона і Романе, що грунтується на розрахунку трьох коефіцієнтів: результат господарської діяльності (*РГД*), результат фінансової діяльності (*РФД*), результат фінансово-господарської діяльності (*РФГД*). Перевагою такого підходу є комплексність, можливість оцінки реальних грошових потоків від виробничо-господарської, інвестиційної та фінансової діяльності, спостереження тенденцій зміни грошового потоку, прогнозу фінансового стану підприємства та своєчасного визначення резервів його покращання [3].

Результат господарської діяльності (*РГД*) є сумою коштів, яка залишається у розпорядженні підприємства після фінансування виробничого розвитку та визначається за формулою (1). Слід враховувати, що за додатного значення *РГД* підприємство функціонує на основі принципу самофінансування, а за від'ємного – залучає позикові ресурси для фінансування своїх виробничих потреб [5, с. 40].

$$РГД = БРЕІ - \Delta ФЕП - ВІ + ЗПМ, \quad (1)$$

де *БРЕІ* – брутто-результат експлуатації інвестицій;

$\Delta ФЕП$ – зміни фінансово-експлуатаційних потреб;

ВІ – виробничі інвестиції;

ЗПМ – звичайний продаж майна.

Результат фінансової діяльності (*РФД*) відображає фінансову політику підприємства щодо залучення позикових коштів, про що свідчить його додатне значення чи зменшення обсягу позикових джерел фінансування за умов від'ємного значення. Він розраховується за формулою (2) [5, с. 40].

$$РФД = \Delta ПК - ФВПК - ППр - (Д + ДВФД), \quad (2)$$

де $\Delta ПК$ – зміни позикових коштів;

ФВПК – фінансові витрати за позиковими коштами;

ППр – податок на прибуток;

Д – дивіденди;

ДВФД – інші доходи і витрати фінансової діяльності.

Таким чином, результат фінансово-господарської діяльності (РФГД) показує величину і динаміку грошових засобів підприємства після здійснення всього комплексу інвестиційно-виробничої і фінансової діяльності. Він знаходиться за формулою (3) [5, с. 40].

$$РФГД = РГД + РФД. \quad (3)$$

На основі значень описаних показників здійснюється позиціонування підприємства у матриці фінансових стратегій Франшона і Романе, вигляд якої наведено на рис. 1.

Показники	РФД < 0	РФД → 0	РФД > 0
РГД > 0	1. Батько сімейства РФГД → 0	4. Рантьє РФГД > 0	6. Материнське товариство РФГД >> 0
РГД → 0	7. Епізодичний дефіцит РФГД < 0	2. Стійка рівновага РФГД → 0	5. Атака РФГД > 0
РГД < 0	9. Кризовий стан РФГД << 0	8. Дилема РФГД < 0	3. Хитка рівновага РФГД → 0

Рис. 1. **Матриця фінансових стратегій (фінансової рівноваги) Франшона і Романе**

Як видно на рис. 2, протягом проаналізованого періоду позиція ТОВ «Елтіз» знаходиться у квадранті 4 матриці фінансових стратегій Франшона і Романе, який відповідає фінансовій стратегії Рантьє. Слід зазначити, що у 2013 р. спостерігалась негативна тенденція зміни результатів від фінансової та господарської діяльності, котра однак вже наступного року перевищила показник 2012 р.

Для переходу до більш сприятливого квадранта підприємству достатньо збільшити результат фінансової діяльності за рахунок залучення позикових коштів чи отримання доходів від фінансових інвестицій, однак такі дії призведуть до зниження результату господарської діяльності через додаткові витрати, пов'язані з цим, що відповідає існуючій на ТОВ «Елтіз» політиці. Тому заходи його керівництва повинні бути спрямовані на реалізацію одного з запропонованих в економічній літературі сценаріїв розвитку – переміщення в квадранти 1, 2 чи 7.

	РФД <0	РФД =0	РФД >0
РГД >0	1	4	6
РГД =0	7	2	5
РГД <0	9	8	3

Рис. 2. **Матриця фінансових стратегій ТОВ «Елтіз» протягом 2012–2014 рр.**

Переміщення до квадранта 1 (Батько сімейства) потребує від ТОВ «Елтіз» впровадження значних змін у його діяльності, оскільки можливе за умов стабільної економічної ситуації, зростання чи стабільного рівня рентабельності і незначній конкуренції на ринку. Крім того, відбуватиметься відмова від позикових коштів при наростанні фінансових витрат, пов'язаних із оплатою поточної заборгованості, та зростанні виплати податку на прибуток, що значно погіршить фінансовий стан підприємства.

При погіршенні показників можливий перехід у квадрант 7 (Епізодичний дефіцит). При значному зростанні рентабельності і прискоренні оборотності коштів, що супроводжуються значними зовнішніми виплатами, підприємство може переміститися у квадрант 2 (Стійка рівновага).

Для покращення фінансового стану керівництву ТОВ «Елтіз» слід розширювати ринки збуту й оптимізувати структуру капіталу, оскільки за умов продовження подібної тенденції підприємство може лише втримуватися в квадранті Рантьє, але не поліпшити фінансовий стан.

Таким чином, можна дійти висновку, що матриця фінансових стратегій Ж. Франшона і І. Романе, побудована для ТОВ «Елтіз» дала змогу встановити, що підприємство перебуває на стадії стабілізації. Але в той же час подібна фінансова стратегія не достатньою мірою охоплює питання, які стосуються модернізації виробництва та фінансової діяльності, внаслідок чого спостерігається негативний результат від фінансової діяльності та недостатньо ефективне використання коштів та активів, які знаходяться в розпорядженні підприємства.

Науковий керівник – докт. екон. наук, професор Журавльова І. В.

Література: 1. Бланк И. А. Финансовая стратегия предприятия / И. А. Бланк. – Київ : Ельга, 2006. – 520 с. **2.** Гриньов А. В. Якість формування фінансової стратегії підприємства / А. В. Гриньов, О. М. Ястремська // Фінанси України. – 2006. – № 6. – С. 121–128. **3.** Дорофеев М. Л. Особенности применения матрицы финансовых стратегий Франшона и Романе в стратегическом финансовом анализе компании / М. Л. Дорофеев // Финансы и кредит. – 2009. – № 23 (359). – С. 51–56. **4.** Семенов А. Г. Матриця фінансових стратегій / А. Г. Семенов // Вісник економічної науки України. – 2008. – № 2. – С. 139–143. **5.** Финансовый менеджмент: теория и практика / Под ред. Е. С. Стояновой. – М. : Перспектива, 2003. – 656 с.

РАЗВИТИЕ МАЛОГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА В ТУРКМЕНИСТАНЕ

УДК 33.012.61-022.51(575.4)

Дурдымырадов Д.

Студент 2 курса
факультета менеджмента и маркетинга ХНЭУ им. С. Кузнеца

Аннотация. *Рассмотрены критерии признания субъектов предпринимательства малыми, а также направления поддержки малого предпринимательства в Туркменистане.*

© Дурдымырадов Д., 2015

Ключевые слова: *субъекты малого предпринимательства, критерии малого предпринимательства, государственная поддержка, развитие малого предпринимательства.*

Анотація. *Розглянуто критерії визнання суб'єктів підприємництва малими, а також напрямки підтримки малого підприємництва в Туркменістані.*

Ключові слова: *суб'єкти малого підприємництва, критерії малого підприємництва, державна підтримка, розвиток малого підприємництва.*

Annotation. *In this article the criteria of confession of business entities are considered small, and also directions of support of small enterprise in Turkmenistan.*

Keywords: *small businesses, the criteria for small business, government support, the development of small business.*

Важнейшим приоритетом развития современного Туркменистана является активизация негосударственного сектора экономики и увеличение его вклада в формирование ВВП страны. При этом значительная роль отводится малому предпринимательству.

За последние годы в стране сформированы оптимальные условия для всестороннего развития предпринимательского сектора страны: проведены институциональные и законодательные реформы, расширены секторальные направления развития бизнеса и усилено финансирование частного бизнеса, совершенствуется бизнес- инфраструктура, регулярно проводятся выставки, форумы, активизировано участие средств массовой информации, закладываются основы инновационного развития.

Цель данной статьи – проанализировать развитие малого предпринимательства в Туркменистане.

Прежде всего остановимся на понятии малого предпринимательства.

Малое предпринимательство – это предпринимательская деятельность, осуществляемая субъектами рыночной экономики при определенных установленных законами, государственными органами или другими представительными организациями критериях, конституционирующих сущность этого понятия [1].

В соответствии с Законом Туркменистана «О государственной поддержке малого и среднего предпринимательства» (с изменениями, внесенными Законами Туркменистана от 29 августа 2013 года и 3 мая 2014 года) к субъектами малого предпринимательства относятся [2]:

– субъекты предпринимательства – юридические лица, а именно:

а) микропредприятия со среднесписочной численностью работников, занятых в промышленности, электроэнергетике, строительстве, газо- и водоснабжении – до 15 человек, в других отраслях – не более 10 человек;

б) малые предприятия со среднесписочной численностью работников, занятых в промышленности, электроэнергетике, строительстве, газо- и водоснабжении – от 16 до 50 человек, в других отраслях – от 11 до 25 человек;

в) физические лица, занимающиеся предпринимательской деятельностью без образования;

г) юридические лица – индивидуальные предприниматели, у которых среднесписочная численность занятых работников не превышает 10 человек, включая самого индивидуального предпринимателя.

Развитие малого предпринимательства в Туркменистане изложено в Национальной программе «Стратегия экономического, политического и культурного развития Туркменистана на период до 2030 года» [2].

С целью придания системного характера государственной поддержке сектора частного предпринимательства в 2011 году была принята Государственная программа по поддержке малого и среднего предпринимательства в Туркменистане на 2011–2015 годы [2].

Согласно Закону Туркменистана «О государственной поддержке малого и среднего предпринимательства» от 05.08.2009 года государство обязуется оказывать малому и среднему бизнесу «комплексную, гласную, доступную, открытую поддержку», предоставлять «гарантии свободы предпринимательской деятельности, а также гарантии защиты права собственности субъектов малого и среднего предпринимательства».

Для поддержки деловой активности частного предпринимательства, малого и среднего бизнеса, защиты интересов и прав предпринимателей, обеспечения добросовестной конкуренции и социальной ответственности бизнеса в марте 2008 года был создан Союз промышленников и предпринимателей Туркменистана.

В июне 2011 года вступил в силу Закон Туркменистана «О Союзе промышленников и предпринимателей Туркменистана», который юридически определил правовые, организационные и экономические основы его деятельности [2].

В настоящее время Союз промышленников и предпринимателей Туркменистана объединяет свыше 2000 частных предприятий и компаний страны.

Постановлением Президента Туркменистана «О государственной поддержке малого и среднего предпринимательства» от 20.07.2012 года предусматривается выдача лицам, относящимся к малому и среднему предпринимательству, кредитов под 5 % годовых сроком до 10 лет для инвестиционных проектов, связанных с производством продукции и услуг, а также сроком до 1 года для пополнения оборотных средств предприятия.

Механизм льготного государственного кредитования предусматривает создание системы уполномоченных банков, в которую входят три туркменских банка – «Сенагат», «Гарагум» и «Дайханбанк», предоставляющие кредиты в соответствующих отраслях деятельности [2].

В поддержку развития частного малого и среднего предпринимательства в мае 2011 года был принят Закон Туркменистана «О микрофинансовых организациях и микрофинансировании», который определил правовые, организационные и экономические основы создания и финансирования микрофинансовых организаций и направлен на развитие рынка финансовых услуг [3].

Предпринимаемая в стране система мер поддержки предпринимательства способствовала активизации частного бизнеса и созданию частных промышленных предприятий в пищевой промышленности, производстве строительных материалов, мебели, упаковочных материалов, товаров бытовой химии, стеклянной посуды и швейных изделий. Малые и средние частные предприятия давно и успешно работают в строительстве и сфере оказания услуг населению.

Крупнейшими частными предприятиями пищевой промышленности является: ХО «Берекетли», выпускающее более 40 видов колбасных изделий и мясных продуктов, предприятия по производству кисломолочной продукции марки «Эллин» и мороженого «Салкан»; кондитерские фабрики «Хасар», ИП «Барс», ИП «Огузхан», пекарни по производству хлебобулочных изделий марки «Саглык» [2].

Среди предприятий по производству строительных материалов известны такие частные компании, как «Ак хунджи», выпускающее пенополистирол, ХО «Туркмен чоли» – шифер, «Чалы» – кровельные материалы, ХО «Гызал как» – стальные трубы» [2].

Частные предприятия «Айболек» и «Азади» производят отечественную мебель, стекольный завод «Кейик» – до 200 тыс. единиц стеклотары, ХО «Топрак» – до 200 тонн картонной упаковки в месяц, ХО «Егит» – моющие средства и другие товары бытовой химии, ИП «Земелена» – готовые трикотажные изделия.

Объемы и качество продукции, производимой малыми и средними предприятиями страны, позволяют ее реализовывать на внутреннем рынке, в некоторой степени способствуя осуществлению политики импортозамещения.

В Министерстве экономики и развития Туркменистана обсуждаются предложения по применению инструмента государственно-частного партнерства (ГЧП) при реализации Государственной программы по поддержке малого и среднего предпринимательства в Туркменистане на 2011–2015 годы. Среди наиболее перспективных форм ГЧП в условиях нынешнего развития Туркменистана называются арендные и лизинговые отношения государственных и частных структур.

В Туркменистане ставится задача по неуклонному росту негосударственного сектора экономики. Если в настоящее время на долю частного сектора приходится 56 % произведенного ВВП без учета топливно-энергетического комплекса, то к 2020 году этот показатель планируется довести до 70 % [3].

Малые предприятия составляют большинство зарегистрированных компаний. На более чем 7 тыс. малых предприятиях частного сектора трудится свыше 35 тыс. человек [3].

Удельный вес работников предприятий негосударственного сектора в общей численности занятых в экономике сегодня составляет 72,5 %. В торгово-экономической деятельности внутреннего рынка наиболее широко представлен частный сектор. До 90 % общего объема розничной торговли страны осуществляется частными предпринимательскими структурами.

Отмечая важность развития и стимулирования малого и среднего бизнеса в различных отраслях национальной экономики Туркменистана, особое внимание правительство страны акцентирует на развитии предпринимательства в агропромышленном комплексе.

Целенаправленное создание благоприятных условий для развития и стимулирования малого и среднего предпринимательства в Туркменистане призвано способствовать развитию страны, обеспечению занятости населения и созданию соответствующей среды, ориентированной на развитие творческих, деловых способностей людей.

Научный руководитель – канд. экон. наук, доцент Притыченко Т. И.

Литература: 1. Малый бизнес и его преимущества и недостатки [Электронный ресурс]. – Режим доступа : http://altaempresa.ru/maloe-predprinimatelstvo-i-ego-preimushhestva-i-nedostatki. **2.** Нормативные акты инностранных государств (Туркменистан) [Электронный ресурс]. – Режим доступа : http://www.ved.gov.ru/exportcountries/tm/about_tm/laws_ved_tm/?action=showproduct&id=3940&parent=0&start. **3.** Состояние и направления поддержки малого предпринимательства в республике Туркменистан [Электронный ресурс]. – Режим доступа : http://itig.rguts.ru/uidupload/qualify/24493/durdyev_-_gmu_-_2014.pdf. **4.** Папп В. В. Современное состояние и тенденции развития малого предпринимательства в Украине / В. В. Папп // Бизнес Информ. – 2013. – № 6. – С. 160–164.

ФОРМУВАННЯ ФІНАНСОВОЇ СТРАТЕГІЇ НА ОСНОВІ ПОЗИЦІОНУВАННЯ В МАТРИЦІ МАК КИНСІ«ДЖЕНЕРАЛ ЕЛЕКТРІК»

УДК 336.717:339.138

Єгорова О. А.

Магістрант 1 року навчання
фінансового факультету ХНЕУ ім. С. Кузнеця

Анотація. *Розглянуто сутність та ефективність застосування такого методу стратегічного аналізу, як матриця Мак Кінсі «Дженерал Електрик» на прикладі ПАТ «Альфа-Банк», та надано оцінку конкурентоспроможності банку. За результатами матриці було обрано стратегічну позицію банку.*

Ключові слова: *стратегія банку, матриця Мак Кінсі «Дженерал Електрик», привабливість ринку, конкурентоспроможність, квадранти матриці.*

Аннотация. *Рассмотрена сущность и эффективность применения такого метода стратегического анализа, как матрица Мак Кинси «Дженерал Электрик» на примере ПАО «Альфа-Банк», и дана оценка конкурентоспособности банка. По результатам матрицы была выбрана стратегическая позиция банка.*

Ключевые слова: *стратегия банка, матрица Мак Кинси «Дженерал Электрик», привлекательность рынка, конкурентоспособность, квадранты матрицы.*

Annotation. *In the article were reviewed the essence and an efficiency of application such a method of strategic analysis, the matrix GE – McKinsey, which is presented on the example of "Alfa-Bank", and estimated the competitiveness of the bank. According to the results matrix was chosen strategic position of the bank.*

Keywords: *bank strategy, the matrix MC Kinsey General electric, market attractiveness, competitiveness, the quadrants of the matrix.*

Ефективність діяльності економічних суб'єктів значною мірою визначається їх фінансовою стратегією. Організації, що приділяють пильну увагу питанням фінансової стратегії, виявляються більш конкурентоспроможними та стійкими. Проблема вибору фінансової стратегії діяльності підприємства є актуальною у зв'язку з необхідністю прийняття рішень в ринкових умовах.

Застосування матричних інструментів маркетингу, націлених на формування та реалізацію фінансової стратегії банку висвітлено у працях таких вітчизняних і зарубіжних учених, як: Портер М. [5], Бортніков Г. [4], Ансов І. [1], Бергер Р. [7] та ін.

Вибір стратегії пов'язаний з визначенням не тільки довгострокової мети, але і шляхів її досягнення. Традиційний підхід до вирішення подібних завдань заснований на побудові двомірних матриць, кожному квадранту яких приписується своя типова стратегія [3].

Метою дослідження є визначення стратегічної позиції Альфа-Банку та формування його фінансової стратегії.

© Єгорова О. А., 2015

Матриця GE / McKinsey – розроблена консультаційною групою Маккінсі спільно з корпорацією «Дженерал Електрик» і отримала назву «екран бізнесу». Модель заснована на міркуванні, що довгострокова прибутковість стратегічної бізнес-одиниці залежить від конкурентної сили цієї одиниці, а також від здатності і вмотивованості посилювати свої позиції на ринку, які визначаються привабливістю галузі. Привабливий ринок передбачає великі справжні чи потенційні грошові потоки. Аналогічно і висока конкурентна сила також означає здатність отримувати великі грошові потоки. Особливістю матриці є те, що її можна застосовувати в усіх фазах життєвого циклу банку за різних умов конкуренції [2].

Критерії «привабливості ринку» та «конкурентоспроможність СЗГ» містять у собі ряд інших важливих показників. Комплексні показники наведені в табл. 1.

Таблиця 1

Комплексні показники привабливості ринку та конкурентного статусу СЗГ

Привабливість ринку	Конкурентоспроможність СЗГ
Характеристика ринку (галузі)	
Розмір ринку, темпи зростання ринку, географічні переваги, динаміка цін, чуттєвість споживача, розміри сегментів, об'єм продаж	Частка продаж компанії, темпи зростання статусу, конкурентоспроможність, широкий асортимент послуг, ефективність системи маркетингу
Фактори конкуренції	
Ступінь конкуренції, переваги лідерів, вплив замінників	Відносна частка ринку, потенціал організації
Фінансово-економічні фактори	
Вхідні та вихідні бар'єри, рівень ефективності діяльності, рентабельність	Рівень використання потенціалу, рівень рентабельності, технологічний розвиток, структура витрат
Соціально-психологічні фактори	
Соціальне середовище, правові обмеження	Корпоративна культура, ефективність роботи персоналу, імідж організації

Метод фірм "Дженерал Електрік" – "МакКінсі" застосовують для точнішого аналізу портфеля видів діяльності, в якому замість показника темпів приросту ринку (як у матриці "зростання – частка ринку") використовують параметр привабливості СЗГ (стратегічна зона господарювання), а замість відносної частки ринку – конкурентоспроможність на ринку [2].

Обраний набір показників привабливості ринку та конкурентоспроможності для формування стратегії ПАТ «Альфа-Банк» наведений у табл. 2 та 3.

Таблиця 2

Оцінка привабливості ринку

Привабливість ринку	Важливість компоненти	Бал (за 5-бальною шкалою)	Оцінка
Якість ринку	3	4	12
Конкурентна ситуація (абсолютна кількість конкурентів, концентрація)	3	4	12
Вплив макросередовища (на прикладі PEST-аналізу)	2	5	10
Ризикованість ринку	2	4	8
Середній рівень прибутковості	3	2	6
Усього:	15	22	54
Координата:	3,6		

В матриці Мак Кінсі вводяться середні значення показників. Стан чинників оцінено за п'ятибальною шкалою (дуже добре – 5, добре – 4, задовільно – 3, незадовільно – 2, погано – 1), а потім визначена їхня важливість за шкалою вагових коефіцієнтів (дуже важливо – 3, важливо – 2, менш важливо – 1). У результаті кожному параметру відповідають три рівні (низький, середній, високий), що дає дев'ять комбінацій, кожна з яких відповідає особливій стратегічній позиції.

Привабливість оцінено згідно з підходом, розробленим А. Вайсманом [2]. Проведено оцінку конкурентоспроможності ПАТ «Альфа-Банк» за аналогією (табл. 3).

Від положення товару або сегмента ринку в матриці залежить маркетингова стратегія:

– чим вище конкурентоспроможність товару, чим вище привабливість ринку – тим вище потенціал досягнення успіхів у цьому напрямку бізнесу;

– чим слабкіше товар компанії щодо конкурентів, чим нижче привабливість галузі – тим нижче можливості для зростання бізнесу в цьому напрямку.

Таблиця 3

Оцінка конкурентоспроможності ПАТ «Альфа-Банк»

Позиція в конкурентній боротьбі	Важливість компоненти	Бал (за 5-бальною шкалою)	Оцінка
Наявність конкурентних переваг	3	4	12
Здатність задовільнити потреби споживача	3	4	12
Сила бренда	2	3	6
Наявність ресурсів у банку (фінансових, трудових тощо)	3	3	9
Рівень гнучкості банку до зміни умов на ринку (потенціал нововведень)	3	3	9
Ефективність маркетингової діяльності	2	3	6
Усього:	16	20	54
Координата:	3,4		

Отже, згідно з отриманими результатами визначено положення ПАТ «Альфа-Банк» в матриці Мак Кінсі (рис. 1).

Привабливість сегмента	Висока (5 балів)		Високий потенціал	Високий потенціал
	Середня (3 бали)	Низький потенціал	Альфа-Банк	Високий потенціал
	Низька (0 балів)	Низький потенціал	Низький потенціал	
	Низька (0 балів)	Середня (3 бали)	Висока (5 балів)	
	Конкурентоспроможність сегмента			

Рис. 1. **Положення ПАТ «Альфа-Банк» в матриці Мак Кінсі**

Згідно з отриманими результатами ПАТ «Альфа-Банк» займає позицію з середнім потенціалом. Таке положення визначає обережну лінію поведінки: інвестувати вибірково і тільки у прибуткові та найменш ризиковані заходи. Невигідна позиція банку викликана економічним станом країни та погіршенням макроекономічних показників. Квадранти матриці з середнім потенціалом можуть позитивно характеризувати діяльність банку в тому разі, якщо існують прогнози підвищення привабливості та конкурентоспроможності сегмента найближчим часом, або якщо установа займається проникненням у майбутньому в найбільш привабливі сегменти. В цьому випадку доцільно управління ризиками та грошовими потоками, захист бізнесу в найбільш прибуткових операціях діяльності.

З метою формування стратегії ПАТ «Альфа-Банк» застосовано модифікацію, створену компанією «Шелл», де стратегії більш конкретизовані (рис. 2) [7].

Матриця Мак Кінсі «Дженерал Електрик» надає значну кількість варіантів дій, що є певним недоліком. Деякі зі стратегій не дають чітких заходів. Це стосується стратегій СЗГ, які потрапили в середину матриці. Позиції Альфа-Банку відповідає стратегія «обережного» ведення бізнесу. Стратегія «обережного ведення бізнесу» близька до відсутності стратегії, оскільки немає жодних точних планомірних дій, що були б описані в її контексті. Взагалі квадрант 5 як «зона вибіркового зростання» вимагає доопрацювання після розробки матриці. З іншого боку, «стратегія – це обережне дослідження плану дій, яке розвиває конкурентну перевагу у бізнесі і примножує її» (Б. Д. Хендерсон) [6].

Квадрант альтернативної стратегії Альфа-Банку має і іншу назву – «заробляй / захищай», тобто головною метою виступає захист і використання досягнутого стану.

В умовах економічної кризи Альфа-Банк займає позицію з середньою конкурентоспроможністю і входить у десятку банків-лідерів за залученням депозитів, це свідчить про успішно обрану політику управління діяльністю, виходячи з цього можна інтерпретувати обрану стратегію як дотримання на практиці вже обраної стратегії і продовження своєї діяльності, враховуючи стабілізаційні заходи.

Отже, матриця Мак Кінсі «Дженерал Електрик» може бути основою для довгострокового плану маркетингу банку. Важливим є те, що дев'ять стратегій, що пропонуються матрицею, дають широкий вибір дій для різних ситуацій. Стратегії окреслені теоретично та неодноразово застосовувались на практиці.

Привабливість сегмента	*Висока*	1. Стратегія лідерства	2. Стратегія посилення конкурентних переваг	3. Стратегія швидкого збільшення об'ємів реалізації або стратегія виходу
	Середня	4. Стратегія зростання	5. Стратегія «обережного» ведення бізнесу	6. Стратегія часткового виходу або стратегія «обережного» ведення бізнесу
	Низька	7. Стратегія генерування готівки, максимізація поточного прибутку	8. Стратегія часткового (повільного) виходу	9. Стратегія швидкого виходу
		Низька	*Середня*	*Висока*
		Конкурентоспроможність сегмента		

Рис. 2. **Матриця Мак Кінсі «Дженерал Електрик»**

Недоліком обраної для дослідження матриці є висока ризиковість обрання невірної стратегії через ймовірність допущення помилок при суб'єктивній оцінці ситуації, проте такий інструмент передбачає комплексний підхід і дозволяє сформувати загальне бачення, чого не можливо зробити за допомогою інших матричних інструментів.

Науковий керівник – докт. екон. наук, професор Журавльова І. В.

Література: 1. Ансофф И. Стратегическое управление / И. Ансофф. – М. : Экономика, 1998. – 519 с. **2.** Кіндрацька Г. І. Стратегічний менеджмент : навч. посіб. / Г. І. Кіндрацька. – Київ : Знання, 2006. – 366 с. **3.** Маркетинг у банку : навч. посіб. / [А. В. Нікітін, Г. П. Бортніков, А. В. Федорченко] ; за ред. А. В. Нікітіна. – Київ : КНЕУ, 2009. – 423 с. **4.** Нікітін А. В. Маркетинг у банку : навч.-метод. посіб. для самост. вивч. дисц. / А. В. Нікітін. – Київ : КНЕУ, 2001. – 170 с. **5.** Портер М. Стратегія конкуренції / М. Портер. – Київ : Основи, 1998. – 390 с. **6.** Редченко К. І. Стратегічний аналіз у бізнесі : навч. посіб. / К. І. Редченко. – Львів : Новий Світ - 2000, 2003. – С. 16–49. **7.** Роговський С. О. Застосування класичних матричних інструментів маркетингу для формування стратегії банку / С. О. Роговський // Ефективна економіка. – 2014. – № 11. – С. 177–182.

ЕКОНОМІЧНІ ПОГЛЯДИ ІВАНА ФРАНКА

УДК 330.8 (477)

Єнь Л. Ю.

Студент 2 курсу
факультету обліку і аудиту ХНЕУ ім. С. Кузнеця

Анотація. *Проаналізовано категорії економічної теорії, які розглянуті у працях Івана Франка, а саме: товар, капітал, вартість; висвітлено бачення предмета політичної економії, обґрунтовано застосування її економічних законів і положень для аналізу соціально-економічного становища України.*

Ключові слова: *економічна теорія, економічний лад суспільства, товар, гроші, вартість, теорія трудової вартості.*

Аннотация. *Проанализированы категории экономической теории, рассмотренные в работах Ивана Франко, а именно: товар, капитал, стоимость; освещено видение предмета политической экономии, обосновано применение ее экономических законов и положений для анализа социально-экономического положения Украины.*

Ключевые слова: *экономическая теория, экономический строй общества, товар, деньги, стоимость, теория трудовой стоимости.*

© Єнь Л. Ю., 2015

Annotation. *The article analyzes the category of economic theory which discussed in the works of Ivan Franko. There are namely goods, capital cost. In works Ivan Franko lights view of the political economy, a reasonable application of its economic laws and regulations for the analysis of the social andeconomic situation in Ukraine.*

Keywords: *economic theory, the economic structure of society, goods, money, value theory of labor value.*

У період розвитку постіндустріального суспільства зростає інтерес до світової економічної думки окремих народів і особистостей. За роки незалежності в Україні відбувається активізація вивчення наукових економічних напрацювань видатних учених. Яскравим доказом цього є творча спадщина І. Я. Франка – відомого поета, письменника, вченого та громадського діяча. Його думки з питань економічної теорії, економічного ладу суспільства, щодо виробничого досвіду, організації та експлуатації природних і людських ресурсів на прикладі Галичини можна буде застосувати при розробці національної моделі реформування економіки країни на ринкових засадах.

Метою статті є дослідження економічних поглядів І. Я. Франка у галузі економічної теорії, трактувань ним економічних законів і категорій, економічного ладу суспільства.

Роль економічної думки І. Франка досліджували у своїх роботах такі вітчизняні та зарубіжні вчені: Д. Ф. Вірник [1], Є. А. Голубовська [1], С. М. Злупко [2], Л. Я. Корнійчук [3], М. З. Лозинський [4] та ін.

Діяльність І. Я. Франка багатогранна. М. З. Лозинський писав: «Коли б діяльність І. Франка розложити на складові частини й оцінити кожну частину зокрема, то кожна з них варта була б того, щоб її творця признати великою людиною». Тут може йтися про поезію, оповідання, публіцистику, громадську діяльність, науку. «В кожній з цих областей суспільно-політичного життя він був би віднесений в історії як один із найвизначніших діячів свого часу» [4, с. 44].

Тематика економічних дослідів Франка надзвичайно широка. У її переліку помітне місце займають питання економічної теорії або політичної економії. Іван Якович не був теоретиком у галузі економічної науки. Він виступав головним чином її популяризатором, прагнучи привернути увагу населення до необхідності вирішення невідкладних економічних проблем, до розкриття причин тяжкого становища трудового люду Галичини [3, с. 290]. Пояснював він їх на науковому рівні, але зрозуміло і доступно широкому загалу.

У газеті «Praca» І. Я. Франко опублікував цілу низку статей під назвою «Робітниче питання». Це – «Хто є робітником?», «Як постала наймана праця?», «Що приносить нам праця?», «На кого ми працюємо?», «Чия вина?» та ін. [3, с. 290]. Тут же відмічалося, що завданням статей є не наука суспільної економії, а соціалістична пропаганда.

Існуючий в Галичині, а також у світі економічний лад І. Я. Франко визнавав таким, який не відповідає інтересам населення. Головну причину цього явища вбачав у наявності поділу людей на багатих і бідних. Але таке становище, на його переконання, не є вічним. На зміну теперішньому економічному ладу повинен прийти більш ефективний і досконалий. Це може відбутися внаслідок всесвітньої революції, де під словосполученням «всесвітня революція» розумівся не світовий виступ бідних проти багатих, а «цілий ряд культурних, наукових і політичних факторів, будь вони криваві або й зовсім ні, котрі змінюють всі тогочасні поняття і основу, цілий розвиток якогось народу повертають на зовсім іншу дорогу» [5, с. 41].

Серед найбільш важливих факторів під час зміни ладу називає винаходи: парових машин, телеграфів, фотокамер, мікрофонів, електричних машин та ін. Це, фактично, науково-технічний прогрес. «Як буде виглядати майбутній лад суспільний, – пише вчений, – цього не може нині сказати ніхто. Наука вказує тільки одну головну засаду: капітал продуктовий, тобто земля, машини і всі прилади праці, сирий матеріал і фабрики мають бути спільною громадською власністю» [5, с. 42].

Для реалізації намічених завдань, на думку вченого, слід проводити «роз'яснювальну роботу серед мас робочого люду», поширювати правду «про злагодження послідовної революційної кризи». Як видно, І. Я. Франко відстоює еволюційний шлях розвитку суспільства. У роз'яснювальній роботі серед населення рекомендував використовувати положення політичної економії, зокрема працю Карла Маркса «Капітал» [2, с. 98].

Рушієм розвитку суспільства І. Я. Франко вважав «голод і любов». Голод означає матеріальні й духовні потреби, любов – єднання з іншими людьми в «родини, громади, нації…. Почуття любові до інших людей, до родини, до громади, до свого народу – це основна підвалина всякого поступу; без неї все інше буде лише мертве тіло без живої душі в ньому» [6, с. 191]. «Я переконаний, – писав дослідник, – що економічний стан народу – це головна підстава цілого його життя, розвитку, поступу. Коли стан економічний поганий, то говорити про поступ, науку – пуста балаканина» [5, с. 40–41].

Під впливом марксизму у І. Я. Франка формується погляд на предмет політичної економії. Спочатку він розглядав її як науку про народне господарство, пізніше писав, що політекономія – «це наука абстрактна», яка має найбільше значення для працюючого народу, бо навчає, що єдиною основою людського щастя й добробуту є праця. «Вона сміливо й ясно вказує на права працюючих людей, на їх потреби і нестатки, спрямовує до запровадження справедливішого поділу самої праці та її плодів» [3, с. 292].

Метою політичної економії І. Я. Франко вважав «загальні закони праці людської». Аналізуючи історію законів та категорій, вказував на те, що вони мають перехідний характер. Чинні закони не можна вважати незмінними. Потрібно постійно шукати нові форми, «котрі після нашого знання були б відповідніші для суспільної праці та суспільного добробуту» [1, с. 160].

Під час аналізу категорій і важливих положень політекономії Франко особливий акцент робить на таких категоріях, як товар, гроші, капітал, рента. Говорячи про товар, дає кілька його визначень. Товар – це продукт праці, створений не для власного споживання, а для обміну, «для заміни» [7, с. 227]. Виділяє дві властивості товару: мінову та споживчу вартість, дає популярне їх тлумачення. Товаром у Франка є і праця, яка визначається як певне напруження органів тіла (м'язів, нервів, мозку тощо), як затрати фізичних та розумових сил. Величину праці ставить у залежність від існуючих обставин. «Плата робітника, незважаючи на свою змінність, ніколи значно не підноситься понад суму, конче потрібну для утримання робітника та його сім'ї, але й ніколи не спадає значно нижче цієї суми» [3, с. 290].

«Вартість товару, – пише вчений, – більш-менш дорівнює коштам його виготовлення і виявляється у тому, що називається ціною товару». Щодо міри вартості, він підкреслює: «Вартість товару зростає настільки, наскільки в нього вкладено більше людської праці або, інакше кажучи: людська праця є мірою вартості товарів». Додаткову вартість визначає як надлишок праці понад заробітну плату. «Робітник в тім часі, на котрий найнявся, витворює далеко більше, ніж скільки виносить його плата. Він витворив надлишок вартості понад вартість своєї плати» [7, с. 227].

Таким чином, економічні погляди І. Я. Франка відбивали складний процес поступового засвоєння ним передових зразків західноєвропейської та світової економічної думки. Вплив на формування його соціально-економічного світогляду мали вчення соціалістів-утопістів, економічне вчення марксизму, праці вчених-економістів західноєвропейських країн.

Іван Франко у своїх роботах високо ставив ідею цінності людського капіталу не просто як робочих рук, а як потенціального фактора розвитку держави, наполягаючи на тому, що трудова теорія вартості є найбільш справедливою. І чим більше людських зусиль (інтелектуальних чи фізичних) затрачено для виробництва блага (послуги), тим цінніший товар. Сьогодні ця теорія часто критикується, адже не правильно порівнювати інтелектуальну та фізичну працю. Проте в той самий час і та, і інша праці коштують людині зусиль – моральних або фізичних.

Ідея соціалізму Франка полягає у тому, що колись суспільство еволюційним шляхом із розвитком освіти, науки та національної свідомості прийде до розуміння того, що запорука щасливого суспільства – визнання кожним із його членів необхідності підпорядкувати свої інтереси суспільним. Для українського суспільства, яке хоче реанімувати економіку, є над чим подумати, адже сьогодні ми, на жаль, більше нагадуємо лебедя, рака та щуку з відомої нам усім байки.

Науковий керівник – канд. екон. наук, викладач Фадєєва Ю. В.

Література: 1. Вірник Д. Ф. Економічні погляди І. Я. Франка / Д. Ф. Вірник, Є. А. Голубовська. – Київ : Держвидав, 1956. – 185 с. **2.** Злупко С. М. Іван Франко – економіст / С. М. Злупко. – Львів : Вид–во Львів. нац. ун-ту ім. І. Франка, 1992. – 206 с. **3.** Корнійчук Л. Я. Історія економічної думки України : навч. посіб. / Л. Я. Корнійчук. – Київ : Вид-во Київ. нац. екон. ун-ту, 2004. – 431 с. **4.** Лозинський М. Іван Франко / М. Лозинський. – Відень, 1917. – 118 с. **5.** Франко І. Я. Лист до Ольги Рошкевич від 20 вересня 1878 року / І. Я. Франко // Твори. У 20 т. Т. 20. – Київ : Держвидав, 1956. – С. 39–43. **6.** Франко І. Я. Найновіші напрями в народознавстві / І. Я. Франко // Твори. У 20 т. Т. 20. – Київ : Держвидав, 1956. – 189 с. **7.** Франко І. Я. Передмова до окремого видання 24-го розділу «Капіталу» К. Маркса / І. Я. Франко // Твори. У 20 т. Т. 20. – Київ : Держвидав, 1956. – С. 225–263.

ВИБІР МЕТОДУ СТРАТЕГІЧНОГО ПЛАНУВАННЯ В СУЧАСНИХ УМОВАХ ГОСПОДАРЮВАННЯ ПІДПРИЄМСТВ

УДК 338. 984

Єнь Л. Ю.

Студент 2 курсу
факультету обліку і аудиту ХНЕУ ім. С. Кузнеця

Анотація. *Проаналізовано наявні методи стратегічного планування, а також вибір оптимальної методики його проведення на підприємстві в сучасних умовах господарювання. Розглянуто особливості SWOT-аналізу як комплексного методу стратегічного планування.*

Ключові слова: *стратегічне планування, метод стратегічного планування, SWOT-аналіз.*

Аннотация. *Проанализированы существующие методы стратегического планирования, а также выбор оптимальной методики его проведения на предприятии в современных условиях хозяйствования. Рассмотрены особенности SWOT-анализа как комплексного метода стратегического планирования.*

Ключевые слова: *стратегическое планирование, метод стратегического планирования, SWOT-анализ.*

Annotation. *This article analyzes the existing methods of strategic planning as well as the selection of the optimal method of its holding at the company in the current economic conditions. SWOT-analysis is considered as a complex method of strategic planning.*

Keywords: *strategic planning, strategic planning methods, SWOT-analysis.*

Досвідом передових організацій доведено, що 60 % успіху роботи підприємства залежить від якісного стратегічного планування. На функціонування підприємства в умовах ринкової економіки впливають не тільки рішення власників, забезпеченість ресурсами та інші внутрішні фактори, а і зовнішні, незалежні фактори, наприклад: кон'юнктура ринку, тенденції у науці та інноваціях, інвестиційний клімат, галузеві та загальносвітові тенденції, тому потрібен комплексний інструмент, що враховує сильні та слабкі сторони, загрози та можливості, а також співвідносить їх між собою, аналізуючи поточний стан підприємства та можливості його розвитку у майбутньому. Таким інструментом і є стратегічне планування.

Мета статті – проаналізувати існуючі методи стратегічного планування на підприємстві та запропонувати найбільш ефективну методику його реалізації в сучасних умовах господарювання.

Теоретичним і методологічним аспектам стратегічного планування було присвячено чимало робіт зарубіжних науковців, таких як: А. Зелль [1], Г. Клейнер [2], Г. Штейнер [5], М. Портер, А. Томпсон та ін. З українських учених слід зазначити З. Шершньову [4], О. Кузьміна [3], Є. Ткаченко [7], О. Міщенко, але у теорії і на практиці немає загальноприйнятої методики стратегічного планування, яка була б визнана як найбільш ефективна, що й зумовило актуальність цієї проблеми.

Від обраної методики розробки стратегічного плану залежить, насамперед, відповідність плану умовам ринку, його економічна обґрунтованість, гнучкість та багатоваріативність залежно від змін кон'юнктури ринку, конкурентного середовища, смаків споживачів.

Методика стратегічного планування – це сукупність методів, прийомів розробки, обґрунтування та аналіз прогнозів, стратегічних програм і планів усіх рівнів і часових горизонтів, системи розрахунків планових показників, їх взаємної ув'язки [1, с. 467].

Складання стратегічного плану розвитку передбачає виявлення і вирішення різноманітних економічних, соціальних, науково-технічних та інших проблем. Проблеми бувають різного рівня структурності. Так, розрізняють структуровані, хід яких можна передбачити, бо вони корелюють з іншими факторами (наприклад: скільки потрібно ресурсів для збільшення обсягів виробництва на відому величину), та неструктуровані проблеми, зв'язки між якими можна встановити тільки після детального логічного аналізу, а передбачити завчасно їх важко (наприклад: перспективи розвитку науки та техніки).

У зв'язку з відмінностями у структурності проблем стратегічного планування використовується низка методів розробки планів. До них відносять такі як: експертні методи, методи соціально-економічного аналізу, методи прямих інженерно-економічних розрахунків, балансовий метод, економіко-математичні методи і моделі, методи системного аналізу та синтезу [2, с. 46–48].

Експертні методи засновані на використанні непрямої і неповної інформації, досвіду фахівців-експертів, інтуїції. В рамках цього методу проводять соціологічну опитування серед населення по суті будь- якої проблеми.

© Єнь Л. Ю., 2015

Робота експертів заснована на особливих методах, наприклад: «Мозкова атака», «Дельфі», «паттеров» та ін. [5]. Зазначені методи використовуються переважно під час вирішення неструктурованих проблем. Що стосується стратегічного планування на підприємстві, то такий метод може використовуватися під час реформування кадрової стратегії, маркетингової стратегії, але як допоміжний метод через його суто рекомендативний характер.

Методи соціально-економічного аналізу являють собою всебічне вивчення соціально-економічної дійсності, пізнання внутрішніх зв'язків і залежностей явищ із метою визначення прогресивних тенденцій розвитку і можливостей вдосконалення суспільних відносин і виробництва. Під час аналізу використовуються такі робочі методи, як вибіркове вивчення роботи великих об'єктів стратегічного планування, угрупування, ланцюгові постановки, обчислення балансових різниць, обчислення індексів, розрахунок коефіцієнтів регресії і кореляції, метод головних компонент. Методи соціально-економічного аналізу використовуються для вирішення проблем усіх класів.

Методи прямих інженерно-економічних розрахунків використовуються для проектування зростання виробництва на підприємствах шляхом проведення детальних розрахунків потреб ринку в цьому виді продукції і можливостей її виробництва. На підприємствах промисловості такі розрахунки охоплюють: поліпшення використання виробничих потужностей, сировини, матеріалів, палива, енергії, трудових ресурсів; зниження собівартості продукції.

Особливе місце серед інженерно-економічних розрахунків, які використовуються у стратегічному плануванні, займають розрахунки економічної ефективності виробництва, інвестицій, прибутковості цінних паперів, кредитних ресурсів, нарощення відсотків.

Інженерно-економічні розрахунки часто базуються на системі різноманітних норм: норм використання основних фондів та оборотних коштів; норм витрат часу та норм виробітку; норм якості продукції; норм виправданості капітальних вкладень тощо. Методи інженерно- економічних розрахунків широко використовуються під час вирішення структурованих проблем.

Балансовий метод на рівні фірми дозволяє судити про її наявні виробничі потужності, ступінь їх використання та динаміку розвитку в прогнозному періоді, отримати чітке уявлення про ресурси фонду часу роботи обладнання і виробничих потужностей та його використання у виробництві, а також про фонд робочого часу персоналу, його структуру та напрямки економії; підготувати плановий бюджет фірми. Балансовий метод розглядати як самостійний метод стратегічного планування не можна, його зазвичай застосовують у системі з експертним та іншими [3, с. 42].

Велике значення для практики стратегічного планування має метод економіко-математичні моделей. Найважливішими економіко- математичними моделями, що використовуються у стратегічному плануванні, є: система національних рахунків, балансова таблиця «Витрати-випуск», міжгалузевий баланс виробництва і розподіл продукції і послуг, баланс фінансових ресурсів і витрат, мережеві моделі та ін. Великі можливості має застосування лінійного програмування для планування сільськогосподарського виробництва, раціонального розподілу ресурсів у металургійній, харчовій та інших галузях. Щоправда, переважна більшість залежностей в економіці носить нелінійний характер, тому отримали розвиток такі види програмування, як: нелінійне, динамічне, стохастичне.

Специфіка аналізу та синтезу як методу стратегічного планування полягає у розкладанні економічних систем і процесів на складові частини і на цій основі – визначення ключових проблем перспективного розвитку. Рішення комплексних проблем, пов'язаних із розробкою стратегічних планів розвитку виробничих систем на різних рівнях, забезпечується перспективним комплексним аналізом. На основі аналізу стану організації визначаються вихідні позиції нового плану [3, с. 45].

Таким чином, кожен із методів може використовуватися для планування на підприємстві, проте для розробки комплексного стратегічного плану, який розрахований на довгострокову перспективу, необхідна методика, за допомогою якої можна не тільки оцінити поточну ситуацію на підприємстві, розрахувавши фінансово-економічні показники для складання плану щонайбільше на майбутній рік, а й створити економічну модель, здатну описати розвиток підприємства протягом найближчих семи-десяти років із урахуванням можливих загроз і можливостей. Досить популярним є метод SWOT-аналізу, який визнано одним із найефективніших комплексних методів стратегічного планування, що включає в себе елементи експертного, балансового методів, методів економіко-математичних моделей і системного аналізу.

Метод SWOT-аналізу орієнтований на досягнення цілей підприємства за наявних внутрішньофірмових і зовнішніх кон'юнктурних умов ведення бізнесу [6]. Він складається з двох частин:

1) аналіз ситуації всередині підприємства: пошук сильних (переваги, що виділяють фірму серед конкурентів) та слабких (недоліки підприємства, що підлягають виправленню, щоб конкуренти не могли використовувати їх як свої переваги) сторін підприємства;

2) дослідження зовнішнього середовища: можливостей (позитивні фактори зовнішнього середовища, що можуть сприяти збільшенню обсягу продажів і прибутку) та загроз (негативні фактори зовнішнього середовища,

що можуть призвести за відсутності відповідної реакції підприємства до значного зменшення обсягу продажів та прибутку) [4, с. 50].

Кінцевою метою SWOT-аналізу є формування альтернативних стратегічних рішень, їх експертна оцінка та розрахунок економічної ефективності, остаточний вибір стратегії за принципами переваги-недоліки, капіталовкладення-прибуток. Ці рішення повинні бути орієнтовані на максимальне використання наявних переваг, зменшення впливу слабких сторін підприємства задля використання можливостей і захисту від загроз, пов'язаних із постійною зміною зовнішнього середовища.

Вибір методики планування є нелегким завданням для сучасних підприємств, адже під час дослідження стратегічного планування на українських підприємствах, стилю прийняття стратегічних рішень, характеристик, а також змісту стратегічного плану було визначено, що більшість українських підприємств використовують у своїй практиці елементи стратегічного планування для вирішення конкретних проблем: проведення реконструкції, технічного переозброєння.

Вітчизняні менеджери висувають на перший план кращий розподіл ресурсів, що пояснюється обмеженістю у фінансах і активах в умовах кризи і, крім того, тим, що більшість керівників і фахівців, не маючи чіткого уявлення про стратегічне планування, пам'ятають методику складання п'ятирічних планів, де головний акцент робився на розподілі ресурсів. Тоді як у Великобританії і Японії на перше місце ставиться формування довгострокових цілей [2, с. 47].

Отже, на сучасному етапі входження України в загальноєвропейські та регіональні структури актуальним є питання розробки методики стратегічного планування на підприємстві. Використання комплексу методів стратегічного планування на основі SWOT-аналізу, який дозволить оцінити поточну фінансово-економічну ситуацію на підприємстві, розробити план подальшого розвитку з урахуванням цілей підприємства і можливих змін ринкового середовища, а також своєчасне внесення змін у стратегічний план дозволить підприємствам підвищити ефективність своєї господарської діяльності.

Науковий керівник – канд. екон. наук, доцент Гіль С. Є.

Література: 1. Аксель Зелль. Дослідження зв'язку стратегічного і тактичного планування / Аксель Зелль // Журнал європейської економіки. – 2010. – № 4. – С. 464–480. **2.** Клейнер Г. Механизм принятия стратегических решений и стратегического планирования на предприятии // Вопросы экономики. – 2012. – № 9. – С. 46–48. **3**. Кузьмін О. Є. Основи менеджменту : [підручник] / О. Є. Кузьмін, О. Г. Мельник. – Київ : Академ-видав, 2008. – 416 с. **4.** Шершньова З. Є. Стратегічне управління : навч. посіб. / Є. Шершньова, С. В. Оборська. – Київ : КНЕУ, 2005. – 384 с. **5.** Steiner G. A. Business, Government and Society / G. A. Steiner, J. F. Steiner. – N-Y : Me Grow-Hall, 2011. **6.** Роль Swot-аналізу в обґрунтуванні перспектив розвитку фармацевтичних підприємств [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://www.apteka.Ua/article/13729. **7.** Ткаченко Є. М. Стратегічні іграшки, або просто про складне [Електронний ресурс] / Є. М. Ткаченко. – Режим доступу : http://trn.work.ua/articles/154/.

ЭТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ ВОЙНЫ

УДК 341:172. 4

Животова К. Д.

Студент 2 курса
факультета экономической информатики ХНЭУ им. С. Кузнеца

Аннотация. *Рассмотрены этические аспекты войны. Проанализированы подходы к этой проблеме, присущие европейской философской традиции. Отмечено, что в философской и художественной литературе о войне XX века главное внимание уделено не социальной, а антропологической проблематике.*

Ключевые слова: *война, подвиг, социальный конфликт, человек, общество.*

© Животова К. Д., 2015

Анотація. *Розглянуто етичні аспекти війни. Проаналізовано підходи до цієї проблеми, притаманні європейській філософській традиції. Зазначено, що у філософській і художній літературі про війну XX століття головну увагу приділено не соціальній, а антропологічній проблематиці.*

Ключові слова: *війна, подвиг, соціальний конфлікт, людина, суспільство.*

Annotation. *Considered the ethical aspects of war. Analyzes approaches to the problem inherent in the European philosophical tradition. It is noted that in the philosophical literature about war of the twentieth century the main attention is paid to the social and anthropological issues.*

Keywords: *war, exploit, social conflict, human, society.*

Проблема войны и мира издавна интересовала мыслителей. В античности война чаще всего рассматривалась в рамках дихотомии «свои – чужие». Внутренние конфликты в стране, обусловленные расслоением общества, нередко считались неизбежными, поскольку институт рабства и необходимость неэкономического принуждения мало кто ставил под сомнение.

В эпоху средневековья проповедь всеобщего мира, соответствовавшая духу христианского вероучения, осуществлялась параллельно с призывами к завоевательским войнам, крестовым походам против иноверцев. Идеалом всеобщего мира оставался мир среди европейских христианских народов.

Лишь в эпоху Модерна война стала восприниматься как тотальное бедствие для народа, которого следует стремиться избежать во что бы то ни стало. Философы-просветители размышляли о таком устройстве общества, где царила бы политическая свобода и гражданское равенство, выступали против сословных привилегий. Они утверждали возможность установления вечного мира в результате духовного единения всех цивилизованных стран и вследствие общности экономических интересов.

Ж.-Ж. Руссо в трактате «Суждение о вечном мире» [3] писал, что войны, завоевания и усиление деспотизма взаимосвязаны, и в обществе, разделенном на богатых и бедных, частные интересы властвующих противоречат общим интересам народа. Таким образом, были названы причины войн и поставлена цель преодоления как внешних, так и внутренних конфликтов.

В XIX и в особенности в XX вв. стало очевидно, что мечтам просветителей не суджено было сбыться. Как философы, так и беллетристы стали интересоваться проблемой человека на войне. Антропологические, этические, эстетические аспекты войны всё чаще выходят на первый план в рассуждениях интеллектуалов, им посвящены многие произведения художественной литературы XIX–XX вв.

В произведении М. Шолохова «Тихий Дон» представлена братоубийственная война, когда идея оказывается для многих важнее родства. Но на фоне трагических событий открывается душа человека, его качества, которые не проявились бы столь ярко в мирное время.

Война оценивается Шолоховым исключительно отрицательно и описывается объективно и реалистично. Автор не может оставить без внимания то, что называется подвигом: «А было так: столкнулись на поле смерти люди…, натыкались, сшибались, наносили слепые удары, уродовали себя и лошадей и разбегались, вспугнутые выстрелом, убившим человека, разъехались нравственно искалеченными. Это назвали подвигом» [1].

Э. М. Ремарк в книге «На западном фронте без перемен» пишет о бесчисленных трупах, изуродованных телах, грязи, показывая войну не только реалистично, но и натуралистично. Он нарочито фиксирует на этом внимание, описания таких зрелищ занимают более половины произведения.

Ремарк старался проникнуть в психологию человека, оказавшегося на войне. В бесчеловечной бойне солдат не понимает, за кого и за что он воюет. «Я вижу, что кто-то натравливает один народ на другой, и люди убивают друг друга, в безумном ослеплении покоряясь чужой воле, не ведая, что творят, не зная за собой вины», – проносится в мыслях главного героя [2]. Таким образом, не осмысленный героизм побуждал к бою, не чувство долга и даже не чувство мести, а скорее чувство самозащиты и страх перед смертельной опасностью. Пауль Боймер думает: «Мы превратились в опасных зверей. Мы не сражаемся, мы спасаем себя от уничтожения. Мы швыряем наши гранаты не в людей, – какое нам сейчас дело до того, люди или не люди эти существа... В их облике за нами гонится сама смерть... Если бы среди атакующих был твой отец, ты, не колеблясь, метнул бы гранату и в него!» [2].

В советской литературе показаны герои, четко и ясно понимающие, зачем, почему и с какой целью они на войне. В книге Б. Васильева «А зори здесь тихие», «Повести о настоящем человеке» Б. Полевого и других произведениях показан героизм простых людей, вставших на защиту своей страны. О чем думает человек, когда его смерть уже близко? Настоящий человек думает не о себе, а о том, как его уход повлияет на жизнь близких ему людей или на судьбу того, что ему дорого. Это заставляет его вставать на ноги, верить в себя, находить силы для борьбы тогда, когда их уже совсем не осталось. Это и есть подвиг, это и есть война – война со своими слабостями, недостатками, болью и страхом. В этих произведениях нет романтизации и эстетизации войны, равно как и глубокого психологизма, но в них выведены некие идеальные типы людей, которые служат эталоном для тех, кто невольно сравнивает себя с ними.

Военные конфликты естественно воспринимать как нечто чудовищное, но, с другой стороны, именно войны дали миру многих героев, вера в которых дарит людям надежду на новую жизнь, на изменения. Эта вера сообщает смысл жизни, возможность изменить себя и воспитать новое поколение в духе патриотизма. Война показывает, кто достоин звания «Человек», кто не теряет человечности в таких страшных условиях и, кто готов пожертвовать всем, что у него есть, на благо других людей и своей Родины.

Науковий керівник – доцент Потоцька Ю. І.

Литература: 1. Шолохов М. Тихий Дон [Электронный ресурс] / М. Шолохов. – Режим доступа : http://www.lib.ru/PROZA/SHOLOHOW/tihijdon12.txt. **2.** Ремарк Э. М. На западном фронте без перемен [Электронный ресурс] / Э. М. Ремарк. – Режим доступа : http://lib.ru/INPROZ/REMARK/front.txt. **3.** Руссо Ж.-Ж. Суждение о вечном мире [Электронный ресурс] / Ж.-Ж. Руссо. – Режим доступа : http://marsexx.ru/lit/traktaty_o_vechnom_mire.html#697.

МЕТОДИ ОЦІНКИ І ПРОГНОЗУВАННЯ БАНКРУТСТВА ПІДПРИЄМСТВ

УДК 005.334.4

Загоруйко К. С.

Студент 4 курсу
фінансового факультету ХНЕУ ім. С. Кузнеця

Анотація. *Розкрито сутність банкрутства підприємств, а також досліджено ключові та найбільш ефективні методи оцінки та прогнозування ймовірності банкрутства на основі аналізу наявних зарубіжних і вітчизняних методик; проаналізовано та порівняно результати використання різних моделей оцінки загрози банкрутства підприємств.*

Ключові слова: *банкрутство, прогнозування банкрутства підприємств, моделі ймовірності банкрутства.*

Аннотация. *Раскрыта сущность банкротства предприятий, а также исследованы ключевые и наиболее эффективные методы оценки и прогнозирования вероятности банкротства на основе анализа существующих зарубежных и отечественных методик; проанализированы и сравнены результаты использования различных моделей оценки угрозы банкротства предприятий.*

Ключевые слова: *банкротство, прогнозирование банкротства предприятий, модели вероятности банкротства.*

Annotation. *The paper considers the essence of bankruptcy, as well as researched the key and most effective methods for evaluating and predicting the probability of bankruptcy based on the analysis of existing foreign and domestic procedures, analyzed and compared the results of using different valuation threat of bankruptcy.*

Keywords: *bankruptcy, prediction of bankruptcy, models the probability of bankruptcy.*

Останнім часом типовою для багатьох підприємств є проблема неефективного управління ризиками – запізніла їх ідентифікація, оцінка, нейтралізація, їх швидке виявлення і використання додаткових шансів поліпшення діяльності. Наслідком цього може бути погіршення окремих параметрів діяльності підприємства, фінансова криза або навіть банкрутство. Таким чином, на сьогодні є актуальним питання щодо використання науково обґрунтованих моделей оцінки ймовірності банкрутства, які дозволять сформувати відповідну фінансову політику

© Загоруйко К. С., 2015

та перелік заходів, спрямованих на підвищення ефективності використання фінансових ресурсів, покращення платоспроможності підприємства, а отже, попередження банкрутства підприємства.

Банкрутство – це визнана господарським судом неспроможність боржника відновити свою платоспроможність і задовольнити визнані судом вимоги кредиторів не інакше як через застосування ліквідаційної процедури.

На сьогодні існує чимало напрацювань щодо оцінки ймовірності банкрутства підприємства. Проблемам діагностики банкрутства значну увагу приділяли багато вітчизняних і зарубіжних учених, таких як: О. Пластун [1], В. Прохорова [2], В. Фучеджи [3], І. Чібісова [4] та ін.

Метою статті є розкриття ключових і найбільш ефективних методів оцінки та прогнозування ймовірності банкрутства підприємств.

У вітчизняній і закордонній науковій літературі різні економісти пропонують різні методики для прогнозування ймовірності банкрутства, які відрізняються способами проведення розрахунків, даними, що використовуються в розрахунках, та інтерпретацією отриманих результатів. Класифікація наявних підходів для оцінки та прогнозування ймовірності банкрутства підприємств включає такі компоненти:

1) експертні методи;

2) економіко-математичні методи;

3) штучні інтелектуальні системи;

4) методи оцінки фінансового стану.

До першого підходу відносяться: метод Аргенти, або оцінки ймовірності краху; метод Скоуна; методика якісного аналізу В. В. Ковальова. Ці методики засновані на якісній оцінці ймовірності банкрутства підприємств.

До другого підходу відносяться методи прогнозування ймовірності банкрутства, засновані на побудові економіко-математичних моделей, до яких відносяться дискримінантний аналіз; кластерний аналіз; дерева класифікації; імітаційне моделювання. З економіко-математичних методів часто застосовуваним на практиці є дискримінантний аналіз. Найбільш відомими методами, заснованими на побудові дискримінантної функції, є:

1) модель оцінки ймовірності банкрутства на основі Z-критерію Е. Альтмана;

2) модель оцінки фінансового стану Р. Ліса;

3) метод рейтингового числа;

4) R-модель прогнозу ризику банкрутства;

5) прогнозна модель Дж. Таффлера;

6) модель Фулмера;

7) модель Г. Спрінгейта;

8) модель оцінки ймовірності банкрутства малих і середніх підприємств Ж. Конана і М. Гольдера;

9) модель Д. Чессера;

10) узагальнена модель оцінки ймовірності банкрутства;

11) галузеві моделі оцінки ймовірності банкрутства;

12) модель PAS-коефіцієнта [4].

Так, модель «Z-критерію» (п'ятифакторна модель) Е. Альтмана отримала найбільш широке застосування серед різноманітних методів прогнозування банкрутства. Застосування цієї моделі для вітчизняних підприємств є не досить ефективним у зв'язку з браком потрібної інформації.

Ще одним із відомих критеріїв передбачення банкрутства є коефіцієнт Таффлера. Він характеризується простотою розрахунку, але його застосування є неможливим для підприємств, акції яких не котируються на біржах.

Модель Ліса розраховується виходячи з чотирьох основних показників і не має труднощів у розрахунку. Її було розроблено для підприємств Англії з урахування розвитку Західної Європи.

Модель Сайфуліна – Кадикова зручна для коригування відносно локалізації підприємства та враховує специфіку вітчизняної економіки. Проте вона спирається на інформацію переважно одного джерела – бухгалтерської звітності, що є одним із основних її недоліків.

Модель Спрінгейта характеризується високим відсотком точності прогнозування. Вона була сформована для використання на підприємствах США та Канади. Частіше ця модель використовується для оцінки кредитоспроможності підприємства, ніж оцінки ймовірності його банкрутства [1].

Універсальна модель була розроблена О. О. Терещенком. Ця модель характеризується широкою шкалою критеріїв та використанням системного і комплексного підходів.

В Україні насамперед використовують Методичні рекомендації щодо виявлення ознак неплатоспроможності підприємства, затверджені Міністерством економіки України. Ця методика включає в себе проведення комп-

лексного аналізу фінансового стану підприємства, а також аналізу окремих показників, які здійснюють найбільший вплив на фінансовий стан підприємства [3].

Штучні інтелектуальні системи, що засновані на використанні експертних систем і спрямовані на прогнозування ймовірності банкрутства підприємства, поділяються на діагностичні експертні системи та системи нейромережевих обчислень. Діагностичні експертні системи призначені для розгляду причин, які викликали незадовільний стан підприємств, і дозволяють моделювати механізм мислення людини щодо вирішення завдань у відповідній предметній області, а штучні нейронні мережі являють собою нову й досить перспективну обчислювальну технологію, що дає нові підходи до дослідження динамічних завдань у фінансовій області.

Одним із основних напрямків діагностики банкрутства підприємств є підхід, що базується на розрахунку різних фінансових коефіцієнтів на основі фінансової звітності. Вітчизняні й закордонні автори пропонують різні процедури аналізу фінансової звітності, виходячи із цілей і завдань аналізу, інформаційної бази, технічного забезпечення, досвіду та кваліфікації фахівців.

Для оцінки ймовірності банкрутства у вітчизняній практиці використовується система коефіцієнтів: коефіцієнт поточної ліквідності (покриття); коефіцієнт забезпеченості власними коштами; коефіцієнт відновлення (втрати) платоспроможності [2].

Проаналізувавши наукову літературу з цієї теми, можна зазначити, що найбільш адаптованими до вітчизняних підприємств моделями визначення ймовірності банкрутства є коефіцієнт У. Бівера, дискримінантна модель О. Терещенка, модель Сайфуліна – Кадикова, модель PAS-коефіцієнта.

Отже, кожна з розглянутих моделей показує реальні результати, якщо використовувати ці моделі в умовах, для яких вони були розроблені. Але ці умови не завжди є характерними для діяльності українських підприємств. Тому необхідно зосередитись на використанні переважно вітчизняних моделей, які враховують специфіку розвитку економіки України, галузеві аспекти кожного окремого підприємства. Для того щоб прогноз був більш обґрунтованим, рекомендується комплексно використовувати одночасно кілька методів прогнозування ймовірності банкрутства.

Науковий керівник – канд. екон. наук, доцент Кузенко Т. Б.

Література: 1. Пластун О. Л. Аналіз кількісних методик прогнозування банкрутства підприємства та обґрунтування необхідності розробки сучасних вітчизняних аналогів / О. Л. Пластун // Вісник Української академії банківської справи. – 2005. – № 2. – С. 101–107. **2.** Прохорова В. Прогнозування банкрутства як складова антикризового фінансового управління / В. Прохорова, О. Крупчатніков // Економічний простір. – 2009. – № 23/2. – С. 103–103. **3.** Фучеджи В. І. Характеристика методів та моделей діагностики кризового стану підприємства / В. І. Фучеджи // Одеський державний економічний університет – 2010. – № 691. – С. 91–97. **4.** Чібісова І. В. Методи оцінки і прогнозування банкрутства підприємств / І. В. Чібісова // Наукові праці Кіровоградського національного технічного університету. – 2012. – № 22. – Ч. 2. – С. 389–394.

ШЛЯХИ ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА НА РИНКУ ТОВАРІВ І ПОСЛУГ

УДК 65.01:338.534(045)

Заїченко Є. С.

Студент 2 курсу
факультету обліку і аудиту ХНЕУ ім. С. Кузнеця

Анотація. *Розглянуто сутність поняття конкурентоспроможності; визначено проблеми недостатньої конкурентоспроможності вітчизняних підприємств на сучасному етапі розвитку, а також запропоновано шляхи підвищення конкурентоспроможності.*

© Заїченко Є. С., 2015

Ключові слова: *конкурентоспроможність, конкуренція, підприємство, фінансування, економічний потенціал.*

Аннотация. *Рассмотрена сущность понятия конкурентоспособности; определены проблемы недостаточной конкурентоспособности отечественных предприятий на современном этапе развития, а также предложены пути повышения конкурентоспособности.*

Ключевые слова: *конкурентоспособность, конкуренция, предприятие, финансирование, экономический потенциал.*

Annotation. *In the article the essence of the concept of competitiveness; defined the problem of lack of competitiveness of domestic enterprises at the present stage of development, and proposes ways to improve competitiveness.*

Keywords: *competitiveness, competition, enterprise, finance, economic potential.*

В Україні проблема конкурентоспроможності підприємств достатньо актуальна порівняно з іншими розвинутими країнами світу. На сьогодні вітчизняним підприємствам важко досягати ефективних результатів діяльності. Така ситуація зумовлена тим, що на підприємствах спостерігається низький рівень розвитку новітніх технологій, відсутність необхідного фінансування, а також необхідністю пристосування підприємств до різноманітних ситуацій, які не залежать від підприємства та які неможливо передбачити. Актуальність дослідження підтверджується тим, що за даними «Звіту про глобальну конкурентоспроможність» у 2013 році Україна посіла 82 місце серед 144 країн світу, а у 2014 році посіла 76 місце, Україна піднялася на 6 позицій вище, але держава має потужний потенціал, щоб опинитися у лідерах [1].

Розглядали проблему конкурентоспроможності підприємств такі вітчизняні та зарубіжні вчені-економісти, як: Г. Азоєв, І. Нижник, В. Дікань, А. Градов, Л. Довгань, Ю. Іванов, О. Кондратюк, А. Маршалл, М. Портер та ін. Але проблема потребує більш удосконалений і новітній спосіб її вирішення.

Метою цієї роботи є визначення шляхів підвищення конкурентоспроможності як показника ефективної діяльності підприємства.

Дослідження конкурентоспроможності підприємств та факторів, які на неї впливають, дуже важливе для певних сегментів ринку, а також у цілому для результативної діяльності підприємств.

Конкурентоспроможність підприємства – це здатність підприємства створювати, виробляти і продавати товари та послуги, цінові й нецінові якості яких привабливіші, ніж в аналогічної продукції конкурентів. Конкурентоспроможність фірми може бути визначена як її порівняльна перевага відносно інших фірм цієї ж галузі усередині національної економіки і за її межами. Це означає, що конкурентоспроможність фірми може бути виявлена (оцінена) лише в рамках групи фірм, які належать до однієї галузі, або фірм, що випускають товари-субститути. Конкурентоспроможність підприємства відіграє важливу роль для країни, адже підвищення конкурентоспроможності продукції на зовнішньому ринку дозволяє збільшити експорт та врівноважити платіжний баланс [2].

Конкурентоспроможність, як і будь-який інший показник, має певні критерії, за допомогою яких можна оцінити конкурентоспроможність підприємства. До показників, що характеризують рівень конкурентоспроможності підприємства, відносять: економічний потенціал (активи, основний капітал, обсяг продажів); виробничий і збутовий потенціал (виробничі потужності, наявність сировинної бази); репутацію організації і дотримання договірних зобов'язань; фінансове становище (платоспроможність, кредитоспроможність, структура капіталу) [3].

Наведені критерії вважаються основними, за якими можна оцінити здібність підприємства до конкуренції. По можливості, підприємства повинні відповідати перерахованим критеріям.

Найбільш відомими факторами впливу на конкурентоспроможність вважаються як внутрішні, так і зовнішні.

Внутрішніми факторами конкурентоспроможності підприємство може самостійно і повністю керувати. Фактична присутність цих факторів залежить тільки від системи управління на підприємстві, а також відношення власників до свого бізнесу. До них можна віднести: діяльність керівництва підприємства, систему технічного оснащення, збут продукції, фінансове забезпечення, інновації, доступ до якісних і дешевих ресурсів.

Зовнішні фактори впливають не лише на формування конкурентного середовища, а й на конкурентоспроможність підприємства. До них відносять конкурентів, контрагентів, інфляційні процеси, рівень кваліфікації робочої сили, політичні процеси тощо [4].

Підвищення рівня конкурентоспроможності підприємства необхідно розглядати як довгостроковий послідовний процес пошуку й реалізації управлінських рішень у всіх сферах його діяльності, який здійснюється планомірно, відповідно до обраної стратегії довгострокового розвитку, з урахуванням змін у зовнішньому середовищі та стану засобів самого підприємства, і внесенням відповідних коректив.

Існує певна кількість шляхів, що підвищують конкурентоспроможність підприємства. По-перше, це пріори-

тетність продукції з урахуванням її якості та використанням у процесі виробництва новітніх технологій.

Наступним шляхом є виявлення переваг товару порівняно із замінниками. Перевагами може бути висока якість, задовільна ціна, позитивні відгуки про підприємство, а також досвід роботи. Підприємствам для підвищення рівня здібності до конкуренції може надходити фінансування, завдяки якому можна покращити устаткування або розрахуватися із заборгованістю.

Одним із ефективних шляхів підвищення конкурентоспроможності підприємства є виявлення недоліків товарів-аналогів, які випускають конкуренти. Під час проведення цього заходу складається перелік недоліків продукції конкурентів, проводиться аналіз на виявлення схожих недоліків. Якщо вони існують, то застосовуються заходи з їх усунення [5]. Якщо ж таких похибок не виявлено, то проводяться профілактичні заходи для запобігання їх виникненню в майбутньому Найбільш ефективним шляхом є модернізація устаткування. Якщо підприємство має найсучасніше обладнання, то ефективність його роботи та прибутковість значно вищі.

Отже, кожен із вищенаведених шляхів підвищення конкурентоспроможності (пріоритетність продукції, виявлення переваг товару порівняно із замінниками, виявлення недоліків товарів-аналогів, фінансування, модернізація устаткування) підприємств позитивно буде впливати на розвиток як підприємства, так і на рівень його конкурентоспроможності. Підвищення конкурентоспроможності підприємства залежить не завжди лише від внутрішніх умов виробництва, але і від його економічного стану в цілому.

Науковий керівник – канд. екон. наук, доцент Горобинська М. В.

Література: 1. Звіт про глобальну конкурентоспроможність [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http: //www.uintei.kiev.ua/раде_іб=492. **2.** Николюк О. М. Етимологія та сутність поняття «конкурентоспроможність підприємства» / О. М. Николюк // Вісник ЖДТУ. Економічні науки. – 2011. – № 1 (55). – С. 246–249. **3.** Янковий О. Г. Конкурентоспроможність підприємства: оцінка рівня та напрями підвищення : монографія / За заг. ред. О. Г. Янкового. – Одеса : Атлант, 2013. – 470 с. **4.** Русин-Гриник Р. Р. Сутність та структура організаційно-економічного механізму управління конкурентоспроможністю підприємства / Р. Р. Русин-Гриник // Науковий вісник НЛТУ України. – 2010. – № 20/5. – С. 240–247. **5.** Сімонова В. С. Підходи до визначення поняття «конкурентний потенціал» та його роль у формуванні конкурентоспроможності підприємства / В. С. Сімонова // Формування ринкових відносин в Україні. – 2011. – № 6. – С. 193–197.

ЕКОНОМІЧНІ ПОГЛЯДИ М. ДРАГОМАНОВА

УДК 330.8 (477)

Заїченко Є. С.

Студент 2 курсу
факультету обліку і аудиту ХНЕУ ім. С. Кузнеця

Анотація. *Розглянуто політичні й економічні погляди М. П. Драгоманова; досліджено причини, що зумовили виникнення саме таких поглядів на економіку та наслідки, які вони мали для України.*

Ключові слова: *позитивізм, раціоналізм, капіталізм, соціалізм.*

Аннотация. *Рассмотрены политические и экономические взгляды М. П. Драгоманова; исследованыя причины, обусловившие возникновение именно таких взглядов на экономику и последствия, которые они имели для Украины.*

Ключевые слова: *позитивизм, рационализм, капитализм, социализм.*

Annotation. *In this paper we consider the political and economic views M. P. Dragomanova; the reasons that led to the emergence of such views on the economy and the consequences they have for Ukraine.*

Keywords: *positivism, rationalism, capitalism, socialism.*

© Заїченко Є. С., 2015

Аналіз економічних ідей Драгоманова вимагає з'ясування його соціально-економічних поглядів, визначення ідеологічних орієнтацій вченого та громадського діяча. Адже на їх основі він розглядав історичні та сучасні йому політичні явища, аналізував культурні та духовні процеси розвитку людства, народів Європи, української нації. До того ж Драгоманов представляв український народ, більшість якого потерпала від економічної експлуатації, соціальної нерівності, політичної безправності та національної упослідженості. У спробах знайти відповіді на злободенні запити свого часу, запропонувати бачення шляхів соціального визволення, забезпечення економічного добробуту Драгоманов намагався відігравати не останню роль серед діячів російської опозиції і провідників українського національного руху.

Михайло Петрович Драгоманов (1841–1895) – видатний український мислитель, історик, публіцист, етнограф, літературний критик, всесвітньо відомий український мислитель та вчений – значну частину свого життя змушений був провести за кордоном, у еміграції. На жаль, на батьківщині, розділеній могутнішими державами, належного офіційного визнання його як інтелектуала годі було й сподіватися. У той час Російська імперія побоювалася вільнодумства. Саме на чужині були написані кращі праці Драгоманова – вже достатньо зрілого мислителя [1].

Драгоманов був прихильником європейського позитивізму та раціоналізму, брав активну участь в інтелектуальному процесі, під час еміграції також невтомно досліджував та осмислював можливості реформування та розбудови існуючих суспільств, їх розвиток у соціальному, національному та економічному напрямах. Значне місце у науково-публіцистичній діяльності М. Драгоманова посідають економічні проблеми, тому його можна віднести до видатних українських економічних теоретиків. Він був активним учасником і одним із засновників "Старої громади", брав активну участь в організації "недільних шкіл". У своїх наукових працях, які друкувалися багатьма європейськими мовами, М. Драгоманов опрацьовує питання історії, літератури, філософії, релігії, фольклору. У численних публіцистичних творах він розкриває антинародну суть самодержавства, яке він характеризував як перешкоду на шляху до прогресивного суспільного розвитку. Він закликає до об'єднання всіх народів Росії в боротьбі проти самодержавства. "Цей ворог, – писав М. Драгоманов, – може бути переможений лише спільними зусиллями всіх народів Росії, які й повинні для цього організуватися як всередині себе, так і між собою". Михайло Петрович – прихильник об'єднання всіх слов'янських народів на демократичних засадах [2].

Значну увагу приділяв він пореформеним аграрним відносинам. Реформу 1861 р. М. Драгоманов розглядав як позитивний акт, який він вважав корисним для суспільства. Але водночас він підкреслював антинародну спрямованість реформи, зазначав, що вона була проведена в інтересах поміщиків, капіталістів і самодержавства, селяни ж після реформи отримали лише особисту волю без землі. «Реформа, – писав він, – не тільки не дала селянам землі, а й відібрала ту, яка в них була». Проведення реформи призвело до погіршання становища селянства, оскільки до феодальних форм експлуатації, які багато в чому збереглися, додалися капіталістичні її форми. Селяни, позбавлені землі, мусили йти в найми [3].

На окрему увагу заслуговують питання моральності. Необхідно зазначити, що представники західної ліберальної думки не приділяли достатньої уваги методам боротьби за ліберальні цінності, яка здійснювалась на засадах непорушності їх принципів, недоторканності прав і свобод. Саме М. Драгоманов зробив значний внесок у популяризацію етичних засад політичної діяльності. Відома фраза Михайла Петровича про те, що: «Політика потребує чистих рук», була підтримана частиною лібералістів і стала домінантою руху значної частини інтелігенції.

Ворогами українців учений вважав не росіян, не поляків чи представники інших національностей, а державно-бюрократичний апарат імперії, власників фабрик і заводів, великих маєтків, що гноблять усіх трудящих, незалежно від їх національної приналежності. Внаслідок цього М. Драгоманов відзначив головну причину поділу суспільства на бідних і багатих – наявність приватної власності. Позбутися злиднів можна – організуватиколективну працю за умови колективної власності громади на землю і знаряддя праці. Здійснити це можливо тільки еволюційним шляхом. Був противником революцій та революційних перетворень, що несуть насильство.

На відміну від народників, М. Драгоманов не лише не заперечував капіталістичного розвитку країни, а й бачив, що Росія вже стала на цей шлях. У капіталізмі Драгоманов бачив як позитивні, так і негативні сторони. Він зазначав, що розвиток капіталізму сприяє розвитку продуктивних сил, прискорює технічний прогрес. Негативними сторонами капіталізму вважав кризи та безробіття, що вже почали виявлятися в Росії. Для критичного аналізу капіталістичного виробництва М. Драгоманов намагається використати політичну економію. Високо оцінюючи фундаментальні праці з політичної економії західних економістів, він підкреслював необхідність їх перекладу, що сприяло б розвитку у країні економічної думки. Саме відсутність економічної літератури, зазначав він, негативно позначається на інтелектуальному розвитку молоді. Проте першочерговим завданням він вважав не переклад Мілля, Маркса, Лассаля, а створення популярного курсу політичної економії, зрозумілого для трудящих мас [4].

Приділяючи велику увагу тяжкому становищу робітничого класу за умов капіталізму, М. Драгоманов пропонує заходи для його поліпшення. Такими заходами він вважав освіту та спільність між бідними людьми, між робітниками. Крім того, вчений писав, що необхідно домагатися підвищення заробітної плати, поліпшення умов

праці тощо. Найпершу умову радикальної зміни становища робітників і селян він бачив у знищенні приватної власності. Майбутнє нації М. Драгоманов пов'язував із соціалізмом, як більш досконалим, порівняно з капіталізмом, ладом. Під соціалізмом він розумів такий спосіб виробництва, за якого фабрики, заводи і продукти праці належатимуть робітничим громадам, а земля й результати сільськогосподарського виробництва – сільським громадам. Перехід до нового ладу він бачив в еволюційному шляху, не заперечуючи, проте, і можливості революційних виступів, без яких інколи не можна обійтись [5].

Водночас М. Драгоманов, який був ознайомлений із працями К. Маркса і Ф. Енгельса, заперечував марксистську теорію класової боротьби, теорію соціалістичної революції, диктатури пролетаріату. Соціалізм для нього був справою далекого майбутнього. На його думку, першочергове завдання соціалістів, а себе Драгоманов вважав соціалістом, полягає у завоюванні політичних свобод і вже на цьому ґрунті – здійсненні соціально-економічних реформ.

Можна з упевненістю сказати, що М. Драгоманов у розумінні питань суспільного розвитку був більшим реалістом, ніж деякі пізніші критики. Оцінюючи суспільно-економічні погляди М. Драгоманова в цілому, слід зазначити, що він був ідеологом дрібної буржуазії. Першим серед вітчизняних мислителів заклав підґрунтя політичної науки в Україні. Він знайшов у політиці рівновагу між національним і загальнолюдським началами і шлях до її забезпечення через конституціоналізм, політичну свободу, права людини й національне самовизначення. Тому творчість М. Драгоманова є цінною і як історична пам'ятка, і як живі уроки політичної правди.

Науковий керівник – канд. екон. наук, викладач Фадєєва Ю. В.

Література: 1. Шляхтун П. П. Політологія. (теорія та історія політичної науки) / П. П. Шляхтун. – Київ : Либідь, 2002. – 116 с. **2.** Науковий часопис НПУ ім. М. П. Драгоманова. Серія № 6. – Вип. 3. – Київ : НПУ ім. М. П. Драгоманова, 2006. – 114 с. **3.** Горленко В. В. Погляди Михайла Драгоманова на реформування українського суспільства / В. В. Горленко // Часопис Київського університету права. – 2010. – № 4. – С. 52–54. **4.** Салтовський О. І. Проблема нації в політичній концепції М. Драгоманова / О. І. Салтовський // Вісник КНУ Шевченка. Серія: Філософія. Політологія. – 2002. – Вип. 42. – С. 41–45. **5.** Драгоманов М. Вибране / М. Драгоманов. – Київ. : Либідь, 1991. – 688 с.

ПРИМЕНЕНИЕ ГРАВИТАЦИОННИХ МОДЕЛЕЙ В ОЦЕНКЕ ПРИВЛЕКАТЕЛЬНОСТИ СТРАН ДЛЯ МИГРАЦИИ ЭКОНОМИЧЕСКИ АКТИВНОГО НАСЕЛЕНИЯ УКРАИНЫ

УДК 314.15:330.43

Заруба Е. П.

Студент 4 курса
факультета экономической информатики ХНЭУ им. Семена Кузнеца

Аннотация. *Рассмотрены вопросы оценки привлекательности стран для миграции экономически активного населения. Построены гравитационные модели, использующиеся для оценки и анализа миграции экономически активного населения Украины.*

Ключевые слова: *экономически активное население, гравитационные модели, модель пространственного лага, модель условной конвергенции.*

Анотація. *Розглянуто питання оцінки привабливості країн для міграції економічно активного населення. Побудовано гравітаційні моделі, що використовуються для оцінки та аналізу міграції економічно активного населення України.*

Ключові слова: *економічно активне населення, гравітаційні моделі, модель просторового лага, модель умовної конвергенції.*

© Заруба Е. П., 2015

Annotation. *The questions assess the attractiveness of countries for the migration of the economically active population. Constructed the gravity model that is used to evaluate and analyze the migration of the economically active population of Ukraine.*

Keywords: *the economically active population, gravity models, spatial lag model, a model of conditional convergence.*

Уже в течение продолжительного времени, как в мире, так и в Украине, ведутся острые дискуссии по поводу трудовой миграции. Отечественные и зарубежные исследователи концентрируют внимание на трех проблемах. Первая – природа миграции: причины и следствия, выгоды и потери для страны. Вторая проблема – масштабы украинской трудовой миграции, динамика и прогнозы. Третья проблема – объемы заработанных средств украинскими трудовыми мигрантами за границей и их поступление в Украину семьям, родным и близким мигрантов [4].

Предмет исследования – гравитационные модели в оценке привлекательности стран для миграции. Целью работы является построение и анализ гравитационных моделей миграции экономически активного населения Украины.

Рассмотрим основные категории, использованные в исследовании.

Экономически активное население, или рабочая сила, согласно методике МОТ – это население обоих полов в возрасте от 15 до 70 лет включительно, которое в течение определенного периода обеспечивает предложение своей рабочей и силы на рынке труда. Количественно экономически активное население состоит из численности занятых экономической деятельностью и численности безработных, к которым по этой методике относятся четко определенные группы людей [1].

Гравитационная модель — модель взаимодействия между пространственными объектами в пространственном анализе экономики. Такая модель используется при исследовании процессов урбанизации, размещении промышленности, экспортно-импортных отношениях, миграции населения. Общая черта этих моделей заключается в том, что сила взаимодействия (интенсивность потоков) в них зависит от значимости (величины) объектов и расстояния между ними [2].

Анализ проводится для оценки привлекательности стран для миграции экономически активного населения Украины. Расчёты проводятся с помощью программы EXCEL.

Для работы было отобрано первые 15 стран по количеству мигрантов из Украины. Было выдвинуто предположение, что количество мигрантов экономически активного населения можно определить через нахождение коэффициента экономической активности населения. Коэффициент экономически активного населения в 2011 году составляет 0,444, а в 2012 – 0,448. На основании данного предположения были пересчитаны миграционные потоки в 15 отобранных странах за 2011–2012 гг. и приведены в табл. 1.

Таблица 1

Миграция населения 2011–2012 гг.

	Страна	Миграция населения		Миграция экономически активного населения	
		2011	2012	2011	2012
1	Австрия	158	143	70,15997	64,15971
2	Беларусь	680	548	301,95429	245,87077
3	Испания	406	379	180,28447	170,04566
4	Италия	189	208	83,92553	93,32321
5	Молдова	359	315	159,4141	141,33083
6	Германия	1846	1616	819,71708	725,04958
7	Польша	194	241	86,14578	108,1293
8	Российская Федерация	5144	4920	2284,19538	2207,45292
9	Венгрия	177	276	78,59692	123,83273
10	Чехия	434	431	192,71788	193,37647
11	США	1112	754	493,78407	338,29665
12	Израиль	1646	1326	730,907	594,93548
13	Казахстан	234	232	103,9078	104,09128
14	Турция	352	328	156,30575	147,16353
15	Туркменистан	36	175	15,98582	78,51713

Были построены модели: Баумоля (модель безусловной β-конвергенция) [3], модель Квадрадо – Роура [3]. По критерию Стьюдента параметры данных моделей значимы, но коэффициент детерминации меньше 0,5. Поэтому данные модели не рассматриваются в дальнейшем.

Для построения модели условной β-конвергенции необходимо выделить однородные группы стран [3]. Для этого предложено сгруппировать страны по следующим признакам: наличие общих границ с Украиной: Беларусь, Молдова, Польша, Российская Федерация, Венгрия. Принадлежность к СССР и странам бывшего социалистического лагеря: Беларусь, Молдова, Польша, Российская Федерация, Венгрия, Казахстан, Туркменистан. Развитость: Австрия, Испания, Италия, Германия, Чехия, США, Израиль. Знание русского языка: Беларусь, Молдова, Российская Федерация, Казахстан. Модель имеет вид:

$$\ln\left[\frac{Y_i(T)}{Y_i(0)}\right]=\alpha+\beta\times\ln Y(0)+\sum_{j=1}^{n}Y_j d_{ij}+\varepsilon_i,$$

где $Y(T)$ – миграция населения в период времени T;

$Y(0)$ – миграция населения в период времени 0;

d_{ij} – dummy-переменные, которые отображают принадлежность страны к одному из выделенных признаков;

ε – ошибка;

α, β, γ – параметры модели.

Таблица 2

Результаты построения моделей β-конвергенции

Параметр	Значение параметра	Значение критерия Стьюдента		Значение коэффициентов		Параметр	Значение параметра	Значение критерия Стьюдента		Значение коэффициентов	
1	2	3		4		5	6	7		8	
	Наличие общих границ с Украиной						Развитость				
α	1,44	3,42	знач.	R_2	0,484	α	1,43	3,56	знач.	R_2	0,528
β	-0,27	-3,36	знач.	F	5,631	β	-0,24	-3,13	знач.	F	6,701
γ	0,08	0,4	незн.			γ	-0,21	-1,13	незн.		
1	2	3		4		5	6	7		8	
	Принадлежность к СССР и странам бывшего соц. лагеря						Распространенность русского языка				
α	1,31	3,08	знач.	R_2	0,531	α	1,43	3,35	знач.	R_2	0,478
β	-0,25	-3,32	знач.	F	6,522	β	-0,26	-3,14	знач.	F	5,487
γ	0,19	1,05	незн.			γ	-0,03	-0,12	незн.		

Анализ данных, приведенных в табл. 2, позволяет сделать вывод об отсутствии эффекта кластерной конвергенции в связи со статистической незначимостью параметров γ.

Модель условной конвергенции с пространственной ошибкой предполагает, что развитие стран зависит от темпов роста соседних стран (через эндогенный пространственный лаг) и от начального значения исследуемого признака (через экзогенный пространственный лаг) [3].

$$\ln\left[\frac{Y_i(T)}{Y_i(0)}\right]=\alpha+\beta\times\ln Y(0)+\varphi\times Wy+\gamma\times d_i+\lambda\times WY,$$

где W – матрица пространственных лагов;

$\alpha, \beta, \gamma, \lambda, \psi$ – параметры модели;

Wy – компонента, которая учитывает эндогенный пространственный лаг;

WY – компонента, которая учитывает экзогенный пространственный лаг.

Таблица 3

Результаты построения модели условной конвергенции с пространственной ошибкой

Параметр	Значение параметра	Значение критерия Стьюдента		Значение коэффициента детерминации		Параметр	Значение параметра	Значение критерия Стьюдента		Значение коэффициента детерминации	
Наличие общих границ с Украиной						Развитость					
α	1,63	3,82	знач.	R^2	0,624	α	1,61	3,76	знач.	R^2	0,6297
β	-0,28	-3,67	знач.			β	-0,277	-3,47	знач.		
ϕ	-227921	-1,68	незн.			ϕ	-193864	-1,55	незн.		
γ	-0,05	-0,25	незн.	F	3,917	γ	-0,09	-0,48	незн.	F	4,085
λ	1298,03	0,58	незн.			λ	1029,81	0,52	незн.		
Принадлежность к СССР и странам бывшего соц. лагеря						Распространенность русского языка					
α	1,48	3,53		R^2	0,671	α	1,64	3,84	знач.	R^2	0,624
β	-0,27	-3,79				β	-0,29	-3,68	знач.		
ϕ	-209669	-1,84				ϕ	-223337	-1,76	незн.		
γ	0,22	1,37		F	5,107	γ	0,06		незн.		3,935
λ	751,21	0,4				λ	1271,2	0,27	незн.		

Гипотеза о статистической значимости параметров при факторах, учитывающих экзогенный и эндогенный пространственный лаг, опровергается с 95-процентным уровнем доверительной вероятности и свидетельствует об отсутствии пространственной кластеризации.

Построенные модели являются условно адекватными и статистически значимыми в целом по критерию Фишера. Они позволяют проследить особенности выбора стран для миграции экономически активного населения при помощи дамми-переменных.

Среди факторов, влияющих на выбор страны мигрантами, наибольшую значимость имеет принадлежность страны к СССР и странам социалистического лагеря, остальные факторы значимы, но в меньшей степени. Таким образом, построенные модели позволяют оценить и проанализировать миграцию экономически активного населения Украины, что позволит повысить качество принимаемых решений на рынке труда в Украине.

Научный руководитель – канд. экон. наук, доцент Прокопович С. В.

Литература: 1. Качан Є. П. Економіка праці та соціально-трудові відносини : навч.-метод. посіб. / За заг. ред. проф. Є. П. Качана. – Тернопіль : ТДЕУ, 2006. – 373 с. **2.** Власов М. П. Моделирование экономических процессов / М. П. Власов, П. Д. Шимко. – Ростов н/Д : Феникс, 2005. – 409 с. **3.** Прокопович С. В. Учебная дисциплина "Актуальные проблемы моделирования экономики" [Электронный ресурс] / С. В. Прокопович. – Режим доступа : http://elearn2.ekhneu.org.ua/courses/APME/?id_session=0. **4.** Иванникова К. Статистическая оценка трудовой миграции [Электронный ресурс] / К. Иванникова, Е. Чернышева. – Режим доступа : http://www.rusnauka.com/31_PRNT_2010/Matemathics/ 73795.doc.htm.

THE ESSENCE OF MAIN PRODUCTION METHODS

UDC 658.5

Zakharenko V.

The 4th year studen
Management and Marketing faculty of S. Kuznets KhNUE

Annotation. *The basic methods of organization of production process in enterprises. The role of proper organization of production in industrial enterprises. The comparison of the main methods of production.*

Keywords: *production process, production methods, job production, batch production, flow production.*

Анотація. *Розглянуто основні методи організації виробничого процесу на підприємствах. Розкрита роль правильної організації виробництва на промислових підприємствах. Приведено порівняння основних методів організації виробництва.*

Ключові слова: *процес виробництва, методи виробництва, без відриву від виробництва, серійне виробництво, виробничий потік.*

Аннотация. *Рассмотрены основные методы организации производственного процесса на предприятиях. Раскрыта роль правильной организации производства на промышленных предприятиях. Приведено сравнение основных методов организации производства.*

Ключевые слова: *процесс производства, методы производства, без отрыва от производства, серийное производство, производственный поток.*

The study of methods of production is important for the management of industrial enterprise as well as the efficiency of the production process is a prerequisite for stable and profitable performance of the enterprise. Thus, the production of new products is impossible without complex characteristics of technical, organizational and economic characteristics of production.

The concept of the study is partly enlightened in researches of Ukrainian and foreign scholars such as Saari S., Lukicheva L., Fathutdinov T. and others.

The aim of this article is to identify the specifics of main production methods and to analyze their peculiarities.

The necessary condition for the success of the enterprise is the rational construction of its production and organizational structure.

The production process is a set of targeted actions of personnel of the enterprise to transform raw materials into finished products [1]. The method of production is the method of executing the production process, which is a set of tools and techniques of its implementation, and has a number of features, the main of which are: the relationship of the sequence of the technological process' operations with the order of placement of the equipment and the degree of continuity of the production process [2].

Production methods can vary greatly, depending on the specifications of the product and the quantity required. Determining the production methods is typically part of the process-planning phase of design, that is, the steps related to converting the design into a final product. Production methods must be considered carefully and planned properly because the production cycle generally represents a large investment of time and money.

Method of production is determined by the complex characteristics of the technical, organizational and economic features of the production due to the breadth of the nomenclature, regularity, stability and volume of output [3].

There are three main methods of production: job, batch and flow production.

Job production is normally used for the production of single one-off products. The products may be small or large and are often unique. In order to be called job production, each individual product has to be completed before the next product is started. At any one time, there is only one product being made [4]. New, small firms often use labour-intensive job production, before they get the chance to expand and purchase advanced equipment. Job production enables specialised products to be produced and tends to be motivating for workers because they produce the whole product and take pride in it. However, this production method tends to result in high unit costs, often takes a long time to complete, and is usually labour intensive. The labour force also needs to be highly skilled and this is not always easy to achieve [1].

Batch production makes products in separate groups and the products in each batch go through the whole process together. The production process involves a number of distinct stages and the defining feature of batch production is that every unit in the batch must go through an individual production stage before the batch as a whole moves on to the next stage [4]. Batch production allows firms to use division of labour in the production process and it enables economies of

© Zakharenko V., 2015

scale if the batch is large enough. It is usually employed in industries where demand is for batches of identical products. It also allows each individual batch to be specifically matched to the demand, and the design and composition of batches can easily be altered. The drawbacks are that batch production tends to have high levels of work-in-progress stocks at each stage of the production process. The work may well be boring and demotivating for workers. If batches are small, then unit costs are likely to remain high. There is often a need to clean and adjust machinery after each batch has passed through [2].

The flow method is used when individual products move from stage to stage of the production process as soon as they are ready, without having to wait for any other products. Flow production systems are capable of producing large quantities of output in a relatively short time and so it suits industries where demand for a product is high and consistent. It also suits the production of large numbers of a standardized item that only requires minimal alterations. This is often why it is often referred to as mass production. Flow production usually takes place on a production line – hence the use of the term production line [4]. Flow production has a number of advantages over other types of production. Labour costs tend to be relatively low, because much of the process is mechanised and there is little physical handling of products. The constant output should make the planning of inputs relatively simple and this can lead to the minimisation of input stocks. Quality tends to be consistent and high and it is easy to check the quality of products at various points throughout the process. The main disadvantage is the high initial set-up cost. By definition, capital intensive, high technology production lines are going to cost a great deal of money. In addition, the work involved tends to be boring, demotivating and repetitive [2].

The comparison between product methods is presented below in a convenient form in table 1.

Table 1

Comparison between production methods

Basis of Comparison	Flow Production	Batch Production	Job Production
1	2	3	4
Method of Production	The flow of materials is in a straight line. All facilities are arranged as per the sequence of operations.	The work content of each unit is broken into a number of operations and operations are divided into groups.	The single complete unit is manufactured by an operator or a group of operatives.
Flexibility	It is highly inflexible.	It is more flexible than flow production method but is less flexible than job production method.	It is flexible because of the usage of general purpose machines.
Capital Investment	Huge capital investment is required due to the duplication of machineries.	Low capital investment is required as compared to flow production and job production.	The capital investment required differs from type of job undertaken.
Work in progress inventories	Work in progress inventories is small as output of one process becomes input of the next process.	Work in progress inventory is high and large space is required due to production of more variety of products.	Raw materials and work in progress inventories are high due to the uneven and irregular flow of work.
Requirements for workers	Unskilled or semi-skilled workers are used as most of the work is machine based.	Semi-skilled and skilled workers are required according to the type of production undertaken.	Highly skilled workers are required in a large quantity as production is highly specialized.

Many firms do not just use one production method. It is quite common for many businesses to use all three: job, batch and flow production methods to gain the benefits they offer.

Conclusion.

The production method influences the way in which the planning, organization and management issues at the enterprise can be resolved. Peculiarities of the production method are reflected in the form of the production process flow, the level of the technological process, the usage of automatic and special equipment, the composition and qualifications of employees, the system of planning and management.

Production methods must be considered carefully and planned properly because the production cycle generally represents a large investment of time and money.

Supevisor – teacher Kanova O. A.

Literature: 1. Saari S. Production and Productivity as Sources of Well-being / S. Saari // MIDO OY – 2011. – 25 с. **2.** Фахтутдинов Р. Производственный менеджмент / Р. Фахтудинов. – СПб. : Питер, – 2006. – 491 с. **3.** Синица Л. Организация производства / Л. Синица. – Минск : ИВЦ Минфина, 2003. – 512 с. **4.** Иванов И. Организация производства на промышленных предприятиях / И. Иванов. – М. : ИНФРА-М, 2002. – 352 с.

ТРУДОВИЙ КОНФЛІКТ НА ПІДПРИЄМСТВІ ТА МЕТОДИ ЙОГО ВИРІШЕННЯ

УДК 331.109

Ісмайлова В. В.

Студент 3 курсу
факультету обліку і аудиту ХНЕУ ім. С. Кузнеця

Анотація. *Розглянуто сутність трудового конфлікту. Дано визначення поняттю «трудовий конфлікт» з точки зору різних авторів. Виділено групи трудових конфліктів, джерела конфліктних ситуацій. Визначено позитивні та негативні сторони трудового конфлікту. Визначено методи попередження і вирішення трудового конфлікту.*

Ключові слова: *конфлікт, трудовий конфлікт, врегулювання конфліктів, причини конфлікту, модель конфлікту.*

Аннотация. *Рассмотрена сущность трудового конфликта. Дано определение понятию «трудовой конфликт» с точки зрения разных авторов. Выделены группы трудовых конфликтов, источники конфликтных ситуаций. Определены положительные и отрицательные стороны в конфликте. Определены методы предупреждения и разрешения трудового конфликта.*

Ключевые слова: *конфликт, трудовой конфликт, урегулирование конфликтов, причины конфликта, модель конфликта.*

Annotation. *We considered the nature of the labor conflict. Given the definition of "labor conflict" with the views of various authors. Highlighted groups of of labor conflicts, sources of conflicts. Positive and negative aspects of labor conflicts was shown. We defined methods of prevention and resolution of labor conflicts.*

Keywords: *conflict, labor dispute, conflict resolution, causes of the conflict, model of conflict.*

Дослідження проблем конфлікту – один із основних напрямів соціологічної науки. Конфлікт є реальним і об'єктивним проявом суперечок, постійно існуючих у житті людей, так як без них неможливий розвиток ні окремої людини, ні груп людей, ні суспільства в цілому. Трудовий конфлікт можна розглядати з кількох сторін. Трудовий конфлікт – це протиріччя організаційно-трудових відносин, що приймає характер прямих соціальних зіткнень між індивідами і групами людей; це особливий вид соціального конфлікту, який проявляється через зіткнення двох чи більше різноспрямованих сил, інтересів, поглядів із приводу соціально-трудових відносин та умов їх забезпечення; це конфлікт у сфері трудових відносин із приводу засобів працезабезпечення, рівня заробітної плати, використання професійного й інтелектуального потенціалу, різних елементів і чинників трудового процесу (організації, змісту, умов праці тощо), рівня цін на різні блага, реального доступу до цих благ й інших ресурсів, викликаний протилежністю інтересів [1–3].

У Законі України "Про порядок вирішення колективних трудових спорів (конфліктів)" від 3 березня 1998 р. визначається, що колективна трудова суперечка (конфлікт) – це розбіжності, що виникли між сторонами соціально-трудових відносин, стосовно: встановлення нових чи зміни існуючих соціально-економічних умов праці та виробничого побуту; укладання чи зміни колективного договору, угоди; виконання колективного договору, угоди чи окремих їх положень; невиконання вимог чинного законодавства України про працю [4].

© Ісмайлова В. В., 2015

Дослідженням проблематики трудових конфліктів і способами їх вирішення займались такі вчені, як Степанов В. Г., Фібула М. М., Шаленко В. М., Чумиков А. М., Скот Г. Дж., Ложкін Г. В. та ін. Проте питання трудового конфлікту є актуальним і сьогодні, тому потребує детального вивчення.

Метою цієї статті є вивчення природи конфліктів і переговорів як способу вирішення конфліктних ситуацій. Основними завданнями статті є: розглядання конфліктів, їх типів, методів їх попередження та шляхів вирішення.

Як соціальне явище конфлікт вперше був розглянутий А. Смітом в роботі «Дослідження про природу і причину багатства народів». Він вважав, що причиною конфлікту є поділ суспільства на класи й економічне суперництво між ними. На сучасному етапі причинами виникнення конфліктів в організації є:

1. Обмеженість ресурсів, що розподіляються в організації. Як відомо, ресурси в будь-якій економічній системі обмежені, а потреби людей обмеження не мають. Тому навіть самі великі і багаті організації завжди відчувають дефіцит ресурсів. Необхідність їх розподілу неминуче веде до конфліктів. Люди хочуть отримувати все більше і більше і шукають способи задоволення власних потреб, які здаються їм цілком обґрунтованими. Те, що є перешкодою в отриманні доступу до ресурсів, буде для них причиною виникнення конфлікту.

2. Взаємозалежність завдань. Можливості виникнення конфліктів існують скрізь, де люди залежать один від одного у виконанні спільних завдань. В організаціях тісно взаємопов'язаний лінійний і штабний персонал. Незадоволення взаємних вимог призводить до конфліктів.

3. Відмінності в цілях. Зростання імовірності конфліктів такого роду походить по мірі збільшення організації та виділення спеціалізованих підрозділів. Окремі працівники організації переслідують часто власні цілі, що відрізняються від цілей інших.

4. Відмінності у поглядах і уявленнях. Керівники та виконавці можуть мати різні погляди на шляхи і способи досягнення загальних цілей навіть за відсутності суперечливих інтересів. Кожен відстоює свою точку зору, вважаючи її єдино вірною, а свого опонента може приймати за ворога.

5. Незадовільні комунікації. Конфлікти в організації часто пов'язані з неточною і неповною передачею інформації або відсутністю необхідної інформації, неправильним її тлумаченням. З цієї причини дуже складно управляти конфліктом.

6. Відмінності у психологічних особливостях людей. Важливою причиною конфліктів можуть бути відмінності в темпераменті, характері, потребах, мотивах та інших психологічних особливостях людей. Ці відмінності особливо часто є причинами міжособистісних конфліктів [5].

У внутрішньому житті підприємства виділяють такі групи конфліктів:

– конфлікти між керівниками і керованими в рамках певної організації;

– конфлікти адаптаційні: між тими правилами і нормами внутрішнього спілкування, які склалися в певній організації, і новачками, що не усвідомили інформацію про існування таких правил;

– конфлікти на управлінському рівні, пов'язані з розробкою різноманітних стратегій поведінки відповідних організацій, з розробкою критеріїв ефективності її сукупної діяльності [6].

У колективних конфліктах виділяють три рівні:

– конфлікт між робітниками і роботодавцями підприємства;

– конфлікт між профспілками найманих робітників і об'єднаннями роботодавців;

– конфлікт у загальнонаціональному масштабі між профспілками і асоціаціями роботодавців однієї або декількох галузей [7].

Трудовий конфлікт може носити як скритий, так і відкритий характер. Прикладом скритого може бути невихід на роботу, праця з заниженою продуктивністю. У відкритій формі – це протести.

Конфлікт може мати як позитивні, так і негативні сторони.

Серед позитивних сторін трудового конфлікту на підприємстві виділяють:

– інформаційну – лише через конфлікт стає відкритою інформація, яка функціонально необхідна всім чи багатьом;

– соціалізацію – в результаті конфлікту індивіди отримують соціальні досвід, знання, які недоступні в звичайних умовах;

– нормалізацію морального стану – у конфлікті дозволяються накопичені негативні настрої, відбувається очищення моральних орієнтацій;

– інноваційну – конфлікт змушує, стимулює зміни, демонструє їх неминучість; через конфлікт "нарешті" офіційно визнається якась проблема.

Визнання позитивних сторін трудового конфлікту не означає, що конфлікт можна і потрібно цілеспрямовано створювати. За наявності конфлікту необхідно правильно ставитися до нього з точки зору можливих позитивних результатів; не придушувати, а вирішувати його з корисним ефектом; аналізувати, вчитися через конфлікт; регулювати, направляти його до корисних цілей [1].

Трудовий конфлікт, як правило, має такі негативні сторони [1]:

– посилення настроїв ворожості, збільшення частки недоброзичливих висловлювань і взаємних оцінок, падіння мотивації до праці і фактичних показників трудової діяльності внаслідок негативного настрою, недовіри, відсутності гарантій;

– згортання ділових контактів всупереч функціональної необхідності, гранична формалізація спілкування (зведення його до максимально обмеженої теми), відмова від відкритих комунікацій;

– демонстративна бездіяльність, невиконання, недотримання взаємних зобов'язань, домовленості з принципу; навмисна і цілеспрямована деструктивна поведінка, тобто установка на руйнування і підрив певних загальних зв'язків, організації, культури та традицій;

– руйнування позитивної соціальної ідентифікації, незадоволеність приналежністю до певної трудової групі, організації, дискредитація зв'язків і відносин у принциповому і персональному планах;

– втрати часу, відволікання від роботи або невикористання сприятливої ситуації, суб'єктивне переживання безглуздих витрат сил та енергії на ворожнечу і конфронтацію.

Процес конфлікту складається з цілого ряду структурних елементів, які взаємопов'язані між собою. У той же час кожен з них відіграє достатню і самостійну роль. Структурну модель конфлікту може бути наведено таким чином:

Конфліктна ситуація – Інцидент – Конфлікт

Конфліктна ситуація – це накопичені протиріччя, пов'язані з діяльністю суб'єктів соціальної взаємодії, що об'єктивно створюють підґрунтя для реального протиборства між ними. Наприклад, проведення атестації перед майбутнім скороченням штатів, визначення кандидатури на підвищення по службі тощо. Конфліктна ситуація – це основна умова виникнення конфлікту на підставі порушення балансу інтересів учасників взаємодії. Для переходу її у конфлікт необхідний зовнішній вплив або інцидент. Інцидент (привід) характеризує активізацію діяльності однієї із сторін, яка зачіпає інтереси іншої. Інцидент може виникнути незалежно від бажання учасників, внаслідок об'єктивних причин (зниження службової активності) або як результат неврахування психологічних особливостей іншої сторони. Все це виливається у сам конфлікт [8].

Кожний трудовий конфлікт необхідно своєчасно вирішувати, інакше це може призвести до руйнування соціального клімату в організації та й до руйнування самої організації.

Методи попередження і вирішення трудових конфліктів [1]:

1. Реорганізація, зміна організаційно-трудового порядку, що викликав конфлікт, а не боротьба і вмовляння конфліктуючих сторін.

2. Інформування, тобто соціально-психологічна регуляція, спрямована на перебудову образу ситуації у свідомості конфліктуючих сторін, досягнення правильного погляду на конфлікт, пропаганда вигоди миру у цьому конкретному випадку.

3. Трансформація, тобто переклад конфлікту зі стану марної ворожнечі в стан переговорів.

4. Відволікання, тобто перенесення уваги конфліктуючих сторін на інші проблеми чи позитивні сторони їх відносин; орієнтація уваги конфліктуючих сторін на що-небудь загальне, що сприяє згуртуванню.

5. Дистанціювання, тобто виключення конфліктуючих сторін із загальних організаційно-трудових відносин шляхом, наприклад, переведення на інші робочі місця, в інші підрозділи, кадрових замін.

6. Ігнорування, тобто умисне неувага до конфлікту, з тим щоб він розв'язався сам по собі або щоб акцентування уваги на конфлікті не сприяло його загостренню.

7. Придушення, тобто ситуація, за якої причини конфлікту не знімаються, але будь-яка конфліктна поведінка забороняється під загрозою адміністративних санкцій для однієї чи обох сторін.

8. Конформна перевага, тобто рішення на користь більшості, задоволення інтересів сильнішої у соціальному відношенні сторони.

Таким чином, трудовий конфлікт – це протиріччя, що виникають у процесі організаційно-трудових відносин, між двома чи більше індивідами з приводу елементів та чинників трудового процесу. Конфлікт необхідно розглядати як процес взаємодії, що має ряд переваг з точки зору організації, бо в ході конфлікту виявляються проблеми підприємства та приховані процеси в соціально-трудовій сфері. Також необхідно вміти грамотно регулювати конфлікти, щоб вони не заважали роботі організації.

Науковий керівник – канд. екон. наук, доцент Пилипенко С. М.

Література: 1. Трудовий конфлікт [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://center-yf.ru/data/stat/Trudovoi-konflikt.php. **2.** Соціально-трудовий конфлікт, його сутність і місце в системі соціальних суперечностей [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://ukrkniga.org.ua/ukrkniga-text/764/86/. **3.** Методи вирішення трудових конфліктів [Електронній ресурс]. – Режим доступу : http://www.refine.org.ua/pageid-5394-1.html. **4.** Про порядок вирішення колективних трудових спорів (конфліктів) [Електронний ресурс] : Закон України від 03.03.1998 № 137/98-ВР. – Режим доступу : http://zakon5.rada.gov.ua/laws/show/137/98-%D0%B2%D1%80. **5.** Причини виникнення конфліктів [Електронній ресурс]. – Режим доступу : http://psyera.ru/4550/prichiny-vozniknoveniya-konfliktov. **6.** Здравомислов А. Г. Соціологія конфлікту / А. Г. Здравомислов. – М. : Аспект Пресс, 2013. – 315 с. **7.** Социология труда. Теоретико-прикладной толковый словарь. – М. : Наука, 2006. – 426 с. **8.** Структурна модель конфлікту [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://studall.org/all-35243.html.

THE MAIN ASPECTS OF THE DEVELOPING MARKETING PLAN FOR ENTERPRISE

UDC 338.26:339.138

Kayembe F.

The third-year Student
Management and Marketing faculty of S. Kuznets KhNUE

Annotation. *This study describes major problems companies are facing when developing marketing plan. It also gives a short description of main factors that influence an enterprise marketing strategy.*

Keywords: *marketing plan, marketing mix, company, marketing strategy.*

Анотація. *Розглянуто основні проблеми, з якими кожна компанія стикається під час розробки маркетингового плану. Пояснено основні фактори, що впливають на розробку маркетингової стратегії компанії.*

Ключові слова: *маркетинговий план, комплекс маркетингу, компанія, маркетинговпстратегія.*

Аннотация. *Рассмотрены основные проблемы, с которыми сталкивается каждая компания при разработке маркетингового плана. Описаны основные факторы, влияющие на разработку маркетинговой стратегии компании.*

Ключевые слова: *маркетинговый план, комплекс маркетинга, компания, маркетинговая стратегия.*

A marketing plan clarifies the key marketing elements of a business and maps out directions, objectives and activities for the business and its employees.

The marketing plan draws on the broader perspectives outlined in a firm's business plan. The business plan states how a company will take a product idea and transform that into a commercially viable proposition.

The marketing plan focuses on issues related to the four Ps: product, price, promotion and place.

This problem was partly enlightened in researches of P. Kotler, K. Keller, B. Linden, A. Stewart and A. Gary.

According to Philip Kotler, a marketing plan is the central instrument for directing and coordinating the marketing effort [1]. Generally, Marketing takes money, times and lots of preparation. One of the best ways to prepare is to develop a solid marketing plan. A strong marketing plan will ensure not only sticking to the schedule, but that spending marketing funds wisely and appropriately.

A marketing plan includes everything from understanding company's target market and competitive position in that market, to how company intend to reach that market (its tactics) and differentiate itself from its competition in order to make a sale.

© Kayembe F., 2015

Usually a business idea stems from creating a product or service as a solution to a problem and filling an existing unmet demand. Every business success plan requires a marketing strategy. Certain elements of a business need to be researched before launching the initial business venture. A marketing plan is a valuable tool for any new or established business because it is a way for the business owner to organize his thoughts regarding the products and services of his business. Starting or maintaining a business is challenging; there are many curveballs that can be thrown at a business owner, such as dilemmas regarding expenses, production, and hiring the right people. But the base of any good business operation is a solid marketing plan. Once a decision how the product will be marketed is made, company will be better able to make other important business decisions.

To create a marketing plan that ensures receive the most benefit from the product development, sales, advertising, promotions and public relations, seek to fill rather than create a need in the marketplace.

The important problem concerning development a marketing plan is identifying customers. It's important to know as much about customers as possible to maximize sales. Such information is specific demographic information. Once customer profile is made, company can create its brand, or the image it wants its product or serve to carry.

Companies have also some issues when it comes about setting their price. To set a correct price companies should provide appropriate economic mathematical calculations to estimate required expenditures and identify desired level of profit. One of the main popular methods is calculating break-even point and setting a profit margin. But also it's very important to evaluate a competition and find out what the market is currently paying for similar products or services. Depending on the brand company creating, it may have to sell its product for more or less, based on this image. If you it's selling affordability, it'll need to set a lower price than its competitors. If it's selling status, it might need to price its product higher than its competitors to create a greater perceived value.

In fact all this problem can be avoid if people could pay much attention on the marketing process which consists of:

- Analyzing market opportunities;
- Researching and selecting target markets;
- Designing marketing strategies;
- Planning marketing programs;
- Organizing, implementing, and controlling the marketing effort [2].

The Fig. 1 [3] is a summary of the marketing process and the factors that shape the company's marketing strategy.

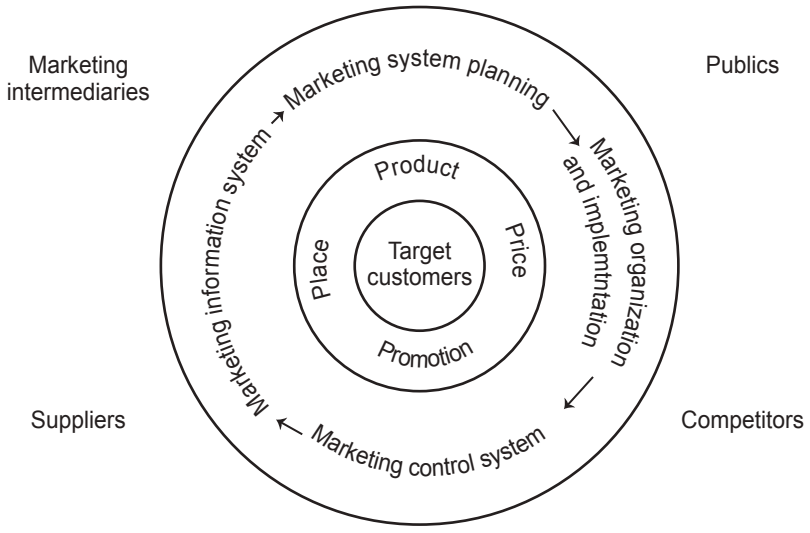

Fig. 1. **Factors Influencing Company Marketing Strategy**

To elicit the desired responses from their target markets, marketers use numerous tools. These tools constitute a marketing mix. Marketing mix is the set of marketing tools that the firm uses to pursue its marketing objectives in the target market [4]. McCarthy classified these tools into four broad groups that he called the four Ps of marketing: product, price, place, and promotion [5].

Marketing-mix decisions must be made to influence the trade channels as well as the final consumers. Typically, the firm can change its price, sales-force size, and advertising expenditures in the short run. However, it can develop new products and modify its distribution channels only in the long run. Thus, the firm typically makes fewer period-to-period marketing-mix changes in the short run than the number of marketing-mix decision variables might suggest.

According to Robert Lauterborn the sellers' four Ps correspond to the customers' four Cs [6] as represented in table 1.

Table 1

Relation between 4 Ps and 4 CS

Fours Ps	Four Cs
Product	Customer solution
Price	Customer cost
Place	Convenience
Promotion	communication

Winning companies are those that meet customer needs economically and conveniently and with effective communication.

Conclusion: Marketing plan is an essential element in any business success. The marketing plan helps to shape the needs and objectives of the company by identifying what, how, when and so forth the company will present its products or even its brand to the public. The marketing professionals who develop the marketing plan should create a tangible, written statement of goals and strategies to achieve these goals, and they should also review this statement at periodic intervals to determine how effectively the plan is being followed. If necessary, the marketing plan should then be revised or updated.

The key part of the marketing plan is a market analysis. The market analysis gives the marketing plan direction because it identifies and profiles the target market and its needs. Market needs tell what features of the product will appeal to the target customer so a company can frame its marketing message to emphasize those features. Market analysis also compares product and customer experience offerings to those of competition, allowing to strategically cater to customer's market needs in a way competition does not. That's why it can be said that marketing plan addresses the needs of the costumers. To maximize the return on a marketing plan, there need to be controls in place to monitor the plan's progress. As a marketing plan moves along, the controls are constantly analyzed to determine how the plan's actual performance compares to the projections. Any changes that need to be made are done based on the analysis of marketing controls. Understanding what the controls in a marketing plan are will help to develop effective performance measurement indicators.

Supevisor – teacher Panova O. A.

Literature: 1. Kotler P. Marketing management / P. Kotler, K. Keller. 13th Ed. – New Jersey : Prentice Hall, 2008. – 816 p. **2.** Borden N. H. The concept of marketing mix / N. H. Borden // Journal of advertising Research. – 1964. – № 4. – P. 2–7. **3**. George S. D. The Capabilities of Market-Driven Organizations / S. D. George // Journal of Marketing. – 1994. – № 4. – P 37–52. **4.** McCarthy E. J. Basic Marketing / E. McCarthy, D. William Perrault, C. Joseph. – Illinois : McGraw-Hill Higher Education, 2008. – 832 p.

ПЛАНУВАННЯ ТА ОРГАНІЗАЦІЯ РЕКЛАМНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПРОМИСЛОВОГО ПІДПРИЄМСТВА

УДК 659.1:316.454.5

Калініченко К. А.

Студент 4 курсу
факультету менеджменту та маркетингу ХНЕУ ім. С. Кузнеця

Анотація. *Проаналізовано зміст понять «реклама» та «рекламна діяльність». Розкрито мету, функції і завдання рекламної діяльності, наведено основні риси рекламної комунікації та характеристика основних учасників рекламного процесу. Рекомендовано кілька найпоширеніших класифікацій, що застосовуються в різних ситуаціях.*

Ключові слова: *реклама, рекламна діяльність, основні учасники рекламного процесу, функції реклами, завдання реклами, основні риси рекламної комунікації, мета реклами.*

Аннотация. *Проанализированы содержание понятий «реклама» и «рекламная деятельность». Раскрыты цели, функции и задачи рекламной деятельности, приведены основные черты рекламной коммуникации и характеристика основных участников рекламного процесса. Рекомендованы несколько распространенных классификаций, применяемые в различных ситуациях.*

Ключевые слова: *реклама, рекламная деятельность, основные участники рекламного процесса, функции рекламы, задача рекламы, основные черты рекламной коммуникации, цель рекламы.*

Annotation. *This paper examines the concept of "advertising" and "promotional activity". Reveals the purpose, functions and tasks promotional activities are the main features of advertising communication and description of the main participants in the advertising process. Recommended several most common classifications used in different situations.*

Keywords: *advertising, promotional activities, the main participants in the advertising process, functions of advertising, objective of advertising, the main features of advertising communication, the purpose of advertising.*

Реклама як найважливіша складова частина маркетингової діяльності є виходом на можливих споживачів, клієнтів або ділових партнерів.

При вірній організації реклама допомагає швидкій та безперервній продажі виробленої продукції та послуг. При цьому істотно прискорюється повернення оборотних фондів підприємств, встановлюються ділові відношення із споживачами, попит підвищується і перевищує пропозицію, що є об'єктивним мотивом для розширення виробництва та підвищення ефективності роботи.

Сприяючи приросту споживання товарів, що випускаються, реклама завжди була одним із найважливіших важелів, що підштовхують розвиток виробництва, нової продукції, що випускаються, не тільки "двигуном торгівлі", але і характерним "двигуном прогресу".

Рекламне творіння може бути визначене як система дій, спрямованих на інформування потенційного покупця об'ємною і ілюстровано оформленою інформацію про товар.

Теоретичні концепції рекламної діяльності закладені в працях таких учених, як Д. Джоун, Ф. Ільясов, Е. Ромат, О. Азарян, И. Баширов, В. Ученова, Н. Старих, Ф. Котлер, У. Уеллс, Е. Ромат, О. Балакірева, А. Мазаракі, Н. Чурилов.

Реклама повинна спрямовувати споживача на сучасні товари, на більш розумне і повне використання їх споживчих властивостей. Одночасно вона підтримує його схильність до більш високого життєвого рівня.

Таким чином, перейдемо до розгляду безпосередньо поняття «реклама», аналіз якого наведено у табл. 1.

Таблиця 1

Аналіз поняття «реклама»

Автор	Сутність поняття
1	2
Ф. Котлер	Реклама – будь-яка, оплачена конкретним спонсором, форма неособистого представлення і просування ідей, товарів і послуг [1]
К. Бове / У. Аренс	Реклама – це неперсоніфікована передача інформації, звичайно оплачувана і що має характер переконання про продукцію, послуги або ідеї відомими рекламодавцями за допомогою різних носіїв [2]

© Калініченко К. А., 2015

Закінчення табл. 1

1	2
С. Моріарті	Реклама – це оплачена неперсоналізована комунікація, здійснювана ідентифікованим спонсором і що використовує засоби масової інформації з метою схилити до чогось аудиторію чи вплинути на неї [3]
Ф. Панкратов	Реклама – інформація про споживчі властивості товарів і послуг з метою створення на них попиту [4]
О. Феофанов	Рекламу можна визначити як комплекс психологічних заходів впливу на свідомість потенційних споживачів із метою активного просування на ринок об'єктів реклами, будь то товар, послуга чи політична діяльність, а також з метою створення позитивного іміджу фірми, організації або окремих інститутів суспільства [5]
С. Веселов	Реклама – це, як правило, оплачена неперсоніфікована передача інформації про товари, послуги або ідеї за допомогою засобів поширення реклами з метою впливу на потенційних споживачів цієї інформації [6]

Узагальнивши всі ці визначення, можна дійти висновку, що реклама:

- це будь-яка інформація про товар, послуги, ідеї чи починання, юридичну або фізичну особу;
- як правило, оплачена;
- використовується з метою формування та підтримки інтересу до товарів чи послуг і сприяє їх просуванню на ринку;
- НЕ персонально орієнтована (не призначена для конкретної особи);
- подається від імені конкретного ідентифікованого рекламодавця;
- розміщена через ЗМІ або інші засоби поширення рекламної інформації [7].

Рекламу як процес утворюють чотири складові:

Рекламодавець – юридична або фізична особа, яка є джерелом рекламної інформації для виробництва, розміщення та подальшого розповсюдження реклами.

Виробник реклами – юридична або фізична особа, яка здійснює повне або часткове приведення рекламної інформації до готової для поширення форми.

Рекламорозповсюджувач – юридична або фізична особа, яка здійснює розміщення і розповсюдження рекламної інформації шляхом надання та використання майна, в тому числі технічних засобів радіомовлення, телевізійного мовлення, а також каналів зв'язку, ефірного часу.

Споживачі реклами – юридичні або фізичні особи, до відома яких доводиться або може бути доведена реклама, наслідком чого є або може бути відповідний вплив реклами на них [8].

Перейдемо до розгляду терміна «рекламна діяльність». Це особливий вид діяльності, процес взаємодії її учасників, результатом якого є виробництво, просування і дослідження рекламного продукту з метою стимулювання споживчої діяльності або створення іміджу, громадської думки [11].

Мета рекламної діяльності полягає в тому, щоб привернути увагу, викликати інтерес, передати споживачеві інформацію і змусити його діяти певним чином. Виробити товар ще недостатньо, важливо, щоб він знайшов свого споживача. Тому рекламне звернення має повідомити дещо важливе і цікаве для споживача, про щось виключне, особливе, чого нема в інших товарах. Звернення в рекламі повинно бути правдивим, доказовим і виголошеним доступно, вчасно, щоб покупець звернув увагу на рекламований товар або послугу і придбав їх [10].

Задачі та функції рекламної діяльності полягають у створенні інформованості про новий продукт, товар, послуги або компанії; віщування і переконання клієнтів у вигоді або необхідності зробити покупку; нагадувальна функція необхідна для підтримки думок споживачів у потрібному напрямку і не дозволяє клієнтам забути про існування товару або вигоди його придбання; позиціонування товару, послуги або компанії – встановлення і формування певного образу; утримання клієнтів, щоб вони не стали купувати товар у конкурентів; створення "обличчя фірми" – певного образу, що виділяє компанію серед конкурентів [9].

Також існують декілька основних рис рекламної комунікації, наприклад: чітке позначення рекламодавця, платність, однобічна спрямованість, невизначеність ефекту, суспільний характер, неупередженість [8].

Єдиної класифікації немає, та вона й не потрібна, оскільки перелік сучасних різновидів рекламного впливу надзвичайно широкий. Є кілька найпоширеніших класифікацій, які за необхідності застосовуються в різних ситуаціях.

За типом спонсора: реклама виробника, реклама торгових посередників, соціальна та політична реклама.

За типом цільової аудиторії: реклама, спрямована на юридичних осіб; реклама, спрямована на індивідуального споживача.

За сконцентрованістю на певному сегменті аудиторії: селективна реклама, масова реклама.

За охопленням території: локальна реклама, регіональна реклама, загальнонаціональна реклама, міжнародна реклама.

За предметом рекламної комунікації: товарна реклама, престижна реклама, реклама ідеї, реклама особистості, реклама території.

За стадіями життєвого циклу товару: інформаційна реклама, стверджувальна реклама, нагадувальна реклама.

Залежно від каналу розповсюдження або носія рекламного повідомлення (це найбільш часто використовувана на практиці класифікаційна ознака).

Засіб – канал розповсюдження або носій рекламної інформації.

Форма – конкретний жанр, вид, який приймає рекламне повідомлення в рамках обраного засобу поширення

Реклама у пресі. Основні форми: модульна реклама, рядкова реклама, спонсорство рубрик, спеціальні додатки до періодичних видань, зразки товару.

Друкована поліграфічна реклама: візитки, плакат, афіша, буклети, проспект, флаєр, настінні, настільні та кишенькові календарі, пам'ятки споживачам, картки постійного клієнта.

Радіореклама: рекламні оголошення, рекламні ролики, спонсорство програм.

Теле-, відео-, кінореклама: рекламні ролики, банерна реклама, спонсорство передач.

Зовнішня стаціонарна реклама: білборд, світловий короб, брандмауер, вітрини і козирки, розтяжки на опорах освітлювальної та контактної мережі, прапори.

Зовнішня транзитна реклама – написи, наклейки, навісні щити на зовнішніх поверхнях і в салонах транспорту всіх видів.

Інтернет-реклама. Основні форми: просування сайтів, банери, промо-сайти, корпоративні сайти, контекстна реклама на Яндекс і Google [8].

Витрати на рекламу зростають по всьому світі, прогноз витрат на рекламу до 2018 року наведений у табл. 2 [12].

Таблиця 2

Прогноз витрат на рекламу 2012–1018 рр.

Країна	Рік						
	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018
США	525,55	540,56	564,84	589,29	617,58	642,54	670,65
Норвегія	538,75	537,24	538,71	543,16і	550,66	558,61	566,46
Австралія	493,19	498,94	504,36	509,45	515,18	520,06	525,09
Канада	374,84	385,43	397,39	407,41	416,51	425,45	434,22
Швеція	397,33	390,33	393,07	396,19	398,92	401,26	403,22
Данія	398,16	382,43	385,38	390,29	393,32	396,40	399,50
Великобританія	331,06	346,97	366,68	318,41	393,18	404,68	414,97
Німеччина	325,32	331,82	337,42	342,75	346,74	350,77	354,88
Японія	370,58	309,33	318,37	327,49	332,21	336,86	314,00
Нідерланди	316,37	316,54	318,34	319,55	320,48	321,12	312,80
Фінляндія	345,12	317,31	313,98	316,99	321,65	328,02	334,24
Франція	236,99	231,12	232,34	233,86	234,97	336,60	238,05
Південна Корея	188,54	192,32	198,70	203,36	207,76	211,67	215,27
Італія	193,57	187,09	186,11	188,93	192,79	196,61	200,20
Іспанія	144,42	131,95	132,80	134,40	136,33	138,34	140,31
Бразилія	83, 96	90,75	100,81	100,02	121,74	131,72	141,24
Аргентина	97,59	83,60	87,76	93,02	96,78	99,75	101,89
Росія	59,84	67,62	76,77	85,24	93,38	100,92	108,09
Індонезія	30,65	36,41	43,99	50,56	58,12	66,25	74,24
Мексика	36,02	38,54	41,50	44,16	46,66	49,13	52,24
Китай	31,61	34,11	37,01	39,83	42,85	46,06	48,66
Індія	4,37	4,47	5,10	5,40	5,68	5,98	6,26

Отже, зазначимо, що поставлені завдання роботи були вирішені: визначено поняття реклами, розглянуто поняття "реклама" і "рекламна діяльність", визначено мету, завдання та функції рекламної діяльності, надано класифікацію сучасних засобів рекламного впливу на споживача, основних учасників рекламного процесу, визначено основні риси рекламної діяльності та надано прогноз витрат на рекламу до 2018 року.

Науковий керівник – канд. екон. наук, доцент Бєлікова Н. В.

Література: 1. Котлер Ф. Маркетинг, менеджмент / Ф. Котлер. – СПб. : Питер Ком, 1999. – 432 с. **2.** Бове К. Л. Современная реклама / К. Л. Бове, У. Ф. Аренс. – М. : Довгань, 1995. – 704 с. **3.** Уэллс У. Реклама: принципы и практика : учебник / У. Уэллс, Д. Бернет, С. Мориарти ; пер. с англ. – СПб. : Питер, 2001. – 797 с. **4.** Панкратов Ф. Г. Рекламная деятельность : учебник / Ф. Г. Панкратов, Ю. К. Баженов, Т. К. Серегина и др. – М. : Маркетинг,1999. – 364 с. **5.** Феофанов О. А. Реклама: новые технологии в России / О. А. Феофанов. – СПб. : Питер, 2003. – 384 с. **6.** Веселов С. В. Маркетинг в рекламе : учебник / С. В. Веселов. – М. : Изд-во Междунар. ин-та рекламы, 2002. – 978 с. **7.** Что такое реклама и ее место в системе маркетинговых коммуникаций [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://august-city.ru/main.mhtml?Part=147&PublD=510. **8.** Реклама: понятие, сущность. Цель, задачи, функции рекламы. Классификация видов, средств и форм рекламной деятельности [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://internet-advance.ru/reklama/58-reklama.html. **9.** Задачи, цели и функции рекламы и рекламной деятельности. Основные свойства и характеристики рекламы [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://finance-and-business.ru/reklama/zadachi-celi-i-funkcii-reklamy-i-reklamnoi-devatelnosti-osnovnve-svoistva-i-xarakteristiki-reklamy.html **10.** Миронов Ю. Б. Основи рекламної діяльності [Електронний ресурс] / Ю. Б. Миронов, Р. М. Крамар. – Режим доступу : http://tourlib.net/books others/reklama1-1.htm. **11.** Рекламная деятельность. Определение рекламной деятельности [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://refleader.ru/polatvmermer.html. **12.** Затраты на рекламу в мире [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://1st-finstep.ru/zatrati_na_reklamu.php.

ФОРМУВАННЯ СИСТЕМИ КОНТРОЛЮ ФІНАНСОВО-ЕКОНОМІЧНОЇ БЕЗПЕКИ ПІДПРИЄМСТВА

УДК 005.934:658.14/.17

Калашнік В. В.

Магістрант 1 року навчання
факультету обліку і аудиту ХНЕУ ім. С. Кузнеця

Анотація. *Розглянуто чинники, що обумовлюють необхідність створення системи контролю за економічною безпекою підприємств. Проаналізовано концептуальні підходи до визначення системи фінансово-економічної безпеки підприємства вітчизняними й іноземними науковцями. Встановлено мету, завдання, принципи, об'єкти, суб'єкти системи контролю останньою. Виділено основні етапи формування системи. Обґрунтовано доцільність створення служби економічної безпеки на підприємствах та запропоновано оптимальний її склад.*

Ключові слова: *економічна безпека, система, принципи, управління економічною безпекою, служба безпеки, критерії.*

Аннотация. *Рассмотрены факторы, обуславливающие необходимость создания системы контроля финансово-экономической безопасности предприятий. Проанализированы концептуальные подходы к изучению системы экономической безопасности предприятия отечественными и зарубежными авторами. Определены цель, задания, принципы, объекты, субъекты системы контроля последней. Выделены основные этапы формирования системы. Обоснована целесообразность создания службы экономической безопасности на предприятиях и предложен оптимальный ее состав.*

Ключевые слова: *экономическая безопасность, система, принципы, управление экономической безопасностью, служба безопасности, критерии.*

Annotation. *The factors that explain necessity of creation of financial and economic security control system of enterprises has been considered. The conceptual approaches to the definition of economic security management system of enterprises proposed by Ukrainian and foreign scientists has been analyzed. The purpose, tasks, principles, objects and subjects of a enterprises economic control security system are identified. The basic stage of formation of the system has been proposed. The importance of creation of an Economic Security Department in enterprises is justified. Appropriate composition of an Economic Security Department has been proposed.*

Keywords: *economic security, system, principles, economic security management, Security Department, criteria.*

© Калашнік В. В., 2015

Постановка проблеми. За сучасних умов господарювання підприємства України опинилися в умовах, коли необхідно самостійно забезпечувати виробничу діяльність, стійкий розвиток і адекватно реагувати на зовнішні впливи, які заважають реалізувати економічні інтереси та використати конкурентні переваги для рівноцінної конкурентної боротьби. За таких обставин важливою умовою підвищення ефективності та стійкого розвитку суб'єктів господарювання в умовах ринкових відносин є формування системи контролю економічної безпеки підприємств. Існує велика кількість різноманітних програм і концепцій, які розроблено та впроваджено на великих підприємствах, але всі вони мають внутрішній характер і не є системними у використанні. Крім того, необхідність розробки ефективної системи контролю економічної безпеки підприємств підкреслюється й тим, що значна кількість підприємств опинилися у кризовому чи близькому до нього стані, доведені до банкрутства та ліквідації. Отже, проблема формування системи контролю економічної безпеки підприємства є актуальною та потребує відповідних досліджень.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Питання економічної безпеки на різних рівнях управління постійно перебувають у центрі уваги дослідників. Наукові та практичні аспекти економічної безпеки розглядали такі вітчизняні та закордонні вчені, як: Л. Абалкін, С. Ілляшенко, А. Козаченко, В. Мунтіян, Є. Олейніков, В. Пономарьов, В. Шинкаренко та ін. Серед фахівців, які у своїх роботах працювали над управлінням економічною безпекою, слід назвати таких як: О. Коробчинський, Л. Шемаєва, З. Якубович та ін. Концептуальні засади формування системи економічної безпеки розглянуто у наукових працях Л. Донець, А. Заїчковського, Т. Іванюти, В. Ортинського, Т. Слободяник, О. Шнипко. Проте, незважаючи на вагомий внесок учених, у вітчизняній і зарубіжній науковій літературі все ще не вирішеними залишаються практичні аспекти економічної безпеки підприємств. Зокрема відсутні цілісні та ґрунтовні дослідження, присвячені проблемам формування системи контролю за економічною безпекою підприємств. Недостатньо розроблена методологія оцінки економічної безпеки, вимагає вдосконалення комплекс заходів, спрямованих на підвищення рівня економічної безпеки підприємств.

Метою роботи є узагальнення, поглиблення і розвиток концептуальних засад формування системи контролю економічної безпеки підприємств. У сучасних умовах розвитку економіки України суб'єкти господарювання все більше звертають увагу на економічну безпеку, яка вимагає створення власної системи контролю. Необхідність формування системи контролю за економічною безпекою підприємств зумовлена такими чинниками: постійна взаємодія підприємств із факторами зовнішнього середовища як основного джерела загроз, що можуть спричиняти дестабілізуючий вплив на їх діяльність; наявність слабких місць у діяльності підприємств і можливість розробки заходів щодо їх своєчасного усунення.

Під системою економічної безпеки Є. Олейніков розуміє «систему заходів, здатних: попередити втрати життєво важливих цінностей, забезпечити стан захищеності і розвиток особистості, суспільства і держави» [1].

На думку Л. Донець, «система економічної безпеки підприємства становить обмежену безліч взаємозалежних елементів, що забезпечують безпеку підприємства і досягнення ним цілей бізнесу. Складовими елементами такої безпеки є об'єкт і суб'єкт безпеки, механізм забезпечення безпеки, а також практичні дії щодо забезпечення безпеки» [2, с. 51]. Такої думки дотримується і В. Ортинський [3, с. 84].

Комплексна система економічної безпеки підприємства, згідно з Т. Слободяник, – «це комплекс взаємопов'язаних заходів організаційно-правового характеру, що здійснюються спеціальними органами, службами, підрозділами суб'єкта господарювання, спрямованими на захист життєво важливих інтересів особистості, підприємства і держави від протиправних дій з боку реальних або потенційних фізичних або юридичних осіб, що можуть призвести до істотних економічних утрат і забезпечення економічного зростання у майбутньому» [4, с. 23].

Т. Іванюта та А. Заїчковський розглядають систему економічної безпеки як «обмежену множину взаємопов'язаних елементів, що забезпечують безпеку підприємства та досягнення ним цілей бізнесу. Складовими елементами такої системи є об'єкт і суб'єкт безпеки, механізм забезпечення безпеки, а також політика безпеки. До складових політики безпеки автори відносять: цілі та задачі безпеки, функції та принципи безпеки, а також стратегію безпеки» [5, с. 25].

А. В. Козаченко та інші вважають, що сучасна система управління економічною безпекою повинна бути гнучкою, інтегрованою та відкритою, яка охоплює принципи, прийоми і способи, методи і методики, процедури, алгоритми та моделі, за допомогою яких забезпечується гармонізація інтересів підприємства з інтересами взаємодіючих із ним суб'єктів зовнішнього середовища [6, с. 107].

Найбільш повне трактування надає О. Л. Коробчинський, який визначає систему управління економічною безпекою як комплекс організаційно-управлінських, технологічних, технічних, профілактичних і маркетингових заходів, спрямованих на кількісну і якісну реалізацію захисту інтересів підприємства від зовнішніх і внутрішніх загроз [7].

На початку формування системи управління фінансово-економічною безпекою потрібно чітко виділити мету систему управління, задачі, принципи, об'єкти, суб'єкти, інструменти економічної безпеки. Почнемо з головної мети.

Головною метою системи економічної безпеки підприємства є попередження кризових ситуацій і мінімізація впливу негативних факторів на діяльність підприємства.

До основних завдань системи контролю за економічною безпекою підприємств слід зарахувати: збір, аналіз, оцінку зовнішнього оточення та прогнозування розвитку подій; захист законних прав і інтересів підприємства; вивчення діяльності конкурентів, партнерів, клієнтів; забезпечення збереження матеріальних цінностей; виявлення, попередження, припинення можливих протиправних дій співробітників, конкурентів; захист комерційних таємниць тощо.

Основними принципами, на яких повинна ґрунтуватися система контролю за економічною безпекою підприємств, мають бути: принцип розвитку, принцип адаптивності, принцип єдності, принцип компетентності; принцип оперативності, принцип комплексності, принцип законності, принцип безперервності.

Основними об'єктами захисту є: продукція підприємства, персонал, комерційні таємниці та внутрішня інформація, інтелектуальна власність, фінансові ресурси, основні оборотні та виробничі фонди, нематеріальні активи, репутація підприємства [8–10].

Суб'єкти системи контролю за економічною безпекою можна поділити на внутрішні (працівники підприємства) та зовнішні (держава та її інститути, банки, конкуренти, посередники, споживачі, постачальники).

До основних заходів, які керівництво підприємства може використовувати для контролю за економічною безпекою, належать: правові заходи, фінансово-економічні, силові, інформаційні, техніко-технологічні, інноваційні.

Формування системи контролю охоплює такі основні етапи:

– вивчення специфіки бізнесу підприємства, сегмента, який воно охоплює на ринку; визначення місії та цілей діяльності. Формування системи контролю за економічною безпекою та створення її об'єктів залежать від розмірів підприємства та його можливостей. Як правило, підприємства малого бізнесу користуються послугами зовнішніх спеціалізованих приватних підприємств. Підприємства середнього бізнесу можуть користуватися комбінованою системою економічної безпеки, спираючись на можливості і ресурси власних підрозділів безпеки та в міру необхідності залучаючи потенціал зовнішніх організацій. Великим підприємствам доцільно створювати повноцінну систему економічної безпеки із власною службою та потужними ресурсами;

– моніторинг зовнішнього та внутрішнього середовища, у якому працює підприємство, вивчення інформації про кризові ситуації, їхні причини і шляхи врегулювання, виявлення наявних і потенційних загроз економічній безпеці підприємства, ретельний аналіз отриманої інформації;

– оцінка рівня фінансово-економічної безпеки підприємства за кожною складовою (фінансова, інтелектуально-кадрова, силова, виробничо-технологічна, політико-правова, інформаційна, екологічна безпека), аудит наявних засобів із забезпечення безпеки й аналіз їх відповідності виявленим загрозам;

– моделювання нової системи фінансово-економічної безпеки підприємства: розробка заходів з мінімізації і нейтралізації впливу негативних факторів, що було виявлено під час попереднього етапу; вибір інструментів і засобів захисту від виявлених загроз; визначення центрів відповідальності та повноважень керуючих осіб; підготовка пропозицій щодо удосконалення системи економічної безпеки (у т. ч. створення служби безпеки на підприємстві, якщо такої не існувало, чи системи безпеки на її базі, визначення механізмів її забезпечення та розроблення організаційної структури управління системою); розрахунок усіх видів необхідних ресурсів; планування щомісячних витрат на забезпечення функціонування системи економічної безпеки (бюджет);

– упровадження сформованої системи на підприємстві та оцінка її ефективності.

Важливою вимогою до системи фінансово-економічної безпеки підприємств є її гнучкість, адже її організаційна структура повинна забезпечувати оперативне реагування на зміни внутрішнього і зовнішнього середовища та мати здатність швидко адаптуватися до них, також система має бути адаптована до специфіки діяльності підприємства з метою найбільшої ефективності забезпечення фінансово-економічної безпеки.

Для більш чіткого розуміння складу організаційної структури та процесів формування системи контролю на підприємстві наведено схему, за якою здійснюється контроль за фінансово-економічною безпекою (рис. 1).

Як свідчить досвід зарубіжних компаній, з метою зміцнення рівня економічної безпеки підприємства доцільно створювати відповідні спеціалізовані служби.

Служба (відділ) економічної безпеки підприємства – це спеціальний підрозділ, що входить до складу організаційної структури, діяльність якого спрямована на формування належного рівня економічної безпеки та нейтралізацію основних загроз, що можуть очікувати на підприємство під час здійснення його виробничо-господарської діяльності.

Головні функції, які виконує служба економічної безпеки, такі: охорона виробничої діяльності підприємства та захист комерційної інформації від несанкціонованого доступу; упровадження спеціальних інформаційних систем для протидії одержання комерційних таємниць; виявлення та нейтралізація можливих каналів витоку

конфіденційної інформації у процесі виробничої діяльності; забезпечення охорони приміщень, устаткування, продукції, персоналу підприємства від не правочинних дій конкурентів.

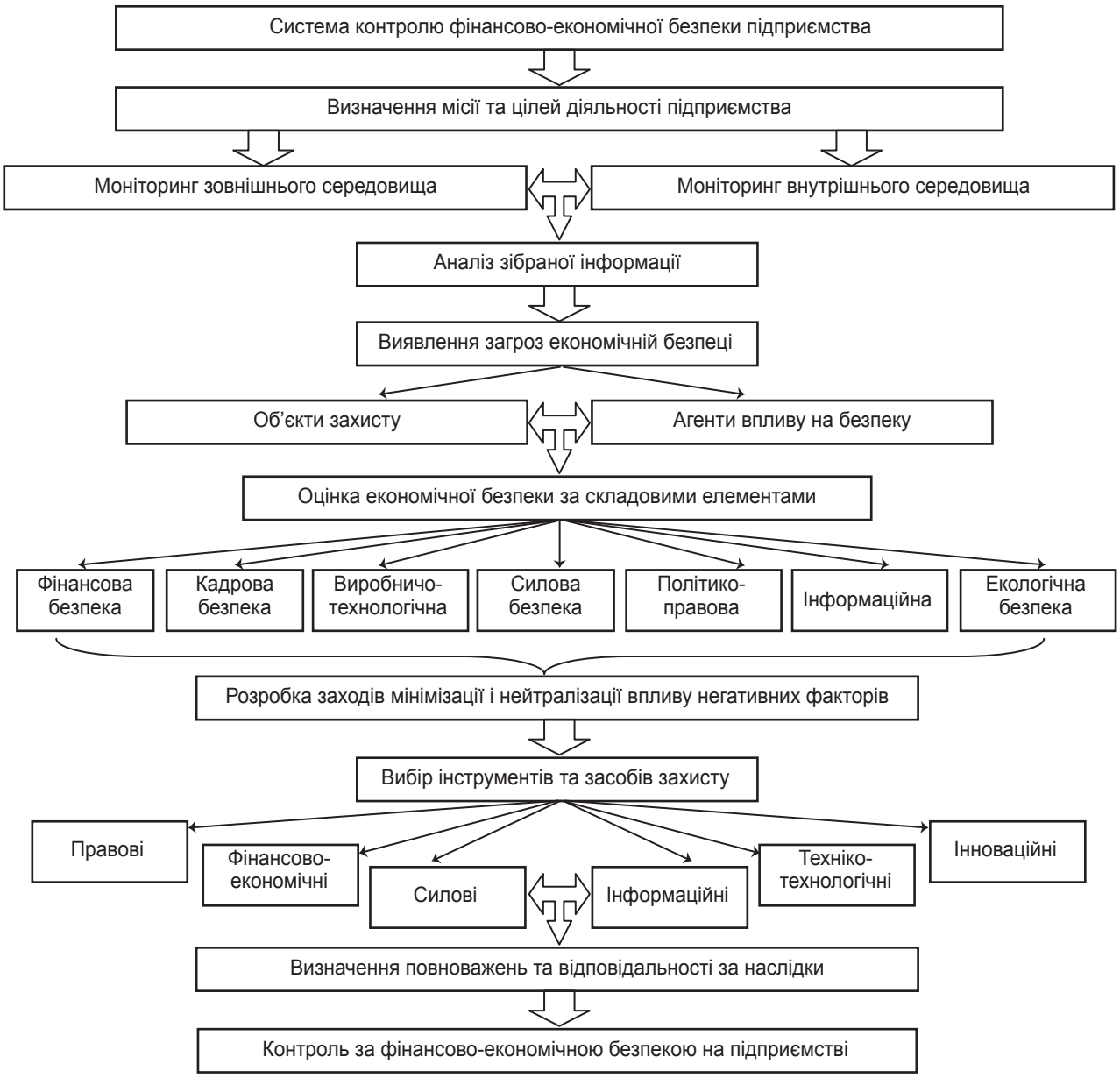

Рис. 1. **Система контролю фінансово-економічної безпеки підприємства**

До складу такого відділу зазвичай входять економіст, юрист, ризик-менеджер, технолог, маркетолог, програміст та інші фахівці за специфікою функціонування підприємства. На жаль, у вітчизняній практиці створення таких служб не є поширеним явищем, що є однією з ключових проблем управління економічною безпекою та зумовлює її низький рівень.

Основними критеріями оцінки ефективності та надійності сформованої системи є:

– недоторканість комерційної інформації і всіх ресурсів;

– сталий розвиток, збереження і примноження матеріальних цінностей підприємства, високий рівень конкурентоспроможності продукції;

– використання інноваційних технологій у виробничій діяльності;

– своєчасне попередження кризових ситуацій і нейтралізація негативних чинників, що впливають на діяльність підприємства.

У результаті дослідження запропоновано систему контролю за економічною безпекою підприємства. Її основною перевагою є чіткість і послідовність дій, які допоможуть керівникам швидко зорієнтуватися в умовах невизначеності та загроз.

Отже, система фінансово-економічної безпеки підприємства є необхідною складовою для успішного управління підприємством, що має на меті захистити його інтереси від негативного впливу ззовні. Базується на об'єктах, суб'єктах системи, меті, завданнях, принципах та інструментах економічної безпеки. Безпосередньо питаннями її забезпечення займається служба безпеки підприємства. Таким чином, можна дійти висновку, що формування системи контролю за фінансово економічною безпекою підприємства – це складний і багатовимірний процес, від якого залежить його стійкий розвиток і захищеність від загроз і небезпек. Отримані результати поглиблюють і розвивають концептуальні основи економічної безпеки підприємства та можуть бути базою для подальших досліджень у цьому напрямку, зокрема розробки методології та інструментарію для оцінки рівня економічної безпеки.

Науковий керівник – канд. екон. наук, доцент Петряєва З. Ф.

Література: 1. Экономическая и национальная безопасность : учеб. пособие / [под ред. Е. А. Олейникова]. – М. : Экзамен, 2005. – 768 с. **2.** Донець Л. І. Економічна безпека підприємства : навч. посіб. / Л. І. Донець, Н. В. Ващенко. – Київ : Центр навч. літ., 2008. – 240 с. **3.** Ортинський В. Л. Економічна безпека підприємств, організацій та установ / В. Л. Ортинський, І. С. Керницький, З. Б. Живко та ін. – Київ : Правова єдність, 2009. – 54 с. **4.** Слободяник Т. М. Запровадження комплексної системи економічної безпеки та оцінка її ефективності на сучасному підприємстві / Т. М. Слободяник // Економічний простір. – 2008. – № 12/2. – С. 22–27. **5.** Іванюта Т. М. Економічна безпека підприємства / Т. М. Іванюта, А. О. Заїчковський. – Київ : Центр навч. літ., 2009. – 54 с. **6.** Козаченко Г. В. Економічна безпека підприємства: сутність та механізм забезпечення : монографія / Г. В. Козаченко, В. П. Пономарьов, О. М. Ляшенко. – Київ : Лібра, 2003. – 280 с. **7.** Коробчинський О. Л. Методика формування системи економічної безпеки підприємства / О. Л. Коробчинський // Актуальні проблеми економіки. – 2009. – № 4 (94). – С. 41–45. **8.** Кузенко Т. Б. Планування економічної безпеки підприємства в умовах ринкової економіки : автореф. дис. … канд. екон. наук : 08.06.01 / Кузенко Тетяна Борисівна. – Київ, 2004. – 18 с. **9.** Бендиков М. А. Экономическая безопасность промышленного предприятия в условиях кризисного развития / А. М. Бендиков // Менеджмент в России и за рубежом. – 2000. – № 2. – С. 17–30. **10.** Колпаков П. А. Концептуальные основы экономической безопасности фирмы : автореф. дис. … канд. экон. наук : 08.00.01 / Колпаков Павел Александрович. – М., 2007. – 25 с.

СТРАТЕГІЧНА КАРТА ЯК ІНСТРУМЕНТ ПРОЦЕСУ УПРАВЛІННЯ КРЕДИТНИМИ РИЗИКАМИ БАНКУ

УДК 336.76:338.2

Каминіна В. В.

Магістрант 1 року навчання
фінансового факультету ХНЕУ ім. С. Кузнеця

Анотація. *Розглянуто найважливіші елементи збалансованої системи показників та обґрунтовано доцільність побудови стратегічних карт на прикладі банку ПАТ «Укрсоцбанк» для управління кредитними ризиками та формування його конкурентних переваг. Запропоновано методи, що сприятимуть зниженню кредитного ризику банку.*

Ключові слова: *стратегічна карта, стратегічний аналіз, управління кредитними ризиками.*

Аннотация. *Рассмотрены важные элементы сбалансированной системы показателей и обоснована целесообразность построение стратегических карт на примере банка ПАО «Укрсоцбанк» для управления кредитными рисками и формирования его конкурентных преимуществ. Предложены методы, способствующие снижению кредитных рисков банка.*

Ключевые слова: *стратегическая карта, стратегический анализ, управление кредитными рисками.*

© Каминіна В. В., 2015

Annotation. *Considered important elements of the balanced scorecard and the expediency of the construction of strategic maps for examples of Bank PJSC Ukrsotsbank for credit risk management and the formation of its competitive advantages. Methods that reduce the credit risk of the bank.*

Keywords: *strategy map, strategic analysis, credit risk management.*

У процесі проведення кредитних операцій банки стикаються з кредитним ризиком. Необхідно зазначити, що для кожного виду кредитних угод притаманні свої специфічні причини та фактори, які визначають ступінь ризику. Усі банки прагнуть зменшити можливі втрати, пов'язані з реалізацією кредитних ризиків. Для управління прийнятими ризиками банку необхідно розробити план, основною метою якого є зниження можливих втрат банку. Таким планом може бути стратегічна карта банку управління кредитним ризиком, що і зумовлює актуальність обраної тематики.

Проблемою, пов'язаною із управлінням ризиками банку, займалися такі автори, як: Бакланова І. Б., Лісова Н. О., Скляров Р. О., Буркун О. І. та ін. [1–4].

Мета статті полягає у розробці стратегічної карти управління кредитним ризиком банку та складанні карти кредитного ризику, що є підгрунтям для вибору виду політики управління кредитним ризиком.

На рис. 1 наведено методи мінімізації кредитних ризиків.

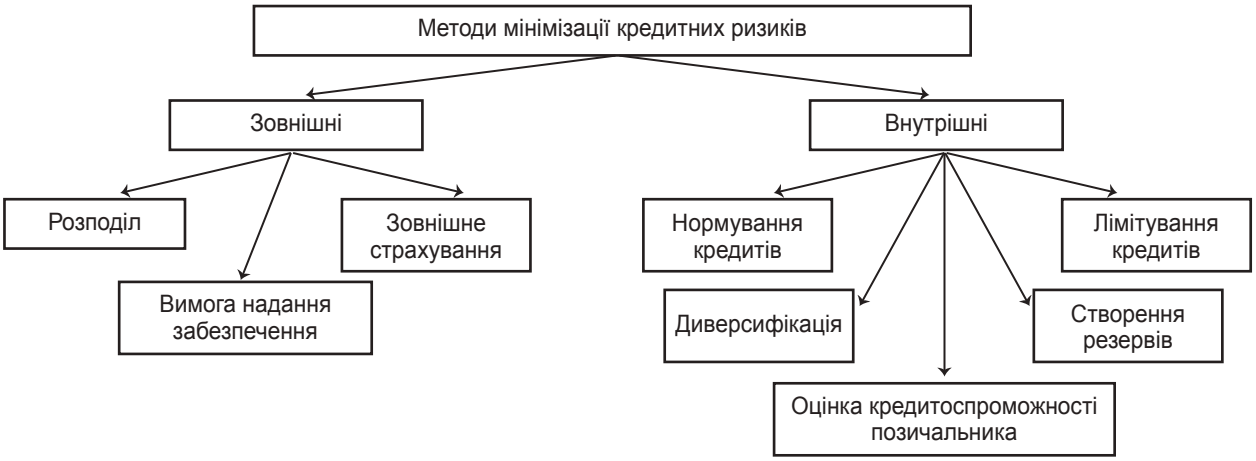

Рис. 1. **Методи мінімізації кредитних ризиків банку**

Отже, можна зазначити, що методи мінімізації кредитних ризиків є недостатньою базою для успішного ризик-менеджменту банку, тому необхідно звернути увагу на побудову стратегічних карт системи збалансованих показників банку. Для управління прийнятими ризиками банку необхідно розробити план, основною метою якого є зниження можливих втрат банку. Таким планом може бути стратегічна карта банку управління кредитним ризиком.

На українському ринку банківських послуг останнім часом посилилась конкуренція з боку банків із іноземним капіталом і закордонних банківських груп, що використовують переваги європейського досвіду менеджменту банку. Для утримання своїх позицій та завоювання більшої частки ринку банкам необхідно визначити чіткі та прозорі цілі щодо здійснення своєї діяльності. Саме наочна побудова таких цілей та зв'язків між ними дозволяє це зробити і є метою складання стратегічної карти [4].

Для обгрунтованої оцінки діяльності фінансово-кредитної установи досліджуються як фінансові, так і нефінансові економічні показники у процесі роботи із системою збалансованих економічних показників (СЗП). У контексті СЗП банк досліджується й оцінюється з чотирьох позицій. Перша позиція пов'язана з фінансовим становищем банку (показники прибутковості, рентабельності), з рівнем ризикованості банківських операцій. Ключовими для розвитку банків вважаються показники ризикованості – агрегований ризик і рівень забезпеченості очікуваних втрат створеними резервами на ринку. Друга позиція визначається поведінкою банку на ринку (кількість клієнтів, частка ринку в географічній і продуктовій перспективах). Третя позиція стосується ефективності внутрішніх бізнес-процесів. Четверта – обумовлена рівнем розвитку кадрового потенціалу банку [2].

Створення стратегічної карти – необхідний крок для визначення проекцій, цілей і показників, а також причинно-наслідкових зв'язків між ними. Стратегічна карта дозволяє донести до окремих підрозділів і співробітників організації їх роль у реалізації стратегії. Стратегічні карти можуть бути створені на будь-якому рівні управління, і кожен рівень матиме можливість бачити своє місце на загальній стратегічній карті [1].

Терміном "стратегічна карта" Р. Каплан і Д. Нортон запропонували називати причинно-наслідкові зв'язки між окремими елементами стратегії організації [4]. З однієї точки зору, причинно-наслідкові ланцюжки графічно відображають стратегії логіки: як реалізація однієї стратегічної мети буде сприяти досягненню інших стратегічних цілей у збалансованій системі цілей. Ідентифікація й відображення стратегічних взаємозв'язків між окремими цілями – найважливіші елементи збалансованої системи показників. З другої точки зору, стратегічна карта BSC становить модель, що демонструє, як стратегія поєднує нематеріальні активи nf процеси створення вартості (рис. 2).

Згідно з Р. Капланом і Д. Нортоном СЗП розглядається в чотирьох взаємопов'язаних головних складових: фінансової, клієнтської, внутрішньої і складової навчання й розвитку [3]:

1) фінансова: описує матеріальні результати реалізації стратегії за допомогою традиційних фінансових понять; цілі фінансової складової – економічні підсумки успішної стратегії (зростання доходів і прибутку, а також продуктивність);

2) клієнтська: при формулюванні клієнтської складової стратегічної карти менеджери визначають цільові сегменти споживчого ринку, у яких конкурує певний бізнес-підрозділ і показники результатів його діяльності з погляду клієнтів;

3) внутрішня: відповідає за дві життєво важливих компоненти стратегії: розробка й надання клієнтові пропозиції цінності; удосконалення процесів і скорочення витрат як засобу підвищення продуктивності у фінансовій складовій;

4) навчання й розвиток: відбиває ті нематеріальні активи, які є найбільш важливими для стратегії. Чіткі причинно-наслідкові співвідношення на стратегічній карті вперше дозволили організаціям ефективно забезпечувати підтримку виконання стратегії на усіх рівнях організації [1].

Таким чином, можна зазначити, що головною стратегічною метою банку управління кредитним ризиком є його мінімізація, оскільки повністю уникнути ризиків при кредитуванні неможливо. Також вона є гарантом збільшення прибутковості кредитних операцій. Її досягненню повинна сприяти робота всіх причетних до кредитного процесу працівників банку, що включає як роботу персоналу безпосередньо із клієнтами, так і розробку нових менш ризикових продуктів, та також управління якістю кредитного портфеля.

Складова навчання і розвитку відображає ті нематеріальні активи, які є найбільш важливими для стратегії. До цієї складової зараховано підвищення кваліфікації та системи мотивації персоналу, впровадження нових методик оцінки персоналу, а також розвиток інформаційних систем і програмних продуктів банку. Аналіз цілей та причинно-наслідкових зв'язків показав, що впровадження нових методик оцінки персоналу сприяє підвищенню його кваліфікації. Це обумовлено тим, що контроль за знаннями і підтримка конкурентоспроможності персоналу є мотивом для якості роботи співробітників.

Складова внутрішніх процесів визначає кілька найважливіших процесів, які мають вирішальне значення в реалізації стратегії. Для досягнення мети банку необхідно постійно аналізувати фінансовий стан позичальника та проводити моніторинг його платоспроможності протягом усього строку кредитування. Також банк із використанням удосконалених технологій може автоматизувати певні бізнес-процеси та розробити нові з метою зниження їх загальної вартості.

Резервування є процедурою обов'язковою, визначеною Національним банком України, включається у стандартну звітність, яка є прозорою і доступною для потенційних клієнтів. Таким чином, резервування – це гарант мінімізації кредитного ризику банку. Клієнтська складова включає ті умови, які створюють цінність для клієнтів, та спрямовані на задоволення потреб споживачів, збереження та розширення клієнтської бази. Банк не може існувати без клієнтів, бо між ними існує постійний двосторонній зв'язок. Кожна сторона у цьому випадку має свої інтереси та вигоди. Чим більше клієнтів має банк (безперечно, враховуючи їх кредитоспроможність), тим більша ймовірність підвищення прибутку від цього виду операцій і збільшення ризику в такому випадку.

Фінансова складова описує бажані результати діяльності компанії. Для мінімізації кредитних ризиків банку, перш за все, потрібно оптимізувати процес управління кредитними ризиками, а також для захищеності від ризиків потрібно диверсифікувати кредитний портфель, не допускаючи концентрації кредитних ресурсів у певної категорії позичальників. Це необхідно для виключення ризику кризи окремої галузі. Мінімізація втрат від кредитної діяльності також досягається шляхом оптимізації структури й обсягів прийнятого забезпечення за кредитами та сформованих резервів. Саме за рахунок цих ресурсів банком покриваються збитки за непогашеними кредитами.

Отже, можна дійти висновку, що стратегічна карта – це аналітичний інструмент управління кредитними ризиками банку. Результати цього дослідження дають змогу вибору одного із варіантів політики управління кредитним ризиком банку. Основними її видами є: уникнення ризику, прийняття та мінімізація. Кожна стратегія має свої особливості та напрями роботи.

Науковий керівник – канд. екон. наук, професор Журавльова І. В.

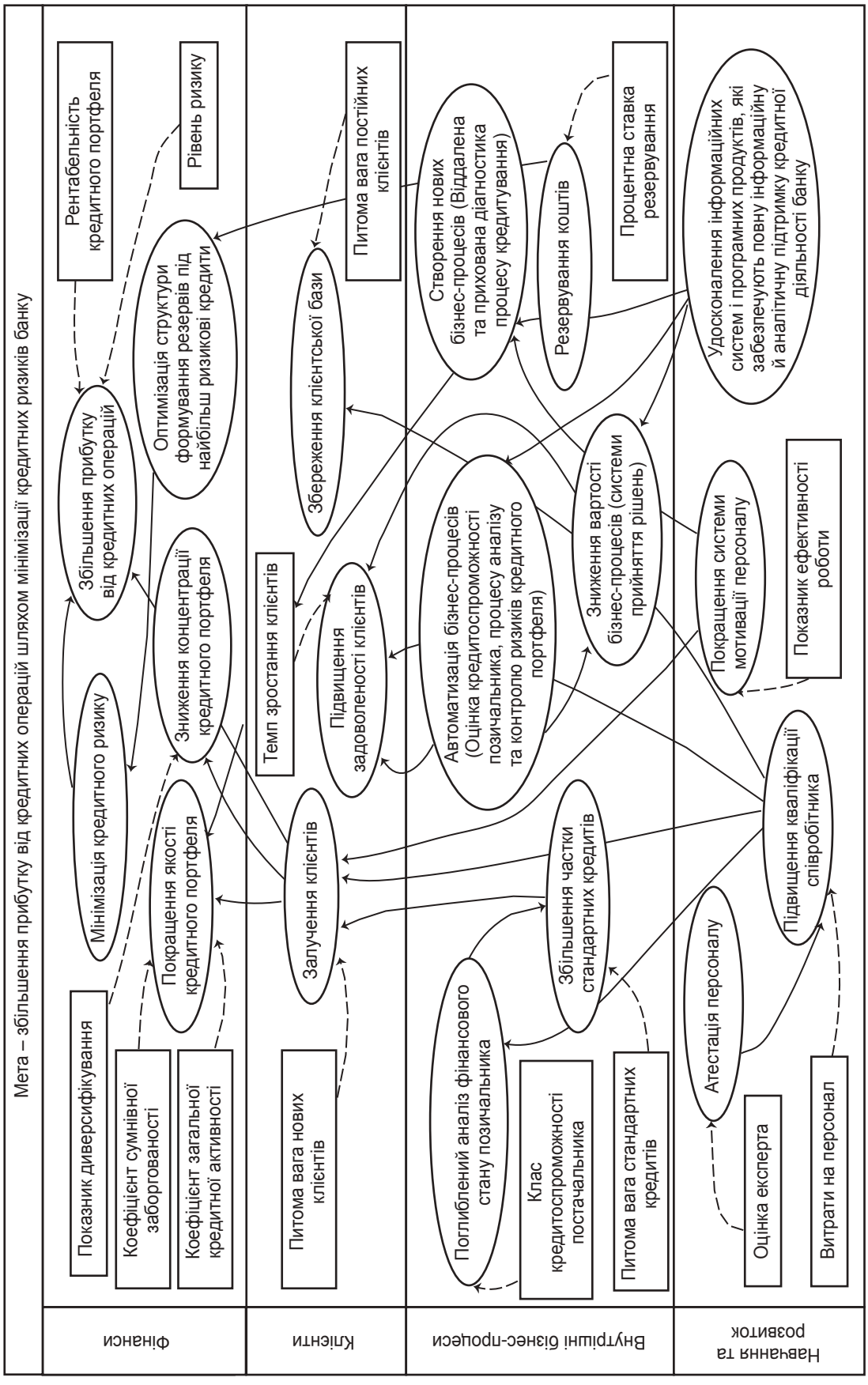

Рис. 2. **Стратегічна карта управління кредитними ризиками банку**

Література: 1. Бакланова І. Б. Картографування ризиків як інструмент вибору стратегії управління кредитним ризиком банку [Електронний ресурс] / І. Б. Бакланова. – Режим доступу : http://www.repository.hneu. **2.** Буркун О. І. Стратегічна карта як інструмент управління кредитним ризиком банку [Електронний ресурс] / О. І. Буркун. – Режим доступу : http://archive.nbuv.gov.ua/portal/soc_gum/Uproz/2012_12/u1212bur.pdf. **3.** Лісова Н. О. Стратегічна карта BSC: теорія та практика [Електронний ресурс] / Н. О. Лісова, Г. С. Свірська. – Режим доступу : http://archive.nbuv.gov.ua/portal/soc_gum/Vchnu_Ekon/2009_4_2/pdf/090-094.pdf. **4.** Скляров Р. О. Підвищення ефективності управління кредитними ризиками банку шляхом побудови стратегічної карти [Електронний ресурс] / Р. О. Скляров. – Режим доступу : http://www.rusnauka.com/7_NITSB_2013/Economics/1_130579.doc.htm.

ОСОБЛИВОСТІ МЕТОДИКИ АУДИТУ ЗАПАСІВ НА ПІДПРИЄМСТВІ

УДК 657.633:657.432

Каравічева О. А.

Магістрант 1 року навчання
факультету обліку і аудиту ХНЕУ ім. С. Кузнеця

Анотація. *Виокремлено особливості методики аудиту запасів на підставі проведення дослідження теоретичних засад аудиту. Визначено сутність поняття «методика аудиту запасів». Встановлено завдання, які постають перед аудитором під час перевірки запасів. Визначено предмет аудиту операцій із запасами.*

Ключові слова: *аудит, запаси, аудит запасів, методика, методика аудиту запасів, аудиторська думка.*

Аннотация. *Выделены особенности методики аудита запасов на основании проведенного исследования теоретических основ аудита. Определена сущность понятия «методика аудита запасов». Установлены задачи, стоящие перед аудитором в ходе проверки запасов. Определен предмет аудита операций с запасами.*

Ключевые слова: *аудит, запасы, аудит запасов, методика, методика аудита запасов, аудиторская мысль.*

Annotation. *The features of the stocks audit methodology have been highlighted based on the study of the theoretical foundations of auditing. The essence of the term «methodology of the stocks audit» has been identified. Tasks the auditor faces when checking inventory have been described. The subject of audit of operations with stocks has been determined.*

Keywords: *audit, reserves, reserves audit methodology, audit methodology of the inventory, audit idea.*

Аудит запасів підприємства є одним із найскладніших і більш трудомістких етапів перевірки фінансової звітності. На сьогодні існують загальноприйняті методики аудиту запасів підприємства, але жодна з них не є досконалою. Досліджувані питання висвітлюються у працях таких провідних авторів: Бутинця Ф. Ф., Білухи М. Т., Кулаковської Л. П., Палій В. Ф. та ін. Проте єдиної одностайної думки серед науковців із приводу існування універсальної методики аудиту запасів, на жаль, немає. Це обумовлює актуальність і своєчасність обраної теми дослідження.

Метою аудиту запасів є висловлення аудитором думки про те, чи відповідає інформація щодо руху і залишків запасів на підприємстві в усіх суттєвих аспектах нормативним документам.

Предметом аудиту операцій із запасами є господарські процеси й операції, пов'язані з наявністю, рухом і використанням запасів, а також відносини, що виникають при цьому всередині підприємства та за його межами.

Для досягнення основної мети аудиту запасів, а також задоволення потреб користувачів в отриманні вірогідної інформації щодо залишків запасів аудитору необхідно дотримуватися:

– правильності віднесення активів підприємства до запасів;

© Каравічева О. А., 2015

– забезпечення зберігання запасів і дотримання встановлених нормативів їх виробничого використання;

– правильності визначення первісної або чистої вартості реалізації запасів;

– повноти та правильності відображення в бухгалтерському обліку надходження і вибуття запасів за їх напрямами;

– доцільності вибору підприємством методу списання запасів на витрати підприємства;

– правильності розподілу вартості використаних на виробництво запасів та за об'єктами калькулювання;

– законності і правильності відображення в обліку надходження, переміщення і списання малоцінних і швидкозношуваних предметів;

– вимог щодо проведення інвентаризації товарів, матеріалів і малоцінних та швидкозношуваних предметів [4].

Під методикою аудиту запасів слід розуміти сукупність способів і прийомів вивчення перевірки даних бухгалтерського обліку і показників фінансової звітності, що стосуються запасів суб'єкта господарювання, з метою висловлення незалежної думки аудитора про їх достовірність в усіх суттєвих аспектах та про відповідність вимогам законів України.

При здійсненні аудиту запасів аудитор використовує спеціальні методи і прийоми – арифметична перевірка, тестування, опитування, документальна перевірка, аналітичні процедури, анкетування. З метою планування аудитор на підготовчому етапі ознайомлюється з процесами закупівлі, зберігання запасів і відпуску їх у виробництво, отримує список основних постачальників, оцінює величину аудиторського ризику і встановлює межу істотності помилок.

Аудитор у процесі свого дослідження повинен чітко відслідковувати інформаційні потоки, які пов'язані з господарськими діями чи подіями, від прийняття рішення про здійснення господарської операції до відображення факту здійснення в первинних документах, зведених документах, регістрах обліку та звітності.

Аналіз облікової політики дає змогу встановити, яких методів дотримується підприємство з питань первісної оцінки запасів, їх переоцінки та методу оцінки запасів.

Організація проведення аудиторських перевірок включає такі стадії:

– ознайомлення з результатами попередніх перевірок (якщо такі мали місце в минулому);

– оцінка системи внутрішнього контролю (тестування);

– інвентаризація запасів;

– аудит прибуткових і видаткових документів, показників реєстрації та рахунків постачальників;

– порівняння прибуткових і видаткових документів із даними натурального обліку;

– аудит змісту оборотних відомостей натурально-вартісного обліку і порівняння їх з даними обліку матеріально-відповідальних осіб;

– аудит бухгалтерських операцій, проведень, звітів із обліку матеріальних цінностей і порівняння їх з даними первинної документації (аналіз бухгалтерських операцій за журналом № 3 відомість 3.1, перевірка бухгалтерських операцій за журналом № 5, 5А);

– аудит даних Балансу, фінансової та податкової звітності і порівняння їх з даними Головної книги, журналів, відомостей і первинних документів;

– проведення аналізу ефективності використання запасів;

– складання висновку та надання рекомендацій щодо усунення порушень і помилок та підвищення ефективності використання та обліку запасів [3].

Також варто зазначити, що результатом проведення аудиту є незалежне професійне судження, яке викладене аудитором у формі висновку. Крім того, зазначене висловлення носить ризиковий характер. Тобто аудитор має постійно шукати невідповідності, визначати, наскільки вони суттєві, оцінювати причини їх виникнення, часто – мету їх виникнення, що можна оформити в окремий етап аудиту, а не лише як процес збору необхідної інформації. Адже згідно з Міжнародним стандартом аудиту 240 «Відповідальність аудитора, що стосується шахрайства, при аудиті фінансової звітності» в процесі планування та виконання аудиторських процедур аудитору необхідно оцінити ризик суттєвих викривлень фінансової звітності, які виникли внаслідок шахрайства або помилки. Термін «шахрайство» стосується умисного неправильного представлення фінансової звітності однією або кількома посадовими особами підприємства. Як шахрайство можна розглядати такі дії, котрі необхідно враховувати не тільки під час проведення аудиту запасів, а й аудиту взагалі. До них відносяться: фальсифікація, зміна облікових записів або документів, незаконне привласнення активів, приховування або пропуск інформації в облікових записах, умисно неправильне застосування облікової політики, неправильна інтерпретація фактів [1].

Аудиторський досвід свідчить, що найтиповішими видами недотримань нормативних положень у бухгалтерському обліку запасів є такі:

– відсутність необхідних реквізитів у первинних документах з обліку запасів;

– порушення термінів проведення інвентаризацій;

– порушення порядку відшкодування вартості запасів матеріально відповідальними особами;

– неправильне віднесення деяких об'єктів до складу малоцінних і швидкозношуваних предметів;

– порушення норм списання запасів [2].

Для вирішення приведених порушень запропоновані такі напрями вдосконалення аудиту запасів підприємства:

– збільшити контроль за надходженням, зберіганням і списанням запасів, оскільки на даний момент часу на підприємствах контроль за запасами майже не ведеться;

– підвищити ефективність роботи за допомогою комп'ютерної техніки;

– розробити внутрішньофірмові методики аудиту;

– розробити методики складання аудиторських робочих документів;

– збільшити площу складських приміщень.

Таким чином, було вирішено поставлені завдання, проаналізовано основні положення методики аудиту запасів; визначено стадії проведення аудиту запасів; узагальнено види порушень в обліку запасів та запропоновано шляхи вдосконалення методики аудиту запасів на великих промислових підприємствах.

Науковий керівник – канд. екон. наук, доцент Мултанівська Т. В.

Література: 1. Міжнародні стандарти контролю якості, аудиту, огляду, іншого надання впевненості та супутніх послуг : Ч. 1 / О. Л. Ольховська, О. В. Селезньов, О. О. Зєніна та ін. ; пер. з англ. О. В. Гик, С. Г. Біндер. – Київ : МФБ і АПУ, 2010. – 842 с. **2.** Про затвердження Положення (стандарту) бухгалтерського обліку [Електронний ресурс] : Наказ Міністерства фінансів України від 20.10.99 № 246. – Режим доступу : http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/z0751-99. **3.** Білик М. Д. Організація і методика аудиту сільськогосподарських підприємств : підручник / М. Д. Білик. – Київ : КНЕУ, 2003. – 628 с. **4.** Кулаковська Л. П. Основи аудиту : навч. посіб. / Л. П. Кулаковська, Ю. В. Піча. – Київ : Каравела, 2006. – 312 с.

PRODUCT COMPETITIVENESS AND ITS EVALUATION

УДК 005.332.4:658.62

Kasumova A.

Master of 1 year of training
Management and Marketing faculty of S. Kuznets KhNUE

Annotation. *The importance of competition in modern economics is highlined. The concepts of enterprise and product competitiveness are discovered. Approach to product competitiveness evaluation based on comparison of regulatory, technical and economic factors is described.*

Keywords: *competitiveness, product competitiveness, market, economy.*

Анотація. *Підкреслена важливість конкуренції у сучасній економіці. Виявлено концепції підприємства та конкурентоспроможності продукції. Описано підхід до оцінки конкурентоспроможності продукції на основі порівняння нормативних, технічних та економічних факторів.*

Ключові слова: *конкурентоспроможність, конкурентоспроможність продукції, ринок, економіка.*

© Kasumova A., 2015

Аннотация. *Выделена важность конкуренции в современной экономике. Выявлены концепции предприятия и конкурентоспособности продукции. Описан подход к оценке конкурентоспособности продукта, основанной на сравнении нормативных, технических и экономических факторов.*

Ключевые слова: *конкурентоспособность, конкурентоспособность продукции, рынок, экономика.*

Competitiveness of the goods will be important at the market of goods and services till various manufacturers fight for the customer's attention to products, which, in fact, are the bases of their success, growth and prosperity. As a related phenomenon, developing and strong companies become suppliers of the best and cheaper goods or services, despite the high level of service and attention to customer needs and desires.

In a market economy, competitiveness is a critical factor of product's success. It is a multidimensional concept, which means conformity to the market conditions, to the customer requirements, to the various conditions of its implementation and to the level of customer expenditures for the period of operation.

For today, problems of market competition and of increasing the competitiveness of goods are considered by domestic and foreign scientists such as: G. Bagiev, A. Chamberlin, I. Gurkov, Y. Ivanov, T. Lepeyko, I. Lifits, K. Marks, M. Porter, D. Ricardo, J. Robinson, A. Smith and other.

The goal of this article is to define the essence of product competitiveness and to describe the method of its evaluation

In theory and practice of foreign business a unified concept of competitiveness and methods for evaluation of the manufacturer's competitiveness have not been formed. Diversity of the interpretations are explained by the definition of the competitiveness of manufacturers in the markets of the various scales (national, regional, global), as well as those which the subject considered by the manufacturer.

Adam Smith said that the invisible hand rules the world, and the market economy is not falling apart because competition puts everything in its place, and the people who seek only to satisfy their own interests, eventually work for the good of society.

According to Karl Marx, competition is antagonistic form of economic competition, the struggle between entrepreneurs in the most favorable conditions for the capital investment in order to obtain the greatest profit.

I. Shumpeter believed that competition is a struggle between old and new, where sooner or later the new will prevail defeating the old: new technology, new products, new forms of organization of production, new forms of management, etc.

Friedrich von Hayek considers competition as a discoveries procedure. In the course of competition untapped opportunities opens of more effective production of goods, new, previously unavailable data about the resources, technologies, preferences, about undisclosed opportunities of the society [1].

Competitiveness of the company is its ability to withstand at the market according to other manufacturers and suppliers of similar products (competitors) as to the degree of satisfaction with their goods or services to a specific public needs and for operational efficiency [4].

Radical breakthrough in this field is connected with the name of Michael Porter. To gain a competitive advantage, the firm must give buyers about the same value as the competitors, but produce goods at a lower cost (Strategy of lower costs), there is an opportunity to give customers a product with greater value for which you can get a great price (Differentiation strategy) [5].

G. L. Bagiev said that product competitiveness is a set of consumer goods properties that determines it's unlike other similar products on the extent and level of customer satisfaction and cost of its acquisition and operation.

I. B. Gurkov defined product competitiveness as the ability of the product to be more attractive for the consumer (buyer) as compared to other products of a similar type and destination, due to match better its quality and cost performance requirements of the market and consumer ratings.

In assessing product competitiveness, differential, comprehensive and mixed methods may be applied.

Differential method of evaluation competitiveness is based on using single (technical and economic) parameters of analyzed production and needs (or sample-products) and their matching. With this method of evaluation can be determined whether the analyzed products reach the required level of parameters as a whole, on which parameters it is not reached, which are the most strongly (in either direction) are different from the base.

A comprehensive method of evaluation product competitiveness based on the use of a set of indicators (group, generalized, integrated) or comparison of specific beneficial effects of the analyzed sample and production. Calculation of group indicators can be estimated by the regulatory, technical and economic parameters. Regulatory parameters are parameters of compliance with international and national standards, regulations, action on the market, where this product is supposed to be sold. Technical parameters are the destination parameters (properties and functions of the item, determine its scope), ergonomic parameters (conformity to characterize the properties of the human body), design parameters (technological solutions, reliability, durability). Economic parameters related to the cost of the buyer on the

purchase and use of the product throughout the entire period of operation (consumption). This includes the price of the product, the costs of transportation, installation, training, maintenance, repairs, maintenance, taxes, insurance premiums, etc. Also integral indicator of product competitiveness is estimated on the need, the sample or group of samples.

Group indicator on regulatory parameters shows the competitiveness or lack of competitiveness of the tested sample on the market, and group indicator on the technical and economic parameters characterize the degree of conformity of the creative market entities the products to customer needs across the set of the technical parameters and the ratio of total expenditures on the purchase and operation of this product and product-sample. Integrated indicator shows the difference between the compared products in the consumer effect per unit costs for the buyer.

It is important to highlight the idea that without competition there is no market system. Without competition, the market cannot fulfill its innovative features, cannot detect the, their initiative and search; all of what market is made is the driving force of human progress which does not implement. Competition is a necessary and sufficient condition that provides quantitative and qualitative reproduction of the market system, its self-regulating and self-correcting mechanism. To win the competition, the company must develop its competitiveness and regularly evaluate it.

Supervision – Candidate of Sciences (Economics), Associate Professor Kotlik A. V.

Literature: 1. Бухалков М. И. Внутрифирменное планирование : учебник / М. И. Бухалков. – М .: ИНФРА-М, 2000. – 351 с. **2.** Все о маркетинге : сб. материалов для руководителей предприятий, экономических и коммерческих служб. – М. : Азимут-центр, 2002. – 19 с. **3.** Портер М. Международная конкуренция / М. Портер. – М. : Вильямс, 2005. – 610 с. **4.** Райзберг Б. А. Современный экономический словарь / Б. А. Райзберг, Л. Ш. Лозовский, Е. Б. Стародубцева. – М. : ИНФА-М, 2007. – 495 с. **5.** Porter M. E. Competitive strategy / M. E. Porter. – NY : The Free Press, 1980. – 44 p.

ЗАСТОСУВАННЯ ТАКСОНОМІЧНОГО АНАЛІЗУ З МЕТОЮ ОПТИМІЗАЦІЇ ПІДХОДІВ ДО ОЦІНКИ ЙМОВІРНОСТІ БАНКРУТСТВА ПІДПРИЄМСТВА

УДК 657.92:658.155.3

Кінах І. М.

Студент 4 курсу
фінансового факультету ХНЕУ ім. С. Кузнеця

Анотація. *Наведено пропозиції щодо застосування таксономічного аналізу з метою оптимізації підходів до оцінки ймовірності банкрутства підприємства на основі використання інтегрального показника та комплексної оцінки. Проведено стандартизацію показників, розраховано відстані між окремими спостереженнями та елементами вектора-еталона для розрахунку інтегрального показника для оцінки ймовірності банкрутства підприємства.*

Ключові слова: *таксономічний показник, інтегральний показник, аналіз, банкрутство, комплексна оцінка.*

Аннотация. *Приведены предложения по применению таксономического анализа с целью оптимизации подходов к оценке вероятности банкротства предприятия на основе использования интегрального показателя и комплексной оценки. Проведена стандартизация показателей, рассчитаны расстояния между отдельными наблюдениями и элементами вектора эталона для расчета интегрального показателя для оценки вероятности банкротства предприятия.*

Ключевые слова: *таксономический показатель, интегральный показатель, анализ, банкротство, комплексная оценка.*

© Кінах І. М.., 2015

Annotation. *The proposals for the application of taxonomic analysis to optimization approaches to assessing the likelihood of bankruptcy through the use of integrated indicator and integrated assessment. Standardized indicators calculated distance between individual observations and vector-standard elements for calculating the integral indicator for assessing the likelihood of bankruptcy.*

Keywords: *taxonomic index, integral index, analysis, bankruptcy, comprehensive assessment.*

Банкрутство підприємств в Україні на сьогодні являється поширеним явищем. Світова економічна криза, нестабільність в економіці і політиці в країні, недосконале правове та податкове законодавство призвели до збільшення кількості неплатоспроможних підприємств, які прямують до банкрутства, що призводить у більшості випадків до ліквідації таких підприємств [2].

Багатоаспектні проблеми діагностики ймовірності банкрутства підприємства були досліджені у роботі таких вчених, як Андрущак Є. М., Бланк І. О., Возіянова Н. Ю., Лігоненко Л. О., Лосєва М. С., Ляшенко Г. М., Сайфулін Р. С., Ситник Л. С., Терещенко О. О., Третяк О. М., Шеремет А. Д., Герасимова В. Я. та ін.

Метою статті є оптимізація підходів до оцінки ймовірності банкрутства підприємства на основі використання таксономічного аналізу.

Комплексна та багатостороння оцінка ймовірності банкрутства підприємства дозволяє визначити переваги, недоліки у діяльності підприємства, виявити та мобілізувати внутрішні господарські резерви, збільшити доходи та прибутки, зменшити витрати на виробництво товарів і послуг, підвищити рентабельність діяльності, зацікавити інвесторів та оптимізувати фінансово-господарську діяльність підприємства в цілому, а також вчасно діагностувати наявність і глибину розвитку кризових явищ. Проведення комплексної оцінки фінансового стану підприємства дозволяє своєчасно визначати наявність стану банкрутства підприємства у його діяльності [1].

Реалізація методу таксономії передбачає побудову інтегрального показника, що узагальнює характеристики об'єкта дослідження у конкретний момент часу [3].

За основу в процесі побудови таксономічного показника оцінки діагностики ймовірності банкрутства підприємства пропонується використати систему показників, що найчастіше використовуються в методиках: коефіцієнт рентабельності активів (застосовується у 8 методиках), коефіцієнт автономії (як представник групи коефіцієнтів фінансової стійкості, 8 методик), коефіцієнт поточної ліквідності (4 методики), коефіцієнт оборотності активів (8 методик) та частка власних оборотних коштів у активах підприємства (4 методики). Варто провести розрахунок обраних показників для ВАТ "Турбоатом" за даними його фінансової звітності (табл. 1) з метою формування вихідних даних для побудови інтегрального показника.

Таблиця 1

Вихідні дані для розрахунку таксономічного показника оцінки ймовірності банкрутства підприємства

Вихідні дані для розрахунку таксономічного показника оцінки фінансового стану	Роки		
	2012	2013	2014
Коефіцієнт автономії	0,71	0,69	0,6
Коефіцієнт поточної ліквідності	2,25	2,13	1,69
Коефіцієнт оборотності активів	0,84	0,98	0,98
Частка ВОК в активах	0,33	0,31	0,27
Коефіцієнт рентабельності активів	0,012	0,014	0,014

За цими показниками слід сформувати матрицю спостережень і провести стандартизацію показників з метою приведення їх до єдиної безрозмірної величини, для чого варто розрахувати середнє значення, дисперсію і середньоквадратичне відхилення для кожного показника в системі вихідних даних. Стандартизація ознак проводиться за формулою:

$$Z_i = (X_i - X_{сер}) : \sigma, \quad (1)$$

де Z_i – i-й елемент стандартизованої матриці;

X_i – значення i-го елемента;

$X_{сер}$ – середньоарифметичне значення i-ї ознаки;

σ – середньоквадратичне відхилення ознаки.

Стандартизовані значення включають в себе такі показники: коефіцієнт автономії, коефіцієнт поточної ліквідності, коефіцієнт оборотності активів, частка власних оборотних коштів в активах та коефіцієнт рентабельності активів [4].

Наступним кроком, ураховуючи вплив кожного показника (фактора) на досліджуване явище, буде розподіл ознак на стимулятори та дестимулятори, при цьому показники, збільшення яких позитивно впливає на фінансовий стан підприємства, є стимуляторами, а на погіршення – дестимуляторами. Наступним етапом побудови інтегрального показника є формування вектора-еталона, елементи якого формуються із значень показників за формулою (2):

$$X_0 i = \min X_{ij}$$
$$X_0 i = \max X_{ij}; \quad (2)$$

де $\min X_{ij}$ – дестимулятор;

$\max X_{ij}$ – стимулятор.

Наступним кроком у розрахунку таксономічного показника є визначення відстані між окремими спостереженнями та елементами вектора-еталона.

Така відстань є початковою для розрахунку коефіцієнта таксономії Kt і розраховується за формулою (3):

$$K_t = \sqrt{\sum n_i (z_{ij} - z_{0i})} = 1, \quad (3)$$

де Z_{ij} – стандартизоване значення показника у період часу;

Z_{0j} – стандартизоване значення показника в еталоні.

Результати розрахунків відстані між спостереженнями та вектором-еталоном наведені у табл. 2.

Таблиця 2

Результати розрахунку відстані між спостереженнями та вектором-еталоном

Результати розрахунку відстані між спостереженнями та вектором-еталоном	2012	2013	2014
C_{io}	2,52	0,9	3,3

Таким чином, можна розрахувати інтегральний показник оцінки фінансового стану підприємства, динаміку якого наведено на рис. 1.

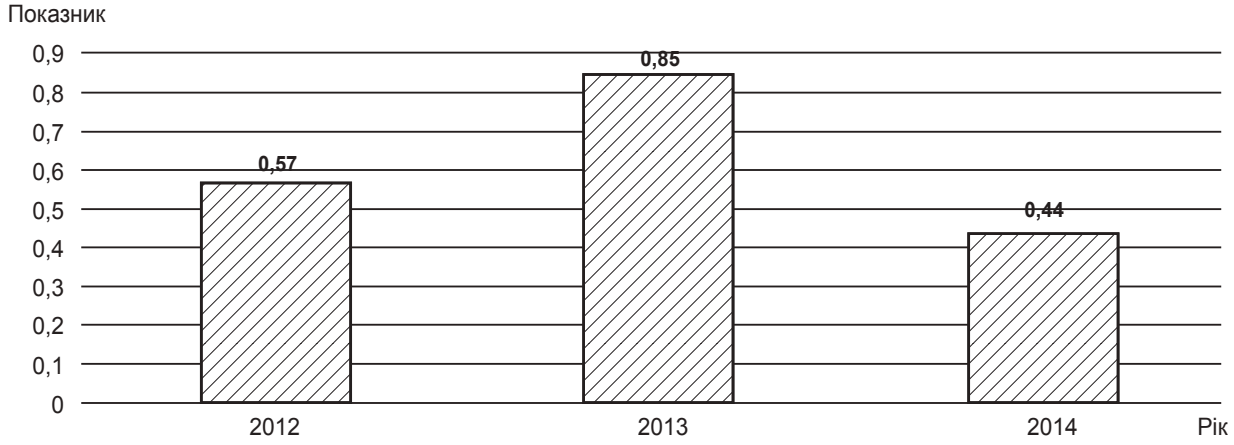

Рис. 1. **Динаміка таксономічного показника оцінки ймовірності банкрутства ВАТ «Турбоатом» за 2012–2014 рр.**

Використання інтегрального показника оцінки фінансового стану підприємства дає змогу отримати комплексну характеристику стану суб'єкта господарювання на конкретний момент часу, визначати наявність кризових явищ у його діяльності та надавати адекватні рекомендації щодо покращення фінансового стану та забезпечення стійкого розвитку [5].

Зважаючи на те, що інтегральний показник рівня розвитку змінюється в інтервалі від 0 до 1, можна зробити такі висновки.

Протягом аналізованого періоду значення таксономічного показника досягло максимуму в 2013 р., що свідчить про найвищий рівень фінансового стану підприємства в цьому періоді та відсутність кризових явищ у його

діяльності. В 2014 р. показник зменшився майже вдвічі, що свідчить про погіршення фінансового стану. До такої динаміки інтегрального показника призвело зменшення коефіцієнта автономії та поточної ліквідності, проте вони продовжують знаходитись у межах рекомендованих значень, отже, незважаючи на наявність негативної тенденції, не можна стверджувати про виникнення та розвиток кризових явищ у діяльності ВАТ «Турбоатом» Однак, із огляду на динаміку таксономічного показника, керівництву підприємства варто звернути увагу на недопущення подальшого падіння фінансової стійкості та ліквідності, а також забезпечити зростання рентабельності діяльності підприємства.

Отже, наведено пропозиції щодо застосування таксономічного аналізу з метою оптимізації підходів до оцінки ймовірності банкрутства підприємства. Найважливішою перевагою розрахунку інтегрального показника є те, що він дає змогу мати справу з однією синтетичною ознакою, а саме – інтегральним показником регулювання банкрутства підприємства, який вказує напрям і масштаби змін у процесах, що описуються сукупністю вихідних ознак такого явища-процесу, як банкрутство підприємства [3].

Науковий керівник – канд. екон. наук, доцент Кузенко Т. Б.

Література: 1. Андрущак Є.М. Методи удосконалення інституту банкрутства / Є. М. Андрущак // Фінанси України. – 2012. – № 9. – С. 29–37. **2.** Квасницька Р. С. Етапність проведення діагностики ймовірності банкрутства підприємства / Р. С. Квасницька, І. М. Кордонець // Вісник Хмельницького національного університету. – 2011. – № 2. – С. 130–135. **3.** Краснокутська Н. С. Потенціал підприємства: формування та оцінка : навч. посіб. / Н. С. Краснокутська. – Київ : Центр навч. літ., 2005. – 352 с. **4.** Маринич І. А. Сучасні підходи до діагностики фінансового потенціалу підприємства / І. А. Маринич, І. І. Дзіковський // Науковий вісник. – 2010. – Вип. 20.1. – С. 105–108. **5.** Онисько С. М. Фінансова санація і банкрутство підприємств : навч. посіб. / С. М. Онисько. – Київ : Центр навч. літ., 2013. – 265 с.

ОСОБЛИВОСТІ МЕТОДІВ ЛІКВІДАЦІЇ ПРОБЛЕМНОЇ ЗАБОРГОВАНОСТІ КЛІЄНТІВ БАНКУ

УДК 336.77

Кіт О. В.

Магістрант 2 року навчання
фінансового факультету ХНЕУ ім. С. Кузнеця

Анотація. *Проаналізовано динаміку проблемної заборгованості у кредитному портфелі банків України. Розглянуто методи ліквідації проблемної заборгованості клієнтів банку. Виявлено переваги та недоліки кожного з методів. Надано рекомендації щодо вибору методу ліквідації проблемної заборгованості клієнтів.*

Ключові слова: *проблемний кредит, ліквідація проблемної заборгованості, колектор, факторингова компанія, пов'язана фінансова компанія, сек'юритизація активів.*

Аннотация. *Проанализирована динамика проблемной задолженности в кредитном портфеле банков Украины. Рассмотрены методы ликвидации проблемной задолженности клиентов банка. Выявлены преимущества и недостатки каждого из методов. Даны рекомендации по выбору метода ликвидации проблемной задолженности клиентов.*

Ключевые слова: *проблемный кредит, ликвидация проблемной задолженности, коллектор, факторинговая компания, связанная финансовая компания, секьюритизация активов.*

Annotation. *Analyzed the dynamics of NPLs in the loan portfolio of Ukrainian banks. Methods of liquidation of bad debts of the Bank. Advantages and disadvantages of each method. Recommendations on the choice of the method of liquidation of bad debts.*

© Кіт О. В., 2015

Keywords: *problem loans, liquidation of bad debts, the collector, the factoring company, associated financial company, a securitization of assets.*

Сучасний стан банківської системи України є досить складним. Особливо гостро це відчувається у сфері активних операцій банку, а саме у кредитуванні. Зниження платоспроможності позичальників банку, зростаня рівня безробіття, девальвація гривні – все це призводить до зростання обсягу проблемних кредитів. Для банківських установ зростання обсягу проблемних активів загрожує цілим рядом негативних наслідків, серед котрих – падіння ліквідності та платоспроможності, втрата репутації банку. Тому особливої актуальності та важливого значення у сучасних умовах набуває проблема ліквідації проблемної заборгованості банку.

На рис. 1 наведено динаміку частки простроченої заборгованості у кредитному портфелі банків України у 2010–2014 рр.

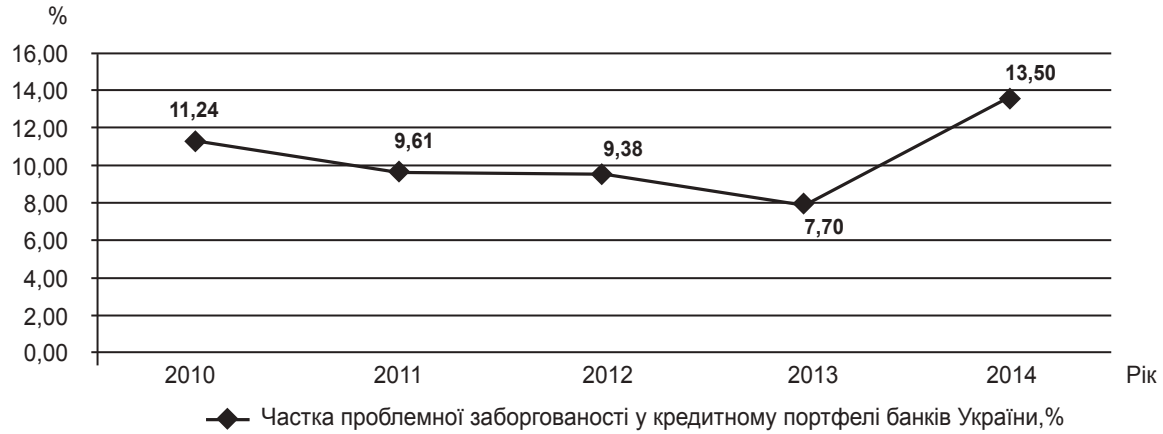

Рис. 1. **Динаміка частки проблемної заборгованості у кредитному портфелі банків України у 2010–2014 рр.**

З рис. 1 бачимо, що якість кредитного портфеля банків покращувалась у період з 2010–2013 рр., проте події 2014 року збільшили частку простроченої заборгованості на 5,8 п.п. Зниження обороту та обсягів виробництва основних галузей, ведення бойових дій на Сході України, а також зниження реальних доходів населення призвели до виникнення труднощів із обслуговування позичальниками кредитних зобов'язань. У таких умовах виникає необхідність у дослідженні методів ліквідації проблемної заборгованості клієнтів банків.

Дослідження питань проблемної заборгованості банків знайшли своє відображення у роботах Сироти В. С. [1], Дробніцької О. Р. [2], Карпенко О. В. [3]. Висвітлення особливостей методів ліквідації проблемної заборгованості клієнтів банку в сучасній економічній літературі є досить обмеженим, тому їх дослідження є вкрай актуальним.

Метою статті є дослідження методів ліквідації проблемної заборгованості клієнтів банку та надання рекомендацій щодо вибору методу ліквідації проблемної заборгованості клієнтів.

До проблемних кредитів можна відносити кредити, за якими спостерігаються ознаки порушення повернення коштів, а саме недотримання умов кредитування та значні порушення строків виконання зобов'язань перед банком, своєчасно не внесені один чи кілька платежів, спостерігається втрата якості чи вартості забезпечення, погіршився фінансовий стан позичальника, або наявна негативна інформація про нездатність виконання позичальником своїх зобов'язання та інші обставини, які дозволяють банку мати сумнів щодо повного та своєчасного повернення кредиту [4].

Вичерпавши всі можливі способи співпраці з позичальником плану дій щодо повернення кредиту, включаючи реструктуризацію, повернення кредиту і відсотків за його користування, банківська установа змушена вдаватися до заключного етапу роботи з проблемними кредитами – ліквідації проблемної заборгованості.

Ліквідація проблемного кредиту – це повне або часткове погашення кредиту за рахунок продажу забезпечення за кредитом або іншого майна позичальника, залучення до погашення кредиту гарантів і поручителів, продаж або передача проблемного активу третій стороні або його списання. Для цього можуть бути використані внутрішні та зовнішні методи [5]. Ліквідація є заключним етапом роботи з проблемними кредитами

Внутрішні методи передбачають роботу зі стягнення проблемної заборгованості безпосередньо працівниками банку. До таких методів відноситься підготовка та ведення претензійно-позовної роботи, робота з поручителями, а також списання активу, якщо він став безнадійним.

Якщо застосування внутрішніх методів ліквідації проблемної заборгованості клієнтів неможливе, кредитор вдається до зовнішніх методів [6]. Переваги та недоліки кожного зовнішніх методів ліквідації проблемної заборгованості наведено у табл. 1.

Таблиця 1

Характеристика зовнішніх методів ліквідації проблемної заборгованості

Метод ліквідації проблемної заборгованості	Переваги методу	Недоліки методу
Передача проблемних активів в управління третій особі (колекторській компанії)	Незначне поліпшення ліквідності банку за рахунок повернення кредитів	Проблемні активи залишаються на балансі банку; значна частина отриманого прибутку залишається колектору як комісійна винагорода
Продаж проблемних активів непов'язаній фінансовій компанії на умовах факторингу	Поліпшення структури балансу банку; зростання ліквідності; вивільнення резервних коштів; зниження операційних витрат; можливість включати суму дисконту у витрати, зменшуючи при цьому свої прибутки та суму податку на прибуток	Не часто використовуваний метод (через кризу ліквідності лише невелика кількість факторингових компаній можуть собі дозволити покупку проблемних портфелів)
Передача або продаж проблемних активів пов'язаній фінансовій компанії на засадах оптимізації балансу	Оптимізація структури балансу банку; вивільнення коштів із резервного фонду	Не передбачає зростання ліквідності
Сек'юритизація активів	Оптимізація структури балансу банку; збільшення ліквідності	Понесення значних витрат на переведення активів у цінні папери та їх розміщення

Розглянувши особливості методів ліквідації проблемної заборгованості клієнтів банку, було визначено, що єдиного оптимального методу не існує. Кожен із методів має свої переваги та недоліки. Проте слід зазначити, що процедура ліквідації належить до дорогих методів управління проблемними кредитами з погляду часових і фінансових витрат банку. Тому банку на ранніх стадіях необхідно максимально орієнтуватись на проведення політики з управління проблемними кредитами власними силами. Найприйнятнішим варіантом стане такий перегляд умов кредитної угоди, який дає і банку, і його клієнту шанс на відновлення нормальної діяльності. Зовнішні методи ліквідації проблемної заборгованості актуальні на більш пізніх стадіях. У таких випадках доцільно передавати кредити колекторським компаніям або продавати на умовах факторингу.

Науковий керівник – канд. екон. наук, доцент Холодна Ю. Є.

Література: 1. Сирота В. Управління проблемними кредитами як основа антикризових заходів банку / В. Сирота // Вісник НБУ. – 2012. – № 11. – С. 51–55. **2.** Дробніцька О. Р. Проблемні кредити банків: сучасний стан та можливості управління ними через процес сек'юритизації активів / О. Р. Дробніцька // Інноваційна економіка. – 2013. – № 6 (44). – С. 267–272. **3.** Карпенко О. В. Сутність та фактори появи проблемних кредитів банків України / О. В. Карпенко, О. А. Криклій // Молодіжний науковий вісник УАБС НБУ. Серія: Економічні науки. – 2013. – № 5. – С. 80–89. **4.** Мустафаева Д. Тенденции и перспективы развития рынка проблемных активов банков Украины [Електронний ресурс] / Д. Мустафаева. – Режим доступу : http://www.credit-rating.ua/img/st_img/Press-release/2011/09.06.2011/Final_Report_RU3005.pdf. **5.** Азізова К. М. Дослідження методів управління проблемними кредитами банку / К. М. Азізова, Є. О. Полтавська // Вісник МСУ: економічні науки. – 2013. – № 1–2. – С. 102–110. **6.** Болгар Т. М. Управління проблемними кредитами вітчизняних банків у сучасних умовах господарювання [Електронний ресурс] / Т. М. Болгар. – Режим доступу : http://www.business-inform.net/pdf/2014/1_0/248_255.pdf. **7.** Цивільний Кодекс України [Електронний ресурс] : Закон України від 16.01.2003 № 435-VI. – Режим доступу : http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/435-15. **8.** Про банки і банківську діяльність [Електронний ресурс] : Закон України від 07.12.2000 № 2121-III. – Режим доступу : http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/2121-1.

АНАЛІЗ КРЕДИТНОГО РИНКУ УКРАЇНИ

УДК 336.77

Ковальчук А. С.

Студент 4 курсу
фінансового факультету ХНЕУ ім. С. Кузнеця

Анотація. *Розглянуто теоретичні аспекти здійснення кредитних операцій. Обґрунтовано необхідність управління якістю кредитного портфеля банку. Проаналізовано структуру кредитів, наданих банками України, та виявлено перспективи розвитку кредитної діяльності.*

Ключові слова: *банк, кредитні операції, кредитний портфель, кредитний ринок, організація.*

Аннотация. *Рассмотрены теоретические аспекты осуществления кредитных операций.Обоснована необходимость управления качеством кредитного портфеля банка. Проанализирована структура кредитов, предоставленных банками Украины, и выявлены перспективы развития кредитной деятельности.*

Ключевые слова: *банк, кредитные операции, кредитный портфель, кредитный рынок, организация.*

Annotation. *The theoretical aspects of credit transactions were studied. The necessity of quality management of the credit portfolio. The structure of loans granted by banks of Ukraine was analysed and the prospects of lending activities were revealed.*

Keywords: *bank, credit operations, credit portfolio, credit market, organization.*

Розвиток економіки країни неможливий без стимулювання якісних зрушень кредитної активності банківських установ у напрямі посилення їх інвестиційної привабливості для задоволення потреб реального сектора економіки. Економічна та фінансова криза в Україні потребує постійної уваги до структурної перебудови банківської системи. У діяльності банківської установи центральне місце займають кредитні операції. Тому у сучасних умовах реформування банківського сектора кредитування реального сектора економіки та промисловості є актуальним. Більшість населення для задоволення власних потреб використовують запозичені ресурси як кредити. У зв'язку з цим виникає необхідність проаналізувати організацію процесу кредитування банківськими установами [1].

Необхідно зазначити, що питання, пов'язані з аналізом кредитних операцій банківських установ, розглядали багато вітчизняних вчених-економістів, зокрема: Васюренко О. В. [3], Кириченко О. А. [4], Колодізєв О. М. [5], Мороз А. М. та Савлук М. В. [6], та багато ін.

Метою цієї статті є дослідження аналізу кредитного ринку України.

Кредитна політика, що проводиться сучасними банками, знаходиться під впливом багатьох факторів, обумовлених особливостями економічної та фінансової ситуації у країні. Під впливом цих факторів формуються особливості механізму кредитування, вибудовування кредитних відносин банків і позичальників, які з часом і зміною економічних умов набувають нових відмінностей.

Кредитна діяльність банку є основним критерієм, що відрізняє його від небанківських установ. Основний прибуток банк отримує від операцій з кредитування. Одночасно неповернення кредитів, особливо великих, може призвести до банкрутства банківської установи, а в силу його положення в економіці – до цілого ряду банкрутств підприємств, банків і приватних осіб, які з ним пов'язані. Тому управління ризиком кредитних операцій є необхідною частиною стратегії і тактики виживання і розвитку будь-якого комерційного банку.

Згідно із положенням НБУ «Про порядок формування та використання банками України резервів для відшкодування можливих втрат за активними банківськими операціями» кредитний портфель – сукупність усіх банківських позик, що структуровані за певними параметрами відповідно до завдань визначеної банком кредитної політики [2].

Якість кредитного портфеля банку відображає відповідність структури його кредитних вкладень базовим принципам організації кредитування з точки зору забезпеченості поверненості, строковості та платності наданих у тимчасове користування грошових коштів. Ці параметри загалом характеризують ступінь кредитного ризику та дохідність позичкових операцій банку, що є стратегічними цілями його кредитної політики.

У системі управління банком якість кредитного портфеля є дуже важливим продуманим і зваженим підходом до визначення кредитної та відсоткової політики. Не завжди темпи зростання доходів від проведення кредитних операцій відповідають темпам нарощування обсягів кредитування клієнтів, це може бути пов'язано з неадекватною оцінкою банком кредитного ризику.

Непродумана політика управління кредитним портфелем може призвести до погіршення якості банківських активів, у том числі кредитів. У свою чергу, неповернені позичальниками кредити і несплачені відсотки

© Ковальчук А. С., 2015

впливають на зменшення відсоткового доходу банку, що зумовлюється додатковими відрахуваннями в резерви на покриття витрат, зростання банківських витрат і зниження прибутку. Під час створення додаткових резервів відбувається відволікання грошових ресурсів із банківського обігу, які можуть бути спрямовані на кредитування, що впливає на зміну ліквідності банку. Слід розглянути структуру наданих кредитів банками України за 2007–2014 рр. (табл. 1) [3].

Таблиця 1

Структура наданих кредитів банками України за період 2007–2014 рр., млн грн

Дата	Загальні активи	Кредити, надані з них	Кредити, що надані суб'єктам господарювання	Кредити, надані фізичним особам	Частка простроченої заборгованості у загальній сумі кредитів, %
01.01.2008 р.	599 396	485 368	276 184	153 663	1,3
01.01.2009 р.	926 086	792 244	472 584	268 857	2,3
01.01.2010 р.	880 302	747 348	474 991	222 538	9,4
01.01.2011 р.	942 088	755 030	508 288	186 540	11,2
01.01.2012 р.	1 054 280	825 320	580 907	174 650	9,6
01.01.2013 р.	1 127 192	815 327	609 202	161 775	8,9
01.01.2014 р.	1 278 095	911 402	698 777	167 773	7,7
01.01.2015 р.	1 316 852	1 006 358	802 582	179 040	13,5

За даними НБУ на 01.01.2008 р. у загальній структурі кредитного портфеля банківської системи нашої країни прострочена заборгованість за кредитними ставками складає 1,3 %, а на 01.01.2015 р. прострочена заборгованість за кредитними ставками складає 13,5 %. Стає очевидним, що завданням банківських установ у процесі організації кредитування є необхідність більш ретельного підходу як до оцінки кредитоспроможності клієнтів, так і до контролю до використання позичок.

З табл. 1 видно, що з кожним роком кредити, які надаються, зростають, але між 2009–2010 рр. відбувається спад об'єму кредитів. Це може бути зумовлено невисокою якістю робочих активів, включаючи значний обсяг і питому вагу простроченої заборгованості за кредити в період з 2008 по 2011 рр., причинами можуть бути неплатоспроможність клієнтів, неефективна кредитна політика.

У 2011–2014 рр. відбувається зниження заборгованості, що можна пояснити покращенням економіки в країні за допомогою відновлення кредитування реального сектора економіки шляхом збільшення обсягів фінансування ММСП (мікро-, малих і середніх підприємств) і розвиток нових кредитних продуктів.

Таким чином, можна зазначити, що здійснення кредитних операцій є важливою і необхідною частиною банківської діяльності. На сьогодні спостерігається збільшення прострочених кредитів, що стає поштовхом як до посилення умов надання кредитів, так і для підвищення ефективності управління кредитним портфелем банку, що є необхідною умовою його діяльності.

Науковий керівник – канд. екон. наук, доцент Ус Ю. В.

Література: 1. Про банки і банківську діяльність [Електронний ресурс] : Закон України від 07.12.2000 № 2121-III. – Режим доступу : http://zakon5.rada.gov.ua/laws/show/2121-14. **2.** Про порядок формування та використання резерву для відшкодування можливих втрат за кредитними операціями банків : Положення НБУ від 01.01.2000 № 279 [Електронний ресурс]. – Режим доступу : www.rada.gov.ua. **3.** Васюренко О. В. Банківські операції : навч. посіб. / О. В. Васюренко. – Київ : Знання, 2004. – 324 с. **4.** Кириченко О. А. Банківський менеджмент : навч. посіб. / за ред. О. А. Кириченко. – Київ : 2005. – 831 с. **5.** Колодізєв О. М. Гроші і кредит : підручник / О. М. Колодізєв. – Київ : Знання, 2010. – 613 с. **6.** Мороз А. М. Банківські операції : підручник / А. М. Мороз, М. І. Савлук ; за ред. А. М. Мороза. – Київ : КНЕУ, 2002. – 476 с. **7.** Основні показники діяльності банків України [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://www.bank.gov.ua./control/uk/publish/article?art_id=36807&cat_id=3679.

КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЬ ПІДПРИЄМСТВ: ДОСЛІДЖЕННЯ, ОЦІНКА Й ОСНОВНІ СТРАТЕГІЇ

УДК 339.137.2(477)

Козир І. О.

Студент 4 курсу
факультету міжнародних економічних відносин ХНЕУ ім. С. Кузнеця

Анотація. *Розглянуто поняття конкуренції. Наведено конкретні приклади розрахунків, які допоможуть оцінити положення окремого підприємства на ринку. Перелічено основні стратегії поведінки господарюючих суб'єктів на ринках як в Україні, так і поза її межами.*

Ключові слова: *конкуренція, підприємство, господарюючий суб'єкт, ринок, конкурентна стратегія, монополія.*

Аннотация. *Рассмотрено понятие конкуренции. Приведены конкретные примеры расчетов, которые помогут оценить положение отельного предприятия на рынке. Перечислены основные стратегии поведения хозяйствующих субъектов на рынках как в Украине, так и за ее пределами.*

Ключевые слова: *конкуренция, предприятие, хозяйствующий субъект, рынок, конкурентная стратегия, монополия.*

Annotation. *In scientific work deals with the concept of competition. Specific examples of calculations that will help assess the situation of individual enterprise in the market. Also lists the basic strategies of behavior of economic entities in the market both in Ukraine and abroad.*

Keywords: *competition, enterprise, entity, market, competitive strategy, monopoly.*

Актуальність теми дослідження. Враховуючи ситуацію, яка склалася на цей момент в Україні, чітке розуміння методів підвищення конкурентоспроможності є однією з найважливіших задач для національних виробників. Конкурувати з закордонними товарами стає дедалі важче, як через нестабільну економічну ситуацію, так і враховуючи високий рівень якості продукції зарубіжних підприємств. Тому необхідність аналізу самого поняття конкурентоспроможності та розгляд наведених стратегій є дуже актуальними у наш час.

Цією проблематикою займалися такі провідні вчені, як: Іванов Ю. Б., Щетинін А. І., Клименко С. М., Дуброва О. С., Вакуленко А. В., Філатова Л. С. та ін.

Метою цієї статті є аналіз конкурентоспроможності підприємств, розгляд стратегій поведінки на конкурентних ринках у сучасних умовах.

В умовах сильної конкуренції будь-який господарюючий суб'єкт для нормального функціонування та оцінки своїх перспектив на майбутнє повинен знати свою конкурентоспроможність. Володіючи інформацією про конкурентні позиції, підприємства отримують можливість визначити свої переваги і вузькі місця, вибрати правильну стратегію і тактику поведінки, адекватну реаліям ринкових процесів.

Конкурентоспроможність підприємств – категорія кількісно вимірна, що вимагає застосування методів економіко-математичного аналізу, модельного апарату, здатного з більшою точністю відобразити існуючий стан і дати достовірний прогноз розвитку на перспективу. Під рівнем конкурентоспроможності підприємства слід розуміти відносний показник, що відображає характеристику його можливостей протистояти конкурентному натиску на конкретних ринках у певний період часу. При цьому методи його встановлення, незважаючи на традиційний набір обчислювальних процедур, можуть істотно відрізнятися. Зокрема, відмінності часто спостерігаються за складом локальних показників, що значною мірою залежить від галузевої спеціалізації підприємства, масштабів виробництва, організаційної структури використання інструментів маркетингу тощо [1].

Починати дослідження й оцінку конкурентоспроможності підприємства слід із аналізу стану його місця і ролі в конкурентному середовищі. При цьому важливо знати не тільки частку ринку і займаних сегментів, а й де відбуваються в них зміни. Також необхідно чітко уявляти ступінь популярності цього підприємства (відношення до нього споживачів, встановлення мотивів переваг під час вибору того чи іншого виробника при покупці продукції, включаючи якість, рівень цін, дизайн, упаковку тощо). За результатами моніторингу проводиться співставлення показників із аналогічними характеристиками конкуруючих суб'єктів і виконуються прогнозні розрахунки на майбутнє. При широкій номенклатурі виробів необхідно весь асортимент продукції розбити по товарних групах, ґрунтуючись на ряді критеріїв (вид продукції, упаковка, ціна, клас тощо). Тут також важливо враховувати динаміку цього показника.

© Козир І. О., 2015

Джерелом інформації можуть бути торгові точки, в яких реалізується продукція цього підприємства і конкурентів. Це дослідження проводиться шляхом опитування за допомогою спеціально розробленої анкети. При цьому з'ясовується, чи вся продукція реалізується, чи влаштовують споживачів ціни на товари, яка думка про компанію її продукції потенційних покупців, мотиви споживчих переваг при купівлі продукції того чи іншого товаровиробника тощо. Отримані відомості створюють інформаційне поле аналізу і дозволяють дати оцінку конкурентному становищу досліджуваних суб'єктів ринку в динаміці за певний період часу, виявити зміни ринку в цілому і його сегментів, встановити причини таких змін, провести зіставлення конкретних показників із аналогічними характеристиками конкурентів і перейти до необхідних розрахунків.

Для оцінки конкурентоспроможності підприємств, що випускають широкий асортимент продукції, можна використовувати дезагреговану модель із застосуванням деталізованих показників, що характеризують кожну конкретну групу товарів. Це необхідно для визначення місця, займаного цією товарної групою (або окремого виробу) в ряду наведеної на ринку аналогічної продукції.

Важлива роль в оцінці внутрішнього середовища підприємства відводиться відбору показників, що входять у систему оцінки і безпосередньо характеризують результати його діяльності. Такими основними індикаторами для промислових підприємств є: якість продукції (включаючи частоту, кількість повернення і рекламацій, наявність і величину браку); широта асортименту (число найменувань виробів, різновиди упаковки, маси та ін.); собівартість одиниці продукції (за видами); ціни на випущені товари; розмір прибутку (збитків); рівень рентабельності; наявність власного капіталу; ліквідність активів, кредитоспроможність і платоспроможність; рівень використання виробничих потужностей; кадровий потенціал (рівень кваліфікації, плинність); розмір середньої заробітної плати тощо. Для порівняльної оцінки цих показників і зіставлення їх з аналогічними показниками конкурентів можна використовувати SWOT-аналіз, який дозволяє виявити сильні і слабкі сторони підприємства і розробити стратегію і тактику роботи на ринку на перспективу [2].

Оскільки будь-яке промислове підприємство являє собою багатовимірний динамічний об'єкт, то під час визначення рівня його конкурентного потенціалу необхідна взаємопов'язана між собою сукупність певних характеристик, що відображають кількісну міру його розвитку, де індикаторами можуть бути: k_1, k_2, k_3, ... kn, де k_i – показники конкурентоспроможності підприємства по і-му напрямку діяльності в певний період часу (t).

У той же час загальний (інтегральний) показник (К), як правило, встановлюється традиційним способом:

$$K = \sum k_i \times d_j ,$$

де d – ваговий коефіцієнт значущості j-го показника конкурентоспроможності підприємства встановлюється методом експертних оцінок, $i = 1, ... n$.

Інтегральний показник конкурентоспроможності підприємства в нормованому вигляді можна представити величиною, що знаходиться в діапазоні:

$$0 \le K \le 100.$$

В результаті створюється основа для формалізації процедури оцінки, в тому числі для визначення обмежувальних критеріїв, які встановлюються експертним шляхом. Сутність таких обмежень полягає в такому: при максимальному сумарному значенні всіх ознак інтегральний показник конкурентоспроможності складе 100 балів ($K = 100$). Відповідно при сумі балів понад 75 можна вважати досліджуване підприємство висококонкурентоспроможним; від 50 до 75 – середньоконкурентоспроможним, при сумі від 25 до 50 – низькоконкурентоспроможним і при сумі нижче 25 – неконкурентоспроможним [6].

Встановлення коефіцієнта (індексу) вагової значущості при оцінці конкурентоспроможності підприємства є одним з найважливіших етапів в оціночній процедурі, оскільки від його величини залежить не тільки правильність отриманих кількісних значень, а й план подальших дій, а отже, і отримані в майбутньому результати.

Оскільки для оцінки рівня конкурентоспроможності ставиться завдання адаптації готової функції, абстрагуємося від деталей математичних залежностей. Оцінку конкурентоспроможності господарюючого суб'єкта можна проводити як по одному підприємству, так і порівняно з іншими представниками ринку. Крім того, рівень конкурентоспроможності може розглядатися в динаміці за різні періоди часу, що дозволяє виявити тенденцію її зміни [3].

У розроблених за результатами дослідження методичних положеннях найбільш важливе місце відводиться відбору найважливіших характеристик конкурентоспроможності підприємств і визначенню міри значущості кожної ознаки. Це пов'язано з тим, що виділені ознаки створюють основу для кількісної оцінки і ступеня їх впливу на кінцевий результат.

Дослідження дозволило виділити показники, які найчастіше розглядаються вченими-економістами як найважливіші характеристики конкурентоспроможності, цілеспрямований вплив на які може привести до певних

(бажаних) змін у стані досліджуваного об'єкта. Ці локальні показники можуть бути застосовані і під час аналізу конкурентоспроможності промислових підприємств.

Для оцінки внутрішніх елементів, що визначають конкурентоспроможність підприємств, пропонується використовувати такі показники: якість продукції (з урахуванням наявності і величини браку, частоти і кількості рекламацій); широта асортименту; собівартість одиниці продукції (за видами); рівень цін; рівень використання виробничих потужностей (тенденції зміни); розмір прибутку (збитків); рівень рентабельності; фінансовий стан; кредитоспроможність; платоспроможність та ін.

Рівень використання виробничої потужності є найважливішою техніко-економічною характеристикою, що впливає на розмір витрат, цін на продукцію і, в кінцевому підсумку на конкурентоспроможність підприємства.

Техніко-економічний рівень – комплексна характеристика, яка відрізняється специфікою розрахунку і вимагає системного підходу до оцінки. Технічний рівень підприємства визначається по всьому парку обладнання. При цьому за основу можуть бути прийняті: віковий ценз, ступінь оновлення обладнання тощо. Спочатку визначаються локальні показники, потім із урахуванням вагових коефіцієнтів їх значущості встановлюється узагальнюючий показник.

Економічні показники враховують такі аспекти, як рівень рентабельності (продукції, виробництва, продажу, активів і підприємства); розмір виробничих витрат; продуктивність праці; фондовіддача; витрати на карбованець товарної продукції та ін. Спочатку проводяться розрахунки з локальними напрямками, з подальшою інтегральною оцінкою. Потім визначається загальний показник по сукупності економічних і технічних параметрів із урахуванням їх значущості [4].

Фінансова стійкість залежить від таких показників: загальної (абсолютної) і відносної ліквідності; автономії підприємства; оберненості оборотних коштів і платоспроможності.

Конкурентоспроможне підприємство випускає конкурентоспроможну продукцію, яка є комплексною характеристикою і підлягає оцінці за якісними параметрами, широтою асортименту та ціновим фактором з наступним синтезом у єдиний вимірник. Рівень дистрибуції та широту асортименту не складно встановити.

Корпоративна культура формує імідж підприємства, який є однією з найважливіших характеристик його привабливості на ринку. Фактори іміджу відрізняються великою різноманітністю: популярність, як підприємства, так і його продукції; позиція на ринку; наявність бренда тощо. Тут необхідні спеціальні дослідження для встановлення кількісних показників.

Рівень інноваційної активності визначається ступенем готовності підприємства до оновлення по всіх елементах виробництва: нова продукція, техніка, технологія, упаковка тощо.

Визначення конкурентоспроможності підприємства являє собою складний процес і вимагає залучення вчених і висококваліфікованих фахівців як експертів. Особливо це важливо при встановленні кількісних показників, де неможливо їх встановити розрахунковим шляхом, як за параметрами конкурентоспроможності, так і за ваговими коефіцієнтами.

Оцінку конкурентоспроможності господарюючого суб'єкта можна проводити як по одному підприємству, так і порівняно з іншими представниками ринку. Крім того, рівень конкурентоспроможності може розглядатися в динаміці за різні періоди часу. Це дозволяє виявити тенденцію зміни конкурентного потенціалу [5].

Різні види і рівні конкуренції зумовлюють пошук різних способів зміцнення підприємствами своїх позицій на ринку і, відповідно, розробку стратегій адекватного реагування на мінливість ринкового середовища. Вивчення праць українських і зарубіжних вчених-економістів дозволило виділити серед них кілька основних груп:

1. Стратегія лідерства на основі низьких витрат. В основу цієї стратегії покладено створення стійкої переваги в затратах перед конкурентами і прагнення стати постачальником на ринок найдешевших товарів, привабливих для широкого кола споживачів. Широкому застосуванню цієї стратегії перешкоджають такі фактори, як інфляція, недосконалість законодавства, проблеми із забезпеченням сировиною та ін.

2. Стратегії індивідуалізації полягає у прагненні зробити свою продукцію унікальною, щоб вона вигідно відрізнялася від товарів-конкурентів і за рахунок цього стала більш привабливою для широкого кола покупців. Успіх під час реалізації цієї стратегії може бути забезпечений тільки у разі ретельного вивчення потреб покупців. Правильне використання цієї стратегії забезпечує підприємствам стабільно високий прибуток, коли дельта підвищення ціни на продукцію перевищує додаткові витрати на здійснення індивідуалізації продукту. Реалізація стратегії індивідуалізації на практиці закінчується невдачею у випадку, якщо покупці не оцінили унікальність цієї торгової марки і віддали перевагу продукції конкурентів.

3. Стратегії концентрації на ринковій ніші відрізняються зосередженням уваги на вузькій ділянці ринку. Тут домінує пропозиція вузького сегмента ринку продукції, що відповідає його смакам і потребам. Цільова ніша ринку може визначатися регіональними особливостями, що випливають зі спеціальних вимог до продукції, або спеціальними властивостями товару, привабливими для учасників тільки цього ринкового сегмента. Завдання полягає у кращому, ніж це роблять конкуренти, обслуговуванні покупців такої ринкової ніші.

4. Стратегія найкращої вартості полягає в тому, що в ній наголос робиться на пропозиції споживачам більшої реальної цінності товару шляхом поєднання низьких витрат і диференціації якості. Щоб стати виробником із найкращою вартістю, підприємству необхідно забезпечити високу якість продукції і надати їй потрібних властивостей при більш низьких, порівняно з конкурентами, витратах.

5. Стратегія інновації може забезпечити підприємству конкурентну перевагу в отриманні монопольного, надвисокого прибутку і досягненні швидкого економічного зростання. Перевага господарюючого суб'єкта, що реалізує цю стратегію, заснована на тому, що він є першим або в цьому бізнесі, або на певній території, або на новому ринку. Основні особливості конкурентної переваги, пов'язаної зі стратегією інновації, полягають у використанні продуктових, технологічних, організаційних та інших нововведень. Це пов'язане зі значним ризиком, проте в разі успіху забезпечує високий прибуток за рахунок встановлення монопольних цін. Орієнтовані на інноваційну діяльність підприємства повинні володіти висококваліфікованим персоналом, достатніми фінансовими ресурсами для створення і виведення нових товарів на ринок. Така стратегія притаманна переважно великим компаніям.

6. Стратегія фокусування використовується, як правило, невеликими підприємствами, які знаходять свою нішу на ринку і всі зусилля спрямовують на цей сегмент. Багато невеликих закордонних підприємств намагаються дотримуватися цієї стратегії. Її рекомендується використовувати підприємствам, розташованим у невеликих населених пунктах.

Застосування на практиці розглянутих стратегій у чистому вигляді зустрічається нечасто не тільки у вітчизняних, а й у зарубіжних виробників. Найчастіше використовується комбінація стратегій у вигляді деякого раціонального поєднання стратегічних прийомів. Водночас наведені стратегії можуть служити орієнтиром майбутньої діяльності підприємства залежно від рівня його конкурентоспроможності в цілому та окремих її складових. Фахівці вважають, що жодне підприємство не може досягти переваги над конкурентами абсолютно за всіма характеристиками конкурентоспроможності. Необхідний вибір пріоритетів і вироблення стратегій, які найбільшою мірою відповідають тенденціям розвитку ринкової ситуації і найкращим способом використовують сильні сторони підприємства.

Науковий керівник – канд. екон. наук, доцент Пономаренко О. О.

Література: 1. Портер М. Конкуренция / М. Потртер. – М. : Вильямс, 2005. – 608 с. **2.** Про захист економічної конкуренції : Закон України від 11.01.2001 № 2210-III // Відомості Верховної Ради. – 2001. – №12. – С. 64. **3.** Міністерство фінансів України : офіц. сайт. – Режим доступу : http://www.minfin.gov.ua/. **4.** Іванов Ю. Б. Теоретичні основи конкурентної стратегії підприємства : монографія / Ю. Б. Іванов та ін. ; за заг. ред. Ю. Б. Іванова. – Харків : ВД «ІНЖЕК», 2006. – 383 с. **5.** Управління конкурентоспроможністю підприємства : навч. посіб. / [С. М. Клименко, Т. В. Омельяненко, Д. О. Барабась та ін.]. – Київ : КНЕУ, 2008. – 520 с. **6.** Чухно А. А. Основи економічної теорії : підручник / А. А. Чухно, П. С. Єщенко. – Київ : Вища шк., 2011. – 606 с.

СТРАТЕГІЧНИЙ АНАЛІЗ ВНУТРІШНЬОГО СЕРЕДОВИЩА ПІДПРИЄМСТВА СКЛЯНОЇ ГАЛУЗІ

УДК 658.15

Колодна Р. В.

Магістрант 1 року навчання
фінансового факультету ХНЕУ ім. С. Кузнеця

Анотація. *Розглянуто підходи до послідовності здійснення внутрішнього стратегічного аналізу підприємства скляної галузі з використанням стратегічних методів, сформовано механізм його проведення та надано стратегічні управлінські рішення щодо покращення фінансової ситуації на підприємстві.*

© Колодна Р. В., 2015

Ключові слова: *стратегічний аналіз, SWOT-аналіз, SNW-аналіз, інтегральна бальна оцінка, стратегічний бенчмаркінг, модель Дюпона.*

Аннотация. *Рассмотрены подходы к последовательности осуществления внутреннего стратегического анализа предприятия стекольной отрасли с использованием стратегических методов, сформирован механизм его проведения и предоставлены стратегические управленческие решения по улучшению финансовой ситуации на предприятии.*

Ключевые слова: *стратегический анализ, SWOT-анализ, SNW-анализ, интегральная балльная оценка, стратегический бенчмаркинг, модель Дюпона.*

Annotation. *The approaches to the sequence of internal strategic analysis of the company glass industry using strategic methods formed the mechanism of its implementation and provided strategic management decisions to improve the financial situation of the company.*

Keywords: *strategic analysis, SWOT-analysis, SNW-analysis, integrated scoring, strategic benchmarking, Dupont model.*

Сьогодні недостатньо формувати управлінські рішення, виходячи лише з результатів аналізу фінансово-економічного стану, ефективності, продуктивності роботи конкретного підприємства та його структурних підрозділів. Фактично аналіз повинен полягати у виявленні внутрішнього потенціалу підприємства, у веденні конкурентної боротьби. За таких умов стратегічний аналіз стає дієвим інструментом, який дозволяє співставляти результати оцінки і розробляти ефективну модель перспективного розвитку підприємства в динамічних умовах.

Метою цієї статті є дослідження інструментарію стратегічного аналізу внутрішнього середовища підприємства скляної галузі та прийняття стратегічних управлінських рішень.

Теоретичні та прикладні аспекти стратегічного аналізу отримують все більший розвиток серед вітчизняних дослідників. Зокрема, проблемам методології стратегічного аналізу постійно приділяють увагу вітчизняні науковці А. П. Наливайко [1], В. О. Василенко, Т. І. Ткаченко [2], К. І. Редченко [3], З. Є. Шершньова [4], П. Л. Гордієнко [5] та ін.

Стратегічний аналіз підприємства охоплює питання складу внутрішнього середовища, методики проведення аналізу, принципів і засобів його здійснення, передбачає визначення стану внутрішніх чинників, їх вивчення та оцінку, при їх дослідженні визначають сильні і слабкі сторони підприємства.

Для аналізу внутрішнього середовища використовувалися стратегічні аналізи, такі як SWOT-аналіз діяльності підприємства для оцінки сильних і слабких сторін, можливостей і загроз, а також стратегічний SNW-аналіз. Крім того, аналіз фінансових коефіцієнтів із проведенням інтегральної бальної оцінки для визначення фінансового стану підприємства, стратегічний бенчмаркінг з метою зіставлення аналізованого підприємства з провідними компаніями-конкурентами скляної галузі та інтегральна модель Дюпона.

Першим етапом аналізу внутрішнього середовища підприємства ТОВ «Мерефянська скляна компанія» було проведення SWOT-аналізу підприємства. Цей аналіз ілюструє значні сильні сторони досліджуваного підприємства, які воно може використати для подолання загроз зовнішнього оточення. Так, наприклад, використання досвіду персоналу, автоматизованих процесів виробництва продукції та фінансових ресурсів дозволить частково нейтралізувати загрозу подальшого зростання цін на енергоносії (використання енергозберігаючих технологій).

Загроза збільшення рівня конкуренції в галузі нівелюватиметься, якщо і далі буде підтримуватися висока якість продукції, якщо модернізуватиметься обладнання, збільшуватиметься частка ринку та буде приділятися увага інноваціям у технологіях, продукції та управлінні.

Досліджуване підприємство має значні можливості до розвитку, оскільки галузь скляної промисловості має значний потенціал зростання, потреби та смаки споживачів постійно змінюються та зростають, відкриваються нові ринки збуту продукції, зростає попит тощо.

До вищезазначених стратегічних альтернатив економічного розвитку підприємству можна запропонувати за рахунок своїх виробничих потужностей, фінансових ресурсів, досвіду роботи намагатися передбачити зміну потреб споживачів і надалі розширювати та покращувати асортимент продукції. Для цього в найближчу перспективу доцільно розробити скляну упаковку, нечутливу до ультрафіолетових променів, попит на яку починає зростати.

У той же час в умовах обмеженості сировинних ресурсів існує великий рівень конкуренції, а отже, виникає питання оптимізації прибутку, собівартості, економії ресурсів та активів підприємства. Ці обставини потребують виважених дій управлінського персоналу підприємства за умови використання найбільш оптимального прогнозу, який допоможе з'ясувати, яких заходів потрібно вжити, для того щоб усунути проблеми, що заважають отримати максимальний прибуток та оцінити можливості розвитку.

Після SWOT-аналізу зовнішнього середовища було проведено стратегічний SNW-аналіз. На відміну від аналізу слабких і сильних сторін, SNW-аналіз так само пропонує середньоринковий стан (N). Основна причина дода-

вання нейтральної сторони є те, що «часто для перемоги в конкурентній боротьбі може виявитися достатній стан, коли конкретна організація щодо всіх своїх конкурентів за всіма, окрім однієї ключової, позиціями знаходиться в стані *N* і тільки за однією – у стані *S*». Тому необхідно провести SNW-аналіз для підприємства скляної галузі.

В результаті аналізу було виявлено, що підприємство має безліч сильних сторін в області виробництва та якості продукції, має сильну репутацію на ринку та технічне оснащення, але «пасивними» сторонами є відсутність активної стратегії розвитку підприємства, дилерської мережі. Тому підприємству необхідна розробка методів для переходу стратегій організації зі слабких сторін у сильні. Крім того, воно повинно звернути увагу на кваліфікацію і навчання персоналу та маркетинг.

Наступним етапом аналізу внутрішнього середовища є аналіз фінансових коефіцієнтів підприємства. Цей аналіз включає в себе аналіз фінансових показників, таких як ліквідність, стійкість, платоспроможність. На основі розрахованих показників надано інтегральну бальну оцінку фінансового стану (табл. 1).

Таблиця 1

Інтегральна бальна оцінка фінансового стану підприємства

Показник фінансового стану	Значення		Бальна оцінка	
	2013	2014	2013	2014
Коефіцієнт абсолютної ліквідності	0,0155	0,0002	4	4
Коефіцієнт «критичної оцінки»	1,1260	0,1329	6	0
Коефіцієнт поточної ліквідності	1,3661	0,1478	7,5	0
Коефіцієнт автономії	0,0970	0,0462	0	0
Коефіцієнт забезпеченості власними коштами	-2,1052	-3,1643	0	0
Коефіцієнт фінансової стійкості	0,8443	0,0519	13,5	0
Всього			31	4

На основі аналізу показників було розроблено класифікацію підприємств за рівнем фінансового ризику залежно від отриманої кількості балів, виходячи з фактичних значень його фінансових коефіцієнтів. Проставивши бали, було визначено, що підприємство у 2013 році отримала оцінку 31, що відносить це підприємство до підприємств із нестійким фінансовим станом, але у 2014 році ситуація погіршилася, і була отримана оцінка 4 бали, що характеризує підприємство як підприємство, що знаходиться у кризовому фінансовому стані.

У процесі проведення внутрішнього стратегічного аналізу підприємства доцільним є аналіз інформації про конкурентів, тому було розглянуто особливості організації і методики здійснення стратегічного бенчмаркінгу, за допомогою якого можна визначити цілі та орієнтири для розробки власної стратегії.

На першому етапі стратегічного бенчмаркінгу здійснено порівняння аналізованого підприємства з кількісними (фінансовими) показниками конкурентів.

Для цілей цього етапу був складений список найбільш розвинених компаній-конкурентів галузі, з якими буде проводитися порівняння ТОВ «Мерефянська скляна компанія» за такими показниками, як частка ринку, темпи зростання, прибутковість.

На другому етапі стратегічного бенчмаркінгу здійснювався аналіз стратегій поведінки конкурентів на ринку.

Третій етап стратегічного бенчмаркінгу – заключний. Маючи кількісні (фінансові) показники, визначено найкращі на ринку фірми. Після цього виділяють ті аспекти стратегій конкурентів, які найтісніше пов'язані з досягнутими ними позитивними результатами (табл. 2).

Таблиця 2

Порівняння показників компаній-конкурентів

Показники	ПАТ «Ветропак гостомельский склозавод»	ПАТ «Консюмерс-Скло-Зоря»	ТОВ «Мерефянська скляна компанія»
Рентабельність інвестованого капіталу, %	49 %	22 %	3,25 %
Рентабельність продажу, %	19 %	18 %	2,91 %
Частка ринку, %	24 %	15,6 %	10 %
Дослідження і розробки	Копірувальник	Інноватор	Інноватор
Виробництво	Виключно власне виробництво	Виключно власне виробництво	Виключно власне виробництво
Канали розподілу	Виключно масовий ринок	Виключно масовий ринок	Масовий ринок, експорт
Реклама	Слабка	Слабка	Слабка

У процесі стратегічного бенчмаркінгу з'ясувалося, що загальний рівень прибутковості фірм – виробників скляної тари досить низький, незважаючи на відносно високі темпи зростання продажу у галузі. Причиною такої ситуації була значна конкуренція, що виникла між різними виробниками і постійно змушувала їх знижувати ціни на продукцію.

Стратегічний бенчмаркінг показав, що фірми конкурентів мають показники рентабельності кращі, ніж в обраній компанії ТОВ «Мерефянська скляна компанія», але при цьому ця компанія має перевагу, оскільки є інноватором у своїй галузі та експортує товар. Крім цього, частка на ринку складає 10 %, що є достатньо високим показником. Підприємству необхідно розробити стратегію, яка буде активно спрямована на збільшення рентабельності компанії.

Оптимізацію підприємства ТОВ «Мерефянська скляна компанія» доцільно розпочати визначенням того, що є основною причиною низького рівня рентабельності підприємства. Для цього необхідно провести факторний аналіз рентабельності власного капіталу за чотирьохфакторною моделлю Дюпона. В табл. 3 наведені результати оцінки впливу факторів на рентабельність власного капіталу.

Таблиця 3

Факторний аналіз рентабельності активів ТОВ «Мерефянська скляна компанія» за період 2013–2014 рр.

Показник	Рік		Відхилення
	2013	2014	
ПВЧП	0,621	1	0,379
МК	10,309	8,613	-1,696
Rоб	0,214	0,540	0,326
Коб	0,377	0,278	-0,099
ROE	0,516	1,292	0,776
ΔROE (ПВЧП)	-	-	0,315
ΔROE (МК)	-	-	-0,137
ΔROE (Rоб)	-	-	1,267
ΔROE (Коб)	-	-	-0,460
ΔROE	-	-	0,985

Проаналізувавши проведені розрахунки, можна стверджувати, що на зменшення рентабельності власного капіталу найменший влив має мультиплікатор капіталу, а визначальною є зміна рентабельності обороту, оскільки за рахунок її збільшення на 1.267 результативний показник зменшився на 0,985. В результаті проведеного факторного аналізу можна зробити висновок про те, що на підприємстві здійснюються неефективне управління витратами і цінова політика.

Таким чином, для підвищення прибутковості підприємству необхідно розробити систему заходів щодо зменшення витрат на виробництво, покращення майнового стану підприємства та зменшення розмірів собівартості продукції.

Науковий керівник – канд. екон. наук, професор Журавльова І. В.

Література: 1. Наливайко А. П. Теорія стратегії підприємства. Сучасний стан та напрямки розвитку : монографія / А. П. Наливайко. – Київ : КНЕУ, 2001. – 227 с. **2.** Василенко В. А. Стратегічне управління / В. А. Василенко, Т. І. Ткаченко. – Київ : ЦУЛ, 2003. – 396 с. **3.** Редченко К. І. Стратегічний аналіз у бізнесі : навч. посіб. / К. І. Редченко. – Львів : Новий Світ-2000, 2003. – 272 с. **4.** Шершньова З. Є. Стратегічне управління : підручник / З. Є. Шершньова. – Київ : КНЕУ, 2004. – 699 с. **5.** Гордієнко П. Л. Стратегічний аналіз : навч. посіб. / П. Л. Гордієнко. – Київ : Алерта, 2006. – 404 с.

ОСОБЛИВОСТІ ПЛАНУВАННЯ ВИДАТКІВ У БЮДЖЕТНІЙ УСТАНОВІ

УДК 35.072.81

Комар В. С.

Студент 4 курсу
фінансового факультету ХНЕУ ім. С. Кузнеця

Анотація. *Розкрито сутність кошторису, досліджено його складові, особливості здійснення планування. Розглянуто приклади проведення планування за окремими статями видатків бюджетної установи. Запропоновано шляхи покращення використання бюджетних коштів задля ефективного виконання кошторису.*

Ключові слова: *кошторис, загальний фонд, спеціальний фонд, планування видаткової частини кошторису.*

Аннотация. *Раскрыта сущность сметы, исследованы ее составляющие, а также особенности планирования. Рассмотрены примеры проведения планирования по отдельным статьям расходов бюджетного учреждения. Предложены пути улучшения использования бюджетных средств для эффективного выполнения сметы.*

Ключевые слова: *смета, общий фонд, специальный фонд, планирование расходной части сметы.*

Annotation. *The essence of the budget, its components planning. Examples of planning for individual expenditure items of budgetary institutions. Ways of improving the use of budget funds for the effective implementation of the budget.*

Keywords: *estimate, the general fund, special fund, plan expenditure side of the budget.*

Бюджетна система та бюджетний процес відіграють важливу роль в економіці держави і суттєво впливають на її внутрішній і зовнішній баланс, стан сучасного забезпечення громадян і стан розвитку економічних процесів, в чому і полягає актуальність обраної теми.

Важливу роль у діяльності бюджетних установ відіграє раціональна організація та методика обліку й аналізу використання кошторису.

Питанню планування витрат кошторису бюджетних установ присвячені праці П. Атамаса, В. Голікова, Л. Гуцайлюк, Р. Джоги, І. Зіміної, Ю. Іванечко, Т. Канєвої, В. Матвєєвої, В. Сідень, І. Ткачкенко та інших, однак питання цієї теми є досі актуальним і потребує глибокого вивчення.

Метою дослідження є обгрунтування ролі та вдосконалення методичного забезпечення планування кошторису, а саме видаткової частини бюджетної установи.

Згідно з економічним словником кошторис бюджетної установи є основним плановим документом, який надає повноваження бюджетній установі щодо отримання доходів і здійснення видатків, визначає обсяг і спрямування коштів для виконання бюджетною установою своїх функцій та досягнення цілей, визначених на рік відповідно до бюджетних призначень.

Процедуру складання, затвердження та виконання кошторису бюджетних установ затверджено Постановою Кабінету Міністрів України 28 лютого 2002 року № 228 "Про затвердження Порядку складання, розгляду, затвердження та основних вимог до виконання кошторисів бюджетних установ". У ній передбачено послідовність дій при затвердженні кошторису. Фінансування установ без затвердженого в установленому порядку кошторису забороняється [1].

Невід'ємною частиною кошторису є план асигнувань, що становить помісячний розподіл видатків, затверджених у кошторисі. На відміну від кошторису, план асигнувань складається за скороченою формою економічної класифікації видатків: 2110 "Оплата праці працівників бюджетних установ", 2120 "Нарахування на заробітну плату", 2270 "Оплата комунальних послуг та енергоносіїв", 2700 "Поточні трансферти населенню", 5000 "Інші витрати". Форма кошторису і плану асигнувань затверджені Наказом Міністерства фінансів України від 28.01.2002 р. № 57 "Про затвердження документів, що застосовуються в процесі виконання бюджету" [2].

Планування витрат в кошторисі відображається за окремими статтями видатків бюджету економічної класифікації згідно з наказом Міністерства фінансів України «Про бюджетну класифікацію» [3].

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

Кошторис бюджетної установи складається з двох фондів – загального та спеціального [4].

© Комар В. С., 2015

Загальний фонд включає обсяг надходжень із загального фонду бюджету та розподіл видатків за повною економічною класифікацією видатків на виконання бюджетною установою основних функцій.

В процесі планування видатків за загальним фондом беруть до уваги основні виробничі показники та контингенти, матеріально-технічну базу, обсяги обслуговування населення тощо. Розраховують чисельність штатних працівників відповідно до нормативів, фонд оплати праці, відрахування на соціальні заходи, матеріальні видатки, капітальні видатки та інші, що необхідні для виконання поставлених завдань. При цьому використовують інструкції та вказівки Держказначейства, Мінфіну, вищого розпорядника щодо розрахунків кожного виду видатків [4].

У спеціальний фонд входить обсяг надходжень зі спеціального фонду бюджету на конкретну мету та розподіл видатків за повною економічною класифікацією на здійснення видатків спеціального призначення, а також на реалізацію пріоритетних заходів, пов'язаних із виконанням установою певних функцій [5].

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

Загальний і спеціальний фонди кошторису складаються з дохідної та видаткової частин. У дохідній частині кошторису зазначаються заплановані обсяги надходження коштів, які передбачається спрямовувати на покриття видатків установи.

У видатковій частині – загальна сума видатків, які заплановано здійснити протягом року певною бюджетною організацією, з розподілом їх за кодами економічної класифікації видатків [6].

На прикладі бюджетної установи Управління праці та соціального захисту населення Новокаховської міської ради проведемо планування видатків установи в розрізі деяких статей видатків бюджету.

Розглянемо статтю «Заробітна плата» (код 2111).

Річний план фонду заробітної плати складає кожна бюджетна установа. Фонд заробітної плати працівників складається з основної заробітної плати і додаткової оплати праці. Розміри оплати праці працівника залежать від:

- премій;
- доплати за ранг;
- посадових окладів;
- надбавки за вислугу років.

За статтею «Нарахування на оплату праці» (код 2120) – п. 5 ст. 8 ЗУ «Про збір та облік єдиного внеску на загальнообов'язкове державне соціальне страхування» єдиний внесок для бюджетних установ встановлюється у розмірі 36,3 відсотка визначеної бази нарахування (див. табл. 1) [8].

Таблиця 1

Планування видатків Управління праці та соціального захисту населення за статтею 2120 «Нарахування на оплату праці»

Показники	2012 р.	2013 р.	2014 р.
Річний фонд заробітної плати, грн:	407390,00	426127,00	433575,00
Ставка єдиного внеску на загальнообов'язкове державне соціальне страхування, %	36, 3	36,3	36,3
Сума єдиного внеску на загальнообов'язкове державне соціальне страхування	147883,00	154684,00	157388,00

У табл. 2 наведемо планування видатків бюджетної організації за статтею «Предмети, матеріали, обладнання та інвентар» (код 2210).

Стаття «Предмети, матеріали, обладнання та інвентар» включає:

- придбання малоцінних предметів (фізкультурного та спортивного інвентарю, велосипедів, калькуляторів, іграшок для дитячих установ тощо);
- придбання матеріалів, будівельних матеріалів, обладнання, інвентарю та інструментів для господарської діяльності, а також для благоустрою території;
- малоцінні предмети (фізкультурний інвентар, іграшки для дитячих установ);
- меблі (ліжка, столи, стільці, шафи, тумбочки), віконні та дверні блоки, жалюзі, ролети для приміщень, де безпосередньо проживають підопічні та вихованці;
- передплата періодичних видань для підопічних і вихованців;
- канцелярські вироби для навчально-виховного процесу (альбоми, розмальовки, олівці, фломастери, ручки, лінійки, кольоровий папір і картон, пластилін, фарби та пензлі).

Таблиця 2

Планування видатків Управління праці та соціального захисту населення за статтею «Предмети, матеріали, обладнання та інвентар» за 2014 рік

Канцелярське приладдя	Одиниця виміру	Кількість	Ціна за одиницю, грн	Сума, грн
Білий папір	шт.	150,00	0,10	15,00
Бланки	шт.	253	1,00	253,00
Тонер для принтера	шт.	1	65,00	65,00
Всього	-	-	-	333,00

Планування видатків на відрядження (КЕКВ 2250) здійснюється на підставі таких документів:

Постанова Кабінету Міністрів України «Про суми та склад витрат на відрядження державних службовців, а також інших осіб, що направляються у відрядження підприємствами, установами та організаціями, які повністю або частково утримуються (фінансуються) за рахунок бюджетних коштів» від 02.02.11 № 98;

Інструкція про службові відрядження в межах України та за кордон, затверджена Наказом Мінфіну від 13.03.98 № 59.

За статтею «Оплата комунальних послуг та енергоносіїв» (КЕКВ 2270) здійснюються платежі з оплати бюджетними установами комунальних послуг та енергоносіїв, включаючи оплату енергоносіїв для виробничих та громадських потреб [3]. При плануванні видатків за цією статтею розрахунки здійснюють виходячи з обсягів споживання та діючих тарифів (табл. 3).

Таблиця 3

Планування видатків Управління праці та соціального захисту населення за статтею «Оплата комунальних послуг та енергоносіїв» за грудень 2014 року

Показник	Одиниця виміру	Обсяг споживання	Тариф	Сума, грн
Теплопостачання	Гкал	1432,94	17,37	24890,17
Водопостачання та водовідведення	куб. м	33	10,94	361,02
Електроенергія	кВт	600	1,5099	905,90
Зальгальна сума	26157,09			

Планування кошторису доходів і видатків нами здійснювалось на підставі результатів економічних розрахунків. В Управлінні праці та соціального захисту населення цим займаються економісти та бухгалтери. Спеціалісти використовують показники звітності, що складається за результатами діяльності розпорядників бюджетних коштів, враховуючи потреби установи та норми видатків на її утримання.

Щоб удосконалити методику планування кошторису видатків бюджетної установи, варто підвищити її оперативність і аналітичність. Для цього треба замінити процес обробки та систематизації первинних документів самими працівниками бухгалтерії на спеціалізовані новітні програми, які б дали можливість оперативно й ефективно обробляти інформацію на електронних носіях. Такі програми набагато полегшили б роботу економістів і бухгалтерів. Необхідно скоротити витрати часу й праці на складання та розробку кошторисів витрат установи, що можливе при обробці та передачі інформації в умовах автоматизації та застосування новітніх технічних засобів безпосередньо в процесі вдосконалювання бюджетних операцій. Створення спеціальних програм зі складання та виконання, обчислення кошторису видатків дозволило б здійснювати збір вихідних даних, минаючи стадію розробки на паперових документах.

Таким чином, можна дійти висновку, що досконале знання економіста, чітке застосування нормативних документів, його здібностей до аналітично-планової роботи, чітка побудова та організація облікового процесу дають змогу здійснювати планування, формування і виконання кошторису доходів і видатків бюджетної установи.

Науковий керівник – канд. екон. наук, доцент Юшко С. В.

Література: 1. Про затвердження Порядку складання, розгляду, затвердження та основні вимоги до виконання кошторисів бюджетних установ [Електронний ресурс] : Постанова Кабінету Міністрів України від 24.01.2011 № 228. – Режим доступу : http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/228-2002-%D0%BF. **2.** Про затвердження документів, що застосовуються в процесі виконання бюджету [Електронний ресурс] : Наказ Міністерства фінансів України від 28.01.2002 № 57. – Режим доступу : http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/z0086-02. **3.** Про затвердження Інструкції щодо застосування економічної класифікації видатків бюджету та Інструкції щодо застосування

класифікації кредитування бюджету [Електронний ресурс] : Наказ Міністерства фінансів України від 12.03.2012 № 333. – Режим доступу : http://zakon1rada.gov.ua/laws/show/z0456-12. **4.** Бюджетний кодекс України [Електронний ресурс] : Закон України від 08.07.2010 № 2456-VI. – Режим доступу : http://zakon2.rada.gov.ua/laws /show/2456-17. **5.** Александров В. Т. Планування, облік, звітність, контроль у бюджетних установах : навч. посіб. / В. Т. Александров. – Київ : АВТ ЛТД, 2004. – 387 с. **6.** Дудуляк С. В. Особливості формування кошторису бюджетної установи / С. В. Дудуляк // Управління розвитком. – 2011. – № 2 (99). – С. 131–132. **7.** Про оплату праці [Електронний ресурс] : Закон України від 24.03.1995 № 108/95-ВР. – Режим доступу : http://zakon5.rada.gov.ua /laws/show/108/95-%D0%B2%D1%80. **8.** Про збір та облік єдиного внеску на загальнообов'язкове державне соціальне страхування [Електронний ресурс] : Закон України від 08.07.2010 № 2464-VI. – Режим доступу : http: //zakon2.rada.gov.ua/laws/show/2464-17.

ОЦІНКА СТРАТЕГІЧНОГО ПОЛОЖЕННЯ ПІДПРИЄМСТВА НА ОСНОВІ ПОЗИЦІОНУВАННЯ В МАТРИЦІ ФІНАНСОВОЇ РІВНОВАГИ

УДК 330.45: 658.14/.17

Кондратенко А. О.

Магістрант 1 року навчання
фінансового факультету ХНЕУ ім. С. Кузнеця

Анотація. *Визначено стадію фінансового розвитку підприємства на основі ідентифікації його стратегічного положення в матриці фінансових стратегій Ж. Франшона та І. Романе. Проаналізовано можливі варіанти зміни фінансової позиції та надано рекомендації щодо формування оптимальної фінансової стратегії підприємства.*

Ключові слова: *фінансова стратегія, стадія фінансового розвитку, фінансова рівновага, матриця фінансових стратегій Франшона і Романе.*

Аннотация. *Определена стадия финансового развития предприятия на основе идентификации его стратегического положения в матрице финансовых стратегий Ж. Франшона и И. Романе. Проанализированы возможные варианты изменения финансовой позиции и даны рекомендации по формированию оптимальной финансовой стратегии предприятия.*

Ключевые слова: *финансовая стратегия, стадия финансового развития, финансовое равновесие, матрица финансовых стратегий Франшона и Романе.*

Annotation. *The stage of financial development of an enterprise was identified on the basis of the determination of its position in the matrix of financial strategies by J. Franshon and I. Romane was determined. The possible options for changes in the financial position were analyzed and the recommendations on the formation of optimal financial strategy were formulated.*

Keywords: *financial strategy, financial development stage, the financial balance, financial strategies matrix by J. Franshon and I. Romane.*

На сьогодні актуальним питанням є формування чіткої фінансової стратегії, необхідної для прийняття ефективних управлінських рішень та досягнення стратегічних цілей підприємства. Наявність фінансового плану дозволить підприємству завчасно адаптувати його фінансову діяльність до змін зовнішнього середовища, зумовить ефективне формування і використання фінансових ресурсів і надасть можливість його розвитку.

Питання розробки та реалізації фінансової стратегії підприємства висвітлено у працях таких вчених, як: Бланк І. [2], Гриньов А. [3], Ігнатьєва І. [5], Ансофф І. [1], Ткачук І. [7]. та ін. Проте деякі аспекти, зокрема визначення стадії фінансового розвитку як основи для вибору оптимальної фінансової стратегії, є недостатньо дослідженими.

© Кондратенко А. О., 2015

Метою цієї статті є визначення стадії фінансового розвитку підприємства на основі ідентифікації його стратегічного положення в матриці фінансових стратегій, оцінка можливих варіантів зміни фінансової позиції та надання рекомендацій щодо формування оптимальної фінансової стратегії.

Матриця фінансової стратегії, запропонована французькими вченими Ж. Франшоном та І. Романе, базується на визначенні обсягу коштів, отриманих підприємством окремо у результаті господарської та фінансової діяльності, та є одним із найбільш ефективних методичних підходів до визначення стадії фінансового розвитку підприємства й оцінки альтернативних варіантів подальшої зміни його фінансового стану. Для визначення позиції підприємства у матриці фінансових стратегій необхідно обчислити ключові показники: результат господарської діяльності, результат фінансової діяльності, результат фінансово-господарської діяльності.

Результат господарської діяльності (РГД) – це сума коштів, яка залишається у підприємства після фінансування виробничої діяльності. Якщо розраховане значення результату господарської діяльності підприємства є від'ємним – це свідчить, про те, що для своїх виробничих потреб підприємство залучає позикові кошти, оскільки власних недостатньо. Позитивне значення результату господарської діяльності свідчить про дотримання підприємством принципу самофінансування.

Результат фінансової діяльності (РФД) характеризує політику підприємства щодо залучення позикових коштів, емісійну політику та виплату дивідендів. Додатне значення РФД свідчить про залучення додаткових джерел фінансових ресурсів, від'ємне – про зменшення обсягів позикових джерел фінансування.

Результат фінансово-господарської діяльності (РФГД) обчислюється як сума результатів господарської та фінансової діяльності підприємства та дає можливість оцінити наявність грошових коштів для фінансування всіх витрат. Нестача «вільних» грошових коштів підприємства може призвести до погіршення ліквідності підприємства.

Результат розрахунків показників фінансово-господарської діяльності ТОВ «Стройград-Кіровоград» наведено в табл. 1.

Таблиця 1

Результати фінансово-господарської діяльності ТОВ «Стройград-Кіровоград», тис. грн

Показник	Значення за роками		
	2011	2012	2013
РГД	2242,56	2360,85	1791,13
РФД	-16,3	-31,4	-29,9
РФГД	2226,26	2329,45	1761,23

На основі значень описаних показників здійснюється позиціонування підприємства у матриці фінансових стратегій Франшона і Романе, вигляд якої наведено в табл. 2.

Таблиця 2

Матриця фінансових стратегій Франшона і Романе

	РФД < 0	РФД ≈ 0	РФД > 0
РГД > 0	1 РФХД ≈ 0	4	6 РФХД >> 0
РГД ≈ 0	7 РФГД < 0	2 РФХД ≈ 0	5 РФХД > 0
РГД < 0	9 РФГД << 0	8 РФХД < 0	3 РФХД ≈ 0

Як видно з табл. 2, протягом 2011–2013 рр. позиція ТОВ «Стройград-Кіровоград» у матриці фінансових стратегій відповідала квадранту 4 «Рантьє», тобто підприємство протягом аналізованого періоду знаходилось у зоні успіхів. З огляду на фінансову позицію підприємства відповідно до матриці можна стверджувати, що керівництво підприємства надає перевагу використанню власних коштів для фінансування його розвитку, тобто дотримується принципу самофінансування.

Значення результатів від фінансової діяльності упродовж аналізованого періоду є близьким до нуля, тобто позикові кошти для фінансування підприємства не залучалися. З цього випливає, що підприємство дотримується принципу мінімізації фінансової залежності від зовнішніх джерел фінансування, при цьому підвищуючи

рівень фінансової стійкості та стабільності. Однак за такої ситуації на підприємстві спостерігається мінімальний рівень ефекту фінансового важеля та знижується рентабельність. Однією з причин відмови від залучення позикових коштів може бути високий рівень вартості кредитних ресурсів.

Фінансова позиція в 4 квадранті характеризується тим, що підприємство не використовує всі свої потенційні можливості з нарощування оборотних коштів або прискорення їх обігу. З урахуванням стабільності рівня рентабельності підприємства воно має можливість переходу у квадрант 1, а при погіршенні показників – у квадрант 7. При значному зростанні рентабельності і прискоренні оборотності коштів, що супроводжуються значними зовнішніми виплатами, підприємство може переміститися у квадрант 2.

При подальшій відмові підприємства щодо залучення позикових ресурсів, а також за рахунок зростання результату від господарської діяльності, позиція підприємства у 2013 році відповідала б 1 квадранту. Проте у 2013 році позиція підприємства більш спрямовується до 2 квадранта «Стійка рівновага».

Загальна позиція підприємства в 4 квадранті характеризується постійним збільшенням обсягів ліквідних коштів. Для того щоб у наступні періоди підприємство мало змогу перейти до 5 та 6 квадрантів, необхідно залучати позиковий капітал. Проте, як вже зазначалося, на сьогодні для підприємств залучення позикових коштів є достатньо складним процесом через високу вартість кредитних ресурсів. При збільшенні показників оборотності підприємство має всі шанси потрапити до 2 квадранта.

Таким чином, з урахуванням проведеного аналізу можна дійти висновку про пріоритетність для ТОВ «Стройград-Кіровоград» залишитися в 4 квадранті, оскільки така позиція вважається зоною успіху, а також не вимагає залучення занадто дорогих кредитних ресурсів. Для підтримання цієї фінансової позиції підприємства доцільно надати такі рекомендації:

- проводити реалізацію застарілого обладнання та впроваджувати нове технологічне устаткування для підвищення економічності господарської діяльності, зниження собівартості, а також для збільшення обсягу вхідних грошових потоків за рахунок інших операційних доходів;
- здійснювати рефінансування дебіторської заборгованості з метою підвищення платоспроможності підприємства, наприклад шляхом факторингу;
- переглянути структуру управління фінансами, що може дати більш ефективне використання грошових ресурсів;
- жорсткіше контролювати стан розрахунків із покупцями за відстроченими (простроченим) заборгованостями;
- по можливості орієнтуватися на більше число покупців, щоб зменшити ризик несплати одним або декількома великими покупцями;
- стежити за співвідношенням дебіторської і кредиторської заборгованості, оскільки перевищення кредиторської заборгованості над дебіторською може призвести до неплатоспроможності підприємства;
- провести оптимізацію витрат шляхом аналізу собівартості.

Отже, підприємство в 4 квадранті характеризується тим, що не використовує всі свої потенційні можливості з нарощування оборотних коштів. Підприємство не має можливості зміни фінансової позиції на кращу, а лише може втримуватися в цьому квадранті за рахунок фінансової діяльності. Реалізація запропонованої системи заходів дасть можливість підприємству підтримувати відповідний стан рівноваги, забезпечити ліквідність і платоспроможність підприємства, а також ефективність його господарської діяльності без надмірного зростання залежності від зовнішніх фінансових джерел.

Науковий керівник – канд. екон. наук, професор Журавльова І. В.

Література: 1. Ансофф И. Стратегическое управление / И. Ансофф. – М. : Экономика, 1998. – 519 с. **2.** Бланк И. А. Финансовая стратегия предприятия / И. А. Бланк. – Киев : Эльга, 2006. – 520 с. **3.** Гриньов А. В. Якість формування фінансової стратегії підприємства / А. В. Гриньов, О. М. Ястремська // Фінанси України. – 2006. – № 6. – С. 121–128. **4.** Дорофеев М. Л. Особенности применения матрицы финансовых стратегий Франшона и Романе в стратегическом финансовом анализе компании / М. Л. Дорофеев // Финансы и кредит. – 2009. – № 23. – С. 51–56. **5.** Ігнатьєва І. А. Стратегічний менеджмент : підручник / І. А. Ігнатьєва. – Київ : Каравела, 2012. – 480 с. **6.** Методичні рекомендації до виконання практичних завдань з навчальної дисципліни "Стратегічне управління" для студентів спеціальності "Фінанси" денної форми навчання / укл. І. В. Журавльова, О. О. Порожняк. – Харків : Вид-во ХНЕУ, 2010. – 24 с. **7.** Ткачук І. Г. Формування фінансової стратегії в системі управління підприємством / І. Г. Ткачук // Вісник ЖДТУ. – 2008 – № 2. – С. 301–304.

РАНГОВА ОЦІНКА ФІНАНСОВОГО ПОТЕНЦІАЛУ ПІДПРИЄМСТВА

УДК 658.14/.17

Коник В. Г.

Студент 4 курсу
фінансового факультету ХНЕУ ім. С. Кузнеця

Анотація. *Визначено сутність категорії «фінансовий потенціал». Розраховано основні показники оцінки фінансового потенціалу. Визначено рівень фінансового потенціалу підприємства за фінансовими показниками. Розглянуто можливість застосування інтегрального показника для оцінки рівня фінансового потенціалу.*

Ключові слова: *фінансовий потенціал підприємства, потенційні ресурси, можливості підприємства, рівень фінансового потенціалу.*

Аннотация. *Определена сущность категории «финансовый потенциал». Рассчитаны основные показатели оценки финансового потенциала. Определен уровень финансового потенциала предприятия по финансовым показателям. Рассмотрена возможность применения интегрального показателя для оценки уровня финансового потенциала.*

Ключевые слова: *финансовый потенциал предприятия, потенциальные ресурсы, возможности предприятия, уровень финансового потенциала.*

Annotation. *The essence of the category "financial potential" was determined in this article. Key indicators were calculated for assessing the financial potential. The level of financial potential of enterprise was defined with financial indicators. Consider the use of an integrated parameter for the assessment of financial potential.*

Keywords: *financial potential of the enterprise, potential resources, opportunities, the degree of financial capacity.*

Важливою умовою розвитку підприємства є наявність в нього достатнього фінансового потенціалу, здатного забезпечити суб'єкту господарювання поточну та перспективу фінансову стійкість у мінливих ринкових умовах. Від стану фінансового потенціалу й ефективності його використання підприємствами залежить економічне і фінансове благополуччя не лише самих господарюючих суб'єктів, але і держави, і суспільства в цілому.

На сучасному етапі розвитку економіки проблема ефективного використання фінансового потенціалу продовжує зберігати свою актуальність, проте єдиної методики його аналізу й оцінки досі не розроблено.

Метою статті є оцінка фінансового потенціалу підприємства.

Питання сутності й оцінки фінансового потенціалу підприємства досліджували у своїх роботах провідні вітчизняні вчені І. А. Бланк, С. Б. Довбня, І. З. Должанський, М. О. Кизим, Н. С. Краснокутська, М. Я. Коробов, Є. В. Лапін, В. С. Пономаренко, О. С. Федонін, Л. І. Федулова та інші [1; 3].

Як свідчать результати аналізу літературних джерел щодо трактування поняття «фінансовий потенціал», його доцільно розуміти як сукупність наявних і потенційних ресурсів і можливостей, що можуть бути мобілізовані для досягнення стратегічних і тактичних організаційних цілей.

Внаслідок проведеного аналізу ми визначили, що поняття «фінансовий потенціал»:

- це сукупність фінансових ресурсів підприємства;
- можливості підприємства щодо залучення та ефективного управління фінансовими ресурсами;
- передбачає сукупність певних можливостей і здатностей підприємства, що можуть бути реалізовані за певних умов;
- передбачає підвищення за його рахунок стійкості та конкурентоспроможності підприємства;
- включає в себе резерви фінансових ресурсів – як явні, так і приховані;
- передбачає мобілізацію наявних фінансових ресурсів для забезпечення сталості функціонування підприємства [4].

Проведені дослідження дозволили визначити фінансовий потенціал як сукупність фінансових ресурсів і можливостей підприємства, які дають змогу забезпечити визначений стратегічний напрямок розвитку підприємства.

Визначаючи фінансовий потенціал підприємства, потрібно враховувати його майбутні можливості і намагатися зробити все необхідне, щоб створити найкращі умови для його розвитку.

Таким чином, вкрай важливим є визначення сутності фінансового потенціалу, його складових і способів

© Коник В. Г., 2015

його розширення та примноження, адже його потужність, ефективне та доцільне використання його ресурсів сприятиме подоланню критичних явищ у діяльності підприємств, надаватиме можливості для підвищення їх конкурентоспроможності та нарощування обсягів виробництва.

На основі звітності ТОВ НВП «Параллакс» за 2012–2014 рр. були розраховані та обрані показники, що дозволять визначити рівень ФСП.

На основі проведеного аналізу можна дійти висновку, що за аналізований період у три роки на підприємстві простежується тенденція зростання власного капіталу та тенденція спаду позикового капіталу. Власний капітал складає 83,96 %, тоді як позиковий на кінець 2014 року – 16,04 %. Тенденція зростання власного капіталу та тенденція спаду позикового являє собою позитивне явище, адже за допомогою збільшення власного капіталу підприємство стає більш фінансово стійким, і за аналізований період підприємство покриває свої зобов'язання. Зниження позичкового капіталу у підприємства свідчить про зменшення фінансової залежності від зовнішніх джерел фінансування.

Проаналізувавши структуру оборотних активів підприємства, можна дійти висновку, що протягом 2012–2014 рр. дебіторська заборгованість мала найбільше значення у структурі оборотних активів. Структура оборотних активів, яка характеризується високим рівнем заборгованості та низьким рівнем грошових коштів, свідчить про проблеми, пов'язані з оплатою послуг і продукції підприємства, а також про переважно негрошовий характер розрахунків. Також це може свідчити про проблеми з маркетинговою політикою або ж, навпаки, свідчити про стратегію на довгострокову роботу з покупцями товарів.

За аналізовані 3 роки у структурі активів найбільш питома вага припадає на оборотні активи, це свідчить про формування достатньо мобільної структури активів, що сприяє прискоренню оборотності активів підприємства. Величина оборотних активів підприємства за досліджуваний період майже не змінилась і складає 97,97 %, у той час як необоротні – лише 1,90 %. За аналізовані роки підприємство має "легку" структуру активів, що свідчить про мобільність майна підприємства.

Аналіз ліквідності показав, що, незважаючи на високі показники покриття та швидкої ліквідності, підприємство не може негайно погасити поточні борги. Про це свідчить показник абсолютної ліквідності, який на кінець 2013 року мав значення 0,0005, але на кінець 2014 ситуація різко змінилась і коефіцієнт абсолютної ліквідності був на рівні 0,46.

Збільшення довгострокових і короткострокових зобов'язань відобразилось на показнику фінансування, який за аналізований період збільшувався, зменшуючи фінансову незалежність підприємства.

Показники ділової активності мали нормативні значення, крім оборотності кредиторської заборгованості, що мав тенденцію до збільшення, а це, у свою чергу, посприяло збільшенню періоду погашення кредиторської заборгованості.

Рентабельність підприємства дуже низька, крім рентабельності продукції, такі низькі показники є результатом низького обсягу чистого прибутку. Це свідчить про велику собівартість продукції.

Після визначення фінансового стану підприємства можна провести аналіз фінансового потенціалу ТОВ НВП «Параллакс» на основі показників ліквідності, фінансової стійкості, ділової активності та рентабельності. Розрахунки наведені у табл. 1.

Таблиця 1

Експрес-аналіз ТОВ НВП «Параллакс» за 2012–2014 рр.

Показник	2012 р.	2013 р.	2014 р.
Коефіцієнт фінансової незалежності (автономії)	0,8	0,7	0,8
Коефіцієнт загальної ліквідності (покриття)	4,1	3,2	6,1
Коефіцієнт швидкої ліквідності	3,6	2,3	5,3
Коефіцієнт абсолютної ліквідності	1,1	0,0	0,5
Рентабельність активів	0,00	-0,13	-0,04
Рентабельність власного капіталу	0,00	-0,19	-0,05
Ефективність використання активів для виробництва продукції	0,6	0,5	0,4
Частка заборгованості в загальній сумі джерел	0,2	0,3	0,2
Коефіцієнт забезпечення боргів (заборгованості)	3,2	2,2	5,2

Рівень фінансового потенціалу розраховується за рейтинговим методом.

Показники, які були визначені в експрес-аналізі фінансового стану підприємства, порівнюються з показниками, які відповідають певним рівням фінансового потенціалу (табл. 2) [2].

Таблиця 2

Рейтингова оцінка ФСП за фінансовими показниками

Показник	Рівень ФСП		
	високий	середній	низький
Коефіцієнт фінансової незалежності (автономії)	> 0,5	0,3-0,5	< 0,3
Коефіцієнт загальної ліквідності (покриття)	> 2,0	1,0 – 2,0	< 1,0
Коефіцієнт швидкої ліквідності	> 0,8	0,4-0,8	< 0,4
Коефіцієнт абсолютної ліквідності	> 0,2	0,1- 0,2	< 0,1
Рентабельність активів	> 0,1	0,05-0,1	< 0,05
Рентабельність власного капіталу	> 0,15	0,1-0,15	< 0,1
Ефективність використання активів для виробництва продукції	> 1,6	1,0-1,6	< 1,0
Частка заборгованості в загальній сумі джерел	< 0,5	0,7-0,5	> 0,7
Коефіцієнт забезпечення боргів			
(заборгованості)	> 0,26	0,1-0,26	< 0,1
Разом	25	18	11

Після проведення аналізу порівняння нормативних значень і розрахункових необхідно визначити бали, які кожен коефіцієнт має в результаті аналізу. Після чого порівнюються отримані результати розрахунку з балами та сумарно визначається рівень фінансового потенціалу підприємства. Фінансовий потенціал підприємства може бути трьох типів: низький, середній та високий (табл. 3).

Таблиця 3

Характеристика рівнів фінансового потенціалу

Рівень ФСП	Коротка характеристика
Високий рівень ФСП	Діяльність підприємства прибуткова. Фінансове становище стабільне
Середній рівень ФСП	Діяльність підприємства прибуткова, однак фінансова стабільність багато в чому залежить від змін, як у внутрішньому, так і в зовнішньому середовищі
Низький рівень ФСП	Підприємство фінансово нестабільне

Результатом такого аналізу є таблиця з бальними оцінками та визначеним рівнем фінансового потенціалу (табл. 4).

Таблиця 4

Бальна оцінка рівня фінансового потенціалу ТОВ НВП «Параллакс» за 2012 та 2014 рр.

Показник	Рівень ФСП		
	2012	2013	2014
Коефіцієнт фінансової незалежності (автономії)	3	3	3
Коефіцієнт загальної ліквідності (покриття)	3	3	3
Коефіцієнт швидкої ліквідності	3	3	3
Коефіцієнт абсолютної ліквідності	1	3	1
Рентабельність активів	1	1	1
Рентабельність власного капіталу	1	1	1
Ефективність використання активів для виробництва продукції	1	1	1
Частка заборгованості в загальній сумі джерел	3	3	3
Коефіцієнт забезпечення боргів (заборгованості)	3	3	3
Разом	19	21	19
Інтегральний показник	0,43	0,47	0,22

Отже, оцінюючи рівень фінансового потенціалу ТОВ НВП «Параллакс» за фінансовими показниками та інтегральним показником, можна дійти висновку, що підприємство має середній рівень фінансового потенціалу. Варто зазначити, що значення деяких розрахованих коефіцієнтів не відповідають рекомендованим даним рей-

тингової оцінки. Підприємство має низький рівень ФСП за таким показником, як рентабельність, що є досить негативним явищем у його діяльності. Отже, рівень фінансового потенціалу можна визначити як за допомогою рейтингової оцінки ФСП за фінансовими показниками, так і за допомогою розрахунку інтегрального показника.

Таким чином, оцінка фінансового потенціалу підприємства – необхідний етап стратегічного аналізу й управління. Запропоновані методології розрахунку охоплюють всі основні внутрішньофірмові процеси, що протікають у різних функціональних областях її внутрішнього середовища. У результаті забезпечується системний погляд на підприємство, що дозволить виявити всі сильні і слабкі сторони, а також створити на цій основі комплексний план перспективного розвитку.

Науковий керівник – канд. екон. наук, доцент Кіпа М. О.

Література: 1. Управління потенціалом підприємства : навч. посіб. / [І. З. Должанський, Г. О. Загорна, О. О. Удалих та ін.]. – Київ : Центр навч. літ., 2006. – 362 с. **2.** Туркач В. В. Методика оцінки фінансового потенціалу підприємства в сучасних умовах господарювання [Електронний ресурс] / В. В. Туркач, С. Д. Чижинська // Young Scientist. – Режим доступу : http://molodyvcheny.in.ua/files/journal/2014/8/54.pdf. **3.** Федонін О. С. Потенціал підприємства: формування та оцінка / О.С. Федонін. – Київ : КНЕУ, 2006. – 316 с. **4.** Федулова Л. І. Сучасні концепції менеджменту : навч. посіб. / [За ред. Л. І. Федулової]. – Київ : ЦНЛ, 2007. – 536 с.

ИНФОРМАЦИОННЫЕ СИСТЕМЫ В ГОСУДАРСТВЕННОМ УПРАВЛЕНИИ УКРАИНЫ

УДК 351.354:004(477)

Костенецкая Т. Г.

Студент 2 курса
факультета международных экономических отношений ХНЭУ им. С. Кузнеца

Аннотация. *Проанализирована информационная система в государственном управлении Украины. Особое внимание уделено влиянию информационных процессов на осуществление государственной деятельности в современном обществе.*

Ключевые слова: *информационные системы, государственное управление, информационные процессы, технология, информация.*

Анотація. *Проаналізовано інформаційну систему в державному управлінні в Україні. Особливу увагу приділено впливу інформаційних процесів на здійснення державної діяльності в сучасному суспільстві.*

Ключові слова: *інформаційні системи, державне управління, інформаційні процеси, технологія, інформація.*

Annotation. *The article examines the analysis of information systems in public administration in Ukraine. Particular attention is paid to the influence of information processes in the implementation of government activities in a modern society.*

Keywords: *information systems, public administration, information processes, technology, information.*

На данный момент одной из самых важных характеристик деятельности современного государства является уровень информационного обеспечения. Такой уровень оказывает прямое влияние на все процессы, которые происходят в обществе и имеют социально-экономический характер. Более того, при совершенствовании государственного управления одним из стратегических направлений повышения деятельности государства в различных отраслях на различных уровнях является информационная система.

© Костенецкая Т. Г., 2015

Понятие "информация" стало неотъемлемой частью современности, ведь именно оно является важнейшим свойством формирования нового типа экономики. Информация как ведущий фактор развития общества проникает во все сферы государства и тем самым оказывает влияние на государственное управление. Можно сказать, что на данный момент прослеживается процесс глобальной информатизации, который подразумевает постоянное развитие и распространение в глобальном масштабе информационных систем [1].

Если говорить о государственном управлении, то его информационная модель определяет информатизацию всех управленческих процессов в органах государственной власти всех уровней. При таком широком распространении информационных процессов все функции взаимодействия органов управления находятся в тесной связи. Именно поэтому данная тема является актуальной.

Украина также активно принимает участие в глобальном процессе информатизации. Более того, в Украине развитие информационного общества определено как один из главных приоритетов государственной политики [2]. Опыт стран ЕС и ведущих стран мира показывает, что при наличии эффективной, скоординированной и целенаправленной государственной политики успешно ускоряется развитие информационного общества. Одной из основных целей государственной политики Украины в сфере информатизации является способствование построению современной рыночной экономики. Также важно отметить, что при внедрении современных информационных технологий во все сферы деятельности украинского общества будет обеспечена конкурентоспособность Украины на международном рынке. Позитивное влияние данного процесса позволит гражданам страны активно не только способствовать, но и совершенствовать информационные процессы, которые в перспективе позволят достигнуть успешного развития страны.

С постепенным усложнением процесса управления информация стала предметом управленческого труда. Непосредственно сам субъект управления реализует сущность управленческого процесса, с помощью которого можно направлять, регулировать и организовывать различного вида общественные процессы. Именно информация позволяет сделать вывод о результатах реализации каких-либо управленческих решений. Однако стремительное изменение механизмов информатизации во всем мире отягощает эффективность использования их в Украине. Действующие несовершенные и устаревшие стратегии государственного управления в этой сфере требуют коренных изменений. Принимая во внимание данный факт, актуальность внесения изменений в Закон Украины "Про Национальную программу информатизации" растет, так как требования и потребности информационного общества склонны изменяться с течением времени.

Важность информационных систем в государственном управлении также состоит в том, что системы такого уровня влияют в значительной мере на эффективность работы высших органов власти [3]. Именно поэтому разработка и применение новейших информационных систем реализуется на основе внедрения новых информационных технологий. Процесс информатизации, обеспечивающий деятельность объектов данного типа, должен соответствовать всем требованиям, необходимым для бесперебойной работы государственного управления. К таким требованиям можно отнести многофункциональность информационных процессов, то есть наличие соответствующих программно-технических средств, удаленный доступ к различным базам данным и прочее.

Учитывая, что предназначение информатизации в государственном управлении – создавать такие условия работы, при которых информация в любой момент времени может быть оперативно найдена, проанализирована и оценена, немедленное её совершенствование и повышение эффективности просто необходимо. Однако на финансирование Национальной программы информатизации в 2015 году выделено 2 млн грн, что в девять раз меньше, чем в 2014 году. При этом просматривается снижение финансирования данной отрасли, так как на внедрение в стране электронного правительства из госбюджета 2014 года было выделено 18,75 млн грн, 2013 года – 37,5 млн грн. При этом согласно дополнению к закону «О Государственном бюджете Украины на 2015 год» относительно распределения расходов эти средства планируется направить на финансирование проектов информатизации стратегических направлений развития государства, безопасности и обороны, процессов социально-экономического развития, приоритетных отраслей экономики, социальной сферы, науки, образования и культуры — в соответствии с законом Украины «О национальной программе информатизации» [4]. Таким образом, суммы бюджетных затрат затраты на информатизацию в чистом виде составят 0,00038 %.

Принимая во внимание данные факты, успешность реализации новых стратегий информатизации невозможна. Если сравнивать финансирование данной отрасли со стоимостью финансирования реальных успешных проектов по внедрению электронного правительства в других странах, то можно отметить, что Эстония потратила на данную сферу $20 млн, а Сингапур – $15 млрд. Безусловно, успешная реализация информационных процессов в Украине имеет место быть. Но для этого необходимо принимать меры, которые позволят даже при таком низком финансировании совершенствовать данную сферу. Например, чтобы найти необходимый объем средств, нужно объединить весь имеющийся по отдельным государственным учреждениям бюджет на информатизацию. Ведь проще реализовать план скоординированно, нежели обрабатывать его отдельными частями.

Так как информационная сфера сейчас – это определяющая сфера жизнедеятельности общества, то всё большее значение приобретает постановка и рассмотрение информационных процессов. Технологии меняются гораздо быстрее, чем мышление, а рост масштабов применения информационных технологий прямо влияет на

изменение традиционных методов государственного управления, что в перспективе влияет и на жизнедеятельность людей. Поэтому реформирование системы государственного управления изменяется от процессов, происходящих непосредственно в самой информационной среде. В свою очередь информационная среда базируется на новых факторах общественного развития, экономико-политических обстоятельствах, воли политических представителей. Те инициативы, которые озвучиваются руководством страны, а именно единая система электронных закупок, единая система для обслуживания бизнеса и населения, электронное налогообложение, – говорит о том, что важность информатизация государственного управления с последующим внедрением электронного правительства действительно оценена. Реализация такого рода проектов при низком уровне финансирования государством возможна через привлечение кредитных или безвозвратных средств. Тем более что данная практика существует во многих странах Восточной Европы.

Система государственного управления выступает в динамическом единстве с информационной системой [5]. В соответствии с этим информационные процессы, с одной стороны, должны соответствовать способности избирать необходимые данные о функционировании управляемых объектов, а с другой – помогать в выработке рациональных управляющих воздействий на обеспечение демократизма государственного управления. Это также довольно важный аспект при осуществлении государственной деятельности. При получении доступа к быстрой возможности анализа данных государство может повысить не только качество жизни граждан, предоставляя всю необходимую информацию и услуги, а также снизить уровень преступности, повысить уровень прозрачности государственных закупок.

Подводя итог, стоит отметить, что информационные процессы оказывают значимое влияние на работу государственных органов. Это некая разветвленная сеть различных видов информации, которая обеспечивает её поступление во все структуры и подразделения государственных органов и, как следствие, налаживает механизм осуществления государственного управления. Смысл информационного обеспечения государственного управления заключается в соединении научных знаний и методики с новейшими техническими средствами, что в дальнейшем позволит ускорить процесс осуществления управленческой деятельности на государственном уровне.

Таким образом, проблема информатизации системы государственного управления в Украине действительно является актуальной, так как в информационную эпоху всё больше внимания уделяется именно проникновению информационных процессов в различные сферы жизнедеятельности, особенно в сферу государственного регулирования. Главное – это выработать такую государственную информационную политику, которая позволит не только повысить эффективность государственного управления, но и позволит обеспечить планирование задач развития информационного общества в Украине.

Научный руководитель – докт. экон. наук, профессор Поддубная Л. И.

Литература: 1. Информационные системы и информационные технологии в государственном управлении [Электронный ресурс]. – Режим доступа : http://dip.narod.ru/IGTU.htm. **2.** Державне агентство з питань електронного урядування України. Національна програма інформатизації 2014 [Электронный ресурс]. – Режим доступа : http://dknii.gov.ua. **3.** Туронок С. Г. Информационные системы в государственном управлении / С. Г. Туронок // Проблемный анализ и государственно-управленческое проектирование. – 2009. – Вып. 3. – Т. 2. – С. 75–93. **4.** Соколова Е. Затраты государства на информатизацию в 2015 г. составят 0,00038 % [Электронный ресурс] / Е. Соколова. – Режим доступа : http://itexpert.org.ua/rubrikator/item/40455-zatraty-gosudarstva-na-informatizatsiyu-v-2015-g-sostavyat-000038.html. **5.** Мишко С. Как развивать электронное правительство при отсутствии госфинансирования [Электронный ресурс] / С. Мишко. – Режим доступа : http://forbes.ua/business/1386531-kak-razvivat-elektronnoe-pravitelstvo-v-otsutstvie-gosfinansirovaniya.

IDENTIFYING OF BUSINESS PROCESS REQUIRING IMPROVEMENT

UDC 658.5

Kostenko Iu.

2 years undergraduate studies
Economics and Law faculty of S. Kuznets KhNUE

Annotation. *The article is devoted to description and analysis of the selecting process of foreground business processes requiring improvement in priority. The results of the research can be used by top-management, analysts the purpose of which is optimization of business processes at an enterprise and improvement of its efficiency on the whole.*

Keywords: *business process reengineering, business process optimization, the criteria for the business processes.*

Анотація. *Розглянуто та проаналізовано процес вибору пріоритетних бізнес-процесів, які першочергово потребують удосконалення. Результати дослідження можуть бути використані топ-менеджерами, аналітиками, метою яких є удосконалення бізнес-процесів на підприємстві та підвищення ефективності організації в цілому.*

Ключові слова: *бізнес-процес реінжинірингу, оптимізація бізнес-процесів, критерії для бізнес-процесів.*

Аннотация. *Рассмотрен и проанализирован процесс выбора приоритетных бизнес-процессов, требующих оптимизации. Результаты исследования могут быть использованы топ-менеджерами, аналитиками, целью которых является усовершенствование бизнес-процессов на предприятии и повышение эффективности организации в целом.*

Ключевые слова: *бизнес-процесс реинжиниринга, оптимизацияя бизнес-процессов, критерии для бизнес-процессов.*

In the conditions of highly competitive environment companies try to improve an organization's business processes, making them more effective, more efficient and more capable of adapting to an ever-changing environment. Hence, a number of firms are undertaking such business process optimization (BPO) and business process re-engineering (BPR) in order to bring the much needed innovations to change the outdated business processes [1].

Process improvement can be time-consuming and expensive that is why it is very important to select foreground business process improvement of which would give better results in shorter period. Therefore, the issue is topical for the research.

The topic about prioritization of business processes is understudied, but it is close and connected to business process optimization that is explored by S. Cook, H. Harrington, N. Kock, T. Boutros and T. Purdie [1–4]. Nevertheless the problem of selection of critical business process is weighty as in reality, in the conditions of strong competitiveness and limited resource of investments; enterprises are forced to improve the most critical processes for business.

The goal of the article is to analyze criteria systems and the selection procedure of a critical business process itself and justify the most effective one.

Almost all literature presents the similar procedure of critical business processes selection that consists of steps which are shown on the fig. 1.

Understanding of BP	Identifying of BP	Data collecting	Priorities setting	Results reviewing

Fig. 1. **The procedure of identifying a critical business processes** [5]

Understanding of business process means analysis of the pre-defined process classification, modeling of business processes flows, etc.

Identifying of business process includes deriving business functions from the built models or charts, identifying major business processes and their subsequent processes.

As for data collecting it is gathering of all existing information: previous measurements, interviews with direct workers, etc.

Priorities setting includes the following activities: evaluation of business processes using criteria system, analysis of priorities, analyzing the improvement strategy based on strategic goals of an enterprise or a project.

© Kostenko Iu., 2015

Under the results of reviewing phase it is necessary to analyze redundancy between any of two processes and finally select the target business process [5].

Different authors suggest their own systems of criteria for selection procedure: H. Harrington evaluates processes using effectiveness, efficiency and adaptability criteria [1]; T. Davenport analyzes strategic importance, process scope, needs to improve and difficulty of improvement [2]; R. Lee thinks that the most fundamental and most interactive processes, which are connected with many departments and business functions require change primarily [3]. Own methodologies are suggested by J. Choi, M, Dumas, J, Ma etc. So, after complex analysis of different methods of selecting of foreground business processes I would like to describe the most simple and effective technique.

The first step of business processes analysis is the application of Pareto principle (also known as the 80–20 rule), according to which only 20 % of all business processes should be chosen, analysis and optimization of which must be conducted in priority and they can give up to 80% of the results [2].

In order to select the foreground business processes the following prioritization criteria are used in practice:

- importance of the business process;
- problematic nature of the business process;
- possibility and cost of the business process change [1].

The first criterion is importance of the process or, in other words, the degree of its contribution to strategic goals achievement. For optimization of an organization's activity selection of the most important business processes is needed as their improvement would give the greatest results.

The second criterion used for identification of business process priority is the degree of problematical character. If a business process is rather important but at the same time its indicators are at a fairly good level there is no sense in its optimization. The classic definition of the problem is formulated as the gap between aspiration and reality. In other words, the problem is the difference between the target and the current state and, accordingly, the problematic nature of business process is characterized by the difference between the desired and current indicators of its effectiveness [2].

The following fact follows from the definition of the problem: the scope of the problem is determined by the organization's goals and depends on management's ambitions. The more ambitions and goals, the greater the problem's scope and vice versa. The following rule is widely used in business sphere. There is no need to strive for the ideal and achieve perfect operating performance indicators in order to be successful on the market – it is enough just to be a little better than competitors. Practice has shown that the advantage in 5-20% in the main indicators of competitiveness allows the company to outperform its competitors until the full market penetration. From this perspective, the degree of problematical character of business processes should be assessed not just as the gap between aspiration and reality, but as the difference between the key parameters determining the competitiveness of the company and its major competitors in the market [1].

Importance and problematic character criteria of a business process characterize the result to be obtained after optimization. In other words, they characterize the revenue part of measures to be taken for improvement of the process. Besides the revenue part it is necessary to consider costly part of suggested measures for optimization choosing the most foreground business processes. Thus, in order to take into account the costly part of changes the third criterion of the possibility and cost of changes of business process is used [3].

According to this criterion the processes improvement of which could be implemented in the simplest and cheapest way should be selected. It is also important to evaluate both financial and non-financial "costs". The examples of non-financial "costs" are moral ones associated with change management, costs leading to possible deterioration of the psychological climate in the organization because of responsibilities redistribution and possible reductions in staff, etc. In this case all negative consequences for the organization which may arise during optimization of business process are taking into account [4].

Thus, assessment of business process importance, problematical character and its possibility to change provides a mechanism for formal and objective ranking of business processes and selecting ones with the highest priority for further analysis and optimization. Of course, the most important and problematic business processes requiring fewer expenses for their optimization are in the highest priority.

Supervisor – Candidate of Sciences (Economics), Associate Professor Mazorenko O. V.

Literature: 1. Harrington H. J. Business process improvement workbook: documentation, analysis, design, and management of business process improvement / H. Harrington, K. Esseling, V. Nimwegen. – New York : McGraw-Hill, 1997. – 314 p. **2.** Cook S. Process improvement: A handbook for managers / Sarah Cook. – London : Gower Publishing Ltd, 1996. – 162 p. **3.** Kock N. F. The nature of data, information and knowledge exchanges in business processes: implications for process improvement and organizational learning / N. F. Kock, R. J. McQueen, J. L. Corner

// Learning Organization. – 1997. – Vol. 4 (2). – P. 70–80. **4.** Boutros T. The Process Improvement Handbook: A Blueprint for Managing Change and Increasing Organizational Performance / T. Boutros, T. Purdie. – New York : McGraw-Hill Professional, 2013. – 416 p. **5.** Ma J. Y. An integrated method for business process improvement / Jae Yong Ma, Byeong Wan Kim, Young Ho Seo, Choon Seong Leem, Hyungjoon Moon // International Journal of Innovative Computing. – 2012. – Vol. 8 (7). – P. 3–5.

ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ АУДИТУ ДЕБІТОРСЬКОЇ ЗАБОРГОВАНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

УДК 657.1.12

Кочена А. С.
Лебошина Т. О.

Студенти 4 курсу
факультету обліку і аудиту ХНЕУ ім. С. Кузнеця

Анотація. *Розкрито сутність теоретичних аспектів аудиту дебіторської заборгованості. Висвітлено значення аудиту дебіторської заборгованості, його мету та завдання. Досліджено теоретичні аспекти методики, основні етапи та програму аудиту дебіторської заборгованості.*

Ключові слова: *дебіторська заборгованість, аудит, програма аудиту.*

Аннотация. *Раскрыта сущность теоретических аспектов аудита дебиторской задолженности. Освещены значение аудита дебиторской задолженности, его цели и задачи. Исследованы теоретические аспекты методики, основные этапы и программа аудита дебиторской задолженности.*

Ключевые слова: *дебиторская задолженность, аудит, программа аудита.*

Annotation. *Essence of theoretical aspects of audit of account receivable is exposed. Highlights the value of the audit of accounts receivable, its goals and objectives. Theoretical aspects of the methodology, the main stages of the audit program and receivables.*

Keywords: *accounts receivable, auditing, audit program.*

Сучасний стан економіки України характеризується кризою платежів, коли дебіторська заборгованість підприємств досягає величезних сум. Важливість інформації про стан дебіторської заборгованості підприємств для користувачів фінансової звітності обумовлює постійну увагу до питань організації та методики аудиту дебіторської заборгованості. Зокрема, це стосується неоднозначної класифікації дебіторської заборгованості, різних способів розрахунку резерву сумнівних боргів, які часто протистоять один одному, різних методологічних підходів до аудиту тощо. Це, відповідно, потребує формування шляхів удосконалення організації та методики аудиту дебіторської заборгованості. У зв'язку з цим дослідження теоретичних і практичних питань щодо розробки методики аудиту дебіторської заборгованості є актуальним.

Проблемами дослідження аудиту дебіторської заборгованості займалися такі вчені, як Бутинець Ф. Ф. [1], Савченко В. Я. [2], Огійчук Ф. М. [3], Іванова Н. А. [4], Піча Ю. В., Кулаковська Л. П. [5], Мултанівська Т. В., Воінова Т. С., Вороніна О. О. [6], та ін.

Метою аудиту дебіторської заборгованості є перевірка законності виникнення дебіторської заборгованості та своєчасності її погашення, правильності обліку розрахунків та заходів, що проводяться керівництвом організації для усунення причин, що викликають виникнення незатребуваної заборгованості.

У той же час через багатоаспектність дослідження і різноманітність суб'єктів та об'єктів розрахунково-платіжних відносин багато нормативних документів мають суперечливий характер, що також вплинуло на рівень розробки окремих теоретичних і практичних аспектів аудиту дебіторської заборгованості.

Завдання аудиту дебіторської заборгованості включають:

1) установлення термінів виникнення заборгованості;

© Кочена А. С., Лебошина Т. О., 2015

2) установлення реальності досліджуваних розрахунків;

3) установлення своєчасності погашення дебіторської заборгованості;

4) установлення правильності і своєчасності документального оформлення розрахункових операцій;

5) установлення правильності відображення розрахункових операцій у регістрах бухгалтерського обліку;

6) установлення своєчасності звірки розрахунків і правильності її оформлення;

7) установлення своєчасності пред'явлення претензій і позовних заяв при непогашенні дебіторської заборгованості.

Дебіторська заборгованість визначається як сума заборгованості дебіторів підприємству на певну дату. Дебіторами можуть бути як юридичні, так і фізичні особи, які заборгували підприємству грошові кошти, їх еквіваленти або інші активи.

У ході аудиту важливе місце займає перевірка належної класифікації дебіторської заборгованості.

Дебіторська заборгованість класифікується за такими ознаками:

1) за зв'язком з нормальним операційним циклом і терміном погашення:

а) поточна – сума дебіторської заборгованості, яка виникає в ході нормального операційного циклу та буде погашена протягом дванадцяти місяців з дати балансу;

б) довгострокова дебіторська заборгованість – сума дебіторської заборгованості, яка не виникає у ході нормального операційного циклу та буде погашена після дванадцяти місяців з дати балансу.

2) за платоспроможністю дебітора:

а) безнадійну дебіторську заборгованість – поточна дебіторська заборгованість, щодо якої існує впевненість про її неповернення боржником або за якою минув термін позовної давності;

б) сумнівний борг – поточна дебіторська заборгованість, щодо якої існує невпевненість її погашення боржником.

Аудиторська перевірка складається з окремих послідовних етапів: підготовчий, проміжний, фізичної перевірки, основний (етап аудиту окремих статей звітності), заключний етап.

Підготовчий етап включає знайомство з підприємством клієнта; попередню оцінка аудиторського ризику та його компонентів; попередній вибір стратегії аудита та обсягу робіт; обмін з клієнтом листом-зобов'язанням, укладення договору на здійснення аудиту.

Після цього аудитор складає програму аудиторської перевірки дебіторської заборгованості.

Програма перевірки дебіторської заборгованості складається з:

1) оцінки правильності оформлення укладених господарських договорів;

2) підтвердження величини заборгованостей;

3) перевірка правильності кореспонденції рахунків із обліку заборгованостей;

4) перевірки даних облікових реєстрів, та звіряння їх з розрахунками Головної книги;

5) необхідно установити чи подавалися штрафні санкції постачальникам у разі порушень договірних зобов'язань.

На проміжному етапі аудитор повинен провести детальний аналіз, оцінку надійності та ефективності функціонування системи бухгалтерського обліку та внутрішнього контролю, визначити, якою мірою він може довіряти інформації, що міститься в облікових записах і документації. При цьому аудитор керується МСА 400 «Оцінка ризиків та внутрішній контроль».

Перевіряючи правильність оцінки дебіторської заборгованості, аудитору необхідно проконтролювати, чи правильно вона була оцінена відповідно до встановленої облікової політики. Так, у валюту балансу дебіторська заборгованість має входити за чистою реалізаційною вартістю, тобто за мінусом безнадійних і сумнівних боргів.

На етапі фізичної перевірки необхідно впевнитись у реальному існуванні залишків дебіторської заборгованості і з'ясувати, яким контрагентам вони належать. Для цього аудитор вибірково надсилає запити з проханням підтвердити чи назвати суму заборгованості. Інформацію про це наведено в МСА 505 «Зовнішні підтвердження», що допускає використання аудитором позитивних або негативних зовнішніх підтверджень і їх комбінації.

На основному етапі аудиту аудитор здійснює конкретні аудиторські процедури. Перевіряє повноту інформації про дебіторську заборгованість, фактичну наявність, незалежність, правильність оцінки та обачність.

При оцінці повноти інформації щодо дебіторської заборгованості аудитору необхідно з'ясувати, чи всі рахунки клієнтів були зареєстровані і чи в повному обсязі сума дебіторської заборгованості відображена на рахунках бухгалтерського обліку.

Заключний етап включає групування виявлених помилок; формування робочого листка можливих виправ-

лень; аналіз суттєвості невиправлених помилок; перевірка узгодженості показників після виправлень; оцінка можливості підприємства продовжувати свою діяльність: оформлення контрольного листа завершення аудиту; складання аудиторського висновку і формування аудиторського звіту.

Таким чином, аудит повинен бути організований так, щоб адекватно відображати всі аспекти діяльності суб'єкта, що перевіряється.

Проведення аудиту дебіторської заборгованості підприємств різних форм власності має велике значення, оскільки сприяє впорядкуванню інформації, прозорості та достовірності даних щодо розрахункових операцій із дебіторами. Звичайно, кожен аудитор має право самостійно визначати методику проведення аудиту, та все ж чітко поставлена мета і визначена методика проведення аудиту дебіторської заборгованості спростить роботу виконавця і надасть можливість отримати повну та достовірну інформацію щодо питань дебіторської заборгованості.

Науковий керівник – канд. екон. наук, викладач Дейнеко Є. В.

Література: 1. Бутинець Ф. Ф. Аудит : підручник / Ф. Ф. Бутинець. – Житомир : Рута, 2006. – 512 с. **2.** Савченко В. Я. Аудит : навч. посіб. / В. Я. Савченко. – Київ : КНЕУ, 2009. – 322 с. **3.** Огійчук М. Ф. Аудит: організація і методика : навча. посіб. для вузів / М. Ф. Огійчук, І. Т. Новіков, І.І . Рагуліна. – Київ : Алерта. 2010. – 584 с. **4.** Іванова Н. А. Організація і методика аудиту : [навч. посіб.] / Н. А. Іванова, О. В. Ролінський. – Київ : ЦУЛ. 2008. – 216 с. **5.** Кулаковська Л. П. Основи аудиту : навч. посіб. для студентів вищ. навч. закл. освіти / Л. П. Кулаковська, Ю. В. Піча. – Київ : Каравела ; Львів : Новий світ-2000, 2010. – 504 с. **6.** Мултанівська Т. В. Аудит : навч. посіб. / Т. В. Мултанівська, Т. С. Воінова, О. О. Вороніна. – Харків : Вид-во ХНЕУ, 2010. – 336 с. **7.** Про аудиторську діяльність [Електронний ресурс] : Закон України від 22.04.93 № 3125-XII. – Режим доступу : http: //zakon3.rada.gov.ua/laws/show/3125-12.

РОЛЬ ИНВЕСТИЦИЙ В ЭКОНОМИКЕ УКРАИНЫ

УДК 331.5 (477)

Кравченко А. В.

Студент 2 курса
факультета экономики и права ХНЭУ им. С. Кузнеца

Аннотация. *Рассмотрена роль инвестиций в экономике, их сущность и классификация по определенным признакам. Проанализированы основные проблемы, препятствующие увеличению притока инвестиций в Украину, и выявлены возможные пути их преодоления.*

Ключевые слова: *иностранные инвестиции, экономика, инвестиционная привлекательность.*

Анотація. *Розглянуто роль інвестицій в економіці, їх сутність і класифікацію за певними ознаками. Проаналізовано основні проблеми, які перешкоджають збільшенню припливу інвестицій в Україну, та виявлено можливі шляхи їх подолання.*

Ключові слова: *іноземні інвестиції, економіка, інвестиційна привабливість*

Annotation. *This article discusses the role of investment in the economy, their nature and classification according to certain characteristics. Analyzed the main problems that hinder the increase of inflows in Ukraine and identified possible ways of overcoming them.*

Keywords: *foreign investment, economy, investment attractiveness.*

В центре внимания экономической науки всегда находились исследования проблем роли инвестиций в экономических процессах, активизации инвестирования экономики. Это обусловлено тем, что инвестиции затраги-

© Кравченко А. В., 2015

вают самые глубинные основы хозяйственной деятельности, определяя процесс экономического роста в целом. Инвестиции являются средством обеспечения условий выхода из экономического кризиса, структурных сдвигов в народном хозяйстве и технического прогресса, повышения качественных показателей хозяйственной деятельности на микро- и макроуровнях. Поэтому вопрос о влиянии инвестиций на экономические процессы является одним из важнейших в современных условиях хозяйствования.

Исследованию роли инвестиций в Украине посвящены работы многих ведущих отечественных ученых, таких как: М. Денисенко, Я. Жалило, А. Музыченко, А. Пересада, Н. Татаренко, В. Федоренко и др.

Целью данной статьи является рассмотрение сущности инвестиций и их роли в экономике, а также выявление путей активизации инвестиционной деятельности в Украине.

Само понятие инвестиции (от лат. investio – одеваю) означает вложения капитала в отрасли экономики внутри страны и за границей. Различают финансовые (покупка ценных бумаг) и реальные инвестиции (вложения капитала в промышленность, сельское хозяйство, строительство, образование и др.) [1]. Инвестиции играют центральную роль в экономическом процессе, они предопределяют общий рост экономики, обеспечивают динамичное развитие предприятий и позволяют решать такие задачи, как расширение собственной предпринимательской деятельности за счет накопления финансовых и материальных ресурсов; приобретение новых предприятий; диверсификация деятельности вследствие освоения новых областей бизнеса.

Для характеристики инвестиций существенное теоретическое и практическое значение имеет определение их разновидностей по определенным классификационным признакам, их функционально-элементный состав (табл. 1).

Таблица 1

Классификация инвестиций [2]

Критерии	Виды инвестиций
По совместимости осуществления инвестиции	– Независимые – Зависимые
По объекту инвестирования	– Реальные – Финансовые – Инновационные – Интеллектуальные
По характеру участия в инвестиционном процессе	– Прямые – Непрямые
По периоду инвестирования	– Краткосрочные – Долгосрочные
По региональному признаку	– Внутренние – Внешние
По форме собственности	– Государственные – Частные – Общие – Иностранные

В процессе функционирования предпринимательской деятельности выбор конкретной формы инвестирования определяется многими факторами: во-первых, задачами отраслевой, товарной и региональной диверсификации деятельности предприятия; во-вторых, возможностями внедрения новых технологий на фирме; в-третьих, наличием собственных инвестиционных ресурсов и (или) возможностью привлечения заемных ресурсов. Осуществление инвестиций является важнейшим условием достижения стратегических целей и тактических задач развития предприятия, а следовательно, они играют ключевую роль в системе обеспечения его эффективного функционирования.

Для Украины повышение инвестиционной привлекательности является стратегически важной задачей и основой для решения социально-экономических проблем, стоящих перед нашей страной. Нужно отметить, что Украина обладает огромным потенциалом для привлечения инвестиций: богатые природные ресурсы и благоприятные природные условия Украины значительно способствуют этому. Перспективными отраслями для инвестирования могли бы стать: сельскохозяйственная, туристическая и энергетическая [2].

К сожалению, в настоящее время в Украине сложилась такая экономико-политическая ситуация, которая значительно усложняет инвестиционную деятельность. Однако, несмотря на высокий спрос на иностранные инвестиции с украинской стороны, с каждым месяцем объем иностранных инвестиций уменьшается. Об этом говорится в еженедельном аналитическом вестнике Международного центра перспективных исследований (МЦПИ) «Inside Ukraine» [3].

Рассмотрим динамику прямых иностранных инвестиций в национальную экономику Украины за 2013-2014 гг. Согласно данным платежного баланса за 2014 г. дефицит прямых иностранных инвестиций составлял $594 млн, то есть объем прямых инвестиций из Украины превысил объем вложенных инвестиций в Украину. Если сравнивать с аналогичным периодом предыдущего года, то период 2013 г. был профицитным, объем ввезенных на территорию Украины прямых иностранных инвестиций превысил объем вывезенных на $3 млрд [4]. Иностранные портфельные инвестиции также характеризуются отрицательной динамикой.

Основными причинами, препятствующими привлечению иностранных инвестиций, стали: низкий уровень доверия к власти, интенсивное вмешательство органов государственной власти в сектор частного бизнеса, значительная доля теневого сектора в экономике, отсутствие четкой стратегии экономического развития страны, нестабильность в области налогообложения, нестабильная политической ситуация в стране.

На сегодняшний день Украине как никогда необходимо улучшить инвестиционный климат и провести ряд социально-экономических реформ, чтобы привлечь в экономику страны иностранные инвестиции. Под термином «инвестиционный климат» понимают совокупность политических и экономических условий, которые формируются в стране для вложений временно свободных денежных средств в целях получения дохода в будущем [6]. Основные направления улучшения инвестиционного климата: стабилизация банковской системы и политической ситуации в стране; совершенствование правовой базы [5].

Решение этих социально-экономических проблем, являющихся барьером для инвесторов, позволит Украине значительно улучшить инвестиционный климат и тем самым ускорить темпы экономического роста, повысить деловую активность страны и улучшить благосостояние населения. Привлечение иностранных инвестиций в национальную экономику позволит Украине выйти на новый уровень развития, а именно: привлечь новейшие технологии, способствующие повышению конкурентоспособности национального производства на мировых рынках, обеспечить высокий уровень качества продукции, снизить уровень безработицы путём создания дополнительных рабочих мест.

Из проведенного исследования следует, что инвестиции представляют собой важнейшую экономическую категорию расширенного воспроизводства, играющую ключевую роль в реализации структурных сдвигов в экономике и формировании народнохозяйственных пропорций на макроуровне, адекватных рыночным формам хозяйствования. Сложившаяся в настоящее время в Украине кризисная ситуация фактически парализовала инвестиционный процесс как на микро- так и макроуровне. Это проявилось в абсолютном сокращении объема капитальных вложений и деформации источников их формирования, резком снижении реального производственного накопления. Поэтому поиск путей стабилизации экономики предполагает активизацию инвестиционной деятельности, которая прежде всего должна быть сориентирована на коренные структурные преобразования. Это, в первую очередь, касается такой основополагающей пропорции воспроизводства, как соотношение между фондами накопления и потребления в составе национального дохода.

Научный руководитель – канд. экон. наук, доцент Лесная И. Ф.

Литература: 1. Гайдуцкий А. П. Мотивационные факторы международных инвестиционных процессов / А. П. Гайдуцкий // Финансы Украины. –2004. – № 12. – С. 50–57. **2.** Міністерство фінансів України : офіц. сайт [Электронный ресурс]. – Режим доступа : http://index.minfin.com.ua/index/fdi/?2014. **3.** Нащёкина О. Н. Иностранные инвестиции в Украине: проблемы и перспективы / О. Н. Нащёкина, О. Т. Белякова // Вісник національного технічного університету «Харківський політехнічний інститут». – 2012. – № 56 (962). – С. 130–134. **4.** Пересада А. А. Управление инвестиционным процессом / А. А. Пересада. – Киев : Финансы и статистика, 2002. – 471 с. **5.** Пехник А. В. Иностранные инвестиции в экономику Украины : учеб пособие / А. В. Пехник. – Киев : Знання, 2007. – 335 с.

ОЦІНКА ЕФЕКТИВНОСТІ ФОРМУВАННЯ ТА ВИКОРИСТАННЯ ФІНАНСОВИХ РЕСУРСІВ ПІДПРИЄМСТВА

УДК 658.14/17:620,9(477.54)

Кравченко Г. В.

Студент 4 курсу
фінансового факультету ХНЕУ ім. С. Кузнеця

Анотація. *Розглянуто застосування методу таксономії для визначення інтегрального показника рівня ефективності формування та використання фінансових ресурсів АК «Харківобленерго». За допомогою цього підходу проведено аналіз динаміки показників, що характеризують структуру та раціональність використання фінансових ресурсів підприємства.*

Ключові слова: *фінансові ресурси, коефіцієнт таксономії, таксономічний аналіз.*

Аннотация. *Рассмотрено применение метода таксономии для определения интегрального показателя уровня эффективности формирования и использования финансовых ресурсов АК «Харьковоблэнерго». С помощью данного подхода проведен анализ динамики показателей, характеризующих структуру и рациональность использования финансовых ресурсов предприятия.*

Ключевые слова: *финансовые ресурсы, коэффициент таксономии, таксономический анализ.*

Annotation. *The possibility of using taxonomic method integral index of efficiency of formation and use of financial resources AK «Kharkivoblenergo» was considered. With this approach the analysis of indexes characterizing the structure and rational use of financial resources, was made in dynamics.*

Keywords: *financial resources, factor taxonomy, taxonomic analysis.*

Постійне удосконалення структури фінансових ресурсів та оптимізація ефективності їх використання є визначальним завданням підприємства. Адже від того, наскільки якісно відстежуються основні показники, що визначають раціональне формування та використання фінансових ресурсів, залежить подальший економічний розвиток підприємства, створення умов для постійної платоспроможності та прибутковості виробничої діяльності і, найголовніше, його фінансова стійкість та стабільність. В економічній науці серед методів, що дозволяють оцінювати явища за допомогою побудови інтегрального показника, найбільшого поширення набув метод таксономії. Цей метод ґрунтується на побудові узагальнюючої оцінки складного суб'єкта або процесу. Тому використання таксономічного аналізу для оцінки ефективності формування та використання фінансових ресурсів буде цілком доречним.

Метою цієї статті є визначення інтегральних показників рівня ефективності формування і використання фінансових ресурсів підприємства.

Дослідженням питання використання методу побудови таксономічного показника для обґрунтування економічних явищ займались такі вітчизняні та зарубіжні вчені, як М. Ю. Воробйов, В. М. Плюта, А. Д. Шеремет, С. А. Айвазян, Н. В. Сабліна та ін. [1–4].

Для формування ефективної структури фінансових ресурсів та удосконалення результативності їх використання доцільним буде спочатку визначити, які – абсолютні чи відносні – показники мали значний вплив на формування отриманих фінансових результатів, а саме чистого доходу та чистого прибутку, а також на загальний обсяг фінансових ресурсів, що знаходяться у наявності підприємства. З цією метою доцільним є застосування кореляційно-регресійного аналізу, що дозволить виокремити серед сукупності критеріїв що мають вплив на структуру, а саме на формування чистого прибутку та на загальний обсяг фінансових ресурсів. Основою для розрахунків стали показники результатів діяльності АК «Харківобленерго» у 2004–2014 рр.

У результаті побудови множинної кореляційно-регресійної моделі було визначено що на формування оптимального обсягу фінансових ресурсів досліджуваного підприємства найбільший вплив мали показники концентрації позикового капіталу, структури покриття довгострокових вкладень і коефіцієнт забезпеченості власними оборотними коштами, а на отримання чистого прибутку – коефіцієнт фінансової залежності та коефіцієнт оборотності оборотних активів (рис. 1).

Таким чином, отримані результати складуть основу для визначення інтегральних показників, що характеризують структуру та ефективність використання фінансових ресурсів.

Головною метою використання методу таксономії є здобуття інформації про наявність або відсутність однорідності в досліджуваній сукупності об'єктів. Таксономічний показник може набувати значення в інтервалі [0; 1] та має при цьому таку інтерпретацію: окремий об'єкт (процес) у цьому періоді тим більше розвинутий, чим

© Кравченко Г. В., 2015

ближче значення узагальнюючого показника до одиниці. З його допомогою можна оцінити досягнутий у деякий період або момент часу "середній" рівень значення ознак, що характеризують явище чи процес [2].

Regression Summary for Dependent Variable: Обсяг фінансових
R= ,99211681 R?= ,98429577 Adjusted R?= ,96466549
F(5,4)=50,142 p<,00106 Std.Error of estimate: 1104E2

N=10	Beta	Std.Err. of Beta	B	Std.Err. of B	t(4)	p-level
Intercept			2806210	160992	17,43073	0,000064
Коефіцієнт співвідношення позикових та	0,241586	0,311099	168655	217183	0,77656	0,480782
Коефіцієнт концентрації позикового капі	-0,989606	0,312586	-2912116	919847	-3,16587	0,033992
Коефіцієнт структури покриття довгостр	0,706219	0,192209	3009929	819201	3,67423	0,021312
Коефіцієнт забезпеченості власними об	0,986578	0,297578	589542	177821	3,31536	0,029506
Коефіцієнт довгострокового залучення к	0,500275	0,317806	2087413	1326057	1,57415	0,190567

Regression Summary for Dependent Variable: ЧП (Spreadshee
R= ,94409152 R?= ,89130880 Adjusted R?= ,86025417
F(2,7)=28,701 p<,00042 Std.Error of estimate: 9840,3

N=10	Beta	Std.Err. of Beta	B	Std.Err. of B	t(7)	p-level
Intercept			202090,3	24878,48	8,12310	0,000083
Коефіцієнт фінансової залежності	-1,58220	0,208858	-49875,4	6583,79	-7,57549	0,000129
Коефіцієнт оборотності оборотних активів	-1,25467	0,208858	-14244,7	2371,22	-6,00731	0,000538

Рис. 1. **Результати побудови множинної кореляційно-регресійної моделі ефективності формування та використання фінансових ресурсів підприємства**

Одним із етапів методу таксономії є диференціація ознак, при цьому всі змінні необхідно розділити на стимулятори та дестимулятори. Підставою для такого розподілу є характерний вплив кожного з показників на рівень розвитку досліджуваного об'єкта. Ознаки, які здійснюють позитивний (стимулюючий) вплив на загальний рівень розвитку об'єкта, називаються стимуляторами, а ознаки, що уповільнюють розвиток підприємства – дестимуляторами. Такий поділ ознак на стимулятори та дестимулятори є основою для побудови вектора-еталона. Таким чином, як дестимулятори для визначення показника ефективності формування фінансових ресурсів виступають показники концентрації позикового капіталу (X1) та коефіцієнт структури покриття довгострокових вкладень (X2). Показник забезпеченості власними оборотними коштами (X3) виступає як стимулятор.

Відповідно до методики, запропонованої В. М. Плютою [2], на основі розрахованих значень було обчислено значення коефіцієнта таксономії рівня ефективності формування фінансових ресурсів, динаміку зміни якого у 2004–2014 рр. відображено графічно на рис. 2.

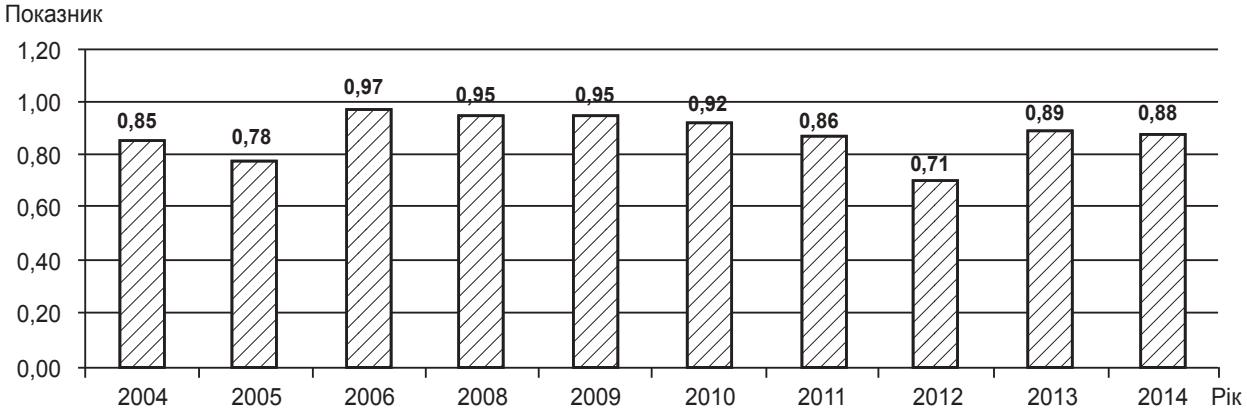

Рис. 2. **Динаміка змін інтегрального показника рівня ефективності формування фінансових ресурсів АК «Харківобленерго» у 2004–2014 рр.**

Отже, як видно з наведеного рис. 2, показник таксономії на підприємстві АК «Харківобленерго» був нестабільним протягом досліджуваного періоду. Зокрема, найоптимальніше фінансові ресурси були сформовані у період з 2006–2010 рр., про що свідчить високе значення інтегрального показника. Низькі значення коефіцієнта таксономії спостерігаються у 2005 р. та станом на 2012 р. Така ситуація була спричинена, зокрема, нестачею власних оборотних коштів і підвищеною концентрацією позикового капіталу у структурі фінансових ресурсів.

Станом на 2014 р. показник таксономії дещо зменшився порівняно з попереднім роком, тому для запобігання подальшому зниженню ефективності формування фінансових ресурсів існує необхідність у розробці практичних рекомендацій для поліпшення структури фінансових ресурсів досліджуваного підприємства.

Щодо інтегрального показника ефективності використання фінансових ресурсів, то були отримані такі дані, що наведені на рис. 3.

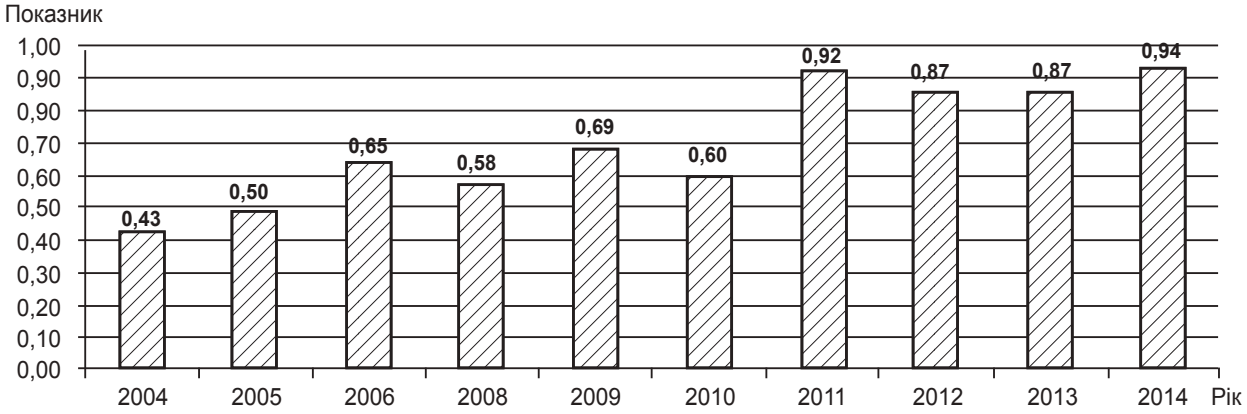

Рис. 3. **Динаміка інтегрального показника рівня ефективності використання фінансових ресурсів АК «Харківобленерго» станом на 2004–2014 рр.**

Таким чином, як бачимо з наведеного рис. 3, протягом аналізованого періоду показник таксономії є нестабільним. Найнижче значення коефіцієнта таксономії спостерігається у 2004 р., що свідчить про низькі показники використання фінансових ресурсів, можливу збитковість і порушення фінансової стійкості та стабільності підприємства спричинене фінансовою кризою, яке переживало підприємство на той час.

Але у подальших роках ситуація поступово покращується, та відбувається значне вирівнювання інтегрального показника. Високі значення цього показника спостерігаються протягом 2011–2014 рр., тобто можна стверджувати, що використання фінансових ресурсів у цьому періоді було ефективним і раціональним, і підтвердженням цьому є наявність чистого прибутку, що впродовж звітних років помітно збільшувався.

Отже, у результаті проведеного дослідження можна зробити висновок, що застосування таксономічного аналізу для визначення інтегрального показника ефективності формування та використання фінансових ресурсів підприємства дає можливість уникнути аналізу значної кількості окремих коефіцієнтів, виявлення динаміки зміни показника та факторів впливу на ефективність формування та використання фінансових ресурсів. Тому застосування таксономічного аналізу значною мірою підвищує результативність оцінки структури та раціональності використання фінансових ресурсів.

Науковий керівник – канд. екон. наук, доцент Латишева І. Л.

Література: 1. Воробйов Ю. М. Оптимізація фінансових ресурсів підприємства / Ю. М. Воробйов // Фінанси України. – 2011. – № 6. – С. 96–104. **2.** Плюта В. М. Сравнительный анализ в экономических исследованиях: Методы таксономии и факторного анализа / В. Плюта ; пер. с науч. ред. В. М. Жуковой. – М. : Статистика, 1980. – 151 с. **3.** Саблина Н. В. Использование метода таксономии для анализа ресурсов предприятия [Електронний ресурс] / Н. В. Саблина, В. А. Теличко. – Режим доступу : http://www.nbuv.gov.ua/portal/Soc-_Gum/Bi/2009_3/78-82.pdf. **4.** Щербань О. Д. Визначення ефективності використання фінансових ресурсів підприємства / О. Д. Щербань // Вісник економіки транспорту і промисловості. – 2013. – № 42. – С.156–159.

ФИСКАЛЬНАЯ ПОЛИТИКА УКРАИНЫ В УСЛОВИЯХ КРИЗИСА И ПОЛИТИЧЕСКОЙ НЕСТАБИЛЬНОСТИ

УДК 336.02(477)

Кривуля А. Д.

Студент 1 курса
факультета международных экономических отношений ХНЭУ им. С. Кузнеца

Аннотация. *Исследована эффективность осуществления фискальной политики Украины. Установлена роль налоговых поступлений в формировании доходов государственного и местных бюджетов Украины. Осуществлен анализ бюджетных расходов. Определены ключевые проблемы реализации фискальной политики Украины. Рассмотрены последние изменения в фискальной политике в условиях кризиса и эффективность их осуществления.*

Ключевые слова: *фискальная политика, государственный бюджет, налоговые поступления, бюджетные расходы.*

Анотація. *Досліджено ефективність здійснення фіскальної політики України. Встановлено роль податкових надходжень у формуванні доходів державного та місцевих бюджетів України. Здійснено аналіз бюджетних видатків. Визначено ключові проблеми реалізації фіскальної політики України. Розглянуто останні зміни до фіскальної політики в умовах кризи й ефективність їх здійснення.*

Ключові слова: *фіскальна політка, державний бюджет, податкові надходження, бюджетні витрати.*

Annotation. *The paper studies the effectiveness of the fiscal policy of Ukraine. The role of tax revenue in the formation of incomes of the state and local budgets of Ukraine. The analysis of budget expenditures. Identified key problems of implementation of fiscal policy in Ukraine. We consider the recent changes in fiscal policy in times of crisis and the effectiveness of their implementation.*

Keywords: *fiscal policy, national budget, tax revenues, budgetary costs.*

В современных условиях фискальной политике отводится важное место в экономической политике, поскольку она обладает действенными инструментами и выполняет важные для государства и населения функции. Вопрос о роли фискальной политики как инструмента регулирования экономики является особенно актуальным на сегодня, когда возникла реальная потребность поиска источников выхода из кризиса, борьбы с инфляцией, обеспечения надлежащего жизненного уровня населения, стимулирования развития национального производства, так как всего этого можно достичь при ее эффективном применении.

Целью статьи является исследование практичности фискальной политики Украины и определение ее стратегических целей.

Весомый вклад в разработку предложений по формированию фискальной политики сделали такие отечественные и зарубежные ученые: И. Лунина, В. Балицкая, А. Короткевич, Н. Фролова, Т. Волк, А. Водянников, И. Коноваленко, С. Буряк, В. Филонич, которые в своих научных трудах исследовали проблемы пополнения государственного бюджета и методы по минимизации влияния финансового кризиса на налоговое реформирование в Украине. На сегодняшний день существует потребность в осуществлении дальнейших исследований в этой сфере, учитывая экономические реалии и угрозы нашей стране и ее национальной экономике.

Фискальная политика в Украине – это правительственное влияние на экономику через налогообложение, формирование объема и структуры государственных расходов с целью обеспечения надлежащего уровня занятости, предотвращения и ограничения инфляции и пагубного воздействия циклических колебаний [6, с. 596].

Одной из составляющих фискальной политики является налоговая политика. Налоговые поступления являются наиболее важным источником доходов государства. Так, за 2011–2013 гг. удельный вес налоговых поступлений в доходах государственного бюджета Украины оставался высоким, достигнув своего максимума в 2011 г. на уровне 83,1 %. Уже в 2012 г. при росте абсолютного объема налоговых поступлений их доля в доходах государственного бюджета снизилась. В свою очередь, в 2013 г. по сравнению с предыдущим годом наблюдалось сокращение как абсолютного объема налоговых поступлений (на 11,9 млрд грн), так и их удельного веса (на 1,9 %). В частности, поступления основного бюджетообразующего налога – НДС – уменьшились на 10,5 млрд грн [1].

Дефицит финансовых ресурсов обусловил принятие следующих мер фискальной политики. Законом Украины «О предотвращении финансовой катастрофы и создания предпосылок для экономического роста в Украине» от 27 марта 2014 № 1166-VII [2] увеличены ставки акцизного налога на отдельные виды подакцизной продукции.

© Кривуля А. Д., 2015

Отметим, что Законом Украины «О внесении изменений в Налоговый кодекс Украины и некоторые другие законодательные акты Украины» от 31 июля 2014 № 1621-VII [3] было предусмотрено повышение с 1 сентября 2014 г. ставок акцизного налога на табачные изделия и минимального акцизного налогового обязательства по уплате акцизного налога с табачных изделий.

Также Законом Украины № 1166-VII [2] введено прогрессивное налогообложение пассивных доходов физических лиц. Так, налогообложения процентов, дивидендов, роялти и инвестиционной прибыли, начисленных (выплаченных) в пользу физических лиц в течение отчетного месяца, осуществляется налоговым агентом при каждом начисления (выплаты) с применением ставки в размере 15 %, что не исключает обязанности получателя таких доходов по осуществлению годового перерасчета по совокупности ставок:

1) если база налогообложения отчетного налогового года не превышает 204 прожиточных минимумов – 15 %;

2) если база налогообложения отчетного налогового года превышает 204 прожиточных минимума, но не превышает 396 прожиточных минимумов, к сумме такого превышения – 20 %;

3) если база налогообложения отчетного налогового года превышает 396 прожиточных минимумов, к сумме такого превышения – 25 %.

При этом в общий месячный (годовой) налогооблагаемый доход плательщика налога не включаются пассивные доходы.

В свою очередь, в контексте реализации региональной фискальной политики отметим, что налоговые поступления занимают львиную долю в формировании доходов местных бюджетов Украины, которая за 2010–2014 гг. колебалась в пределах 38,1 % до 42,4 %. Основным бюджетообразующим налогом местных бюджетов выступает налог на доходы физических лиц (НДФЛ), удельный вес которого колебался в пределах от 27,1 % до 32,0 %.

Однако актуальными проблемами формирования доходной части местных бюджетов Украины остаются слабая собственная финансовая база (доля местных налогов и сборов в 2013 г. составила лишь 3,3 %) и значительная зависимость от официальных трансфертов, предоставляемых из Государственного бюджета Украины. Наряду с этим отметим, что принятие Налогового кодекса Украины положительно сказалось на системе местного налогообложения, главным образом это отнесение единого налога в число местных налогов и сборов.

Весомым альтернативным источником формирования финансовых ресурсов государства являются заимствования. Несмотря на относительно безопасный уровень государственного долга по отношению к ВВП (в 2013 г. данный показатель составил 33 %), проблематика функционирования государственных заимствований связана со стремительным наращиванием их объемов и ростом нагрузки на государственный бюджет в связи с необходимостью обслуживания государственного долга.

В свою очередь, анализ налоговых инструментов фискальной политики свидетельствует, что приоритетными статьями расходов Государственного бюджета Украины на протяжении нескольких лет остаются, в первую очередь, расходы на социальную защиту и социальное обеспечение, общегосударственные функции и экономическую деятельность [1]. Можно заметить, что негативными тенденциями в сфере бюджетных расходов в 2013 г. были: увеличение доли расходов государственного бюджета на общегосударственные функции и уменьшение доли расходов на экономическую деятельность.

В свою очередь, приоритетными статьями расходов местных бюджетов Украины является образование, здравоохранение и социальные защита и обеспечение.

Стоит отметить, что в связи с текущей экономической ситуацией в Украине и внешними угрозами нашей стране существует объективная необходимость в применении адекватных и эффективных мер фискальной политики. Поэтому были внесены изменения в Закон Украины «О Государственном бюджете Украины на 2014 год», касающиеся объема бюджетных расходов. Согласно Закону Украины от 31 июля 2014 № 1622-VII [5], несмотря на незначительный рост общего планового объема расходов государственного бюджета с 436,7 млрд грн до 441,6 млрд грн, произошло существенное их сокращение по отдельным статьям согласно ведомственной классификации [5].

Также Законом Украины от 31 июля 2014 № 1622-VII [5] установлено, что членам Кабинета Министров Украины, руководителям центральных органов исполнительной власти и других государственных органов (кроме органов, подразделения которых принимают участие в проведении антитеррористической операции), народным депутатам Украины до завершения антитеррористической операции заработная плата начисляется только в размере должностного оклада.

Также для обеспечения оборонной деятельности государства был введен временно до 1 января 2015 года Военный сбор. Так, объектом обложения сбора являлись доходы в форме заработной платы, других поощрительных и компенсационных выплат или других выплат и вознаграждений, которые начисляются (выплачиваются, предоставляются) плательщику в связи с трудовыми отношениями и по гражданско-правовым договорам; выигрыша в государственную и негосударственную денежную лотерею, выигрыш игрока (участника), полученного

от организатора азартной игры. Ставка сбора составляет 1,5 % от объекта налогообложения [3]. Плательщиками военного сбора являются физические лица – резиденты и нерезиденты.

Совершенствование налоговой системы приобретает особенно важное значение и является важным аспектом социально-экономических преобразований в Украине. Совершенствование системы налогообложения должно осуществляться, исходя из стратегических целей нашего государства – построения конкурентоспособной социально ориентированной рыночной экономики и интеграции в европейское сообщество [7].

Тем не менее, налоговая система Украины требует дальнейшего совершенствования, что объясняется следующим: обеспечение использования конкурентоспособности национальной экономики в значительной степени определяется эффективностью системы налогообложения. Сейчас в Украине начался новый этап реформирования налоговой системы, что требует теоретического переосмысления проблем налогообложения. К 2018 г. налоговая политика будет реформирована на основании Стратегии реформирования налоговой системы Украины.

В последние пять лет в Украине наблюдается ситуация, при которой происходит крайне неравномерное распределение налоговой нагрузки; продление содержания значительных льгот и привилегий; значительная часть поступлений от приватизации, которая закладывалась в предыдущие годы в доходную часть бюджета и использовалась на потребление и погашение долговых обязательств, а не на финансирование предприятий [7].

Для того чтобы определить факторы совершенствования бюджетной политики на данном этапе экономического развития Украины, необходимо выделить следующие основные ее проблемы, такие как: несбалансированность обязательств и ресурсов на всех уровнях бюджетной системы и избыточность долгового бремени; неэффективность и обременительность налоговой системы; неэффективность значительной части бюджетных расходов; превышение государственных нужд и обязательств; незавершенность формирования эффективной системы управления государственными финансами.

Одной из самых острых проблем фискальной политики является финансовое наполнение бюджета и оптимизация затрат, особенно в период экономического кризиса. Совершенствование фискальной политики должно повысить конкурентоспособность экономики Украины, активизировать инновационно-инвестиционную составляющую развития, положительно повлиять на структурные процессы в реальном секторе экономики, чем обеспечить динамичный экономический рост с повышением уровня и качества жизни населения [7].

Таким образом, Украине для перехода к стимулирующей бюджетной политике необходимо решить две, на первый взгляд, взаимоисключающие задачи – увеличение бюджетных доходов и снижение налоговой нагрузки до уровня, способствующего росту производства. Это свидетельствует о сложности использования фискальной политики как регулятора экономики. Использование неадекватной фискальной политики или строгая ориентация на зарубежный опыт может привести к негативным последствиям.

Поэтому, несмотря на уже проведенные в 2013–2014 гг. меры фискальной политики, направленные на решение тактических задач, стратегическими целями фискальной политики Украины должны стать: детенизация экономики, создание благоприятного инвестиционного климата, оптимизация структуры бюджетных расходов, укрепление их экономической и оборонной составляющих, обеспечение инвестиций в человеческий капитал и проведение взвешенной долговой политики.

Научный руководитель – канд. экон. наук, старший преподаватель Пивовар И. В.

Литература: 1. Виконання державного бюджету [Электронный ресурс] / Державна казначейська служба України. – Режим доступа : http://treasury.gov.ua/main/uk/doccatalog/list?currDir=146477. **2.** Про запобігання фінансової катастрофи та створення передумов для економічного зростання в Україні [Электронный ресурс] : Закон України від 27.03.2014 № 1166-VII. – Режим доступа : http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/1166-18. **3.** Про внесення змін до Податкового кодексу України та деяких інших законодавчих актів України [Электронный ресурс] : Закон України від 31.07.2014 № 1621-VII. – Режим доступа : http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/1621-18. **4.** Податковий кодекс України [Электронный ресурс] : Закон України від 02.12.2010 № 2755-VI. – Режим доступа : http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/2755-17. **5.** Про внесення змін до Закону України «Про Державний бюджет України на 2014 рік» [Электронный ресурс] : Закон України від 31.07.2014 № 1622-VII. – Режим доступа : http://zakon0.rada.gov.ua/laws/show/1622-18. **6**. Базилевич В. Д. Макроекономіка : підручник / За ред. В. Д. Базилевича. – Київ : Знання, 2007. – 703 с. **7.** Опарін В. М. Фінансовий потенціал України: методологічні засади визначення, кількісні параметри та напрями його нарощування / В. М. Опарін, С. С. Шумська ; за заг. ред. А. І. Даниленка // Фінансова політика та податково-бюджетні важелі її реалізації. – Київ : Фенікс, 2008. – С. 77–98.

ОСОБЛИВОСТІ СИСТЕМИ ВНУТРІШНЬОГО АУДИТУ ДЕБІТОРСЬКОЇ ЗАБОРГОВАНОСТІ

УДК 657.633.5

Крута Л. С.

Магістрант 1 року навчання
факультету обліку і аудиту ХНЕУ ім. С. Кузнеця

Анотація. *Визначено сутність та правові засади внутрішнього аудиту в Україні; проаналізовано ряд завдань під час проведення внутрішнього аудиту дебіторської заборгованості та сформовано модель роботи цієї системи.*

Ключові слова: *внутрішній аудит, дебіторська заборгованість, Міжнародні стандарти аудиту, контрагенти.*

Аннотация. *Определены сущность и правовые основы внутреннего аудита в Украине; проанализирован ряд задач при проведении внутреннего аудита дебиторской задолженности и сформирована модель работы этой системы.*

Ключевые слова: *внутренний аудит, дебиторская задолженность, Международные стандарты аудита, контрагенты.*

Annotation. *Essence and legal principles of internal audit in Ukraine analyzed a number of tasks conducted in internal audit and accounts receivable resulting generated model of the system.*

Keywords: *internal audit, accounts receivable, International standards, of audit contractors.*

У сучасних кризових умовах економічна ситуація в країні характеризується значною часткою неплатежів. Певною мірою цей факт підсилюються незадовільним станом контролю в середині підприємств за виконанням договірних зобов'язань. Розрахунки з контрагентами складають основу процесу забезпечення безперервної діяльності суб'єктів господарювання. Затягування строків отримання платежів і погашення зобов'язань призводить до сповільнення операційного циклу та зниження ділової активності підприємства. Крім того, вартість грошей з урахуванням фактора часу має тенденцію до зниження, що негативно впливає на їх покупну спроможність і призводить до скорочення ресурсів підприємств. Загальноприйнятною є думка, що впровадження системи внутрішнього аудиту – найбільш ефективний інструмент оперативного контролю на підприємстві, тому вивчення особливостей здійснення такої форми управлінського моніторингу є актуальним.

Проведений аналіз літературних джерел показав, що цією тематикою займались Я. Делоач, Д. Флешер, С. Рамамурті, а також С. Береза, М. Білуха, Ф. Бутинець, Є. Дедков, Р. Джога, О. Добровольська, В. Завгородній, А. Кузьмінський, Л. Нападовська, В. Онищук, Б. Усач, В. Шевчук, М. Яструбський та ін. Проте низький рівень використання інструменту внутрішнього аудиту дебіторської заборгованості свідчить про фрагментарне вивчення особливостей впровадження цієї системи.

Метою статті є дослідження особливостей організації внутрішнього контролю розрахунків із дебіторами на українських підприємствах, що формує підґрунтя для прийняття своєчасних та ефективних управлінських рішень у процесі здійснення фінансово-господарської діяльності, а також визначення напрямків її удосконалення та розвитку. Для досягнення мети необхідно виконати ряд завдань, серед яких: по-перше, визначити завдання внутрішнього аудиту в цілому та законодавчу базу, яка регулює його ведення; по-друге, сформулювати задачі та модель роботи системи внутрішнього аудиту дебіторської заборгованості; по-третє, виокремити на основі дослідженого особливості ведення внутрішнього аудиту саме дебіторської заборгованості порівняно з іншими об'єктами обліку.

Як зазначають В. В. Немченко та О. Ю. Редько, «внутрішній аудит є одним із небагатьох доступних і водночас недооцінених ресурсів, правильне використання яких може підвищити ефективність роботи компанії» [1].

Відповідно до Міжнародних професійних стандартів внутрішнього аудиту завданням внутрішнього аудиту є оцінювання ризиків, пов'язаних із корпоративним управлінням, операційною діяльністю компанії та її інформаційними системами, в частині досягнення стратегічних цілей компанії; достовірність і цілісність інформації про фінансово-господарську діяльність; ефективність і результативність діяльності і програм; збереження активів; відповідність вимогам законів, нормативних актів, політики, процедур і договірних зобов'язань [2].

Отже, добре налагоджена система внутрішнього аудиту в компанії є гарантом успішного ведення бізнесу і позитивним сигналом для інвесторів і кредиторів. Необхідність розвитку внутрішнього аудиту обумовлена й недосконалістю регуляторної, митної та податкової систем в Україні.

© Крута Л. С., 2015

Незважаючи на те, що сьогодні в Україні популяризується всіляко впровадження внутрішнього аудиту, не розроблено національної нормативної бази щодо регулювання цього питання. Питання методичного й організаційного забезпечення внутрішнього аудиту залишаються неврегульованими.

В Україні як національні стандарти аудиту з 2005 року застосовуються Міжнародні стандарти аудиту, надання впевненості та етики (далі – МСА) [2]. Так, в МСА 610 «Розгляд роботи внутрішнього аудиту» опосередковано визначено сутність внутрішнього аудиту, його мету та критерії. Отже, при організації внутрішнього аудиту дебіторської заборгованості першочергово необхідно користуватися цими стандартами, решта питань, що не окреслені ними, регулюються відповідно до національного законодавства про підприємницьку діяльність та ведення обліку на підприємствах.

Метою внутрішнього аудиту розрахунків із дебіторами є встановлення повноти, достовірності та своєчасності відображення даних у первинній документації, облікових регістрах і звітності.

Контроль передбачає здійснення перевірки за дотриманням планових показників; налагодження системи спостереження за строками оплати платежів; контроль за виконанням договірних відносин з боку як контрагентів, так і персоналу; виявлення резервів зростання платоспроможності підприємства та контроль за результатами виконання оптимізаційних управлінських рішень. Окрім того, завдання внутрішнього аудиту дебіторської заборгованості об'єднує в собі виконання ряду функцій власне внутрішнього аудиту [3]. Синтезований перелік цих завдань наведено на рис. 1.

Рис. 1. **Завдання системи внутрішнього аудиту дебіторської заборгованості** [3]

Попередній контроль розрахунків із контрагентами полягає у ретельному підборі клієнтів з метою мінімізації імовірності невиконання ними зобов'язань. Для цього кожне підприємство може розробити свою систему відбору з використанням різних критеріїв і показників. До головних аспектів, які беруться до уваги в процесі прийняття рішення про співпрацю з тим чи іншим контрагентом, можна віднести репутацію потенційного контрагента (суб'єктивна оцінка, яка базується на досвіді попередніх відносин, стані платіжної дисципліни, а також власних спостереженнях та інформації, отриманої від інших контрагентів) чи надійність фінансового становища [4].

На початковому етапі впровадження контролю на підприємстві необхідно перевірити обгрунтованість та ефективність обраної підприємством стратегії відносин із контрагентами. Вона, насамперед, повинна включати в

себе умови надання товарного кредиту. Важливим є порядок класифікації клієнтів, оскільки правильний розподіл дебіторів, який найбільш повно відображає сутність усіх розрахункових операцій підприємства, є запорукою успішності прийняття управлінських рішень [4].

Одним із головних аспектів внутрішнього контролю дебіторської та кредиторської заборгованості є перевірка їх юридичного оформлення та обґрунтування. Завдання, які постають у процесі здійснення контролю договірних процесів, полягають у перевірці: по-перше, відповідності змісту договорів нормативно-правовій базі України, а по-друге, формалізації процесу укладання договорів (строки, умови розрахунків, відповідальності за порушення договірних зобов'язань тощо) [3].

Результативність контролю залежить від постійного моніторингу й аналізу величини дебіторської заборгованості, її впливу на фінансовий стан підприємства. На цьому етапі, по-перше, потрібно визначити оптимальний розмір дебіторської заборгованості, яка б надлишково не іммобілізувала фінансові ресурси суб'єкта господарювання і не створювала би перепон для можливості забезпечення безперебійного процесу постачання, виробництва, реалізації та розрахунків підприємства за своїми зобов'язаннями. По-друге, встановлення найбільш комфортного для підприємства співвідношення між дебіторською і кредиторською заборгованістю [4].

Далі необхідно систематично проводити інвентаризацію заборгованості шляхом перевірки первинних документів, які є основою для проведення розрахунків і відображення операцій в обліку, а також шляхом звірки залишків із контрагентами [4].

Отже, така система має не тільки контролювати достовірність ведення обліку обраного об'єкта, а й допомагати у прийнятті управлінських рішень і перевіряти юридичне підґрунтя у роботі з контрагентами. В цілому організація дієвої системи внутрішнього контролю повинна ґрунтуватися на своєчасності повідомлення про відхилення, відповідальності, збалансованості, інтеграції, постійності, комплексності, розподілу обов'язків.

Систематизація усіх функцій, повноважень та обов'язків системи внутрішнього аудиту дебіторської заборгованості дає можливість схематично зобразити модель роботи такої структури (рис. 2) [1].

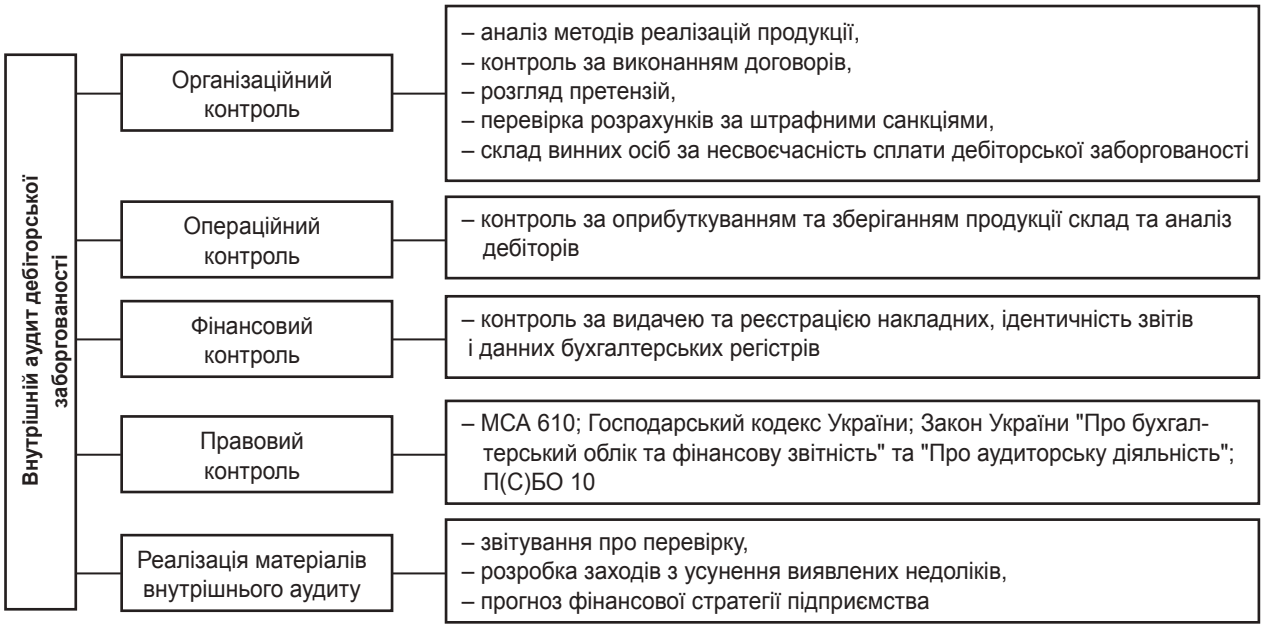

Рис. 2. **Модель внутрішнього аудиту дебіторської заборгованості** [1]

Як показали дослідження, навіть на великих підприємствах найчастіше відсутні спеціальні служби внутрішнього контролю, які б забезпечували інформацією керівництво про стан розрахунків для прийняття ефективних управлінських рішень і складання звітності. Доцільно було б на українських підприємствах створити такі служби, відділи чи хоча б сектори (наприклад у складі фінансової служби чи бухгалтерії) для здійснення запропонованих на рис. 2 заходів.

Таким чином, характерними особливостями організації внутрішнього аудиту дебіторської заборгованості являються:

1) відсутність національного методологічного й організаційного забезпечення внутрішнього аудиту в Україні;

2) орієнтація не лише на облікову складову, а й на юридичну частину розрахунків із дебіторами;

3) необхідність класифікації суб'єктів аудиту через їх суттєву різнорідність (покупці та замовники, підзвітні особи, розрахунки з бюджетом тощо);

4) потреба в перманентному контролі за величиною дебіторської заборгованості та її регулювання;

5) надання обґрунтованих рекомендацій керівництву щодо доцільності взаємодії з конкретним контрагентом.

Отже, правильно організований внутрішній контроль за своєчасністю, повнотою і юридичною обґрунтованістю розрахунків із дебіторами – запорука успішного розвитку, стабільності та стійкості вітчизняних підприємств в умовах сучасного бізнес-середовища. Виокремленні в роботі завдання та модель роботи системи внутрішнього аудиту дозволили виділити ряд характерних особливостей, притаманних внутрішньому аудиту дебіторської заборгованості. Їх усвідомлення необхідне для оптимальної організації роботи відділу внутрішнього аудиту на підприємстві в Україні, а також для мотивації управлінців взагалі створювати структуру внутрішнього аудиту.

Науковий керівник – канд. екон. наук, доцент Мултанівська Т. В.

Література: 1. Аудит (Основи державного, незалежного професійного та внутрішнього аудиту) : підручник / За ред. проф. В. В. Немченко, О. Ю. Редько. – Київ : Центр навч. літ., 2012. – 540 с. **2.** Міжнародні професіональні стандарти внутрішнього аудита (Стандарти) [Електронний ресурс]. – Режим доступу : www.iia-ru.ru/files /documents_open/Standards%2013%20Iclean.pdf. **3.** Бурова Т. А. Система внутрішнього контролю дебіторської заборгованості: проблеми, напрями удосконалення [Електронний ресурс] / Т. А. Бурова, В. В. Волошина. – Режим доступу : http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=3490. **4.** Акімова Н. С. Основні проблеми обліку та внутрішнього аудиту дебіторської і кредиторської заборгованостей / Н. С. Акімова, Н. В. Новицька // Коммунальное хозяйство городов : науч.-техн. сб. Серия: Экономические науки. – 2007. – № 77. – С. 268–273.

ФОРМУВАННЯ ФІНАНСОВОЇ СТРАТЕГІЇ ПІДПРИЄМСТВА ЕЛЕКТРОЕНЕРГЕТИЧНОЇ ГАЛУЗІ НА ОСНОВІ ВИКОРИСТАННЯ МАТРИЧНОГО ПІДХОДУ

УДК 330.45:658.14/.17

Кузьміна В. В.

Магістрант 1 року навчання
фінансового факультету ХНЕУ ім. С. Кузнеця

Анотація. *Розглянуто сутність фінансової стратегії загалом і необхідність її застосування в діяльності підприємства. Досліджено ефективність застосування такого методу стратегічного аналізу, як матриця фінансових стратегій Ж. Франшона та І. Романе на прикладі ПАТ "Полтаваобленерго".*

Ключові слова: *фінансова стратегія підприємства, матриця фінансових стратегій Ж. Франшона та І. Романе, результат господарської діяльності, результат фінансової діяльності, результат фінансово-господарської діяльності.*

Аннотация. *Рассмотрена сущность финансовой стратегии в целом и необходимость ее применения в деятельности предприятия. Исследована эффективность применения такого метода стратегического анализа, как матрица финансовых стратегий Ж. Франшона и И. Романе на примере ПАО «Полтаваоблэнерго».*

Ключевые слова: *финансовая стратегия предприятия, матрица финансовых стратегий Ж. Франшона и И. Романе, результат хозяйственной деятельности, результат финансовой деятельности, результат финансово-хозяйственной деятельности.*

Annotation. *The essence of financial strategy as a whole and the need for its application in the enterprise operation has been studied. The efficiency of application of such a method of strategic analysis as a matrix of financial strategies by J. Franshon and I. Romane has been researched based on the example of JSC "Poltavaoblenergo".*

© Кузьміна В. В., 2015

Keywords: *financial strategy, financial strategies matrix Franson and I. Roman, the result of economic activity, result financial activity, result economic and financial activity.*

Фінансова стратегія підприємства є системою довгострокових цілей фінансової діяльності підприємства, визначених його фінансовою ідеологією і найбільш ефективними шляхами їх досягнення. Актуальність цієї теми дослідження обумовлена тим, що ефективність діяльності економічних суб'єктів значною мірою визначається їх фінансовою стратегією. Підприємства, що приділяють пильну увагу питанням фінансової стратегії, виявляються більш конкурентоспроможними, стійкими, платоспроможними. Саме тому з метою успішної діяльності потрібно сформувати фінансову стратегію підприємства [1].

Вагомий внесок у дослідження цього питання зроблено такими вченими, як: Бланк І. А., Мартюшева Л. С., Бутиріна В. М., Теслюк Н. П., Партин Г. О. та ін. Проте запропоновані методики не є зовсім вдалим інструментом для комплексного управління фінансовими ресурсами підприємства [2–6].

На сьогодні однією з найвідоміших стратегічних фінансових моделей є матриця фінансових стратегій Ж. Франшона та І. Романе. Вона позиціонується авторами як високоефективна модель стратегічного управління фінансами компанії, що дозволяє генерувати об'єктивний і максимально інформативний висновок про фінансові перспективи підприємства [7]. Тому доцільним буде застосування її на прикладі підприємства ПАТ "Полтаваобленерго".

Матриця фінансових стратегій Ж. Франшона та І. Романе базується на визначенні таких коефіцієнтів.

Результат господарської діяльності, який розраховується за формулою:

$$РГД = БР - \Delta ФЕП - \Delta ОФ + ІД, \quad (1)$$

де $БР$ – брутто-результат від експлуатації інвестицій;

$\Delta ФЕП$ – зміна фінансово-експлуатаційних потреб;

$\Delta ОФ$ – зміна первісної вартості основних фондів за звітний період;

$ІД$ – інші доходи.

РГД свідчить про ліквідність підприємства після фінансування всіх витрат, пов'язаних із його розвитком. Позитивне значення цього показника дає підстави готуватися до реалізації масштабних інвестиційних проектів (підприємство стоїть перед стрибком постійних витрат, який значною мірою може бути компенсований саме позитивним значенням РГД) [8].

Результат фінансової діяльності відображає фінансову політику підприємства (залучення позикових коштів або функціонування без залучення таких):

$$РФД = \Delta ПК - Вф - ПП - Д + Дук - Вук - ФІд + Дф, \quad (2)$$

де $\Delta ПК$ – зміна позикового капіталу за звітний період;

$Вф$ – фінансові витрати;

$ПП$ – податок на прибуток від звичайної діяльності;

$Д$ – виплачені дивіденди;

$Дук$ – дохід від участі в капіталі;

$Вук$ – втрати від участі в капіталі та інші витрати;

$ФІд$ – довгострокові фінансові інвестиції;

$Дф$ – інші фінансові доходи.

Результат фінансово-господарської діяльності (РФГД) показує величину і динаміку грошових коштів підприємства після здійснення всього комплексу інвестиційно-виробничої та фінансової діяльності фірми [8] та розраховується за формулою:

$$РФГД = РГД + РФД, \quad (3)$$

де $РГД$ – результат господарської діяльності;

$РФД$ – результат фінансової діяльності.

За результатом розрахунку цих показників підприємство відносять до одного з квадратів матриці фінансових стратегій (табл. 1) [9; 10].

Таблиця 1

Матриця фінансових стратегій

Показник	РФД « 0	РФД ≈ 0	РФД » 0
РХД » 0	1. Батько сімейства РФХД ≈ 0	4. Рант'є РФХД › 0	6. Холдинг РФХД » 0
РХД ≈ 0	7. Епізодичний дефіцит РФХД ‹ 0	2. Стійка рівновага РФХД ≈ 0	5. Атака РФХД › 0
РХД « 0	9. Криза РФХД « 0	8. Дилема РФХД ‹ 0	3. Нестійка рівновага РФХД ≈ 0

Отже, застосовуючи подану матрицю фінансових стратегій, необхідно розглянути позиціювання підприємства в ній на основі фінансових результатів ПАТ "Полтаваобленерго".

Коефіцієнти матриці фінансових стратегій ПАТ "Полтаваобленерго" у 2012–2014 рр. наведені у табл. 2.

Таблиця 2

Розрахунок фінансових показників ПАТ "Полтаваобленерго", тис. грн

Показник	2012 рік	2013 рік	2014 рік
РФД	-26175≈0	-9652≈0	-50188≈0
РГД	57346,5 > 0	48473 > 0	53921,17 > 0
ДВ	2784678	2859986	2972658
10 % від ДВ	278467,8	285998,6	297265,8

На рис. 1. наведено матрицю фінансових стратегій Ж. Франшона та І. Романе.

Показники	РФД < 0	РФД → 0	РФД > 0
РГД > 0	1. Батько сімейства РФГД → 0	4. Рантьє РФГД > 0 2012 р. 2013 р. 2014 р.	6. Материнське товариство РФГД >> 0
РГД → 0	7. Епізодичний дефіцит РФГД < 0	2. Стійка рівновага РФГД → 0	5. Атака РФГД > 0
РГД < 0	9. Кризовий стан РФГД << 0	8. Дилема РФГД < 0	3. Хитка рівновага РФГД → 0

Рис. 1. **Матриця фінансових стратегій Ж. Франшона та І. Романе**

Як видно з рис. 1, протягом 2012–2014 рр. позиція ПАТ «Полтаваобленерго» у матриці фінансових стратегій відповідала квадранту 4 «Рантьє», тобто у розпорядженні підприємства були вільні кошти для реалізації проектів при використанні позикового капіталу. При цьому варто звернути увагу на динаміку ключових показників і зміну позиції підприємства в межах квадранта. З рисунку також видно, що тенденція зміни результату від господарської діяльності є позитивною, тобто можна стверджувати, що керівництво підприємства надає перевагу використанню власних коштів для фінансування його розвитку, тобто дотримується принципу самофінансування. Обсяг результату від фінансової діяльності є близьким до нуля, тобто позикові кошти для фінансування розвитку підприємства практично не залучалися, що також можна пояснити їх недоступністю через високий рівень вартості кредитних ресурсів. З цього квадранта перехід можливий у квадранти 1, 2, 7.

Отже, під час формування фінансової стратегії підприємства потрібно звертати увагу на особливості галузі, її специфіку, наявність потенційних можливостей, сильних сторін, зменшити / ліквідувати загрози та слабкі сторони. Використання матриці фінансових стратегій дозволить підприємству адекватно приймати рішення про комплексне використання всіх активів і пасивів підприємства, прогнозувати свою майбутню діяльність та ефективно функціонувати. Та все ж таки за допомогою цього методу недостатньо висвітлені питання щодо модернізації виробництва, маркетингових питань, якості продукції, персоналу тощо. Тож вважається необхідним застосування матриць Франшона і Романе у поєднанні з іншими методами стратегічного аналізу.

Науковий керівник – канд. екон. наук, професор Журавльова І. В.

Література: 1. Мартюшева Л. С. Роль і місце фінансової стратегії в системі базових та функціональних стратегій / Л. С. Мартюшева, О. О. Галєєва // Вісник Університету Банківської справи Національного Банку України. – 2011. – № 3 (12). – С. 121–124. **2.** Ансофф И. Стратегическое управление [Електронний ресурс] / И. Ансофф. – Режим доступу : http://library.oseu.edu.ua/docs/Ansoff.pdf. **3.** Бланк И. А. Финансовый менеджмент : учеб. курс / И. А. Бланк. – Киев : Ника-Центр ; Эльга, 2004. – 659 с. **4.** Бутиріна В. М. Визначення фінансової стратегії розвитку підприємства / В. М. Бутиріна, Г. А. Верещаєва // Науковий вісник НЛТУ України. – 2011. – № 21. – С. 177–182. **5.** Партин Г. О. Фінансова стратегія у системі управління фінансами / Г. О. Партин, О. Я. Митрухіна // Науковий вісник НЛТУ України : зб. наук.-техн. пр. – 2009. – № 19. – С. 208–214. **6.** Теслюк Н. П. Методичні основи розробки фінансової стратегії підприємства : автореф. дис. … канд. екон. наук : 08.06.01 / Теслюк Наталія Петрівна. – Київ, 2006. – 20 с. **7.** Ігнатьєва І. А. Стратегічний менеджмент : підручник / І. А. Ігнатьєва. – Київ : Каравела, 2012. – 480 с. **8.** Дорофеев М. Л. Особенности применения матрицы финансовых стратегий Франшона и Романе в стратегическом финансовом анализе компании / М. Л. Дорофеев // Финансы икредит. – 2009. – № 23 (359). – С. 23–27. **9.** Івакіна І. Стратегічний аналіз / І. Івакіна. – Харків : Фактор, 2008. – 256 с. **10.** Методичні рекомендації до виконання практичних завдань з навчальної дисципліни "Стратегічне управління" для студентів спеціальності "Фінанси" денної форми навчання / Укл. І. В. Журавльова, О. О. Порожняк. – Харків : Вид-во ХНЕУ, 2014. – 84 с.

COACHING AS A TOOL OF HUMAN RESOURCES DEVELOPMENT

UDC 005.963

Lavryk A. G.

The 3-year student
Management and Marketing faculty of S. Kuznets KhNUE

Annotation. *The author discusses the concept of coaching as one of the elements of human resource development. Analyzed the content and purpose of coaching; the types of coaching and how it differs from mentoring.*

Keywords: *coaching, human resources development, mentoring.*

Анотація. *Розглянуто поняття коучингу як одного з елементів розвитку людських ресурсів. Проаналізовано зміст і мету коучингу; визначено види коучингу та його відмінність від менторингу.*

Ключові слова: *коучинг, розвиток людських ресурсів, наставництво.*

Аннотация. *Рассмотрено понятие коучинга как одного из элементов развития человеческих ресурсов. Проанализированы содержание и цель коучинга; определены виды коучинга и его отличие от менторинга.*

Ключевые слова: *коучинг, развитие людских ресурсов, наставничество.*

The personnel development in organization is very topical problem for the whole country economy, for separate company and for employees. Every day the directors has the internal problem in the companies that influence on the common situation of it's development on the market. Every year more new problems with staff development appear on the ground of the different reasons that is why it is important to take some techniques for the solution.

The theoretical aspects of human resources development were researched in the works of the scientists and practitioners like Andreeva I., Brunwell I., Kibanov A., Ericsson T., Jacobs R. and Jones M., John M., Ortega J. and Randy L. In their works the aspects of human resources development and training programs, evaluation of that programs, different methods and techniques of staff development are considered. But in spite of this, traditional tools are not always effective, so it is important to find out and test new methods of human resources development.

The actualization of the problem and discovering of new ways of its solving require new investigations in this field.

The purpose of this paper is to describe coaching as a new technique of human resources development.

© Lavryk A. G., 2015

Human resources development (HRD) was identified by Richard Swanson as «a process for developing and unleashing human expertise through training and development and organization development for the purpose of improving performance» [1, p. 34]. HRD activities should begin when an employee joins an organization and continue throughout his or her career, regardless of whether that employee is an executive or a worker on an assembly line. From the first days of hiring the personnel the executives of the company should provide them with trainings, which will increase the employee's labor potential and it's effectiveness that will lead the company to the gut results in providing their deal.

There is a common know fact that the personnel should be provided with trainings on or out of the working place, but paying attention to the problem of low interest and involvement of trainee in traditional methodics of learning it should be applied a new approach coaching as an element of human resources development. Coaching with a professional coach, is the practice of supporting an individual, referred to as a coachee or client, through the process of achieving a specific personal or professional result. The structure and methodologies of coaching are numerous but are predominantly facilitating in style [2, p. 66]. According to the changed conditions this technique provides the best results in personnel development by disclosing the potential of the employees, in the way of asking the questions, assistance, directing, clarifying the goals that should be gained at the end of trainings.

There are different types of coaching and they shouldn't be mixed up with mentoring, as mentoring is an assistance of the older colleague, where person just adopt colleague's practices [3, p.115].

So, in conclusion the author would like to say that the coaching is on the stage of the development, but in spite of this there were achieved good results in applying this technique in human resources development. It is very profitable for enterprise to use coaching as it is a cut costs technique that can be used both with one person and with group of people, hiring in the same time only one coach. Coaching is about growing the business, the individuality.

Supervision – Candidate of Sciences (Economics), Associate Professor Kotlik A. V.

Literature: 1. Kumar S. S. Human Resource Development: HRD – IR Interface Approach / S. S. Kumar. – London : CIPD house, 2008. – 256 p. **2.** Waldman J. Introducing a coaching culture / J. Waldman // Emerald Management Reviews. – 2009. – № 15. – P. 65–69. **3.** Parsloe E. Coaching and mentoring: Practical methods to improve learning / E. Parsloe. – London : CIPD house, 2003. – 203 p.

ФОРМУВАННЯ НАПРЯМІВ УДОСКОНАЛЕННЯ УПРАВЛІННЯ ФІНАНСОВОЮ СТІЙКІСТЮ БАНКУ НА ОСНОВІ ПОБУДОВИ ДЕРЕВА ЦІЛЕЙ

УДК 005.21:336

Лавріненко О. В.

Магістрант 1 року навчання
фінансового факультету ХНЕУ ім. С. Кузнеця

Анотація. *Розглянуто сутність управління фінансовою стійкістю банку, а також процес формування оптимальної стратегії управління нею. Для визначення основних цілей та шляхів підвищення ефективності управління побудовано та описано дерево цілей банку.*

Ключові слова: *стратегічне управління, фінансова стійкість банку, дерево цілей, управління фінансовою стійкістю банку.*

© Лавріненко О. В., 2015

Аннотация. *Рассмотрены сущность управления финансовой устойчивостью банка, а также процесс формирования оптимальной стратегии управления ею. Для определения основных целей и путей повышения эффективности управления построено и описано дерево целей банка.*

Ключевые слова: *стратегическое управление, финансовая устойчивость банка, дерево целей, управление финансовой устойчивостью банка.*

Annotation. *The essence of management of financial stability of the bank and the formation of the optimal strategy for managing financial stability of the bank. To determine the basic objectives and ways to improve management of built and described tree of objectives of the bank.*

Keywords: *strategic management, financial stability of the bank, objectives tree, management of financial stability of the bank.*

Банківська система країни відіграє ключову роль у реалізації інвестиційних програм, ринковій трансформації, економічному зростанні та стабілізації економіки. Сучасні кризові зміни, що відбуваються в економіці, негативно впливають на розвиток банківського сектора.

Це створює нові проблеми у діяльності банків, розв'язання яких багато в чому залежить від рівня їх фінансової стійкості, ефективності механізму її забезпечення, рівня технологій та якості менеджменту. За сучасних умов фінансова стійкість банків – це атрибут не лише конкурентоспроможності, а й стратегічного розвитку кредитних установ.

Проблема забезпечення фінансової стійкості банків набула останнім часом загальнонаціонального значення. Це зумовлено стагнацією економіки країни, посиленням інтеграційних та глобалізаційних процесів, складною геополітичною ситуацією. Нині вітчизняні банки перебувають під впливом негативних зовнішніх та внутрішніх факторів, серед яких наслідки фінансової кризи, інфляційні процеси, економічна та політична нестабільність. Саме тому питання визначення ефективної стратегії управління фінансовою стійкістю банку є надзвичайно актуальними.

Проблемам забезпечення фінансової стійкості банків приділяли увагу такі вчені: Крухмаль О. В., Коваленко В. В., Тимошенко О. П., Барановський О. І., Клюско Л. А., Шелудько Н. М., Склеповий Є. В. та ін.

Метою написання статті є дослідження сучасних підходів до стратегічного управління фінансовою стійкістю банку задля підвищення ефективності діяльності банку.

Забезпечення фінансової стійкості банку передбачає об'єктивне визначення її поточного та запланованого стану, ефективне управління фінансовими ресурсами банку, прийняття управлінських рішень, які б забезпечували ефективність діяльності банку. Фінансову стійкість комерційного банку визначають як якісну характеристику його фінансового стану, що відзначається достатністю, збалансованістю та оптимальним співвідношенням фінансових ресурсів і активів за умов підтримання на достатньому рівні ліквідності й платоспроможності, зростання прибутку та мінімізації ризиків.

Фінансова стійкість банку передбачає дотримання низки важливих критеріїв, серед яких критерії капітальної стійкості, критерії ліквідності, показники прибутковості. Показники ефективності роботи є традиційно індикаторами поточного фінансового стану банку і перспектив його розвитку. Водночас критерій запобігання банківським ризикам є найменш формалізованою, досить складною самостійною системою. Вона поєднує різноманітні заходи адаптації до змін у діяльності, у тому числі і тих, що впливають на рівень капіталізації, прибутковості та ліквідності. Для узгодженого плану дій управління фінансовою стійкістю банку необхідно сформулювати фінансову стратегію.

Стратегія як комплексний план дій визначає довгострокові напрями використання ресурсів для виконання місії та цілей організації, забезпечує їй стійкі конкурентні переваги. Фінансова стратегія – один із найважливіших видів функціональної стратегії, що забезпечує всі основні напрями розвитку фінансової діяльності та фінансових відносин шляхом формування довгострокових фінансових цілей, вибору найбільш ефективних шляхів їх досягнення, адекватного корегування напряму формування й використання фінансових ресурсів у разі зміни зовнішнього середовища.

Вибір головної цілі банку є відповідальним етапом стратегічного планування, на якому важливо правильно підійти до постановки завдання, адже надмірне звуження рамок стратегічної мети діяльності банку обмежує можливості вищого керівництва розглядати вірогідні варіанти у ході прийняття рішень.

Керівництво ПАТ «Приватбанк» вважає своєю стратегічною метою побудову сучасної кредитно-фінансової установи, зосередженої на потребах своїх клієнтів, а також забезпечення високої надійності банку та розвитку найбільш прибуткових банківських операцій та послуг, ураховуючи ступінь їх ризикованості. Виходячи з основного завдання банку, можна визначити подальші цілі банку, реалізація яких допоможе досягти кінцевої мети.

Основну ціль банківської установи слід розбити на цілі нижчого рівня, які, у свою чергу, поділяють на підцілі. Такий метод стратегічного управління дозволяє визначити, що саме слід зробити для досягнення головної

цілі організації, які етапи слід пройти, що є важливим для реалізації стратегії, а що – менш важливим, визначити ступінь досяжності кожної окремої мети та головної мети.

Стратегічні цілі діяльності суб'єкта господарювання є описом у формалізованому вигляді параметрів його кінцевої стратегічної фінансової позиції, що дозволяють спрямувати діяльність на довгострокову перспективу та оцінити її результати. Під час розробки фінансової стратегії доцільно виділяти стратегію забезпечення фінансової безпеки як домінантний напрям розвитку фінансової діяльності.

Цілі, завдання і важливі стратегічні рішення забезпечення фінансової стійкості мають бути спрямовані на формування й підтримку фінансової рівноваги в процесі стратегічного розвитку. На думку Бланка О. І., рівноваги досягають через забезпечення постійної платоспроможності, достатньої фінансової стійкості, нейтралізацію можливих негативних наслідків фінансових ризиків, запровадження необхідних заходів фінансової санації за умов кризового розвитку.

Для визначення стратегічних цілей ПАТ «Приватбанк» побудовано «дерево цілей». Дерево цілей – це наочне графічне зображення підпорядкованості та взаємозв'язку цілей, що демонструє розподіл загальної мети або місії на підцілі, завдання та окремі дії.

Головну, основні та допоміжні стратегічні цілі розглядають як єдину комплексну систему, що потребує чіткої взаємоузгодженості із урахуванням пріоритетності та рівноважного значення. Така ієрархічна взаємозалежність окремих стратегічних цілей є забезпечуваною саме на основі формування дерева цілей.

Дерево цілей є ключовим елементом у розробці системи стратегічного управління фінансовою стійкістю банківської системи, ієрархічною структурою, у якій кожний наступний рівень формується шляхом поділу цілей поточного рівня на його складові підцілі.

Головною метою стратегічного управління фінансовою стійкістю ПАТ «Приватбанк» є підвищення ефективності управління фінансовою стійкістю банку в межах допустимого рівня ризику. Для цього необхідно забезпечити запровадження першочергових заходів: збалансування активів і пасивів банку, дотримання ліквідності та платоспроможності банку за допомогою регулювання ліквідної позиції банку на основі правильного групування активів та пасивів, а також розробка плану дій на випадок незбалансованої ліквідності балансу; збалансування доходів і витрат банку за рахунок підвищення рівня рентабельності балансу, оптимізації витрат та збалансованості грошових потоків; мінімізація впливу ризику на діяльність банку.

Банківській установі важливо удосконалювати управління фінансовою стійкістю передусім для забезпечення стабільності та надійності діяльності. Використання методу дерева цілей для підвищення ефективності управління фінансовою стійкістю банку надає можливості для забезпечення якості управлінських рішень та стабільного розвитку банківської установи.

Науковий керівник – канд. екон. наук, професор Журавльова І. В.

Література: 1. Безродна О. С. Ієрархічна класифікація банківських стратегій / О. С. Безродна // Економіка і організація управління. – 2012. – № 1 (11). – С. 28–36. **2.** Бланк А. И. Финансовый менеджмент : учеб. курс / А. И. Бланк. – Киев : Эльга ; Ника-Центр, 2007. – 521 с. **3.** Вовк В. Я. Стратегічне управління конкурентоспроможністю банків : монографія / В. Я. Вовк. – Харків : НТМТ, 2011. – 336 с. **4.** Коваленко В. В. Стратегічне управління фінансовою стійкістю банківської системи: методологія і практика : монографія / В. В. Коваленко. – Суми : ДВНЗ «УАБС НБУ», 2010. – 228 с.

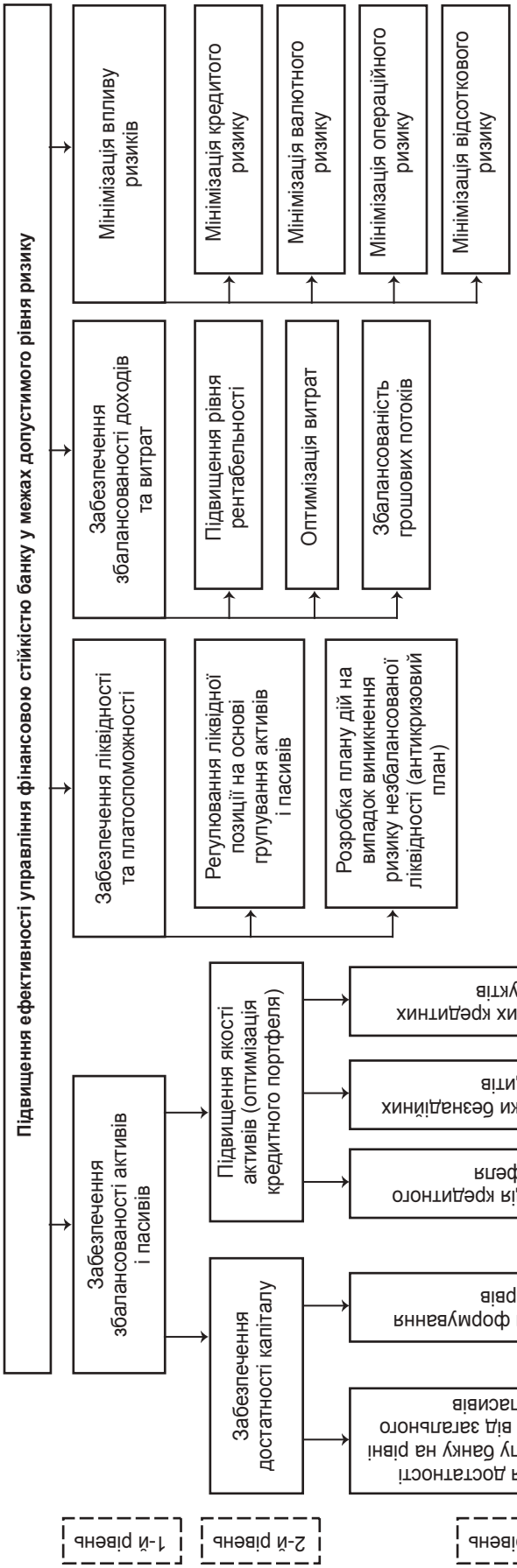

Рис. 1. **Дерево цілей управління фінансовою стійкістю ПАТ «Приватбанк»**

ЗАСТОСУВАННЯ МЕТОДУ ТАКСОНОМІЧНОГО АНАЛІЗУ ДЛЯ ОЦІНЮВАННЯ РІВНЯ ФІНАНСОВОГО ПОТЕНЦІАЛУ

УДК 658.14/.17-028.68

Левченко Д. К.

Студент 4 курсу
фінансового факультету ХНЕУ ім. С. Кузнеця

Анотація. *Розглянуто можливість застосування таксономічного аналізу для оцінювання фінансового потенціалу ДНВП «Об'єднання Комунар». Здійснено оцінювання показників, що характеризують фінансовий потенціал підприємства, та проаналізовано їх динаміку. Надано оцінку рівня фінансового потенціалу підприємства.*

Ключові слова: *фінансовий потенціал, таксономічний показник, коефіцієнт таксономії.*

Аннотация. *Рассмотрена возможность применения таксономического анализа для оценки финансового потенциала ГНПП «Объединение Коммунар». Осуществлена оценка показателей, характеризующих финансовый потенциал предприятия, проанализирована их динамика. Дана оценка уровня финансового потенциала предприятия.*

Ключевые слова: *финансовый потенциал, таксономический показатель, коэффициент таксономии.*

Annotation. *The possibility of using taxonomic analysis to assess the SSPE «Corporation Kommunar» financial capacity. The estimation of indicators characterizing the financial potential of the company, analyzed their dynamics. The estimation of the level of the company's financial potential.*

Keywords: *financial potential, taxonomic index, taxonomy factor.*

Розвиток підприємства зумовлено передусім наявністю достатньо високого рівня фінансового потенціалу, спроможного забезпечувати поточну та перспективну фінансову стійкість за мінливих умов. Для ефективного функціонування за сучасних умов суб'єктам господарювання необхідно сформувати фінансові ресурси та забезпечити їх ефективне використання для забезпечення високого рівня функціонування [1].

Аналізу, оцінюванню та обґрунтуванню використання таксономічного аналізу, запропонованого Плютою В., присвячено праці таких вітчизняних вчених: Сабліна Н. В., Теличко В. А., Краснокутська Н. С. та ін.

Метою написання статті є дослідження використання таксономічного показника рівня розвитку для оцінювання фінансового потенціалу підприємства, що дає можливість уникнути аналізу значного обсягу багатовимірного статистичного матеріалу.

Фінансовий потенціал підприємства є комплексною та багатовимірною категорією, оскільки до нього належать безліч показників [3, с. 197]. За допомогою таксономічного аналізу можна сформувати узагальнену оцінку фінансового потенціалу підприємства. Система індикаторів, на основі яких розраховують таксономічний показник, має містити показники фінансової стійкості, ліквідності, ділової активності та рентабельності (табл. 1).

Таблиця 1

Показники для аналізу фінансового потенціалу ДНВП «Об'єднання Комунар» за 2012–2014 рр.

Показник	2012	2013	2014
Коефіцієнт абсолютної ліквідності	0,12	0,09	0,14
Коефіцієнт платоспроможності (автономії)	0,71	0,70	0,65
Коефіцієнт маневреності власного капіталу	0,47	0,48	0,47
Коефіцієнт оборотності активів	0,84	0,98	0,98
Коефіцієнт оборотності кредиторської заборгованості	4,22	5,12	4,51
Коефіцієнт оборотності дебіторської заборгованості	5,39	5,87	6,12
Коефіцієнт рентабельності активів	0,00	0,00	0,00
Коефіцієнт рентабельності власного капіталу	0,00	0,00	0,00
Коефіцієнт рентабельності продукції	1,52	1,48	1,66
Власний капітал	219414,5	226206	233115
Позиковий капітал	87718	97213,5	130111

© *Левченко Д. К., 2015*

На основі визначених показників було сформовано матрицю спостережень та розраховано середнє значення та середньоквадратичне відхилення (табл. 2).

Після стандартизації матриці необхідно диференціювати ознаки матриці спостереження, тобто всі ознаки необхідно поділити на стимулятори та дестимулятори. Стимуляторами є ознаки, що позитивно впливають на розвиток фінансового потенціалу підприємства. Дестимулятори, навпаки, гальмують розвиток фінансового потенціалу [4]. Розподіл змінних матриці матиме такий вигляд: X1, X2, X3, X4, X5, X6, X7, X8, X9, X10 – стимулятори, X11 – дестимулятори.

Таблиця 2

Матриця спостережень

Показник	2012	2013	2014	Середнє значення	Середньоквадратичне відхилення
X1	0,12	0,09	0,14	0,12	0,03
X2	0,71	0,70	0,65	0,68	0,03
X3	0,47	0,48	0,47	0,47	0,01
X4	0,84	0,98	0,98	0,93	0,08
X5	4,22	5,12	4,51	4,62	0,46
X6	5,39	5,87	6,12	4,80	0,37
X7	0,0012	0,0014	0,014	0,0014	0,0001
X8	0,0018	0,0020	0,0022	0,0020	0,0002
X9	1,52	1,48	1,66	1,55	0,09
X10	219414,5	226206	233115,50	226245,33	6850,58
X11	87718,00	97213,50	130111,00	105014,17	22247,01

Оскільки показники мають різну розмірність, їх необхідно стандартизувати за розмірністю (табл. 3).

Таблиця 3

Стандартизовані елементи матриці спостереження

Стандартизація матриці	2011	2012	2013
Z1	0,08	-1,04	0,96
Z2	0,69	0,46	-1,15
Z3	-0,17	1,08	-0,90
Z4	-1,15	0,54	0,61
Z5	-0,86	1,10	-0,24
Z6	-1,09	0,21	0,88
Z7	-1,15	0,65	0,50
Z8	-1,07	0,17	0,90
Z9	-0,36	-0,77	1,13
Z10	-1,00	-0,01	1,00
Z11	-0,78	-0,35	1,13

Необхідність поділу на стимулятори та дестимулятори є основою для побудови вектора – еталона Po, елементи якого мають координати та формуються зі значень показників таким чином, що Zi = max Zj, якщо показник є стимулятором, та Zi = min Zj, якщо показник є дестимулятором.

Таким чином, вектор-еталон матиме такі значення [2]:

Po = (0,96; 0,69; 1,08; 0,61; 1,1; 0,88; 0,65; 0,9; 1,13; 1; -0,78).

Після визначення вектора-еталона слід знайти евклідову відстань. Евклідова відстань показує, на скільки відрізняється показник від еталона, тобто наскільки значення не дотягує до еталонного (табл. 4).

На основі розрахованих значень відповідно до методики Плюти В. [4] було здійснено додаткові розрахунки та обчислено значення коефіцієнта таксономії, динаміку зміни якого у 2012–2014 р. відображено графічно на рис. 1.

Таким чином, у 2012 р. рівень фінансового потенціалу був низьким, оскільки показник мав значення 0,38. Але у 2013 він зріс до 0,78, що свідчить про наближення до еталона: підприємство мало високий рівень розвитку.

У 2014 р. підприємство також мало високий рівень розвитку, але показник таксономії зменшився до 0,70. Таке зменшення відбулося через зменшення незалежності підприємства від кредиторів, збільшення строку оборотності кредиторської заборгованості та власного капіталу.

Таблиця 4

Розрахунок евклідової відстані

Показник	2012	2013	2014
C1	0,78	3,98	0,00
C2	0,00	0,05	3,37
C3	1,57	0,00	3,93
C4	3,11	0,00	0,00
C5	3,84	0,00	1,79
C6	3,88	0,44	0,00
C7	3,24	0,00	0,02
C8	3,90	0,53	0,00
C9	2,22	3,61	0,00
C10	3,99	1,01	0,00
C11	0,00	0,18	3,64
Cio (евклідова відстань)	13,27	4,91	6,38
Co середнє	8,19		

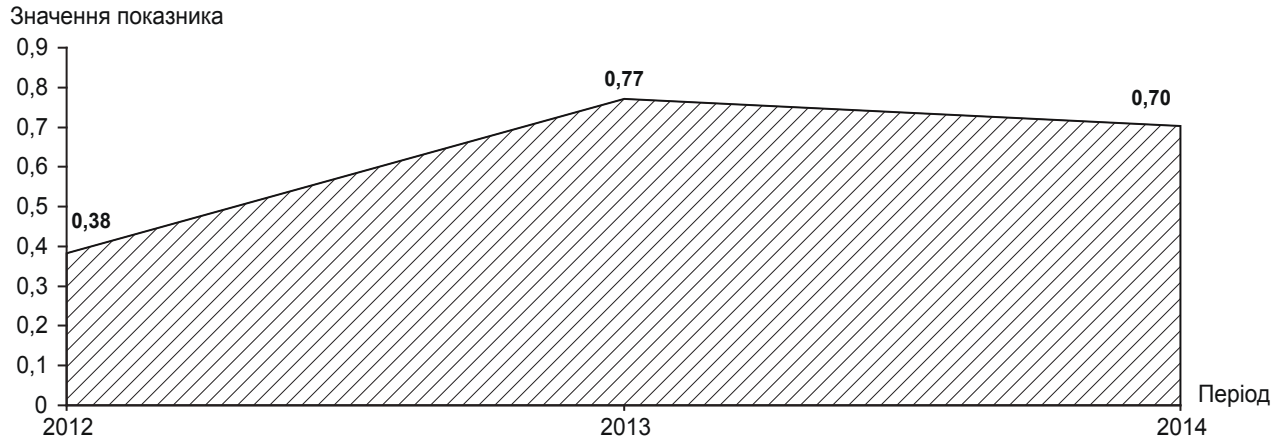

Рис. 1. **Динаміка зміни таксономічного показника рівня розвитку фінансового потенціалу ДНВП «Об'єднання Комунар»**

Відтак застосування таксономічного методу для оцінювання фінансового потенціалу підприємства є доволі ефективним та має низку переваг, серед яких основними є уникнення аналізу значної кількості окремих коефіцієнтів, виявлення динаміки зміни показника та факторів впливу на фінансовий потенціал.

Науковий керівник – канд. екон. наук, доцент Кузенко Т. Б.

Література: 1. Краснокутська Н. С. Потенціал підприємства: формування та оцінка : навч. посіб. / Н. С. Краснокутська. – Київ : Центр навч. літ., 2005. – 352 с. **2.** Маринич І. А. Сучасні підходи до діагностики фінансового потенціалу підприємства / І. А. Маринич, І. І. Дзіковський // Науковий вісник. – 2010. – Вип. 20.1. – С. 105–108. **3.** Мельник І. І. Оцінка та діагностика фінансового потенціалу підприємств / І. І. Мельник // Економічний простір. – 2008. – № 20 (2). – С. 190–199. **4.** Плюта В. Сравнительный анализ в экономических исследованиях. Методы таксономии и факторного анализа / В. Плюта ; пер. с научной ред. В. М. Жуковой. – М. : Статистика, 1980. – 151 с. **5.** Саблина Н. В. Использование метода таксономии для анализа внутренних ресурсов предприятия / Н. В. Саблина, В. А. Теличко // Бизнес Информ. – 2009. – № 3. – С. 78–82.

СТРАТЕГІЧНИЙ АНАЛІЗ СЕРЕДОВИЩА ФУНКЦІОНУВАННЯ ПІДПРИЄМСТВА НА ОСНОВІ ЗАСТОСУВАННЯ ТЕХНОЛОГІЙ PEST-АНАЛІЗУ

УДК 005.52:637

Ленко М. В.

Магістрант 1 року навчання
фінансового факультету ХНЕУ ім. С. Кузнеця

Анотація. *Здійснено стратегічний аналіз зовнішнього середовища підприємства із застосуванням PEST-аналізу. Визначено основні елементи макросередовища підприємства м'ясопереробної галузі. Запропоновано рекомендації, що сприятимуть підвищенню конкурентоспроможності підприємств м'ясопереробної галузі.*

Ключові слова: *PEST-аналіз, фінансова стратегія, стратегічний аналіз, макросередовище, м'ясопереробна галузь.*

Аннотация. *Осуществлен стратегический анализ внешней среды предприятия с применением PEST-анализа. Определены основные элементы макросреды предприятия мясоперерабатывающей отрасли. Предложены рекомендации, способствующие повышению конкурентоспособности предприятий мясоперерабатывающей отрасли.*

Ключевые слова: *PEST-анализ, финансовая стратегия, стратегический анализ, макросреда, мясоперерабатывающая отрасль.*

Annotation. *Carried out a strategic analysis of the enterprise environmental using PEST-analysis. The main elements of the macro enterprises meat processing industry. The recommendations that enhance the competitiveness of enterprises meat processing industry.*

Keywords: *PEST-analysis, financial strategy, strategic analysis, meat processing industry.*

Ринкові перетворення в економіці України відбуваються під впливом багатьох факторів, що обумовлюють невизначеність майбутнього зовнішнього та внутрішнього середовища підприємства. За таких умов воно може забезпечити ефективне існування та розвиток тільки на основі стратегічного управління, одним із найважливіших компонентів якого є чітко сформована фінансова стратегія.

У процесі формування фінансової стратегії підприємства необхідно оцінити фактори внутрішнього та зовнішнього середовища задля утримання стійких позицій на ринку. Для виконання цього завдання необхідно проводити постійний моніторинг усіх можливих зовнішніх загроз, а також ураховувати всі можливі вигоди від ринкових перетворень [2].

Відтак необхідною є технологія проведення постійного діагностування ресурсів і можливостей підприємства під впливом зовнішніх факторів. Для цього може бути застосований такий метод стратегічного аналізу, як PEST-аналіз – інструмент, що є призначеним для виявлення політичних, економічних, соціальних і технологічних аспектів зовнішнього середовища, що впливають на бізнес компанії.

Вивченню зовнішнього середовища та взаємовідносин підприємства із ним приділяли увагу такі вчені: Вейхрич Х., Ансофф І., Стейнер Г., Портер М. та ін. Серед робіт вітчизняних дослідників концептуальними щодо вирішення цієї проблеми є дослідження Гордієнко П., Мартиненко М., Ігнатьєвої І. та ін.

Метою написання статті є розгляд PEST-аналізу – методу стратегічного аналізу зовнішнього середовища та визначення його сутності, а також розробка заходів для підтримки конкурентних переваг підприємства м'ясопереробної галузі.

Розглянемо склад найважливіших факторів системи PEST-аналізу, що відіграють найбільш важливу роль у стратегічному розвитку підприємства. Політичний аспект зовнішнього середовища вказує на вплив форм і методів державного регулювання фінансової діяльності підприємства. Дослідження економічного середовища вказує на вплив темпів економічної динаміки, інфляції; динаміки валютних курсів. Аналіз соціальних факторів впливу дозволяє спрогнозувати зміни очікувань споживачів на основі зміни структури населення та міграції. Підприємство є зацікавленим у високому рівні соціальної захищеності населення як потенційних споживачів товарів, робіт або послуг.

Дослідження технологічних факторів зумовлює вдосконалення технологій на підприємстві, технічне оновлення для виробництва нової продукції або надання більш якісних послуг.

Головним завданням PEST-аналізу є прогнозування змін суттєвих факторів зовнішнього середовища, що можуть вплинути на діяльність підприємства у перспективі.

© Ленко М. В., 2015

Для розуміння намірів органів державної влади стосовно розвитку суспільства розглядають політичний фактор зовнішнього середовища.

Політична ситуація в Україні є вкрай нестабільною. Найсуттєвішою проблемою є військова агресія, що унеможливлює ведення підприємницької діяльності на необхідному рівні, спричиняє погіршення інвестиційного клімату. Для вітчизняних підприємств м'ясопереробної галузі дуже важливим є вступ України до Європейського, або Митного Союзу. Протягом 2014 р. Україна збільшила виробництво й експорт м'яса [4]. Якщо говорити про конкретні сегменти ринку, слід визначити, що м'ясопереробні підприємства збільшили у 2014 р. виробництво свинини свіжої, а також охолодженої на 8,1 %. Окрім того, збільшився експорт замороженої свинини – на 35 %, м'яса птиці свіжого, а також охолодженого – на 2 %. За даними Держкомстату, експорт м'ясної продукції зріс на 19 %, при цьому імпорт м'ясних продуктів зменшився порівняно із минулим роком на 37 %. Найбільше українських ковбас було експортовано до Росії – приблизно 73 %. Також важливим ринком реалізації ковбасних виробів є Молдова (25 % експортних обсягів). Невеликі партії українських ковбас поставлялися також до Грузії та Вірменії. Відтак пріоритетним ринком збуту м'ясної продукції була Російська Федерація. Але враховуючи, що з 30 червня 2014 р. Росспоживнагляд посилив вимоги до документації на ввезення до Росії української харчової продукції тваринного походження, а пізніше, 28 жовтня 2014 р. Россільгоспнагляд запровадив тимчасову заборону на ввезення до Росії м'ясної продукції, у ПАТ «Конотопм'ясо» з'явилися штучні перешкоди для експорту ковбасних виробів до Росії.

Однією з причин збільшення обсягів виробництва м'ясних виробів була законодавча відмова в 2014 р. від ліцензування імпорту свіжого, охолодженого або замороженого м'яса та їстівних субпродуктів свійської птиці, що набула чинності з квітня 2011 р. Цей захід допоміг спростити імпорт м'яса, що дозволило переробникам накопичити достатні запаси і зберегти цінову стабільність у цьому сегменті.

Державна підтримка є спрямованою на тваринництво – галузь сільського господарства, що є головним джерелом сировини для м'ясокомбінатів (загальна сума на 2015 р. – 250 млн грн). Держава виділила 550 млн грн на підтримку агропромислового комплексу. На заходи щодо здешевлення кредитів у АПК передбачено 300 млн грн. Решта є спрямованою на державну підтримку тваринництва, приблизно 50 % від якої мають бути спрямовані на часткове відшкодування витрат на будівництво та реконструкцію ферм [4].

Наступним блоком факторів PEST-аналізу є економічні фактори. За січень–квітень індекс інфляції зріз від 103,1 % до 110,8 %. Цей показник у розрізі категорій товарів і послуг, а саме м'ясопродуктів, перебуває у межах загального рівня інфляції (101,4 % – 106,2 %). Падіння макроекономічних показників, зниження валового внутрішнього продукту, зменшення золотовалютних резервів країни істотно вплинули на рівень девальвації національної грошової одиниці, що від січня 2014 р. до лютого 2015 р. досяг 155,6 %. У результаті постраждали всі, і звичайні споживачі та суб'єкти підприємництва, і власне держава.

Досить велика кількість м'ясокомбінатів використовують у своїй діяльності позикові кошти, тому рівень ставки рефінансування істотно впливає на фінансовий стан господарюючого суб'єкта. За даними НБУ, рівень облікової ставки з 4 березня 2015 р. становить 30 %. Така ситуація змушує банки надавати дорогі кредити, що спричиняє використання підприємствами власних фінансових ресурсів.

Третьою групою факторів макроекономічного середовища є соціальні фактори, першочерговим серед яких є демографічний. Сегментом основного споживання є жінки віком від 25 до 60 років, найчастіше заміжні, які здійснюють покупки для всієї родини, із рівнем доходу на 1-го члена сім'ї від 1500 до 2500 грн. Основними критеріями, якими керуються покупці, є передусім смакові властивості та якість продукції, ціна, популярність торговельної марки.

Досить важливим фактором є структура витрат населення. Згідно із результатами дослідження, проведеного агенцією РІА Рейтинг, Україна посідає останнє, 40-е місце в Європі за часткою витрат на продукти харчування. Щодо споживання м'яса та м'ясопродуктів, у 2013 р. на одну особу припадало 56 кг, що на 4 % більше за аналогічний показник 2012 р. Однак, незважаючи на зростання обсягу споживання м'ясопродуктів, населення через зниження платоспроможності надає перевагу ковбасним виробам та курятині. Також на м'ясопереробну галузь істотно впливають моделі поведінки покупців, а також тенденції способу життя. Останнім часом широке розповсюдження вегетаріанства стає загрозою для м'ясопереробної галузі.

Ще одним істотним фактором впливу на діяльність м'ясокомбінатів є технології. У 2013 р. кількість м'ясопереробних підприємств поменшала порівняно із 2012 р. на 11,3 % (у зв'язку із закриттям дрібних). Усе більше уваги починають привертати великі виробники, що є орієнтованими на запити споживачів і намагаються забезпечувати безпеку та належну якість м'ясної продукції; їх частка нині становить 63 %. Така структура є пов'язаною із запровадженням високотехнологічного обладнання, а також із запровадженням високого рівня сертифікації за ISO на великих підприємствах.

Після детального аналізу ключових факторів зовнішнього середовища галузі складено узагальнюючу матрицю PEST-аналізу (табл. 1).

Таблиця 1

Матриця PEST-аналізу м'ясопереробної галузі України

Політичні фактори	**Економічні фактори**
Низька правова регульованість виробництва	Кризова фаза економічного циклу
Політична нестабільність	Рівень інфляції
Недовіра суспільства до влади та її органів	Високий рівень тінізації економіки
Державна підтримка м'ясопереробної галузі	Коливання валютних курсів
Низький контроль за дотриманням законів	Зростання конкуренції на зовнішньому ринку
Військова агресія	Високий рівень облікової ставки НБУ
Соціальні фактори	**Технологічні фактори**
Демографічні зміни	Технологічна відсталість
Значна поляризація доходів населення	Застаріле обладнання
Культурні та релігійні фактори	Динамізм оновлення та освоєння сучасних технологій
Ставлення споживачів до способу життя	Повільне запровадження вітчизняних інновацій
Рівень платоспроможності населення	Доступність використання нових рецептур

Таким чином, аналіз загроз для підприємств м'ясопереробної галузі дозволяє запропонувати заходи щодо їх усунення. Серед них: здійснення державної підтримки не тільки галузі тваринництва, але й м'ясопереробного сегмента зокрема; забезпечення державного нагляду та контролю за якістю м'ясних виробів; запровадження нових технологій, оновлення основних фондів задля підвищення конкурентоспроможності м'ясокомбінатів; стимулювання вітчизняних підприємств до ефективного використання власних фінансових ресурсів шляхом доступності кредитування, а також заохочення виробництва продукції згідно із технологічними стандартами ЄС та МС задля збільшення ринку збуту.

Науковий керівник – канд. екон. наук, професор Журавльова І. В.

Література: 1. Бланк И. А. Финансовая стратегия предприятия / И. А. Бланк. – Киев : Ника-Центр; Эльга, 2004. – 720 с. **2.** Дармограй Н. В. Необхідність здійснення аналізу сильних і слабких сторін підприємства / Н. В. Дармограй, О. А. Більцан // Тенденції розвитку України в умовах глобалізаційних викликів : I Всеукраїнська студентська науково-практична конференція. – Чернівці, 2013. – С. 54–59. **3.** Статистичний щорічник України [Електронний ресурс] // Державна служба статистики України. – Режим доступу : https://ukrstat.org/uk/druk/publicat/kat_u/publ1_u.htm. **4.** Підсумки роботи харчової промисловості за 2013 р. [Електронний ресурс] // Міні-стерство аграрної політики та продовольства України. – Режим доступу : http://minagro.gov.ua/.

ПАРАДОКС ГИФФЕНА И ЕГО СОВРЕМЕННАЯ ИНТЕРПРЕТАЦИЯ

УДК 330.101.542(477)

Литвинов В. Н.

Студент 1 курса
факультета экономики и права ХНЭУ им. С. Кузнеца

Аннотация. *Рассмотрена история открытия и становления парадокса Гиффена. Исследованы объяснения парадокса Гиффена эффектом дохода и эффектом замещения. Выявлены основные условия возникновения товаров Гиффена. Исследованы проявления эффекта Гиффена на территории Украины.*

Ключевые слова: *парадокс Гиффена, товары Гиффена, товары первой необходимости.*

© *Литвинов В. Н., 2015*

Анотація. *Розглянуто історію відкриття та становлення парадокса Гіффена. Досліджено пояснення парадокса Гіффена ефектом доходу та ефектом заміщення. Виявлено основні умови виникнення товарів Гіффена. Досліджено прояви ефекту Гіффена на території України.*

Ключові слова: *парадокс Гіффена, товари Гіффена, товари першої необхідності.*

Annotation. *The history of the discovery and establishment Giffen paradox. Giffen paradox explain studied the effect of income and substitution effects. The basic conditions of Giffen goods. Giffen effect manifestations studied in Ukraine.*

Keywords: *paradox of Giffen, Giffen goods, essentials.*

Для анализа поведения потребителя исследуют основные факторы – изменение дохода и изменение цен на товары. При условии неизменного дохода изменение цен на товары воздействует на поведение потребителя: если цена на товар регулярного пользования повышается, покупательная способность потребителя снижается, и наоборот. Как в физике существуют законы, по которым функционирует наш мир, так и в экономике существуют свои законы и свои исключения. Самым распространенным исключением из закона спроса в теории поведения потребителей является парадокс Гиффена. Сегодня при существовании развитых экономических институтов и множества товаров-заменителей, казалось бы, существование парадокса Гиффена является невозможным. Тем не менее, рассмотрим историю возникновения и исследования этого парадокса ведущими экономистами 20-го века, а также исследуем проявление парадокса Гиффена в некоторых ведущих странах мира и на территории современной Украины.

Парадоксом Гиффена называют явление, когда при повышении цены на определенные виды товара (в основном товары первой необходимости) их потребление повышается за счет экономии на других товарах [1]. Товар Гиффена – товар, спрос на который растет (падает) по мере увеличения (снижения) его цены. Ситуация явно противоречит закону спроса. Она возникает в том случае, когда рост цены на товар приводит к возникновению отрицательного эффекта дохода, что полностью перекрывает эффект замещения. Эластичность спроса по доходу на товар низкого качества является отрицательной [2].

Появление этого парадокса было аргументировано английским экономистом, журналистом и статистиком Гиффеном Р. (1837–1910). Во время голода в Ирландии 1845–1849 картофель был основным продуктом питания в стране. Хотя из-за неурожая цены на картофель непомерно возросли, его потребление повысилось. Существует и другая трактовка возникновения этого парадокса. В конце 19-го века Гиффен Р., занимаясь анализом потребительских бюджетов британских рабочих-угольщиков, установил, что при каждом повышении продажных цен на сравнительно дешевый, но ежедневно необходимый продукт питания, – хлеб – платежеспособный спрос на него не уменьшался, а возрастал [3].

Сам Гиффен Р. не выдвигал никаких теорий или гипотез. Позднее его современник Маршалл А. (1895) на основе наблюдений Гиффена связал его имя с указанным повторяющимся экономическим явлением.

Американский экономист, лауреат Нобелевской премии по экономике Стиглер Д. считает, что автором описанного в эффекте Гиффена парадокса является Маршалл А. По мнению Стиглера Д., есть основания полагать, что сам Гиффен Р. это явление не наблюдал. Несмотря на определенную критику, парадокс Гиффена Р. считают одним из интересных явлений в экономической теории.

В современной экономической науке парадокс Гиффена объясняют эффектом дохода и эффектом замещения. Товары приобретают свойства товаров Гиффена Р., когда эффект дохода превышает эффект замещения, в результате чего показатель спроса увеличивается при росте цен [4]. Эффект дохода и эффект замещения были сформулированы английским экономистом, лауреатом Нобелевской премии Хиксом Д. и выдающимся советским статистиком и экономистом Слуцким Е.

Считается, что наиболее убедительно аргументировал возможность появления парадокса Гиффена Р. именно советский ученый Слуцкий Е., который в 1915 г. опубликовал статью «К теории сбалансированного бюджета потребителя». Краткий смысл обоснования парадокса Гиффена Р. в следующем. Доход малообеспеченной группы населения ограничен и практически полностью уходит на потребление товаров первой необходимости. Повышение цен на хлеб (или картофель) приводит к тому, что реальный доход потребителя уменьшается. В результате этого он вынужден сокращать потребление одного из товаров. Этим товаром является более дорогое благо, поэтому потребитель вынужден сокращать объемы потребления мяса и подобных товаров. При этом он недополучает часть необходимых для удовлетворения потребностей в еде продуктов. Их недостаток он компенсирует увеличением объемов потребления хлеба, картофеля и других более дешевых товаров.

Рассмотрим некоторые примеры товаров Гиффена. Поскольку парадокс Гиффена Р. не является исключением из совокупности всех экономических наблюдений, теоретики говорят о товарах Гиффена, а не об одном конкретном товаре. Любой товар Гиффена должен одновременно удовлетворять следующим условиям:

- быть низкокачественным;
- составлять значительную часть расходов потребителя;

– отсутствуют равнозначные товары-заменители;
– иметь значительную долю потребителей (рис. 1).

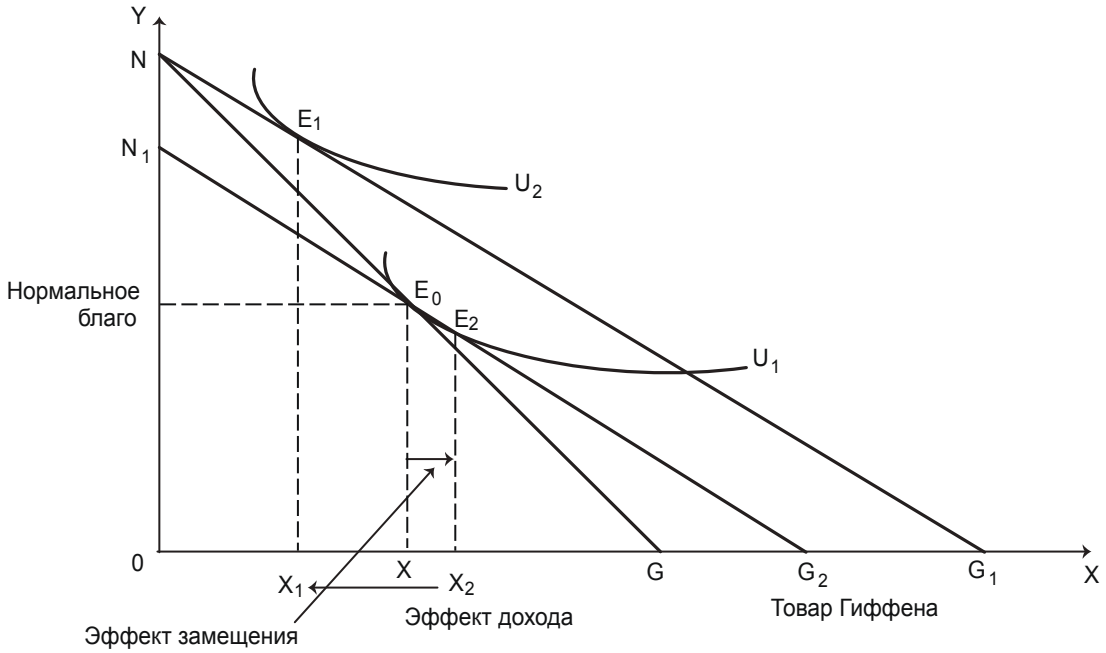

Рис. 1. **Эффект дохода для товаров Гиффена** [5]

Для каждого региона существуют собственные товары Гиффена. Для Китая это рис и макароны, для европейских государств это картофель, для стран Восточной Европы – макароны, крупы, хлеб, картофель и др. Для США таким товаром считается бензин, это напрямую связано с высокой степенью автомобилизации. Товарами Гиффена становятся товары, предложение которых уменьшилось в связи с ситуацией в регионе. Например, если предложение соли внезапно упадет, цена на нее резко возрастет вместе со спросом, так как население будет выкупать соль, опасаясь, что цена на нее непомерно возрастет или соль совсем исчезнет с прилавков магазинов.

Парадокс Гиффена четко проявляется в Украине в кризисные периоды. Известно, что именно тогда, когда люди вынуждены заменять в своем рационе более дорогие товары более доступными, растет спрос на продукты, которые подорожали, но они относятся к товарам первой необходимости и именно они имеют самую низкую цену по сравнению с другими товарами (хлеб, макароны, картофель и др.).

Продовольственные товары массового потребления могут считаться имеющими неэластичный спрос по цене, то есть спрос на них почти не зависит от изменения цен. С некоторым допущением их можно считать товарами Гиффена. Эту тенденцию можно было наблюдать на потребительском рынке Украины во время кризиса и в посткризисный период 2010–2011 гг., когда цены на продовольственные товары выросли с начала года на 13,6 % (июнь 2011 г. к декабрю 2010 г.). Среди продовольственных товаров значительное повышение цен отмечалось на подсолнечное масло, плодоовощную продукцию, продукты переработки зерна, мясопродукты. Среди продуктов переработки зерна мука пшеничная подорожала на 32,6 %, хлеб и хлебобулочные изделия – на 22,3 %, в том числе хлеб ржаной, хлеб и булочные изделия из пшеничной муки высшего, 1-го и 2-го сортов – на 20,6–27,1%; булочные изделия сдобные из муки высшего сорта и бараночные изделия – на 11,0–11,8 %. Макаронные и крупяные изделия подорожали на 25,4 %, в том числе рис шлифованный, макаронные изделия из муки высшего сорта, вермишель, пшено, горох и фасоль – на 27,6 % – 32,1 %. Согласно эффекту Гиффена Р., спрос на эти товары должен увеличиться. Действительно, в январе–июне 2011 г. оборот розничной торговли этих товаров составил 23,2 млрд грн, что на 20,3 % больше, чем в январе–июне 2010 г. В расчете на одного жителя было приобретено этих товаров на 8,5 тыс. грн за 2011 г., в среднем за месяц – на 1,4 тыс. грн, в то время как в 2010 г. аналогичный показатель составлял 7 тыс. грн.

Таким образом, можно сделать вывод, что растительное масло, мука, хлеб являются товарами Гиффена. Даже значительное повышение цен именно на эту продукцию заставляет потребителей покупать ее в больших объемах, отказывая себе в более дорогих товарах.

Подобная ситуация имела место в Украине в марте 2015 г., когда население, опасаясь резкого повышения цен на сахар и муку, в больших объемах начали покупать эти товары. Увеличение цен на хлебобулочные изделия в среднем на 60 % не уменьшило спрос на них при значительном уменьшении реального дохода потребителей.

Очевидно, что эффект Гиффена Р. является универсальным для экономики в целом. Несмотря на огромное количество товаров-заменителей в современном обществе, существуют товары Гиффена, зависящие от особенностей исследуемого региона. На практике появление товаров Гиффена Р. – это сигнал о социальном неблагополучии, свидетельствующий о снижении уровня жизни определенных слоев населения.

Рассматриваем как перспективные направления изучение более ранних формулировок парадокса Гиффена Р., предложенных Биком Г. (1800) и Грэем С. (1804), а также дальнейшее наблюдение за условиями появления товаров Гиффена, кризисными регионами и политикой государства, направленной на урегулирование цен и спроса на товары первой необходимости.

Научный руководитель – Митрофанова А. С.

Литература: 1. Мостицкий И. Универсальный дополнительный практический толковый словарь [Электронный ресурс] / И. Мостицкий. – Режим доступа : http://slovari.bibliofond.ru/mostitsky_universal_dic/. **2.** Сиполс О. В. Новый англо-русский словарь-справочник. Экономика / О. В. Сиполс. – М. : Флинта ; Наука, 2010. – 712 с. **3.** Блауг М. Экономическая мысль в ретроспективе / М. Блауг. – Дело ЛТД, 1994. – 627 с. **4.** Зятковський І. В. Оцінка еластичності попиту в умовах трансформації економіки / І. В. Зятковський // Фінанси України. – 2006. – № 6. – С. 129–142 с. **5.** Нуреев Р. М. Курс микроэкономики : учебник / Р. М. Нуреев. – М. : Инфра-М, 2001. – 572 с. **6.** Статистичний щорічник України [Электронный ресурс] // Державна служба статистики України. – Режим доступа : https://ukrstat.org/uk/druk/publicat/kat_u/publ1_u.htm. **7.** Бутрій К. Парадокс Гіффена та його існування в сучасному житті [Электронный ресурс] / К. Бутрій, Т. Тітенко. – Режим доступа : http://conference.spkneu.org/2012/12/but-tit/. **8.** Nachbar J. The Last Word on Giffen Goods? / J. Nachbar. – 1996, February. – С. 2–3.

АСПЕКТЫ, ОТРИЦАТЕЛЬНО ВЛИЯЮЩИЕ НА ИЗУЧЕНИЕ ИСТОРИИ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ МЫСЛИ В УКРАИНЕ

УДК 333.28.01(477)

Лихолет Т. О.

Студент 2 курса
факультета учета и аудита ХНЭУ им. С. Кузнеца

Аннотация. *Рассмотрены основные проблемы изучения истории экономической мысли в Украине, факторы и причины, значительно тормозящие процесс дальнейшего изучения дисциплины. Предложены методы улучшения ситуации и пути устранения проблем.*

Ключевые слова: *история экономической мысли, процессы, факторы развития, «утечка умов».*

Анотація. *Розглянуто основні проблеми вивчення історії економічної думки в Україні, фактори і причини, що значно гальмують процес подальшого вивчення дисципліни. Запропоновано методи покращення ситуації та засоби усунення проблем.*

Ключові слова: *історія економічної думки, процеси, фактори розвитку, «відплив інтелекту».*

Annotation. *The main problems of studying the history of economic thought in the Ukraine, factors and causes that greatly inhibit the process of further study discipline. Methods to improve the situation and how to solve problems.*

Keywords: *history of economic thought, processes, factors of development, «brain drain».*

История экономической мысли – одна из важнейших дисциплин для современного мира. Любой человек, живущий в прогрессивном государстве, не говоря о политических лидерах, должен знать основы экономики, раз-

© Лихолет Т. О., 2015

бираться в экономических процессах, происходящих в его стране и в мире в целом. Именно это является залогом успешного будущего любой страны.

История экономической мысли объединяет историю и экономику. Только изучая эти науки в комплексе, можно осмыслить экономические процессы, их происхождение, использовать опыт прошлых поколений для решения существующих проблем.

Роль исторического аспекта в системе экономических наук огромна, как и роль экономики в обществе. Исследование общественно-экономических явлений в историческом плане позволяет не только их охарактеризовать, но и предвидеть развитие, а также понять причины возникновения определенных экономических процессов именно в этих условиях.

Изучение экономической мысли является очень важным предметом. Однако на сегодня существует ряд проблем, препятствующих развитию этой науки, что провоцирует возникновение серьезных проблем в экономике страны. Изучением этого вопроса занимаются многие украинские ученые: Леоненко П. М., Алексеенко М. Р., Миклашевских И. Е., Вольский М. П., Охенковський В. П., Грабский С. М. и др.

Среди проблем, отрицательно влияющих на изучение этой дисциплины, можно выделить четыре аспекта: финансово-материальный, исторический, административный и личностный.

Под финансово-материальным аспектом понимают недостаточность денежных средств и ресурсной базы для реализации исследований. Результатом является поиск возможностей для финансирования исследований извне и, как правило, работа на повышение научного потенциала страны, резиденты которой инвестировали деньги в разработки. Этот процесс уже стал тенденцией для современной Украины.

Выезд за границу ведущих ученых из-за нехватки инвестирования – распространенная проблема. Корни масштабной «утечки мозгов» из Украины принято видеть в общем экономическом кризисе 1990-х гг., 2008 г. и 2014 г., когда существенно сократилась правительственная поддержка научной деятельности, что вынудило промышленность отказаться от проведения научных исследований.

Процесс «утечки мозгов» за рубеж начался в начале 1990-х гг., после распада СССР, когда в стране резко ухудшилась экономическая ситуация. Многие украинские ученые, покинувшие страну после распада СССР, занимали ведущие позиции в научном сообществе. Как правило, за границу уезжали наиболее одаренные специалисты, либо являющиеся лидерами приоритетных исследовательских направлений, либо те, кто мог таковыми стать. В результате только в Соединенных Штатах сейчас работают десятки тысяч украинских ученых, а общий показатель «утечки мозгов» за границу до сих пор не поддается подсчету.

Конечно, следует отдельно рассматривать случаи равноправного международного сотрудничества. Однако важно отметить, что для членства в известных научных организациях также нужны средства, на что обращается мало внимания со стороны современных административных структур страны. Фактически, членство в мировых или международных научных организациях является первичным элементом обеспечения минимального научного потенциала. К сожалению, в большинстве случаев этот потенциал сосредоточивается на изучении переведенных с русского языка или в лучшем случае иностранных псевдонаучных источников. Таким образом, финансовый и интеллектуальный аспект являются диалектически связанными.

Исторический аспект подразумевает исторически сложившееся развитие Украины как самостоятельного государства. Украина стала независимой 24 августа 1991 г., и тогда же стала самостоятельной экономической единицей. До этого она была в составе СССР, и история сливалась в единое целое. Неудивительно, что зачастую возникают споры по поводу принадлежности ученых к украинцам или россиянам.

Сюда относятся и политические ситуации, имеющие место в истории Украины. Из-за сталинских репрессий 1920–1950 гг. многие поколения украинских экономистов были вычеркнуты из нашей истории. О многих в учебниках по истории экономических учений умалчивалось, а сами ученые вынуждены были либо прекратить свою деятельность, либо покинуть страну. Административно-политический и личностный аспекты – фактически противоположные и одновременно очень близкие элементы.

К административно-политическому аспекту относят разрушение отечественной науки, непредсказуемую социально-экономическую и социально-политическую ситуацию в стране, низкий спрос в Украине на изучение экономики. Если в развитых странах развитие таких дисциплин, которые способствуют развитию экономики, поощряется, то в Украине к этому не проявляют особого энтузиазма. А ведь экономический сектор – это главная составляющая развития всей страны.

К личностному аспекту можно отнести желание и возможности улучшить свое экономическое положение за счет повышения уровня зарплаты и других поступлений и грантов; поиск лучших условий труда и жизни за рубежом (реальных возможностей в медицинском обслуживании, социальном страховании, пенсионном обеспечении, в целом в социальной сфере); страх остаться на родине без работы с учетом того минимального внимания, которое уделяется в Украине развитию науки. Результатом незначительных финансовых ассигнований в научные исследования, неумелых действий административных структур, ухудшения имиджа ученого является незначительное количество молодых людей, желающих заниматься научной деятельностью. К сожалению, молодые уче-

ные просто не заинтересованы в реализации в Украине. Это отрицательно влияет на развитие экономической мысли, поскольку отсутствие молодых ученых приводит к деградации на всех уровнях. Без профессиональных ученых страна обречена на медленную смерть и умственную деградацию.

Таким образом, можно сделать вывод, что в Украине существует достаточное количество проблем, тормозящих развитие истории экономической мысли. Но их можно преодолеть, если незамедлительно принять меры. Государству необходимо остановить «утечку умов» из Украины в более развитые страны, мотивировать молодых ученых развивать экономический сектор, стабилизировать экономическо-политическую ситуацию в стране и создать благоприятные условия для развития экономической науки в Украине.

Научный руководитель – канд. экон. наук, преподаватель Фадеева Ю. В.

Литература: 1. Ядгаров Я. С. История экономических учений / Я. С. Ядгаров. – М. : Инфра-М, 2009. – 480 с. **2.** Леоненко П. М. Економічна історія : навч. посібник / П. М. Леоненко, П. І. Юхименко. – Київ : Знання-Прес, 2009. – 499 с. **3.** Худокормов А. Г. История экономических учений (современный этап) : учебник / Под общ. ред. А. Г. Худокормова. – М. : Инфра-М, 2002. – 733 с. **4.** Поляк Г. Б. История мировой экономики : учебник / Г. Б. Поляк, А. Н. Маркова. – М. : Юнити, 2003. – 727 с. **5.** Первушина Ю. В. Проблемы «утечки умов» в мировой экономике [Электронный ресурс] / Ю. В. Первушина // Refleader. – Режим доступа : http://refleader.ru/rnapolrnaaty.html.

БАНКРОТСТВО ПРЕДПРИЯТИЙ: ПРИЧИНЫ И СПОСОБЫ ПРЕДОТВРАЩЕНИЯ

УДК 005.334.4

Лихолет Т. О.

Студент 2 курса
факультета учета и аудита ХНЭУ им. С. Кузнеца

Аннотация. *Рассмотрены основные виды и причины банкротства предприятий Украины. Проанализирован зарубежный опыт антикризисного управления и возможность его применения на отечественных предприятиях.*

Ключевые слова: *банкротство, предприятие, причины банкротства, антикризисное управление, платежеспособность, виды банкротства, финансовое состояние.*

Анотація. *Розглянуто основні види та причини банкрутства підприємств України. Проаналізовано зарубіжний досвід антикризового управління і можливість його застосування на вітчизняних підприємствах.*

Ключові слова: *банкрутство, підприємство, причини банкрутства, антикризове управління, платоспроможність, види банкрутства, фінансовий стан.*

Annotation. *The main types and causes of bankruptcy Ukraine. The foreign experience of crisis management and the possibility of its use in domestic enterprises.*

Keywords: *bankruptcy, business, causes bankruptcy, crisis management, solvency, types of bankruptcy, financial condition.*

В настоящее время проблема банкротства является актуальной для многих субъектов хозяйственной деятельности, поскольку большинство украинских предприятий различных организационно-правовых форм хозяйствования и видов экономической деятельности находятся в кризисном состоянии, что связано с дестабилизацией экономики Украины. Процесс банкротства отечественных предприятий связан не только с экономическим кризисом, отсутствием инвестиций, инфляцией, ростом налогов и цен, но и со слабостью финансового управления.

© Лихолет Т. О., 2015

Проблемы банкротства предприятий изучают многие ученые, среди них Шершеневич Г., Витрянский В., Жилинский С., Телюкина М., Таль Г., Григорьев В., Альтман Э., Бивер У. и др. Однако, недостаточно изученными остаются вопросы, связанные с оценкой финансового состояния предприятия и анализом финансовых последствий принимаемых решений.

Целью написания статьи является анализ зарубежных методик прогнозирования вероятности банкротства и возможности применения их на отечественных предприятиях с целью выхода из кризисного состояния.

Понятие банкротства отражено в Законе Украины «О восстановлении платежеспособности должника или признании его банкротом». Оно рассматривается как признанная хозяйственным судом невозможность должника восстановить свою платежеспособность и удовлетворить признанные судом требования кредиторов не иначе как путем применения ликвидационной процедуры. Суть несостоятельности (банкротства) состоит в том, что хозяйствующий субъект оказывается не в состоянии выполнить свои обязательства, взятые на себя по доброй воле или возложенные на него в силу сложившихся обстоятельств [1].

Существуют несколько разновидностей банкротства предприятия. В законодательной и финансовой практике выделяют следующие его виды:

1) реальное – полная неспособность предприятия восстановить в дальнейшем свою финансовую устойчивость;

2) техническое – состояние неплатежеспособности предприятия, связанное с существенной просрочкой его дебиторской задолженности;

3) умышленное – преднамеренное создание (или увеличение) руководителем или собственником предприятия его неплатежеспособности; нанесение экономического ущерба предприятию в личных интересах или в интересах иных лиц;

4) фиктивное – заведомо ложное объявление предприятием о своей несостоятельности с целью введения в заблуждение кредиторов для получения от них отсрочки (рассрочки) выполнения своих кредитных обязательств или скидки с суммы кредитной задолженности [2].

Банкротство, как правило, является следствием взаимодействия внутренних и внешних факторов. В развитых странах с рыночной экономикой, устойчивой экономической и политической системой разорение субъектов хозяйствования на треть связано с внешними факторами и на 2 / 3 – с внутренними.

Внешние (экзогенные) причины не зависят от деятельности предприятия (факторы социально-экономического развития страны, развития товарных и финансовых рынков, политическая нестабильность и др.). Внутренние (эндогенные) причины зависят от деятельности предприятия (факторы, связанные с операционной деятельностью, инвестиционной и финансовой деятельностью предприятия, низкий уровень квалификации управленческого персонала и др.) [3].

Одним из важнейших принципов стратегии антикризисного управления является постоянный мониторинг внешней и внутренней среды предприятия с целью своевременного обнаружения надвигающего экономического кризиса. Для этого необходимо построить систему, позволяющую прогнозировать надвигающиеся угрозы для предприятия, определить основные подходы к анализу рисков банкротства предприятия, научиться применять основные методы диагностики финансового состояния.

Изучение зарубежной литературы в области экономики позволяет говорить об огромном количестве исследований, связанных с предотвращением кризисного состояния на предприятиях.

Большинство предприятий разоряются из-за неэффективной государственной политики. Значит, одним из путей финансового оздоровления предприятий должна быть государственная поддержка несостоятельных субъектов хозяйствования.

Как показывают исследования, основная стратегия антикризисного управления зарубежными предприятиями заключается в следующем [3]:

1) использование факторинга, состоящего в уступке банку или факторинговой компании права на востребование дебиторской задолженности, по которому предприятие уступает свое требование к дебиторам банку в качестве обеспечения возврата кредита;

2) применение лизинга, не требующего полной единовременной оплаты арендуемого имущества и служащего одним из видов инвестирования, а также использование ускоренной амортизации по лизинговым операциям, что позволяет оперативно обновлять оборудование и проводить техническое перевооружение производства;

3) привлечение кредитов под прибыльные проекты, способные принести предприятию высокий доход, что является одним из резервов финансового оздоровления предприятия;

4) анализ использования прибыли, состоящий в рассмотрении получаемой прибыли предприятием и в дальнейшем ее использовании (при наличии значительных отчислений в фонд потребления часть прибыли в условиях неплатежеспособности предприятия можно рассматривать как потенциальный резерв пополнения собственных оборотных средств);

5) использование маркетингового анализа, состоящего в изучении спроса и предложения, рынков сбыта, и формирование на этой основе оптимального ассортимента и структуры производства продукции.

Таким образом, процесс банкротства предприятий связан не только с общей экономической ситуацией в стране, но и со слабостью финансового управления на предприятиях. Именно поэтому применение методов финансового анализа, умение разрабатывать и внедрять план оздоровления предприятия являются необходимыми предпосылками эффективного антикризисного управления.

Научный руководитель – канд. экон. наук, преподаватель Гиль С. Е.

Литература: 1. Про відновлення платоспроможності боржника або визнання його банкрутом [Электронный ресурс] : Закон України від 14.05.1992 № 2343-XII. – Режим доступа : http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/2343-12. **2.** Иванов Г. П. Антикризисное управление: от банкротства – к финансовому оздоровлению / Под ред. Г. П. Иванова. – М. : Закон и право; ЮНИТИ, 2007. – 320 с. **3.** Алексеев Н. В. Управление предприятием в кризисной ситуации / Н. В. Алексеев // Проблемы теории и практики управления. – 1997. – № 6. – С. 23–29. **4.** Бандурин В. В. Проблемы управления несостоятельными предприятиями в условиях переходной экономики / В. В. Бандурин, В. Е. Ларицкий. – М. : Наука и экономика, 1999. – 164 с. **5.** Altman E. Financial Ratios. Discriminant Analysis and the Prediction of Corporate Bank-ruptcy / E. Altman // Journal Of Finance. – 1968. – Sept. – P. 589–609.

ПРОГНОЗУВАННЯ ВАЛЮТНОГО КУРСУ В УКРАЇНІ ТА ПОЛІТИКА НБУ ЩОДО ЙОГО РЕГУЛЮВАННЯ

УДК 336.748(477)

Лончак Д. О.

Студент 2 курсу
факультету міжнародних економічних відносин ХНЕУ ім. С. Кузнеця

Анотація. *Розглянуто підходи до прогнозування валютного курсу в Україні. Проаналізовано методи регулювання валютного курсу Національним банком України.*

Ключові слова: *валютний курс, прогнозування, девізна політика, валютна інтервенція, дисконтна політика, валютні обмеження.*

Аннотация. *Рассмотрены подходы к прогнозированию валютного курса в Украине. Проанализированы методы регулирования валютного курса Национальным банком Украины.*

Ключевые слова: *валютный курс, прогнозирование, девизная политика, валютная интервенция, дисконтная политика, валютные ограничения.*

Annotation. *The approaches to forecasting exchange rate in Ukraine. The methods of regulation of the exchange rate by the National Bank of Ukraine.*

Keywords: *exchange rate forecasting, foreign exchange policy, currency intervention, discount policies, currency restrictions.*

Нині динаміка обмінного курсу національної валюти є одним із основних показників розвитку економіки країни. Останнім часом Україна зазнала значного падіння курсу гривні. Природно, що серед центральних завдань економічної політики держави є виявлення причин, що спричиняють послаблення курсу національної валюти, а також пошук найефективніших заходів щодо запобігання та нейтралізації цих процесів. Відтак зрозуміло, що це дослідження є надзвичайно актуальним.

© Лончак Д. О., 2015

Проблеми змін валютного курсу та наслідки цих змін досліджували такі видатні вчені: Башко В., Дзюблюк О., Береславська О., Лапчук Б., Михайличенко С., Міщенко В. та ін.

Вплив зміни валютного курсу на фінансову систему країн із відкритою економікою, зокрема України, важко переоцінити. Більше половини заощаджень резидентів зберігаються в іноземній валюті, до половини боргових зобов'язань оформлені в іноземній валюті, оцінювання рухомих й нерухомих об'єктів, а також оцінювання доходності активів здійснюють у доларовому еквіваленті, що свідчить про те, що національна валюта не виконує всіх функцій грошей.

За умови скоординованої фіскальної політики уряду та грошово-кредитної і валютної політики Центрального банку органи управління без негативних наслідків спроможні вирівнювати значні перепади надходжень іноземної валюти, оберігаючи економічних агентів від різких змін валютного курсу та здійснюючи управління ним задля отримання цінових переваг у міжнародній торгівлі. Але для управління валютним курсом необхідно чітко визначити основні фактори та їх кількісний вплив на валютний курс, а також методи його прогнозування та регулювання центральним банком, що є предметом дослідження.

Одним із методів прогнозування валютного курсу є визначення реального ефективного валютного курсу (РЕВК) із урахуванням очікуваного обсягу притоку валюти за статтями платіжного балансу, що виникають на підставі екзогенних факторів. До факторів із кількісними значеннями належать рахунок операцій із капіталом та фінансові операції, поточні трансферти та доходи, а також диференціал цін імпорту та експорту. Натомість вплив інших нецінових форс-мажорних обставин важко піддається кількісному визначенню, що не дає змоги залучити їх до регресійного рівняння.

У ході оцінювання очікуваних значень екзогенних факторів у 2015 р. виходитимемо з припущення, що у цьому році на валютний курс продовжуватимуть впливати екзогенні фактори за статтями торговельного балансу, що мали місце у 2014 р. [2].

Через адміністративні обмеження обсяг експорту товарів із України за січень–жовтень 2014 р. склав 46,1 млрд дол. США, у тому числі у РФ – 8,8 млрд дол. США, що становить 90,6 % та 70,6 % від відповідного періоду минулого року. Можна припустити, що за відсутності торговельної війни динаміка експорту до РФ була б такою ж, як і до інших країн, і складала б 12,1 млрд дол. США замість фактичних 8,8 млрд дол. США. Загальний вплив торговельної війни на експорт товарів із України до РФ становив 3,3 млрд дол. США.

Через бойкотування російських товарів українськими споживачами протягом січня–жовтня 2014 р. обсяг імпорту з РФ зменшився на 600 млн дол. США.

Слід сказати і про зниження експорту з території Донбасу через військові дії. Донбас традиційно був експортоорієнтованим промисловим регіоном із значним профіцитом сальдо торговельного балансу. Протягом січня–жовтня 2014 р. сальдо торговельного балансу було профіцитним і становило 6,9 млрд дол. США. Але якщо б динаміка експорту та імпорту у цих регіонах була подібною до динаміки експорту та імпорту в цілому в Україні, то позитивне сальдо становило б 8,6 млрд дол. США. Екстраполюванням цього обсягу на весь рік визначено, що експортні недонадходження складають 2,4 млрд дол. США [4].

Іншим екзогенним фактором є відтік валюти за фінансовим рахунком, який дещо зменшився порівняно із 2014 р., але є досить суттєвим, щоб істотно впливати на валютний курс. Найбільш вірогідно, що МВФ допоможе НБУ фінансувати дефіцит фінансового рахунка, але при цьому наполягатиме на недопустимості фінансування торговельного дефіциту, тобто на подальшій девальвації гривні до того рівня, за якого профіцит сальдо за еластичними до зміни валютного курсу статтями торговельного балансу не покриє дефіциту за екзогенними статтями і торговельний баланс не стане збалансованим. За таких умов, а також виходячи з припущень, що очікування дефлятора кінцевих споживчих витрат в Україні справдяться, валютний курс може зрости.

Якщо ж МВФ погодиться фінансувати і дефіцит торговельного балансу, що виник через екзогенні фактори, то валютний курс залишиться більш-менш стабільним. Тобто середнє значення валютного курсу в 2015 р. перебуватиме десь на рівні 22–23 грн за дол. США [2].

За сучасних умов Національний банк України застосовує валютну політику задля впливу на динаміку обмінного курсу.

Одним із найважливіших економічних інструментів реалізації валютної політики центрального банку є девізна політика. Девізна політика – це інструмент валютної політики, сутність якого полягає у впливі на обмінний курс національної валюти через купівлю-продаж державними органами (центральними банками) іноземної валюти (девізів) [1]. До основних методів регулювання валютного курсу належать валютна інтервенція, дисконтна (облікова) політика та валютні обмеження.

Валютна інтервенція – це пряме втручання центрального банку в операції на валютному ринку задля регулювання курсу національної валюти через операції з купівлі-продажу іноземних валют [1]. Головними цілями проведення валютних інтервенцій є підтримання на певному рівні курсу національної грошової одиниці з тим, щоб не допустити її знецінення або необґрунтованого зміцнення; стабілізація кон'юнктури на валютному ринку країни,

тобто врівноваження попиту та пропозиції на іноземну валюту; підтримання курсу національної валюти на штучно заниженому рівні для стимулювання збільшення обсягів експорту і підтримання конкурентоспроможності на зовнішніх ринках.

У результаті інтервенцій за незмінного обсягу грошової маси в економіці змінюється структура активів центрального банку: зростають обсяги внутрішніх активів (вкладення у державні цінні папери) та зменшуються обсяги зовнішніх активів (резерви в іноземній валюті). У разі девальваційної спрямованості інтервенції зміна структури активів центрального банку матиме протилежний характер: зменшуються вкладення у цінні папери і зростають резерви в іноземній валюті [1, с. 144].

За режимів фіксованих курсів терміни й обсяги валютних інтервенцій зазвичай є непідконтрольними центральним банкам. При гнучких режимах інтервенції здійснюють за розсудом центрального банку, коли це потрібно для усунення незбалансованості валютних курсів, підтримки спокою на валютних ринках, збільшення резервів і забезпечення пропозиції іноземної валюти. Проте досвід деяких країн свідчить, що інтервенції мають бути вибірковими й обмеженими [3, с. 24–37].

До основних методів регулювання валютного курсу належить також дисконтна (облікова) політика. Сутність її полягає в маніпулюванні центральним банком обліковою ставкою. Підвищення або зниження центральним банком облікової ставки впливає на рух зарубіжних короткострокових капіталів. Якщо уряд має на меті знизити валютний курс, то центральний банк знижує обліковий відсоток, капітали переміщуються до інших країн, погіршується стан платіжного балансу, курс валюти знижується.

У період погіршення стану платіжного балансу центральний банк підвищує облікову ставку, щоб стимулювати приплив капіталу з країн, де облікова ставка є нижчою. Проте підвищення облікової ставки може спричинити подорожчання кредиту всередині країни і загальмувати таким чином розвиток національного виробництва.

На валютний курс впливають також валютні обмеження. Валютні обмеження є скерованими на обмеження операцій із валютою, золотом та іншими валютними цінностями. Вони являють собою сукупність заходів та нормативних правил держави, установлених у законодавчому чи адміністративному порядку, що вводять чи відміняють залежно від економічної ситуації в країні.

Таким чином, положення та розрахунки мають теоретичний характер і допомагають встановити взаємозв'язки між статтями платіжного балансу та валютним курсом, а також визначити основні фактори, що впливають на волатильність курсу, та зробити орієнтовний прогноз.

Науковий керівник – канд. екон. наук, старший викладач Пивавар І. В.

Література: 1. Дзюблюк О. В. Валютна політика : навч. посібник / О. В. Дзюблюк. – Київ : Знання, 2007. – 422 с. **2.** Башко В. Прогнозування валютного курсу в Україні / В. Башко // Вісник НБУ. – 2015. – № 1. – С. 14–19. **3.** Neely C. The practice of Central Bank Intervention: Looking Under the Hood / C. Neely. – Central Banking. – 2000. – № 2. – P. 24–37. **4.** Державна служба статистики України [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://www.ukrstat.gov.ua/. **5.** Національний банк України [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://www.bank.gov.ua/control/uk/index.

ДЕФОЛТ: СУТНІСТЬ, ПРИЧИНИ ТА НАСЛІДКИ

УДК 336.279

Максимова Т. Д.
Сотніков Я. С.

Студенти 2 курсу
факультету економіки і права ХНЕУ ім. С. Кузнеця

Анотація. *Досліджено поняття дефолту, його причини та наслідки в різних країнах світу. Проаналізовано економічну ситуацію в Україні на сучасному етапі її розвитку. Запропоновано шляхи подолання наслідків дефолту та формування стабільної економіки.*

Ключові слова: *дефолт, державний борг, ВВП, кредит.*

Аннотация. *Исследовано понятие дефолта, его причины и последствия в различных странах мира. Проанализирована экономическая ситуация в Украине на современном этапе ее развития. Предложены пути преодоления последствий дефолта и формирования стабильной экономики.*

Ключевые слова: *дефолт, государственный долг, ВВП, кредит.*

Annotation. *The concept of default, its causes and consequences in different countries. Analyzes the economic situation in Ukraine at the present stage of its development. The ways of overcoming the consequences of default and the formation of a stable economy.*

Keywords: *default, public debt, GDP, credit.*

Нині питання дефолту в Україні є одним із найважливіших. Згідно з інформацією фінансового агентства Bloomberg, на початок 2015 р. ризик дефолту в Україні становив 70 %. У зв'язку із нестабільною економічною ситуацією й стрімким зростанням державного боргу дослідження сутності дефолту та його можливих наслідків для України є доволі актуальними питаннями.

Дослідження сутності, оцінювання, причин та наслідків дефолту проводили такі вчені: Коул Х., Друді Ф., Шелегеда Б., Коптюх О., Джордано Р. та ін.

Метою написання статті є дослідження сутності, причин та наслідків дефолту. Слід зазначити, що термін «дефолт» походить від англійського «default», що дослівно перекладається як невиконання зобов'язань або відмова від виплати боргів. Відтак дефолтом є невиконання правових зобов'язань (або умов) за кредитами [1].

Виділяють два типи дефолтів: технічний та звичайний. Технічний дефолт – порушення позичальником окремих пунктів договору позики, при цьому він фізично є спроможним виконати умови договору. Наприклад, це відмова сплачувати відсотки, такий дефолт не є небезпечним та не веде до банкрутства. Звичайний дефолт – абсолютна неспроможність позичальника виконувати зобов'язання за договором позики, тобто позичальник є неспроможним погасити заборгованість у встановлені терміни через ті чи інші причин.

Причиною дефолту є стрімко зростаюча сума державних зобов'язань. Дійсно, не існує у світі держави, яка б обходилася без зовнішніх або внутрішніх позик. Світова історія знає приклади, коли відмова платити за боргами закінчувалася війною. Цікаво, що іспанський монарх Філіп II оголошував дефолт цілих чотири рази: у 1557, 1560, 1575 і 1596 рр. Аргентина зіткнулася із дефолтом уже вісім разів у своїй історії. Дефолт є зовсім не рідкісним явищем. Майкл Томз та Марк Райт (UCLA) нарахували 251 випадок дефолту у 107 країнах з 1820 р. до 2012 р.

Іншою вагомою причиною дефолту є банківська криза. По-перше, зменшуються податкові надходження, по-друге, недовіра вкладників спричиняє вилучення внесків, що призводить до зменшення кредитування та звуження виробництва. Зростає кількість неплатежів за кредитами, що знижує кредитну активність банків. Банківська криза спричиняє інфляцію та девальвацію, що збільшує вартість обслуговування зовнішнього боргу, збільшує дефіцит бюджету та змушує брати нові позики [2].

Також причинами дефолту можуть бути безграмотна стратегія держави щодо фінансів (Мексиканська криза 1994, дефолт 1987 у Північній Кореї); відмова здійснювати платежі з політичних міркувань, коли новий уряд відмовляється сплачувати борги після старого керівництва (дефолт в Англії в XIV в.); побудова фінансових пірамід, у результаті яких утворюється велика кількість незабезпечених цінних паперів, зобов'язання за якими погашаються лише за рахунок нових незабезпечених випусків (дефолт 1998 р. у Росії). Також серед причин зростання безробіття, що спричиняє зменшення надходжень від податків; знецінення національної валюти по відношенню до провідних світових валют.

© Максимова Т. Д., Сотніков Я. С., 2015

На думку економістів, ризик виникнення дефолту є більш властивим країнам, що розвиваються, тобто зі слабкою економікою та низьким рівнем ВВП. Певною мірою поєднання цих факторів для кожної країни є унікальним, тому і причини, і наслідки дефолту істотно різняться. Дослідження Леві-Єяті Е. та Паніцці У. переконують, що після дефолту ВВП починає зростати майже в усіх країнах. Так було і після реструктуризації боргів 2000 р. в Україні [3].

За останні 20 років дефолти мали місце у Росії, Мексиці, Уругваї та Аргентині. Україну також не оминув дефолт, хоча і без офіційного визнання цього факту.

У серпні 1998 р. дефолт стався у РФ, коли уряд оголосив про запровадження комплексу заходів, спрямованих на нормалізацію фінансової та бюджетної політики. Основними причинами російського дефолту є:

1) зниження вартості експортних енергоресурсів;

2) великі радянські зобов'язання;

3) фінансування бюджету за рахунок позик.

На момент дефолту зовнішній борг РФ досяг 138,9 млрд дол. США [4]. Особливістю російського дефолту була відмова сплачувати внутрішні борги, що зазвичай не роблять через те, що зобов'язання у національній валюті можна повернути за рахунок додаткової емісії грошей.

Основними наслідками російського дефолту є:

1) збільшення темпів інфляції;

2) крах банківської системи;

3) падіння рівня життя;

4) девальвація національної валюти.

Але, незважаючи на негативні явища, на думку експертів, дефолт дозволив російській економіці «вимити» імпорт, посилити позиції експортерів і конкурентоспроможність російського бізнесу. Із часом Росія виконала свої зобов'язання та із підвищенням цін на енергоресурси повернула майже всі борги [5].

У 2001 р. Аргентина мала державний борг у розмірі 132 млрд дол. США, що призвело до найбільшого в світовій історії дефолту. Основними факторами дефолту були:

1) прив'язка національної валюти песо до долара США;

2) отримані значні кредити на покриття дефіциту бюджету;

3) великий обсяг боргу та витрат на його обслуговування.

Після дефолту аргентинська економіка зазнала великих втрат, серед яких:

1) скорочення ВВП;

2) зростання безробіття;

3) криза банківської системи;

4) соціальна напруга.

Однак Аргентині вдалося за рахунок ефективних дій уряду дуже швидко подолати більшість негативних наслідків дефолту і знову повернутися до світових фінансових ринків у ролі позичальника. У 2014 р. в Аргентині відбувся новий технічний дефолт. Цей дефолт не мав тяжких наслідків, а борг вдалося реструктурувати.

Україна за свою історію також пережила дефолт, який офіційно не було визнано. Проте, на думку деяких учених, одностороннє перенесення строків погашення облігацій внутрішньої державної позики у 1998 р. разом із девальвацією і було неоголошеним дефолтом [2].

Основними причинами цього дефолту є:

1) тісний зв'язок з Росією, що у 1998 р. перебувала в економічній кризі;

2) банкрутство системоутворюючих банків (одним з яких був банк «Україна»).

Наслідками цього стали:

1) руйнування банківської системи та втрата довіри до неї;

2) девальвація національної валюти.

На відміну від інших країн, Україні вдалося уникнути катастрофічних наслідків та зберегти темпи економічного зростання, незважаючи на дефолт.

Другий дефолт у нашій країні стався у 2000 р., проте вже у 2002 р. вона знову вийшла на міжнародний ринок позичок, хоча середній термін повернення на ринок становить три–сім років.

Слід зазначити, що економіка нашої держави завжди була нестабільною. Так, ще у 2011 р., за даними агенції Bloomberg [3], Україна потрапила до списку 18 країн, яким загрожує дефолт. 6 січня 2015 р. вищезгадана органі-

зація зазначила, що про вірогідність дефолту сигналізує падіння цін на українські облігації до 60 % номінальної вартості.

Нині в Україні спостерігається стрімке зростання державного боргу. Згідно з бюджетом України на 2015 р., на 31 грудня 2015 р. граничний обсяг державного боргу становитиме 1176060356,4 тис. грн. При тому станом на 1 січня 2015 р. доходи бюджету – 475939248,7, витрати – 527.893.651 грн.

Борг станом на 31.01.2015 р. становив 68911640,43 тис. дол. (за місяць він зріс на 13 млрд грн). ВВП України за 2014 р. – 1566728 млн грн, а реальний у порівняльних цінах 2013 р. – 1365123 млн грн. За підсумками 2014 р. співвідношення державного боргу до ВВП України зросло з 40 % до 72 %.

Головними причинами виникнення державного боргу є:

- дефіцит державного бюджету;
- перевищення темпів зростання державних видатків над темпами зростання державних доходів;
- підтримка стабільності національної валюти.

Джерелами погашення боргу є виділення коштів із бюджету, валютні надходження від експорту, використання золотовалютних резервів.

У разі неспроможності держави розрахуватися існує кілька методів регулювання боргу, окрім дефолту, серед них сек'ютеризація, списання боргів, відстрочення платежів, а дефолт – на крайній випадок.

Негативними наслідками дефолту можуть бути:

- повна ізоляція країни – доступ до кредитних ресурсів міжнародних організацій та країн-донорів закривається. Це означає неможливість одержання нових грошей зі світових банків. Як правило, суверенний борг відразу різко зростає за рахунок штрафів, що накладаються у разі відмови платити. Не виключена можливість блокування рахунків у банках, із якими центральний банк країни, що оголосила дефолт, мав кореспондентські відносини. Те ж стосується інвесторів – вони припиняють вкладати гроші у економіку країни-банкрута;
- накладання квот і обмежень на торгівлю з країною-банкрутом;
- згортання виробництва і як наслідок – зростання безробіття, зниження життєвого рівня населення, стрімка інфляція;
- збитки банківської системи через девальвацію національної валюти, що спричиняє випадки банкрутств банків і підприємств.

Проте у дефолті є і позитивні сторони, серед них:

- зменшення навантаження у державному бюджеті на обслуговування державного боргу, зростання витрат на внутрішні потреби;
- зменшення кількості імпортованих у країну товарів та зменшення купівельної спроможності у населення зумовлює зростання попиту на вітчизняні товари, тобто розвиток національного виробництва.

Слід додати, що багато науковців вважають, що після дефолту багато країн швидко поновлюють свою участь у фінансових ринках, і умови кредитування не істотно відрізняються від стабільних країн. Проте спостерігається зменшення кредитування приватного сектора, нижчими є темпи зростання економіки порівняно із країнами з подібною економікою.

Таким чином, випадки дефолту мали місце у багатьох країнах. У разі дефолту в Україні передусім можуть постраждати ті сфери, що найбільше залежать від імпорту і кредитних ресурсів: будівництво, торгівля, транспорт і легка промисловість. У короткостроковій перспективі дефолт сприятиме розвитку національної економіки, а у довгостроковому плані спричинить зростання суми зовнішніх зобов'язань за рахунок відстрочених виплат і санкцій. Зростає і ціна обслуговування боргу: країна має покладатися на власні сили, оскільки зовнішні позики більше не надаватимуться. Відтак дефолт є явищем негативним, проте у разі його настання треба не засмучуватися, а діяти. Надзвичайно важливими є ефективність та швидкість реагування уряду країни-банкрута.

Науковий керівник – канд. екон. наук, доцент Лісна І. Ф.

Література: 1. Servigny A. The Standard and Poor's Guide to Measuring and Managing Credit Risk / A. Servigny, O. Renault. – New York : McGraw-Hill, 2004. – 388 p. **2.** Шелегеда Б. Г. О перерастании экономических кризисов в дефолт: Украина в сравнении с другими странами / Б. Г. Шелегеда, М. Н. Корнев [и др.] // Научные труды ДонНТУ. – 2014. – № 4. – С. 5–19. **3.** Купе Т. Що ми знаємо про дефолт [Електронний ресурс] / Т. Купе // Економічна правда. – Режим доступу : http://www.epravda.com.ua/columns/2015/01/19/521739/. **4.** Коптюх О. Дефолти країн та банківські кризи: історичний погляд на їх взаємозв'язок / О. Коптюх, Т. Остапишин // Вісник Національного банку України. – 2012. – № 11. – С. 34–38. **5.** Юсим В. Первопричина мировых кризисов / В. Юсим // Вопросы

экономики. – 2009. – № 1. – С. 28–39. **6.** Державна служба статистики України [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://www.ukrstat.gov.ua/. **7.** Антоненко О. І. До питання сутності та наслідків суверенного дефолту / О. Антоненко // Бізнес Інформ. – 2012. – № 9. – С. 74–76.

СТВОРЕННЯ ЕФЕКТИВНОЇ СИСТЕМИ УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ НА ПІДПРИЄМСТВІ

УДК 331.101.3:331.108

Мелєх А. С.

Студент 2 курсу
факультету обліку та аудиту ХНЕУ ім. С. Кузнеця

Анотація. *Розглянуто сутність і проблеми управління персоналом на підприємстві. Запропоновано шляхи їх ефективного вирішення.*

Ключові слова: *управління персоналом, підприємство, ефективність праці, оцінювання кадрів, кадровий потенціал, система управління.*

Аннотация. *Рассмотрены сущность и проблемы управления персоналом на предприятии. Предложены пути их эффективного решения.*

Ключевые слова: *управление персоналом, предприятие, эффективность труда, оценка кадров, кадровый потенциал, система управления.*

Annotation. *The essence and problems of personnel management in the enterprise. The ways of their effective solutions.*

Keywords: *personnel management, enterprise business performance, evaluation of personnel, human resources management system.*

У XXI столітті людина поступово стає мірою суспільного розвитку, формується як визначальний фактор розвитку економіки і суспільства. За словами академіка НАН України Семиноженка В., людина є мірою усіх речей, формулою створення моделі соціальної держави у минулому столітті. У третьому тисячолітті людина стає головним креативним компонентом розвитку ефективного демократичного суспільства і постіндустріальної економіки [5]. Вирішення важливих проблем інноваційного, економічного і соціального розвитку є неможливим без створення якісно нової системи управління персоналом на всіх рівнях.

За сучасних умов українське суспільство отримує все більше знань, що актуалізує проблему управління інтелектуальною складовою людських ресурсів, зокрема, управління новою категорією працівників – «працівниками знань» (knowledge workers). Із появою нової категорії працівників виникає потреба у формулюванні нового бачення сутності управління персоналом, а саме його розвитку, мотивації на творчу інтелектуальну працю, сприйняття нових цінностей, нових підходів до організації службового просування та кар'єрного зростання, націленості на використання самоменеджменту.

Вивченню проблем, пов'язаних із визначенням ефективності управління персоналом, форм і методів оцінювання систем організації, практичною реалізацією теоретичних положень у виробництві, присвятили свої роботи багато вчених: Ансофф І., Дятлом В., Веснін Р., Єгоров В., Дойль П., Друккер П., Кібанов А., Колот А., Кочеткова А., Маслова Є. та ін. Але у більшості досліджень відсутнє достатньо послідовне комплексне вивчення ефективності управління персоналом з точки зору системного підходу.

Метою написання статті є дослідження сучасної системи управління персоналом, аналіз її недоліків та пошук можливих засобів вирішення виявлених проблем.

© Мелєх А. С., 2015

Останнім часом значну увагу приділяють управлінню персоналом у реаліях вітчизняної економіки, проте і нині не є сформованим загальний підхід до розуміння сутності та природи такого суспільного феномена, як управління персоналом.

Вітчизняні науковці Бєляєва С., Шкапова О., Виноградський М. сприймають управління персоналом як соціально-економічну систему в організації, основними комплексними завданнями та функціями якої є планування, прогнозування, маркетинг персоналу, його розвиток, аналіз засобів мотивації, створення оптимальних умов праці, розробка організаційної структури управління, регулювання трудових відносин, облік персоналу, надання юридичних послуг та розвиток соціальної інфраструктури [6].

Такий науковий погляд на систему управління поділяють Крушельницька О. та Мельничук Д. [3], але розглядають управління персоналом як багаторівневу структуру підсистем, що в цілому відповідають основним комплексним завданням та функціям Виноградського М.

Єфімова О. у статті «Системний підхід – основа управління діяльністю підприємств» досліджує елементи системності в контексті різних підходів до управління, а саме: логічного, комплексного, функціонального, структурного, директивного та ситуаційного. Вона зазначає, що системний підхід слід застосовувати на всіх рівнях управління. Чим оптимальніше підібрані елементи системи та скоординовані дії, тим ефективнішим є управління [4].

Більшість науковців за основу своїх досліджень беруть системний підхід, оскільки це дає можливість сприймати управління персоналом як функціональний комплекс за умов адаптації до мінливого організаційного середовища. Тому традиційно під управлінням персоналу науковці розуміють множину елементів, що в сукупності взаємозв'язків формують єдину систему.

Акцентуючи увагу на системному підході як основному принципі дослідження сутності управління персоналом, слід відзначити, що системне управління персоналом є пов'язаним із розвитком усіх аспектів управління.

Керівник нової генерації має вміти вести за собою трудовий колектив за надзвичайних умов перехідного періоду, вміло поєднуючи виробничі та соціальні цілі. При цьому керівник має виконувати не лише формальні функції, але й функції неформального лідера колективу.

Слід звернути увагу на деякі аспекти управління персоналом, а саме соціальний, психологічний, адміністративно-правовий та виробничо-економічний.

Соціальний аспект управління персоналом спрямований на активізацію участі в управлінні виробництвом, на покращення умов, що впливають на процеси праці (житлових, культурно-побутових, охорони здоров'я, підвищення рівня освіти та кваліфікації).

Психологічний аспект управління персоналом відображає вплив на кожну окрему особистість із урахуванням її психологічних і психофізіологічних якостей, інтересів, можливостей задля стимулювання високої продуктивності й якості праці.

Адміністративно-правовий аспект управління кадрами є спрямованим на вирішення задач координування діяльності робітників у процесі вирішення визначеної виробничої задачі, розстановки кадрів по робочих місцях із урахуванням їх професійного та кваліфікаційного рівнів.

Виробничо-економічний аспект управління кадрами є безпосередньо пов'язаним із організацією та стимулюванням праці за нових умов господарювання. Він вирішує завдання ефективності виробництва за рахунок найбільш повного задоволення економічних інтересів трудових колективів. Поряд із іншими аспектами управління кадрами виробничо-економічний є спрямованим на встановлення повної відповідності між цілями і завданнями виробництва, з однієї сторони, інтересами працівників – з іншої.

Підвищення ролі персоналу та зміни відношення до нього підприємців і менеджерів є пов'язаними передусім із глибокими змінами у виробництві. Розвиток науки і техніки в останні десятиліття став причиною великих змін у трудовій діяльності. Традиційна технологія поступово поступається місцем гнучким виробничим комплексам, робототехніці, науковому виробництву, заснованому на комп'ютерній техніці та сучасних засобах зв'язку. Через їх запровадження скорочується чисельність персоналу, підвищується питома вага спеціалістів, керівників, робочих високої кваліфікації. Розширення повноважень на робочому місці, контроль за виробничим процесом самого робітника (із наслідками для мотивації й управління персоналом) є головною відмінною рисою сучасності. Змінюється і склад трудової діяльності.

На сучасних підприємствах України існує достатньо недоліків у системі управління персоналом. Так, одним із недоліків можна вважати плинність кадрів. Плинність кадрів – це одна з найважливіших проблем сучасних підприємств нашої країни. Найпоширенішою причиною звільнень працівників є незадоволення рівнем заробітної плати. Для запобігання плинності кадрів з цієї причини на підприємствах необхідно ввести ефективну систему матеріального стимулювання – систему бонусів і премій. За основу визначення бонуса доцільно взяти середньомісячну зарплату працівника протягом року, від якої за шкалою встановлюють розрахункову суму бонуса. Шкалу можна побудувати з урахуванням трьох основних факторів, кожний із яких розподілено на три підгрупи. Зазна-

ченими трьома факторами є трудовий внесок (+2 %), рівень кваліфікації, освоєння нової професії чи перепідготовка (+2 %) і стаж роботи на цьому підприємстві (для виробничого персоналу 1 рік = +2 % до зарплати, для невиробничого – 1 рік=+1 % до зарплати).

Тобто якщо створити преміальний фонд у розмірі 6 % від фонду оплати праці, плинність кадрів має скоротитися, а, отже, скоротяться витрати, пов'язані із звільненням та найманням нового персоналу, що підвищить рівень прибутковості діяльності підприємств. Вирішення проблеми плинності кадрів за допомогою запропонованих методів надасть змогу підприємствам підвищити не тільки ефективність господарської діяльності, загальний рівень конкурентоспроможності, а й підвищити загальний рівень привабливості з боку інвесторів.

Ще одним актуальним питанням удосконалення системи управління персоналом є професійна освіта та підготовка кадрів. Це зумовлено негативними тенденціями, що склалися на багатьох підприємствах України, а саме відсутністю цілеспрямованої державної стратегії і політики у сфері професійної підготовки кадрів із урахуванням галузевої специфіки задля забезпечення високої конкурентоспроможності національної робочої сили; незацікавленістю та фінансовою неспроможністю роботодавців забезпечувати професійну підготовку, перепідготовку і підвищення кваліфікації своїх працівників, а також низьким рівнем стимулювання професійного розвитку [1].

Професійне навчання є основним засобом підвищення цінності людських ресурсів підприємства. Тому інвестування коштів у розвиток людського капіталу є базою кадрової політики. Так, американський вчений Денісон Е. стверджує, що інвестиції в людський капітал приносять у 5–6 разів більше прибутку, ніж у виробництво. За даними аналітиків США, зростання інвестицій у навчання на 10 % збільшує продуктивність праці на 8 %, тоді як збільшення капіталовкладень у виробництво на 10 % підвищує продуктивність праці лише на 4 %. У США на кожний долар, вкладений у розвиток виробництва, 85 центів припадає на розвиток робочої сили.

Спеціалістів, які мають схильність до навчання і раціоналізаторських розробок, слід заохочувати до подальших особистих досягнень, сприяти підвищенню їх професійного рівня, а також допомогти вибрати максимально ефективний вид навчання. Таких фахівців необхідно обов'язково направляти на стажування до інших споріднених підприємств, наукових організацій та за кордон задля вивчення передового досвіду роботи та отримання нових ідей.

Таким чином, можна стверджувати, що ефективна система управління персоналом на підприємстві є одним із ключових факторів його успішної господарської діяльності та подальшого розвитку. Слід підкреслити, що для постійного підвищення професійного рівня персоналу підприємств України має функціонувати дворівнева система атестацій і безперервного навчання – внутрішньопідприємницька програма розбудови кар'єри, а також у інших суб'єктах господарювання чи навчальних закладах, на курсах підвищення кваліфікації, шляхом стажування на провідних підприємствах за кордоном.

Конкретними кроками в реалізації кадрової політики має стати єдина системи добору та оцінювання персоналу, навчання та підвищення кваліфікації, створення ефективного механізму мотивації до високопродуктивної праці.

Науковий керівник – канд. екон. наук, доцент Горобинська М. В.

Література: 1. Воронкова В. Г. Управління людськими ресурсами: філософські засади : навч. посібник / В. Г. Воронкова, А. Г. Беліченко, О. М. Попов ; за ред. В. Г. Воронкової. – Київ : Професіонал, 2006. – 163 с. **2.** Завіновська Г. Т. Економіка праці : навч. посіб. / Г. Т. Завіновська. – Київ : КНЕУ, 2003. – 300 с. **3.** Маусов Н. К. Менеджмент персонала – ключевое звено внутрифирменного управления / Н. К. Маусов // Проблемы теории и практики управления. – 2001. – № 6. – С. 106–108. **4.** Кибанов А. Я. Формирование системы управления персоналом на предприятии / А. Я. Кибанов, Д. К. Захаров. – М. : Дело. – 1999. – 376 с. **5.** Сумин В. А. Основания организации изменений деятельности персонала управления / В. А. Сумин // Вісник економічної науки України. – 2006. – № 1. – С. 153–157. **6.** Харківський Д. Ф. Результативність процесу управління персоналом організації / Д. Ф. Харківський, Є. О. Тимченко // Економіка харчової промисловості. – 2010. – № 1 (5). – С. 27–30. **7.** Ходжаян А. О. Макроекономічні умови стійкого розвитку національної економіки / А. О. Ходжаян // Теоретичні та прикладні питання економіки. – 2011. – Вип. 26. – С. 128–140.

ШЛЯХИ УДОСКОНАЛЕННЯ КАДРОВОЇ ПОЛІТИКИ НА ПІДПРИЄМСТВІ

УДК 005.952.2

Мілінтєєва Р. Є.

Студент 2 курсу
факультету обліку і аудиту ХНЕУ ім. С. Кузнеця

Анотація. *Розглянуто значення кадрової політики на підприємствах. Проаналізовано основні шляхи підвищення її ефективності.*

Ключові слова: *підприємство, персонал, кадрова політика, робоча сила, трудовий потенціал.*

Аннотация. *Рассмотрено значение кадровой политики на предприятиях. Проанализированы основные пути повышения ее эффективности.*

Ключевые слова: *предприятие, персонал, кадровая политика, рабочая сила, трудовой потенциал.*

Annotation. *The role of personnel policy in the workplace. The basic ways to improve its effectiveness.*

Keywords: *enterprise, staff, personnel, labor, labor potential.*

На сучасному етапі розвитку державності України вирішення питання якісного кадрового забезпечення суспільно-політичних та соціально-економічних сфер життєдіяльності країни є одним із пріоритетних завдань. Вироблення та реалізація сучасної кадрової політики в усіх сферах суспільної діяльності потребує ефективної кадрової системи, до якої належить сукупність кадрових інститутів та організаційних структур, що здійснюють цілісне управління кадровими процесами задля досягнення визначених пріоритетів розвитку суспільства.

Протягом багатьох років вивченням особливостей кадрової політики займалися такі вчені: Щокін Г. В., Шегельман І. Р., Рудаков М. Н., Рогожин М. Ю. Вони вивчали принципи розробки узгодженої кадрової політики, до якої належить система добору, підготовки, удосконалення й оплати кадрів, а також політика відносин між адміністрацією та працівниками. Однак ще недостатньо вивчено основні аспекти формування кадрової політики на підприємствах за сучасних умов.

Метою написання статті є розробка напрямів удосконалення кадрової політики на підприємстві.

Кадрова політика – це сукупність принципів, методів, форм організаційного механізму щодо формування, відтворення, розвитку та використання персоналу, створення оптимальних умов праці, мотивації та стимулювання [2].

На сучасному етапі вдосконалюється система управління на різних рівнях, розробляються та вносяться зміни до економічного механізму господарювання, робляться спроби надати процесу вдосконалення управління планового характеру, ставляться завдання забезпечити високу віддачу.

Докорінне покращення забезпеченості народного господарства керівними кадрами вимагає суттєвих змін у методах добору й оцінювання кадрів.

Правильний добір кадрів дає змогу здійснити принцип «кожна людина на певному місці і кожне місце – для певної людини». Людина забезпечує максимальну віддачу, якщо виконує посильну роботу, що відповідає її схильностям, здібностям, рівню загальної й спеціальної підготовки. Ігнорування цих вимог на практиці спричиняє плинність керівних кадрів і зниження економічних показників господарювання, зумовлене організаційними, економічними і психологічними причинами. Керівникам потрібно від 3 до 5 років, щоб пройти професійну і соціально-психологічну адаптацію, перш ніж їх діяльність стане ефективною.

Удосконалення роботи із керівними кадрами включає прогнозування і планування потреб у них, формування резерву на підготовку, розстановку та використання кадрів, забезпечення потрібної кваліфікації, використання ефективних методів вивчення й добору кадрів, оцінювання праці, особистих і ділових якостей, періодичну переатестацію працівників, що вимагає встановлення більш чіткої відповідальності за добір, зростання й просування кадрів, запровадження комп'ютеризованої інформаційної системи кадрового забезпечення.

Нині у ході добору кадрів і насамперед спеціалістів широко використовують метод відповідності формальним критеріям (освіта, виробничий стаж, досвід роботи у конкретній галузі діяльності тощо).

Процедура добору кадрів має такий вигляд. На початку року начальник відділу кадрів разом із керівниками структурних підрозділів і директором підприємства аналізують наявну чисельність і визначають потреби у постійному персоналі на майбутній рік, бюджет на утримання персоналу. Спільно розроблений план щодо добору персоналу (окладу, чисельності, складу і графіка заповнення вакансій), оновлений бюджет схвалює директор.

© Мілінтєєва Р. Є., 2015

За підсумками півріччя цей план корегують відповідно до планів щодо персоналу (за умови відкриття нової позиції), що формується начальником відділу кадрів, результатом якого є план заповнення вакансій на місяць, який затверджує директор. Протягом року, якщо виникають вакансії, не затверджені в плані з добору персоналу, необхідним є затвердження нової позиції директором підприємства. Підбір персоналу доцільно починати з ініціативи керівників структурних підрозділів через надання заповненої та затвердженої форми запиту на постійних працівників.

Ефективною формою роботи з кадрами є їх атестація, яку проводять один раз на 3–5 років. У процесі атестації роблять висновки про подальшу роботу працівника. У процесі проведення атестації кадрів поряд із оцінюванням професійно-кваліфікаційного рівня й ділових якостей працівників, складностей і результативності їх праці, слід ураховувати ефективність практичного застосування економічних знань за організаційних та виробничо-технічних умов.

Атестація персоналу є формою комплексного оцінювання кадрів, за результатами якої вирішують питання про подальше службове зростання працівника, його переміщення чи звільнення. Атестацію проводять задля найбільш раціонального використання потенціалу, підвищення ефективності праці й відповідальності за доручені справи. Вона сприяє подальшому поліпшенню добору, розміщення й виховання кадрів, підвищенню кваліфікації, допомагає визначити ділові якості працівника й установити, чи відповідає він займаній посаді, виявити його слабкі та сильні сторони, а також створити резерв кадрів на підвищення.

Практично кожна кадрова перестановка, пов'язана із підвищенням, дає позитивний ефект. Насамперед це є пов'язаним із актуалізацією мотивації досягнення, задоволення потреб у визнанні (позитивної оцінки зі сторони вагомих людей), потребі в ризику. При цьому обов'язково слід ураховувати наявні відносини у колективах.

Ротація кадрів дозволить організувати людей, задовольнити певні їхні інтереси, потреби в позитивній оцінці та мотивації, потреби в ризику та самореалізації, спонукаючи працівника прагнути на новій посаді бути не гіршим за іншого [4].

Наявність кар'єрних планів, що постійно корегуються, у поєднанні з індивідуальними бесідами на цю тему зі співробітниками, дозволить швидко та безболісно відтворювати такі процеси.

Запровадження чіткої системи підпорядкування є спрямованим передусім на попередження дублювання виробничих та управлінських функцій, а також на встановлення контролю за роботою кожного підрозділу. Крім того, це дозволяє поступово ліквідувати такі негативні прояви, як перекладання відповідальності одним працівником на іншого.

Ефективна кадрова політика має бути:

1) складовою частиною стратегічної програми розвитку підприємства, тобто сприяти реалізації стратегії через кадрове забезпечення;

2) гнучкою, тобто має бути, з одного боку, стабільною, а з іншого – динамічною, тобто корегуватися відповідно до змін тактики підприємства, економічної ринкової ситуації;

3) економічно обґрунтованою, із урахуванням реальних фінансових можливостей [1].

Кадрова політика має бути спрямованою на формування такої системи роботи з кадрами, яка б орієнтувалася на отримання не тільки економічного, але й соціального ефекту за умови дотримання чинного законодавства та нормативно правових актів.

Таким чином, сучасний підхід до кадрової політики – це створення системи управління кадрами, що є базованою в основному не на адміністративних методах, а на економічних стимулах і соціальних гарантіях. Запровадження до життя заходів удосконалення кадрової роботи підприємства дозволяє йому вийти на якісно новий рівень, у основі якого задоволення потреб споживачів і, як наслідок, забезпечення прибуткової соціально спрямованої бізнес-діяльності. Кадрова політика має бути скоординованою зі стратегією управління персоналом, бути гнучкою, економічно обґрунтованою, із забезпеченням індивідуального підходу до кожного конкретного працівника підприємства.

Науковий керівник – канд. екон. наук, доцент Горобинська М. В.

Література: 1. Елисеева Т. П. Экономика и анализ деятельности предприятий / Т. П. Елисеева, М. Д. Молев, Н. Г. Трегулова. – Ростов-на-Дону : Феникс, 2011. – 480 с. **2.** Власова Н. О. Фінанси підприємств : навч. посіб. / Н. О. Власова, О. А. Круглова. – Київ : Центр навч. літ., 2007. – 271 с. **3.** Афанасьєв М. В. Економіка підприємства : навч. посіб. / М. В. Афанасьєв, О. Б. Плоха. – Харків : ВД «ІНЖЕК», 2007. – 320 с. **4.** Боровская М. Я. Экономика, организация и управление на предприятии / Под ред. М. Я. Боровской. – СПб. : Феникс, 2010. – 480 с.

ПІДХОДИ ДО РОЗРОБКИ КОНКУРЕНТНОЇ СТРАТЕГІЇ КОМЕРЦІЙНОГО БАНКУ ЗА УМОВ НЕСТАБІЛЬНОГО РИНКУ

УДК 336.717.062

Міняйленко К. О.

Магістрант 1 року навчання
факультету консалтингу і міжнародного бізнесу ХНЕУ ім. С. Кузнеця

Анотація. *Обґрунтовано необхідність розробки якісної конкурентної стратегії комерційного банку. Проаналізовано та систематизовано наявні підходи до формування банківської конкурентної стратегії базового або матричного типу.*

Ключові слова: *конкурентна стратегія, рівні конкурентних стратегій банку, матричні конкурентні стратегії, базові конкурентні стратегії.*

Аннотация. *Обоснована необходимость разработки качественной конкурентной стратегии коммерческого банка. Проанализированы и систематизированы имеющиеся подходы к формированию банковской конкурентной стратегии базового или матричного типа.*

Ключевые слова: *конкурентная стратегия, уровни конкурентных стратегий банка, матричные конкурентные стратегии, базовые конкурентные стратегии.*

Annotation. *The necessity of good design competitive strategies of commercial bank. Analyzed and systematized existing approaches to competitive strategy of the banking base or matrix type.*

Keywords: *competitive strategy, competitive strategy, level of the bank? matrix competitive strategies, basic competitive strategies.*

Для сучасного ринку банківських послуг характерними є постійні зміни у зовнішньому середовищі, зростання кількості комерційних банків, зміна попиту, підвищення рівня ризикованості та невизначеності. На початок 2015 р. кількість банків, зареєстрованих в Україні, досягала 167, що є досить високим показником. Очевидно, що за таких умов рівень конкуренції істотно зростає, а відтак банки концентрують увагу на досконалній розробці ефективної конкурентної політики. Крім того, інтернаціоналізація банківської сфери протягом останнього десятиліття зумовила посилення стратегічного напряму діяльності суб'єктів фінансового ринку. Актуальним питанням є вибір та формування стратегії конкурентної поведінки, що забезпечувала б довготривалі переваги не тільки серед національних, але й серед міжнародних банків.

У численних наукових працях Антонюк Л., Архипової А., Бранденбургер А., Брю С., Должанського І. та ін. розглянуто класифікації конкурентних стратегій, вибір тієї чи іншої моделі поведінки суб'єкта господарювання за різних конкурентних умов.

Метою написання статті є розгляд теоретико-методичних аспектів вибору конкурентної стратегії комерційного банку, а також аналіз наявних підходів до її формування.

Загострення конкуренції у банківській сфері стимулює банки запроваджувати нові стратегії менеджменту. Розробка конкурентної стратегії є одним із найважливіших аспектів діяльності банку. Передусім банківській установі слід визначити пріоритетні стратегічні сфери діяльності, які класифікують за такими показниками:

- рентабельність продуктів банку, їх динаміка;
- попит на банківські послуги та темпи зростання їх продажів;
- особливості конкуренції з іншими банками [1].

Коробова Г. визначає конкурентну стратегію як комплекс дій, які має здійснювати банк для забезпечення конкурентоспроможності протягом довгострокового періоду [2].

У сучасній науковій літературі визначають чотири рівні банківських конкурентних стратегій (рис. 1).

Банк має широкі можливості вибору моделей поведінки та конкурентних стратегій. Важливим завданням є правильний вибір стратегії поведінки в конкурентному середовищі та місця банку на ринку.

Однією з найбільш відомих класифікацій є виділення трьох базових конкурентних стратегій поведінки: управлінської, біологічної та еволюційної [4; 5]. У табл. 1 узагальнено основні види конкурентних стратегій банку.

© Міняйленко К. О., 2015

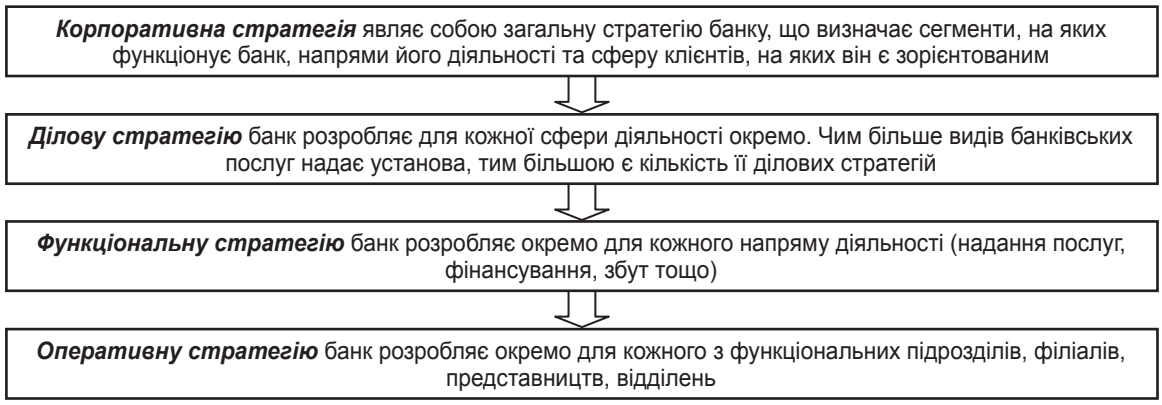

Рис. 1. **Рівні банківських конкурентних стратегій** [3]

Таблиця 1

Матричні конкурентні стратегії банку [7]

Назва	Основна ідея	Переваги	Недоліки
Boston Consulting Group	На основі портфельного поділу банківських послуг будують матрицю «відносна частка на ринку – темпи зростання галузі», потім вибирають стратегію з варіантів: – наступальна стратегія («зірка»); – підтримка, стратегія консолідації («дійна корова»); – наступальна / деінвестиційна стратегія («важке дитя»); – деінвестиційна стратегія («собака»)	– наочність подання проблем; – простота; – можливість вибору стратегії на основі моделі	– урахування тільки двох критеріїв; – ігнорування факту, що послуги можуть мати проміжні позиції в матриці
General Electric / McKinsey	Дозволяє проаналізувати стратегічні конкурентні позиції банків на основі, з одного боку, факторів, що залежать від організації (темпи зростання ринку, розміри тощо), а з іншого – характеристики банку. У такій системі координат будують матрицю 3×3	– детальна класифікація порівнюваних послуг; – можливість вибору з переліку варіантів	– поверхневість стратегій; – ігнорування взаємодії між банківськими продуктами
Arthur de Little	Ґрунтуючись на концепції життєвого циклу галузі, модель пропонує вибирати конкурентні стратегії банку з огляду на етап розвитку, на якому він перебуває	– аналіз фактичного та потенційного станів кожного з банківських продуктів; – формування стратегій для всіх напрямів діяльності	– схематичність моделі; – потрібні досвідчені виконавці
Shell / DPM	Є двовимірною матрицею з вісями «конкурентна позиція» та «галузеві переваги». У результаті аналізу банку та ринку вибирають одну з дев'яти можливих стратегій: лідери бізнесу; стратегія зростання; генератор готівки; посилення конкурентних переваг; продовження бізнесу з обережністю	– об'єднання кількісних та якісних характеристик під час аналізу; – відсутність прямого взаємозв'язку між часткою ринку та прибутковістю банку	– неможливість виділення найбільш важливих перемінних; – проблема порівняння різних продуктів
Матриця «Депозити–Кредити»	Основними критеріями оцінювання є частки банку на ринку кредитів та на ринку депозитів. На основі розподілу будують матрицю «Депозити–Кредити», у якій розрізняють шість моделей поведінки	– дослідження динаміки розвитку банку; – визначення його стратегічних цілей; – можливість прогнозування	– суб'єктивність аналізу; – умовність припущень
Матриця «Ринкова структура депозитів»	Будують матрицю у системі координат часток банку на ринку депозитів фізичних та юридичних осіб, що є оптимальною для конкурентоспроможності банку	Ретроспективний та перспективний аналіз банківської діяльності	Не враховує співвідношення часток ринку та їх динаміку

Рекомендовано, щоб процес стратегічного фінансового управління у банку був сфокусований на питаннях запровадження розробленої фінансової стратегії до життя. При цьому банк має використовувати одну з доступних систем збалансованих показників ефективності, що має на меті поєднання фінансових показників із відповідними нефінансовими показниками і є спрямованою на забезпечення безпосередньої реалізації фінансової стратегії.

Таким чином, для підвищення ефективності конкурентної стратегії банку слід звернути увагу на такі основні положення. Необхідним аспектом розробки стратегії є передусім концентрація уваги та зусиль на найбільш перспективних клієнтських групах. Проаналізувавши потреби й вимоги споживачів, а також стратегію конкурентів, слід зосередитися на стимулюванні збуту, а також запровадженні розроблених маркетингових заходів та нових банківських продуктів.

Науковий керівник – канд. екон. наук, викладач Савенко К. С.

Література: 1. Михайлова М. Роль конкурентной стратегии современного коммерческого банка / М. Михайлова // Финансы и кредит. – 2011. – № 45 (324). – С. 38–43. **2.** Коробова Г. Г. Банковское дело : учебник / Под ред. Г. Г. Коробовой. – М. : Экономистъ, 2006. – 764 с. **3.** Лютий О. І. Банківський маркетинг : навч. посіб. / О. І. Лютий, О. О Солодка. – Київ : Центр навч. літ., 2010. – 776 с. **4.** Райзберг Б. А. Современный экономический словарь / Б. А. Райзберг, Л. Ш. Лозовский, Е. Б. Стародубцева. – М. : ИНФРА-М, 1999. – 479 с. **5.** Юданов А. Типы конкурентных стратегий: «биологический» подход к классификации компаний / А. Юданов // Мировая экономика и международные отношения. – 1990. – № 10. – С. 51–63. **6.** Шумпетер Й. Теория экономического развития / Й. Шумпетер ; пер. с англ. – М. : Прогресс, 1982. – 455 с. **7.** Нікітін А. В. Маркетинг у банку : навч. посіб. / А. В. Нікітін, Г. П. Бортніков, А. В. Федорченко. – Київ : КНЕУ, 2001. – 170 с.

ОГЛЯД ПІДХОДІВ ДО АНАЛІЗУ ФІНАНСОВО-ЕКОНОМІЧНОЇ БЕЗПЕКИ БАНКІВСЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

УДК 336.719:15

Міняйленко К. О.

Магістрант 1 року навчання
факультету консалтингу і міжнародного бізнесу ХНЕУ ім. С. Кузнеця

Анотація. *Розглянуто термін «фінансово-економічна безпека», проаналізовано зовнішні фактори ризику як найбільш значущі загрози банківській діяльності. Визначено недоліки стрес-тестування як методу запобігання негативним наслідкам для банківської галузі.*

Ключові слова: *економічна безпека, фінансова безпека, фінансово-економічна безпека банківської діяльності, стрес-тестування.*

Аннотация. *Рассмотрен термин «финансово-экономическая безопасность», проанализированы внешние факторы риска как наиболее существенные угрозы банковской деятельности. Определены недостатки стресс-тестирования как метода предотвращения негативных последствий для банковской отрасли.*

Ключевые слова: *экономическая безопасность, финансовая безопасность, финансово-экономическая безопасность банковской деятельности, стресс-тестирование.*

Annotation. *Consider the term «financial and economic security», analyzed the external risk factors as the most significant threat to the banking activity. Defined stress testing disadvantages as a method to prevent negative consequences for the banking industry.*

Keywords: *economic safety, financial safety, banking financial and economic safety, stress-testing.*

Незважаючи на активні дискусії, що останнім часом відбуваються в науковому середовищі у зв'язку із дослідженнями факторів економічного зростання, безумовним є факт, що сучасна банківська система є одним з основних драйверів національних економік і фактором забезпечення національної безпеки. В Україні динамічний розвиток українських кредитних організацій було призупинено першою хвилею світової фінансової кризи

© Міняйленко К. О., 2015

2008–2009 рр. Після невеликого періоду зростання (2010–2013 рр.) знову настав час гальмування. Погіршення економічної кон'юнктури останнього часу актуалізувало дослідження проблеми стійкості банківської системи для недопущення негативних тенденцій в її розвитку надалі.

Незважаючи на різноманіття в економічній літературі точок зору щодо сутності поняття «фінансово-економічна безпека», у цілому автори ідентифікують принципово схожі істотні ознаки, що можуть бути використані у дослідженні надалі, а саме:

– безпека як спроможність національної економічної системи до ефективного та сталого розвитку [5];

– безпека як забезпечення динамічного зростання економіки та задоволення потреб суб'єктів економічних відносин необхідного рівня конкурентоспроможності [1];

– безпека як достатність забезпечення власними фінансовими та іншими необхідними ресурсами, створення сприятливих умов для розвитку економіки, підвищення рівня конкурентоспроможності всіх секторів господарства та захищеність життєво важливих інтересів особи, суспільства і держави в соціально-економічній сфері від внутрішніх і зовнішніх загроз [4].

Із поданих визначень очевидно, що на стійкість і рівень фінансово-економічної безпеки впливають, у тому числі, стан політичних та суспільних інститутів. При цьому навмисно допускається ототожнення понять «фінансова безпека» та «економічна безпека», оскільки перший термін як забезпечення захисту фінансових інтересів господарюючих суб'єктів є складовою частиною другого, але його виділяють окремо з огляду на надзвичайну значущість для визначення та мінімізації ризиків. Ще однією причиною правомірності ототожнення є зростаюча роль банківського сектора (фінансових інститутів) у забезпеченні ефективного функціонування національної економіки. Так, на 1 січня 2014 р. обсяг сукупних активів українських банків досяг 204 млрд грн, що становить 75,5 % від ВВП за 2013 р. проти 80 % за 2012 р. Додана вартість галузі «фінансова діяльність» у 2013 р. зросла на 11 %, в той час як в інших галузях цей показник зріс на 2,01 % [3].

Незважаючи на відсутність широкої теоретичної бази досліджень і швидку зміну тенденцій у банківській галузі, необхідно конкретизувати основні загрози та ідентифікувати недоліки основних підходів щодо їх нівелювання.

У загальному розумінні основні небезпеки, загрози і ризики фінансово-економічної безпеки банківської діяльності схожі з аналогічними елементами підприємництва, що відповідає природі бізнес-процесів. Характеристику основних факторів ризику, що є властивими як банкам, так і підприємствам у цілому, подано в табл. 1 [2].

Таблиця 1

Фактори ризику та їх характеристики

Фактори ризику	Групи	Підгрупи
Зовнішні	Політичні	– Зовнішньополітичні (світові) – Внутрішньополітичні, у тому числі фінансово-бюджетні – Трансакційні
	Соціально-економічні	– Інфраструктурні – Інвестиційні – Зовнішньоекономічні
	Галузеві	– Конкурентні – Продуктові – Управлінські
Внутрішні	У сфері управління	– Організаційні – Інформаційні – Альтернативні

Важливо відзначити, що фактори ризику та загрози класифікують як за рівнем нейтралізації, так і за ступенем критичності. Це є необхідним для розуміння ступеня загроз і швидкого реагування для корегування та повернення до стійкого стану.

Передбачається, що вплив зовнішніх факторів може мати найбільші наслідки для банківської діяльності, оскільки внутрішні загрози переважно нівелюються такими факторами:

– усталені взаємини банків із макрорегулятором у рамках відповідності вимогам фінансових показників («правила гри»);

– глобальний аутсорсинг успішних ідей, сформований передаванням більшості інфраструктурних банківських функцій на рівень зовнішніх постачальників і, як наслідок, можливістю більшості учасників ринку скористатися успішними бізнес-ідеями; формування класу банківських управлінців із достатнім досвідом організації процесів;

– високі вхідні бар'єри для вступу до галузі.

Доказом відображення цієї позиції є внутрішній стан світової банківської галузі перед кризою 2008–2009 рр. Розтиражована успішна фінансова модель була знищена системними і зовнішніми ризиками за стійкої внутрішньої ефективності у поєднанні із успішним проходженням стрес-тестів макрорегуляторів. При цьому слід відзначити, що саме зовнішні загрози мають формувати внутрішню політику роботи з ризиками фінансово-кредитних установ, щоб ефективно протистояти небезпекам глобальної економічної системи.

Незважаючи на сформовані бізнес-постулати про необхідність затвердження середньо- і довгострокових стратегій, менеджери банків є зорієнтованими переважно на отримання короткострокового результату, що відповідає вимогам акціонерів і власників бізнесу, але суперечить принципам побудови стійкого бізнесу.

Подібний підхід грунтується на необхідності виконання виключно обов'язкових для збереження ліцензії та нормативних показників, відповідно до показників агентств для підтримки високих рейтингів із мінімальною опорою на аналіз зовнішніх ризиків, які заведено розглядати як незначні через значний розмір банків і системний характер ведення діяльності більшості з них. Результативність подібних дій була спростована в період світової фінансової кризи. Саме ця подія спричинила трансформацію підходів до забезпечення фінансово-економічної стабільності та посилення зрощування державних інститутів із банківськими. При цьому, незважаючи на побоювання, у фінансово-кредитних установ, як і у держави, відсутнє чітке розуміння алгоритму вибору методів посилення контролю для запобігання подібним ситуаціям і зменшення зовнішніх загроз банківської діяльності.

Для мінімізації ризиків стійкості банківської діяльності необхідною є зміна стратегічних підходів через переорієнтацію на довгостроковий результат на противагу ризикованим, але доходним поточним проектам. Контроль має здійснюватися через запровадження додаткових показників, що об'єднують як відображення основних бізнес-постулатів, так і збереження результатів на довготривале планування (рис. 1).

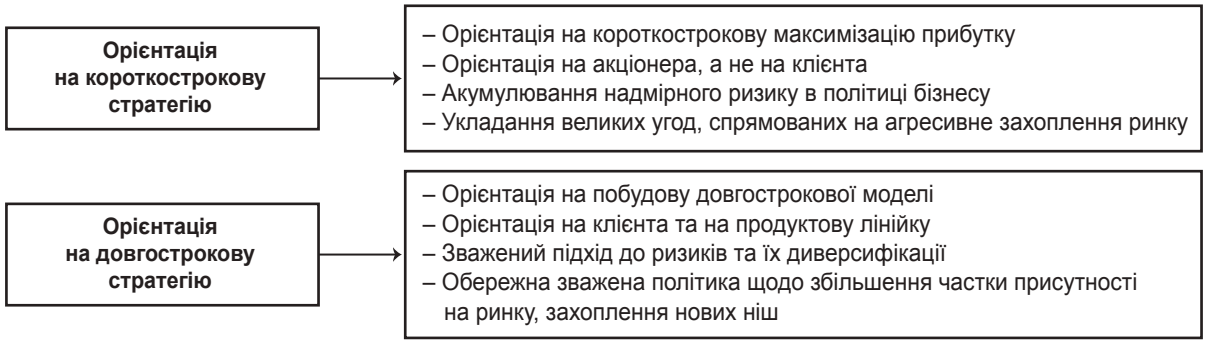

Рис. 1. **Ознаки короткострокової та довгострокової стратегій комерційного банку**

Як приклад можна навести запропонований Вензіном М. і Маркманом Г. показник VOLARE, що розраховують як поєднання середнього значення рентабельності на капітал і середньоквадратичного відхилення такої рентабельності за певний період часу (вченими був проведений розрахунок для великих світових банків за останні десять років). За їх розрахунками, у числі лідерів виявилися не найбільші, але найефективніші банки. Саме ці фінансово-кредитні організації проходять економічні кризи із найменшими втратами і є менш схильними до зовнішніх шоків.

Щодо української банківської системи, застосування зазначених підходів як через макрорегулятора в особі Національного банку України (підхід «top-down»), так і у форматі самостійного аналізу (підхід «bottom-up») дозволить ідентифікувати ті організації, що мають найбільшу схильність до ризику, і просигналізувати про схильність до зовнішніх загроз задля своєчасної оптимізації внутрішніх процесів, удосконалення продуктової лінійки, підвищення ефективності та стійкості.

Запровадження нового підходу до оцінювання дозволить, по-перше, нівелювати вплив розміру банку на його стійкість, оскільки основоположним фактором для вирішення питання стане довгострокова стійкість. Воно допоможе визначити групи банків або банківських систем, найбільш і найменш чутливих до змін зовнішніх парадигм, а також оцінити стійкість національного внутрішнього ринку через угруповання банків різних економік.

Таким чином, новий підхід до оцінювання дозволить поліпшити якість моніторингу стану безпеки комерційних банків і переорієнтувати фінансово-кредитні установи на розширення застосування заходів планування.

Науковий керівник – канд. екон. наук, доцент Петряєва З. Ф.

Література: 1. Воробьев А. В. Национальная экономическая безопасность России. Методология управления государственными долгами / А. В. Воробьев, Т. В. Чекушина. – М : РУДН, 2006. – С. 22–35. **2.** Зыков В. В. Безопасность предпринимательской деятельности / В. В. Зыков. – Тюмень : Изд-во ТГУ, 2011. – С. 38–51. **3.** Рейтинг самых надежных банков Украины 2014–2015 гг. [Электронный ресурс]. – Режим доступа : http://forinsurer.com/rating-banks. **4.** Зубок М. І. Безпека бізнесу : навч. посіб. / М. І. Зубок, Є. В. Позднишев, С. М. Яременко. – Київ : КНЕУ, 2008. – 480 с. **5.** Кальман А. Г. Экономическая безопасность государства и пути ее обеспечения в Украине / А. Г. Кальман, Г. Ю. Дарнопых // Право и политика. – 2001. – № 6. – С. 44–47. **6.** Wall L. The adoption of stress testing: why the Basel capital measures were not enough [Електронний ресурс] / L. Wall // Federal Reserve Bank of Atlanta. – Режим доступу : https://www.frbatlanta.org/documents/pubs/wp/wp1314.pdf.

WHO SHOULD TAKE A CRISIS LEADERSHIP ROLE

UDC 005.32:331.101

Morozov A. S.

The 4th year Student
Management and marketing department S. Kuznets KNUE

Annotation. *The role of leaders and top managers of companies in the high-level crisis management enterprises.*

Keywords: *crisis management, crisis leadership, top executive, crisis prevention, strategic management.*

Анотація. *Досліджено роль керівників і топ-менеджерів компаній найвищого рівня в антикризовому менеджменті підприємств.*

Ключові слова: *запобігання кризам, топ-менеджер, криза керівництва, управління кризою, стратегічне управління.*

Аннотация. *Исследована роль руководителей и топ-менеджеров компаний наивысшего уровня в антикризисном менеджменте предприятий.*

Ключевые слова: *предотвращение кризисов, топ-менеджер, кризис руководства, управление кризисом, стратегическое управление.*

In the recent years crisis leadership has become a strong element of crisis management writings, however much of the published research is only observational and based on the performance of leaders in times of crisis. Moreover, a lot of the public available crisis management literature remains highly process-driven and tactical, with a major emphasis on the how to get ready for a crisis and what to do when it starts. This article provides a more strategic management perspective, looking in detail at the leadership role in the times of crisis.

The emergence of the process approach to crisis management has focused increasing attention on crisis leadership in the management phases prior to the triggering event. This in turn has broadened the perceived leadership role far beyond crisis response and crisis communication.

The process approach to crisis management is built on the concept of crisis incubation that crises evolve within organizations, they do not simply appear, and they are not separated from the actions of those managers who may be required to deal with the management of such events. Shrivastava P., an American pioneer of the process approach to crisis management, concluded that crises are not events, but processes extended in time and place and this concept was later adopted by European academics. This was further developed and aptly characterized by Roux-Dufort, who described a crisis as an accumulation of organizational imperfections. He warned that whereas the event approach sees the triggering event as the crisis, the process approach sees it only as the amplifier for what started before [6].

Moreover, it is this process approach, recognizing that crisis management should include systematic attempts to prevent crises from occurring in the first place, which in turn has re-emphasised the need to better understand the roles and attitudes of leaders in the pre-crisis phase.

© Morozov A. S., 2015

Although many tactical aspects of crisis preparedness and crisis response are typically delegated to operational managers, it is clear that strategic activities such as early problem identification, risk assessment, issue management and resource allocation require the direct involvement of top management to achieve successful crisis prevention. It is of particular importance in the high-reliability industries of modern economy.

One of the most comprehensive studies of crisis management attitudes in the high-reliability sector of business was the work done by Kovoor-Misra who interviewed 183 people in nine major American corporations – a public utility, an aerospace company and seven chemical manufacturers. However, only 14 of the interview subjects were classified by the researchers as being top management – defined as CEO, COO, heads of business groups and divisions. In terms of crisis preparedness, two of the key findings from this American study were that all nine organizations systematically used elaborate safety systems to prevent dysfunction in technical sub-systems, but none addressed the causes of crises in other sub-systems, and that signal detection systems were instituted only in technical areas [3].

This discrepancy between the prescriptive literature on crisis management and how organizations actually prepare for crises can also be seen in the crisis management terminology that distinguishes between operational preparedness – plans to contain the problem and quickly get back to normal, and organizational preparedness – the creation of a 'crisis mindset' among those in charge [5].

A key challenge with this crucial aspect of crisis management is the insufficiency of empirical research into crisis leadership. According to Schoenberg, crisis leadership is one of the most important yet least studied factors in crisis management [7]. In this respect, an early conclusion by Pauchant and Mitroff was that «the involvement of top managers is absolutely essential for developing a systemic strategy in crisis management and convincing others in the organization to cooperate» [4].

However, it should be noted that seminal study of top managers in major organizations in the US, Canada and France found at the same time that 50 % of the managers interviewed still saw crisis management as a mostly technical issue and that the same proportion 'considered crisis management efforts to be reactive in nature, to be applied strictly for the purpose of returning to «business and usual» as soon as possible». Adding to this concern, Wooten and James thought that theoretical development of the crisis management field is too much centered on communication strategies and frameworks and that it undermines other important leadership responsibilities» [8].

A number of authors have identified what they believe are the roles and responsibilities of an effective crisis leader. For example, Boin A. suggested five crucial tasks for leadership: sense making of the crisis, making decisions to deal with it, framing and making meaning of the crisis to stakeholders, terminating the crisis to restore normalcy and steering the organization to learn from the crisis [1].

In their turn, James and Wooten identified six core leadership competencies: building a foundation of trust, creating a new corporate mindset, identifying the (not so) obvious organizational vulnerabilities, making wise and rapid decisions, taking action and learning from the crisis to effect change.

James and Wooten pointed out that «the best organizational crisis leadership is generally not evident, because these firms are less likely to experience a crisis, and when a crisis does occur they are managed in such a way that the sensationalism of the crisis is weakened» [2].

In attempt to address this concern, the research presented in this article offers a perspective directly from corporate leaders themselves.

To some degree, reflecting the competencies listed above, the CEOs in their survey responses and interviews both used for this article identified a variety of leadership roles in crisis management, including preparedness and prevention. From analysis of this research material, these identified leadership roles can be categorized under eight broad headings.

1. Encourage a proactive crisis culture. The CEOs interviewed all had a positive and proactive view of the role of the CEO. They were very conscious of the risk of denial – it won't happen to me and the risk created by prioritizing other seemingly more important tasks.

2. Establish and enforce standards and processes. Given that the interviewees were all from large multinational companies, there was a predictable consensus on the value of standards and processes, although there was also recognition that process alone is of limited value without enforcement and auditing and regular training.

3. Prioritize and set an example. Another common theme was the role of the CEO in driving effective prioritization of effort and setting a personal example.

4. Properly assess the full range of risks. The link between crisis prevention and effective risk assessment was a common theme among the respondents, who particularly mentioned the need for the CEO to ensure proper assessment of risks beyond the obvious and also the need to avoid an excessively internal perspective.

5. Promote open upward communication. The need for open upward communication was seen by the interviewees as critical to crisis prevention. Moreover, this was seen as a responsibility of top management, and it was often described in terms of establishing an appropriate culture.

6. Build relationships before the crisis. Closely linked to promoting open communication is the role of the leader in building relationships before the crisis. And here too, trust is an essential ingredient.

7. Be ready to deal with the news media. The role of the CEO as crisis spokesperson has been very well examined in the literature and was largely taken as given by the study interviewees. However, several expressed concern about the lack of preparedness and training to deal properly with the news media.

8. Encourage a learning environment and share experience. Like media response, post-crisis learning has been very extensively researched, with a focus on the barriers to organizations learning both from.

While the crisis management literature is very wide and varied, the managers' interviews used for this article provide a rare insight into the view from the executive position. All the correspondents were very experienced executives, most with decades of service in their respective companies and many having personally experienced organizational crises.

Although their specific opinions differed in some respects, eight common themes on the leadership role in crisis management were identified along with a common and determined acceptance of the role of the CEO / MD as a key player in setting and driving crisis leadership.

At a broader level, the correspondents were generally optimistic in their interviews about the standard of crisis management and about future improvement. Moreover, they were in unanimous agreement that the best form of crisis management is crisis prevention.

Supervision – Candidate of Sciences (Economics), Associate Professor Bliznuk T. P.

Literature: 1. Boin A. Public leadership in times of crisis: mission impossible? / A. Boin // Public Administration Review. – 2003. – Vol. 63. – P. 544–553. **2.** James E. Leadership as (un)usual: how to display competence in times of crisis / E. James // Organizational Dynamics. – 2005. – Vol. 34. – P. 141–152. **3.** Kovoor-Misra S. Moving towards crisis preparedness: factors that motivate organizations / S. Kovoor-Misra // Technological Forecasting and Social Change. – 1996. – Vol. 53. – P. 169–183. **4.** Pauchant T. Transforming the crisis prone organization / T. Pauchant. – San Francisco : The Jossey-Bass Print, 1992. – 124 p. **5.** Perrow C. Normal Accidents: Living with High-risk Technologies / C. Perrow. – New York : The Basic Books Print, 1984. – 168 p. **6.** Roux-Dufort C. Why organizations don't learn from crises: the perverse power of normalization / C. Roux-Dufort // Review of Business. – 2000. – Vol. 21 (3). – P. 25–30. **7.** Schoenberg A. Do crisis plans matter? A new perspective on leading during a crisis / A. Schoenberg // Public Relations Quarterly. – 2005. – Vol. 50 (1). – P. 2–6. **8.** Wooten L. Linking crisis management and leadership competencies: the role of human resource development. / L. Wooten // Advances in Developing Human Resources. – 2008. – Vol. 10 (3). – P. 352–379.

МЕТОДИЧНИЙ ПІДХІД ДО ВИЗНАЧЕННЯ СТРАТЕГІЧНОЇ ПОЗИЦІЇ ПІДПРИЄМСТВА СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКОЇ ГАЛУЗІ

УДК 658:14/.17:006

Москаленко З. О.

Магістрант 1 року навчання
фінансового факультету ХНЕУ ім. С. Кузнеця

Анотація. *Розглянуто модель визначення фінансової стратегії на основі матриці Франшона та Романе для підприємства сільськогосподарської галузі. Визначено фінансову стратегію для ТОВ «Агротех-Гарантія». Запропоновано напрями оптимізації фінансової стратегії для досліджуваного підприємства.*

Ключові слова: *фінансова стратегія, матриця Франшона та Романе, господарська діяльність, фінансова діяльність, фінансово-господарська діяльність.*

© Москаленко З. О., 2015

Аннотация. *Рассмотрена модель определения финансовой стратегии на основе матрицы Франшона и Романе для предприятия сельскохозяйственной отрасли. Определена финансовая стратегия для ООО «Агротех-Гарантия». Предложены направления оптимизации финансовой стратегии для исследуемого предприятия.*

Ключевые слова: *финансовая стратегия, матрица Франшона и Романе, хозяйственная деятельность, финансовая деятельность, финансово-хозяйственная деятельность.*

Annotation. *The model definition of a financial strategy based on a matrix Franshona and Romane for enterprises of the agricultural sector. Defined financial strategy of «Agrotech-Garantia». Directions optimize financial strategy for the investigated company.*

Keywords: *financial strategy matrix Franshona and Romane, economic activity, finance, financial-economic activity.*

За умов ринкової економіки управління фінансами охоплює всю систему управління підприємствами. Основою для вирішення управлінських завдань на всіх підприємствах є стратегічне планування. Система стратегічного планування допомагає визначити напрями та темпи розвитку суб'єкта господарювання, а також реалізувати низку структурних й організаційних змін задля підвищення його конкурентоспроможності.

Метою написання статті є визначення стратегічної позиції підприємства сільськогосподарської галузі на прикладі ТОВ «Агротех-Гарантія».

Нині найбільш відомими стратегічними моделями для формування фінансової стратегії є матриця фінансових стратегій Франшона і Романе [1; 2]. Матриця фінансових стратегій базується на розрахунку трьох основних показників: результат господарської діяльності (РГД), результат фінансової діяльності (РФД) та результат фінансово-господарської діяльності (РФГД) [2]. Результат господарської діяльності відображає рівень ліквідності підприємства у результаті реалізації всіх операцій, що належать до звичайної діяльності. Позитивне значення господарської діяльності дає підставу готуватися до реалізації масштабних інвестиційних проектів. РГД визначають за формулою [3]:

$$РГД = БРЕІ - ΔФЕП - ВІ + ПМ, \quad (1)$$

де *БРЕІ* – брутто-результат від експлуатації інвестицій;

ΔФЕП – зміна фінансово-експлуатаційних потреб;

ВІ – виробничі інвестиції;

ПМ – звичайні продажі майна.

Результат фінансової діяльності підприємства показує фінансову політику із урахуванням залучення позикових коштів. За збільшення використання позикових коштів РФД зростає і стає позитивним. РФД розраховують за формулою:

$$РФД = ΔПК - ФВ - ПП - ВД + ЕА - СФ - ДФс + ОПУ, \quad (2)$$

де *ΔПК* – зміна позикового капіталу за звітний період;

ФВ – фінансові витрати;

ПП – податок на прибуток від звичайної діяльності;

ВД – виплачені дивіденди;

ЕА – суми, що є отриманими від емісії акцій;

СФ – кошти, що є вкладеними в статутні фонди інших підприємств;

ДФс – довгострокові фінансові інвестиції;

ОПУ – отримані відрахування від прибутку заснованих підприємств і доходи від інших довгострокових фінансових вкладень.

Результат фінансово-господарської діяльності характеризує можливість підприємства відповідати за власними зобов'язаннями, виплачувати дивіденди, інвестувати у основні засоби, покривати поточні потреби. Від'ємні значення фінансово-господарської діяльності протягом тривалого періоду можуть призвести до банкрутства. За додатних значень РФГД стратегічний фінансовий ризик є мінімальним. РФГД розраховують за формулою:

$$РФГД = РГД + РФД. \quad (3)$$

Використання цієї матриці ґрунтується на розрахунку показників (табл. 1). Стратегічна установка в поведінці підприємства в цілому обумовлює її фінансову стратегію.

Таблиця 1

Розрахункові коефіцієнти для матриці фінансових стратегій

Показник	2011	2012	2013
1. Додана вартість	245038	322480	1055034
а) вартість продукції	242869	319844	112899
б) запаси готової продукції	37960,5	52008	855885
в) незавершене виробництво	18061,5	22932	26113
г) вартість спожитих матеріальних засобів виробництва	53853	72304	60137
2. Брутто-результат експлуатації	220813	303546	990696,8
а) ПДВ	13116	4872	48884,2
б) витрати з оплати праці	8133	10449	11347
в) обов'язкові платежі, що є пов'язаними з оплатою праці	2976	3613	4106
3. Змінна величина фінансово-експлуатаційних потреб	56611	-14142	10872
а) матеріальні запаси: на початок	51179	82872	87987
на кінець	82872	87987	83246
б) дебіторська заборгованість: на початок	49821	24901	-20647
на кінець	24901	23828	-5034
в) кредиторська заборгованість: на початок	5013	5015	-
на кінець	5015	25345	-
г) ФЕП: на початок	-3655	52956	67340
на кінець	52956	38814	78212
4. Інвестиції у виробництво	23193	10853	2481
5. Звичайні продажі майна	1142	1089	634
6. Результат господарської діяльності	139867	305746	976709,8

На основі матриці Франшона та Романе визначимо фінансові стратегії ТОВ «Агротех-Гарантія» за 2011–2013 рр.

Результати розрахунку показників побудови матриці подано у табл. 2. На основі отриманих значень побудуємо матрицю фінансових стратегій та визначимо місце ТОВ «Агротех-Гарантія» у ній.

Таблиця 2

Результати господарської та фінансової діяльності ТОВ «Агротех-Гарантія» за 2011–2013 рр.

Показник	Роки		
	2011	2012	2013
РГД	139867	305746	976709,8
РФД	-54405	-57277	-46914
РФГД	85462	248469	929795,8

Залежно від значень фінансової та господарської діяльності підприємство може посідати певні положення в матриці.

РГД, РФД та РФГД можуть бути більшими, меншими або приблизно дорівнювати нулю. Відповідно до матриці виділяють дев'ять типів фінансової стратегії, серед яких виділяють ще три групи стратегій:

– квадрати 1, 2, 3 (головна діагональ матриці) – зона рівноваги, для якої характерними є посередні результати діяльності підприємства;

– квадрати 4, 5, 6 – зона успіхів, для якої характерним є приплив грошових коштів;

– квадрати 7, 8, 9 – зона дефіциту, для якої характерним є відплив грошових коштів хоча б в одному із видів діяльності [4].

Усі можливі види фінансової стратегії підприємства можна подати у вигляді матриці фінансових стратегій.

Відповідно до отриманих значень визначимо місце ТОВ «Агротех-Гарантія» в одному з дев'яти квадратів матриці (табл. 3).

Таким чином, підприємство ТОВ «Агротех-Гарантія» належить до 6-го квадрата – зони успіхів. Динаміка показників останніх років дозволяє прогнозувати, що 2014 р. підприємство залишиться в тому ж квадраті. Ви-

користання запропонованої матриці допомагає керівництву підприємства приймати об'єктивні рішення щодо комплексного використання всіх фінансових ресурсів, що є запорукою досягнення основних задач фінансової стратегії підприємства.

Таблиця 3

Позиціонування ТОВ «Агротех-Гарантія» в матриці фінансових стратегій у 2011–2013 рр.

	РФД < 0	РФД = 0	РФД > 0
РГД > 0	1	4	6 2012 2013 2011
РГД = 0	7	2	5
РГД < 0	9	8	3

Науковий керівник – канд. екон. наук, професор Журавльова І. В.

Література: 1. Дорофеев М. Л. Особенности применения матрицы финансовых стратегий Франшона и Романе в стратегическом финансовом анализе компании / М. Л. Дорофеев // Финансы и кредит. – 2009. – № 23 (359). – С. 51–56. **2.** Стоянова Е. С. Финансовый менеджмент и практика / Т. Б. Крылова, Т. Б. Балабанов [и др.] ; под ред. Е. С. Стояновой. – М. : Перспектива, 2010. – 656 с. **3.** Стоянов Е. А. Экспертная диагностика и аудит финансово-хозяйственного положения предприятий / Е. А. Стоянов, Е. С. Стоянова. – М. : Перспектива, 2002. – 89 с. **4.** Горовий Д. А. Методичні рекомендації до виконання контрольних робіт з дисципліни «Економічна діагностика» для студентів заочної форми навчання напряму «Економіка підприємства» / Укл. Д. А. Горовий, К. О. Горова. – Харків : ХНАДУ, 2012. – 56 с.

THEORETICAL ANALYSIS OF E-COMMERCE AND E-BUSINESS CONFUSION

UDC 658:004.738.5

Nagorna A. V.

The 4th year Student
Management and marketing department S. Kuznets KNUE

Annotation. *The influence of e-commerce and e-business enterprise. Analyzed the phenomenon of e-commerce and e-business as a means to improve the efficiency of the organization.*

Keywords: *e-commerce, e-business, Internet.*

Аннотация. *Досліджено вплив електронної комерції та електронного бізнесу на діяльність підприємства. Проаналізовано явища електронної комерції та електронного бізнесу як засоби підвищення ефективності діяльності організації.*

Ключевые слова: *електронна комерція, електронний бізнес, Інтернет.*

Анотація. *Исследовано влияние электронной коммерции и электронного бизнеса на деятельность предприятия. Проанализированы явления электронной коммерции и электронного бизнеса как средства повышения эффективности деятельности организации.*

Ключові слова: *электронная коммерция, электронный бизнес, Интернет.*

© Nagorna A. V., 2015

Theoretical and methodological issues related to the classification of key concepts, market development of electronic commerce systems have shown that there remain a number of unresolved theoretical and methodological issues related to the development of advanced models, principles and practices of organizational and economic decision making in the electronic commerce system. Not developed the necessary theoretical and methodological foundations of building well-functioning e-commerce systems, taking into account the peculiarities of adopted legislation and the current state of the Ukrainian economy. None meet the requirements of a market economy method justify the selection of the most effective ways to create the Internet – the company and its affiliated online stores.

The aim is to justify theoretical aspects of e-commerce and e-business relationship. The subject of research is the process of formation and functioning of e-commerce systems in commercial enterprises. The object is activity of the company.

Traditional methods of doing business in today's economy did not fully meet the trends of organizations. E-commerce is able to significantly increase the economic efficiency of enterprises. The introduction of the enterprise e-business allows, on the one hand, to increase the effectiveness of promoting products and services, expand markets, develop relationships with customers and, on the other hand, contributes to lower operating costs, and reduce the total time of customer service and query processing. Given the low efficiency of the company due to non-use or limited use of modern information technologies is urgent problem to increase efficiency of enterprise.

The concept is partly enlightened in researches of foreign a scholars such as Kalakota R., Whinston A., Deitel H., Deitel P., Steinbuhler K. and others.

The emergence and development of the Internet, the improvement of information technology, systems, and standards of their interaction led to the creation of a new direction of modern business – e-business as a special form of business, which is realized largely through the introduction of information technologies in the production, sale and distribution of goods and services.

Often there is a confusion of two concepts: e-business and e-commerce. There are many definitions of e-business, which reflect the different points of view and meet training and accumulated experience of the authors of these definitions.

Let's consider historical development of e-business meaning. For the first time the term, «e-business» was used by IBM, which defined it as the transformation of key business processes using Internet technologies [3, p. 87–102].

Research organization «Gartner Group» has defined the term as «a means of continuous improvement of business firms by digital technologies» [4, p. 6]. This concept includes attracting and retaining the «right» customers and business partners.

Consulting company «PriceWaterhouseCoopers» defined e-business as «the integration of systems, processes, organizations and chains that create value and markets, using Internet and related technologies and concepts» [5].

According to Fellenshtein C. and Wood R. (Fellenshtein C., Wood R.), e-business is the use of electronic communications networks that allow place of business to transmit and receive information [6, p. 33].

The American Marketing Association refers to the e-business «a large number of business models, the basic principles on the Internet» [7].

Deytel H. M. defines e-business as a «company with online presence with internal and external communications» [8, p. 754].

According to Strauss D. and Frost R. (e-business is a combination of the following elements [4]:

$$EB = EC + BI + CRM + SCM + ERP,$$

where *EB* (Electronic Business) – e-business;

EC (Electronic Commerce) – e-commerce;

BI (Business Intelligence) – commercial awareness of the enterprise;

CRM (Customer Relationships Management) – customer relationship management;

SCM (Supply Channel Management) – management of distribution channels (supply);

ERP (Enterprise Resource Planning) – Enterprise Resource Planning.

Strauss D. and Frost R. note that EB uses digital technologies such as the Internet and barcode scanners to facilitate the process of buying and selling. The authors point out that e-commerce transactions concerns and includes distribution channels and e-retailers. Strauss D. and Frost R. and end their argument that e-commerce is considered part of your online business.

According to the authors BI is a collection of secondary and primary information about competitors, markets, consumers and CRM – includes retention of both organizations and individual customers through strategies that are designed to meet their needs (such as products / services and activities of the company).

SCM includes coordination channel distribution / supply in order to ensure effective delivery of the goods to consumers by way of benefits and costs.

ERP relates to the internal operations of the enterprise, such as the acceptance of the order, purchasing, invoicing and inventory control. This system allows organizations to optimize business processes, reducing thus costs.

This analysis led to the formulation allowed us to formulate the following definition. E-business is the generic name for all types and methods of making money on the Internet or through the Internet. An important part of e-business is e-commerce. Under the e-commerce refers to any form of transactions in which the interaction of the parties is carried out using the power of information and communications technology systems and networks [2, p. 43].

E-commerce is a means of doing business globally. It allows companies to more fully interact with suppliers and to respond quickly to the needs and expectations of customers [3, p. 90]. Companies have a choice of suppliers, regardless of geographic location, as well as the opportunity to enter the global market with their goods and establish contacts, for example, between potential customers and suppliers; pre-and post-sales support, for example, presentation of detailed information about products and services, documentation, answers customer questions etc.; sale of goods and services; e-services.

EC is a business model based on the principles of the Internet. Indeed, the EC presented in certain models of the Internet, however, consideration of the activity of the form from the standpoint of the models does not give a clear difference from such things as e-business, which can also be represented by a model [5, p. 78–112].

EC – all forms of transactions relating to the commercial activities of organizations and individuals, which are based on the processing and transfer of digital information, including text, sound and visual data [9]; any form of business transaction, which is carried out through information networks IBM [1].

Signs of the e-commerce: the fact of the transaction by electronic means; distribution of ownership; work with the asset in order to make it sold, including both tangible and intangible assets; the circumstances of the asset is realized; the presence of the desire to make a profit.

The last three authors introduce e-commerce like some form of transaction. E-commerce – conducting commerce electronic means Bësher R. E-commerce is conducting commerce (i. e., business management), defined manner. According to Martovoy A., e-commerce as an activity can not be reduced to the management, which is one of the processes of business [9].

E-commerce is technologically mediated exchange between the parties (individuals and organizations), as well as activities within and between organizations, based on a suite of electronic technologies and facilitates this exchange Dzhavorski B. Grechkov V. aptly describes the characteristics of the EC, but does not provide a definition of e-commerce.

Approaches to the definition of EC evolved from relatively simple, which focused mainly on the technological characteristics, those who recognized the importance of various processes or features of the e-commerce.

In their view electronic or online commerce is an activity organization or individual, mostly profit-oriented as a result of transactions and transactions on the Internet. That target orientation using the Internet as a place of occurrence of the transaction is carried or transaction distinguishes e-commerce from e-business.

Enterprise e-commerce or online most of their revenue is generated by Internet sales / transactions.

Thus, analyzing the existing point of view we can formulate the following definition: E-commerce is a way of doing business; in which all stages of the business process (advertising, marketing, sale and delivery of goods, customer service profit) are performed electronically using appropriate computer programs on the Internet or other electronic communications media.

E-business is the most general concept. It includes all forms of interaction between the market using digital technology: exchange of information; market research; payment, including use of electronic payment systems; distribution of products, including both management and delivery tracking for physical products and immediate delivery of products that can be distributed electronically; the possibility of organizing virtual enterprises – a group of individual experts or even independent companies to conduct joint business activities, the implementation of business processes. E-commerce is only one of the components of e-business, which is limited to carrying out transactions using electronic systems, such as the sale of goods or services over the Internet.

Supervision – Candidate of Sciences (Economics), Associate Professor, teacher Fadeeva Yu. V.

Literature: 1. Kalakota R. Electronic Commerce: A Manager's Guide / R. Kalakota, A. Whinston. – New York : Addison-Wesley, 1997. – 461 p. **2.** Deitel H. E-business and e-commerce for Managers / H. Deitel, P. Deitel, K. Steinbuhler. – Upper Saddle River : Prentice-Hall, 2001. – 794 p. **3.** Рублевская Ю. В. Моделирование бизнеса в интернет-среде

/ Ю. В. Рублевская, Е. В. Попов // Маркетинг в России и за рубежом. – 2001. – № 2 (22). – С. 87–102. **4.** Strauss J. E-marketing / J. Strauss, R. Frost. – Upper Saddle River : Prentice-Hall, 2001. – 519 p. **5.** E-business made in Switzerland [Electronic resource]. – Access mode : https://creativeconomy.ru/en/articles/15318/. **6.** Fellenshtein C. Exploring E-commerce, Global E-business and E-societies / C. Fellenshtein, R. Wood. – Upper Saddle River: Prentice-Hall, 2000. – 269 p. **7.** Building Confedence. Electronic Commerce and Development. – UNCTAD, 2000. – P. 11–17. **8.** Гречков В. Ю. Современное состояние и перспективы электронной коммерции / В. Ю. Гречков // Маркетинг в России и за рубежом. – 2003. – № 6 (38). – С. 68–85. **9.** Мартовой А. В. Сущность и основные характеристики электронного бизнеса, электронной коммерции, электронного и интернет-маркетинга / А. В. Мартовой [Electronic resource]. – Access mode : http://dspace.nbuv.gov.ua/bitstream/handle/123456789/36241/37-Martovoy.pdf. **10.** Rayport J. Introduction to E-commerce / J. Rayport, B. Jaworski. – New York : McGraw-Hill, 2002. – 664 p.

КЛАССИФИКАЦИЯ РИСКОВ ИНВЕСТИЦИОННЫХ ПРОЕКТОВ В УКРАИНЕ

УДК 338.28:330.322:330.131.7(477)

Нарижная К. А.

Студент 4 курса
факультета экономической информатики ХНЭУ им. С. Кузнеца

Аннотация. *Проанализированы и классифицированы риски инвестиционных проектов. Рассмотрены первопричины зарождения рисков и угроз для Украины.*

Ключевые слова: *инвестиции, безопасность, риск, регулирование, проект, комплекс.*

Анотація. *Проаналізовано та класифіковано ризики інвестиційних проектів. Розглянуто першопричини зародження ризиків і загроз для України.*

Ключові слова: *інвестиції, безпека, ризик, регулювання, проект, комплекс.*

Annotation. *Analyzed and classified the risks of investment projects. We consider the root causes of risks and threats to the birth of Ukraine.*

Keywords: *investment, security, risk, regulation, project? complex.*

Для современной Украины актуальны проблемы, связанные с объемами ресурсов и структурой инвестиционной деятельности. Именно благодаря их успешному решению можно не только достичь экономического успеха, но и заложить основу для формирования положительных долгосрочных тенденций развития национальной экономики.

Для подъема экономики необходимо повысить долю инвестиций в ВВП как минимум до 25–30 % [1]. Только при таких условиях можно создать возможности для функционирования расширенного воспроизводства. В успешно развивающихся странах доля инвестиций в ВВП достигает 40 %. Актуальность проблемы возрастает в связи с тем, что в Украине почти 30 % оборудования, эксплуатируемого более 20 лет.

Инвестиционный риск – измеряемая вероятность убытков или возможности упустить выгоду от инвестиций [2]. Риск сложно нейтрализовать полностью, но им можно управлять, заранее оценивать, рассчитывать, описывать, планировать мероприятия, призванные снизить вероятность нежелательных событий при реализации инвестиционного проекта.

Сформированный перечень угроз приведен в табл. 1.

Большинство классификаций связаны, прежде всего, с теорией и малоприменимы в повседневной жизни. К тому же, редко учитывается человеческий фактор, хотя его влияние на общую ситуацию трудно переоценить. Невзирая на слаженность процесса инвестирования, всегда присутствует конфликт интересов, объяснимый также с экономической точки зрения. Успешно функционирующий объект приносит больше прибыли и менее подвержен рискам, но, вместе с тем, уже не столь нуждается в инвестировании. При этом более рискованным вложениям, как правило, присуща более высокая доходность [3]. Естественно, инвесторы желают вкладывать средства

© Нарижная К. А., 2015

в проекты, гарантирующие получение прибыли, и с минимальным риском. Возникает сразу несколько конфликтов, в основе которых лежит человеческий фактор:

1. Множество желающих инвестировать в уже прибыльные объекты.
2. Трудность в поиске инвесторов для новых и рискованных проектов.
3. Как следствие, возникает проблема несбалансированного распределения инвестиций.

Таблица 1

Классификация угроз функционированию предприятия

1-я группа Начальные угрозы		2-я группа Финансовая
Ухудшение инвестиционной привлекательности. Малая отдача отраслей. Убыточность отраслей. Потеря текущих инвесторов		Колебания курса валют. Инфляция. Дефолт. Риски невозвращения средств со счетов банков
3-я группа Геополитика		4-я группа Человеческий фактор
Изменения в законодательстве. Несоответствие украинских товаров стандартам ЕС. Обострение конкурентной среды на рынке инвестиций. Неподходящий политический климат. Несбалансированное распределение инвестиций		Несоблюдение условий контракта. Трудновыполнимые условия инвестирования. Нецелевое распределение – коррупция. Дезинформация. Отсутствие и искажение информации. Конфликты интересов

Таким образом, для привлечения инвестиций в новые и малоизвестные проекты следует особенно тщательно подходить к фактору принятия решений инвесторами.

Особенностью этой классификации является акцент на первопричине возникновения риска, ведь классификация риска должна способствовать решению вопроса снижения риска и дальнейшего его предупреждения. Благодаря исследованию причин возникновения можно обнаружить и устранить взаимосвязи между рисками.

Так, начиная с 1 января 2016 г. на территории Украины будут использоваться европейские и международные технические стандарты (нормативные документы) вместо действующих национальных технических [4].

В то же время национальный орган стандартизации «Украинский научно-исследовательский и учебный центр проблем стандартизации, сертификации и качества» в течение 2015 г. обязан детализировать актуальные изменения технических стандартов и предоставить всю доступную информацию производителям, участникам рынка, экспортерам и другим субъектам хозяйствования.

Переход на европейские технические стандарты отразится на инвестировании: подразумеваются большие затраты в связи с переходом на новые стандарты, модернизацией оборудования и обновлением сертификации, но при этом размер получения прибыли и окупаемость инвестиций подвержены риску. Именно анализ первопричин и учет существующих на текущий момент рисков позволяет максимально обезопасить инвестиционные проекты.

Научный руководитель – канд. техн. наук, профессор Милов А. В.

Литература: 1. Гринева В. Н. Инвестирование : учебник / В. Н. Гринева, В. А. Коюда, Т. И. Лепейко [и др.]. – Київ : Знання, 2008. – 458 с. **2.** Фролова Т. А. Экономика предприятия : конспект лекций [Электронный ресурс] / Т. А. Фролова. – Режим доступа : http://www.aup.ru/books/m170/8_3.htm. **3.** Игонина Л. Л. Инвестиции : учебное пособие / Л. Л. Игонина ; под ред. В. А. Слепова. – М. : Юристъ, 2012. – 480 с. **4.** Украина переходит на европейские технические стандарты [Электронный ресурс] // Цензор.НЕТ. – Режим доступа : http://censor.net.ua/news/319080/ukraina_perehodit_na_evropeyiskie_tehnicheskie_standarty.

ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ СИСТЕМИ МАРКЕТИНГОВИХ ДОСЛІДЖЕНЬ ПІДПРИЄМСТВ В УКРАЇНІ

УДК 658.8(477)

Непран І. В.

Студент 2 курсу
фінансового факультету ХНЕУ ім. С. Кузнеця

Анотація. *Розглянуто основні теоретичні положення сутності маркетингових досліджень. Визначено основні проблеми розвитку ринку маркетингових досліджень в Україні.*

Ключові слова: *маркетинг, маркетингові дослідження, товарні ринки, попит, експертне оцінювання.*

Аннотация. *Рассмотрены основные теоретические положения сущности маркетинговых исследований. Определены основные проблемы развития рынка маркетинговых исследований в Украине.*

Ключевые слова: *маркетинг, маркетинговые исследования, товарные рынки, спрос, экспертное оценивание.*

Annotation. *The basic theoretical principles concerning the nature of marketing research. The main problem of market research in Ukraine.*

Keywords: *marketing, marketing research, commodity markets, demand experts.*

Нині для високорозвинених товарних ринків характерною є гостра конкуренція, тому маркетингова діяльність підприємств на ринках має розпочинатися з маркетингових досліджень.

Стабільність діяльності підприємства, досягнення конкурентних переваг, зміцнення позиції підприємства на ринку є забезпечуваними за умови раціонального співвідношення якості та ціни товару, що дозволяло б не тільки задовольняти потреби споживача, а й формувати довгострокову лояльність до підприємства. Цього досягають шляхом отримання достовірних даних про потреби споживачів за допомогою маркетингових досліджень та розроблення й запровадження на основі отриманих даних ефективної маркетингової політики [2]. Зважаючи на це, проведення маркетингових досліджень набуває особливої актуальності.

Нині підприємства є здебільшого заклопотаними тим, щоб вижити за надзвичайно жорстких умов ведення бізнесу. Відтак маркетингові дослідження мають стати саме тим інструментом, що допоможе визначити позиції підприємства в ринковому просторі та запропонувати відповідні стратегії їх посилення.

Проблеми вітчизняного ринку маркетингових досліджень, їх змісту, функцій та значущості є непростими і спричиняють запеклі суперечки як серед вчених, так і серед практиків маркетингу. Навчальна література з питань маркетингових досліджень подана численними роботами зарубіжних та вітчизняних авторів, серед яких особливе місце посідають роботи Павленка А., Войчака А., Багієва Г., Данько Т., Скибінського С., Парсяка В., Котлера Ф. Проте нині вітчизняний ринок маркетингових досліджень у своєму розвитку набуває нових якостей та ознак, тому потребує глибокого аналізу й послідовного вивчення.

Метою написання статті є визначення основних проблем та шляхів розвитку ринку маркетингових досліджень в Україні, зумовлених переходом до сучасної ринкової економіки.

Сучасний ринок без маркетингових досліджень уявити практично неможливо. Без маркетингових досліджень жодне підприємство не зможе правильно зорієнтуватися в складній ринковій ситуації, вірно оцінити свій стан на ринку, а також спрогнозувати подальший свій розвиток.

Згідно із Міжнародним кодексом з практики маркетингових та соціальних досліджень діяльність з маркетингових досліджень полягає в об'єктивному збиранні й аналізі добровільно одержаної інформації відносно ринків споживачів, виробників товарів та послуг [4, с. 21–23].

Інформація, одержана під час проведення маркетингових досліджень, надає можливості адекватно й ефективно вирішувати управлінські завдання, дозволяє спрогнозувати можливі обсяги продажів і скласти бізнес-план.

Науковці у своїх працях часто дають різне тлумачення терміна «маркетингові дослідження». На думку Котлера Ф., маркетингові дослідження – це систематичне визначення кола даних, необхідних для оцінювання маркетингової ситуації, що постає перед фірмою: їх збирання, аналіз і звіт про результати [1].

© Непран І. В., 2015

Маркетингові дослідження є ключовим елементом у загальному інформаційному полі маркетингу. Вони мають проводитися відповідно до загальноприйнятих принципів чесної конкуренції, а також згідно із стандартами, що є заснованими на загальноприйнятих методах.

Маркетингові дослідження доцільно розглядати як вид маркетингової діяльності, функцію маркетингу, різновид прикладних наукових досліджень, складову маркетингової інформаційної системи, різновид ринкових комунікацій, складову системи прийняття рішень, інформаційну основу стратегічного та операційного маркетингу [6].

Особливістю маркетингових досліджень як функції маркетингу є забезпечення комунікацій підприємства із суб'єктами ринку: споживачами, посередниками, постачальниками та прямо чи опосередковано з конкурентами.

Правильно проведене маркетингове дослідження дає змогу суб'єкту підприємництва ефективніше виконувати завдання свого бізнесу. Методика та техніка маркетингових досліджень суттєво залежать від конкретних цілей та завдань маркетингу, що визначається загальною маркетинговою стратегією підприємства, ринковою ситуацією, тиском конкурентів тощо. Водночас існують усталені підходи до проведення маркетингових досліджень – певна послідовність етапів, які разом забезпечують належну ефективність (рис. 1).

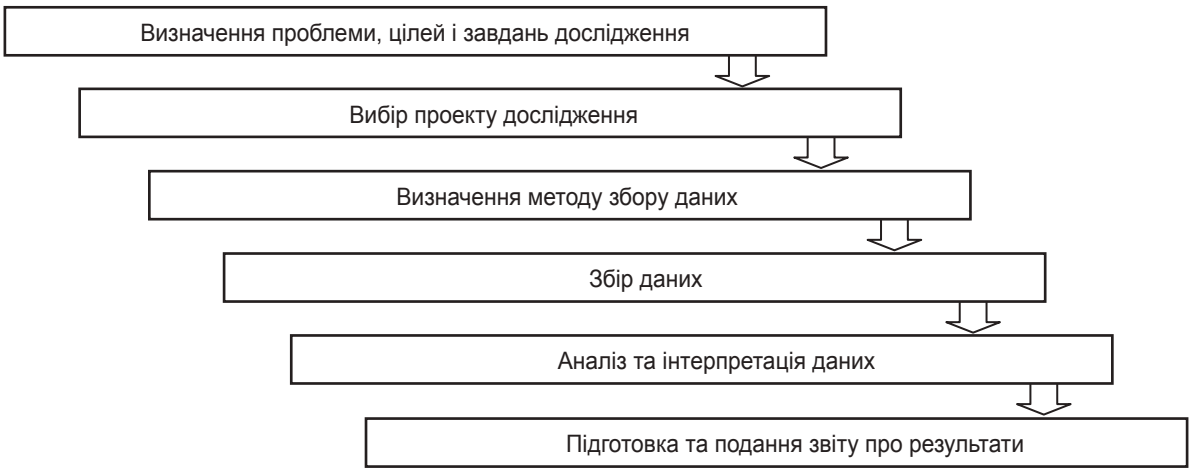

Рис. 1. **Процес маркетингових досліджень** [4]

Першим етапом, який необхідно виконати досліднику чи спеціалістам підприємства, є визначення проблеми, цілей та завдань дослідження. Тільки після чіткого визначення проблеми та цілей маркетингове дослідження може бути розроблено та проведено відповідним чином.

На другому етапі здійснюють вибір проекту дослідження, який суттєво залежить від того, що вже відомо про проблему. Якщо проблему дослідження сформульовано досить чітко, однозначно, проводять описові або каузальні дослідження.

Третій етап – визначення методу збирання даних. Часто необхідна інформація вже існує у формі вторинної інформації, зібраної раніше для інших цілей. На цьому етапі також визначають методи, застосовувані для збирання інформації. Визначившись із методами проведення дослідження, виконавці розробляють форми, до яких заноситимуть дані, одержані з первинних джерел інформації. Інструментом опитування є анкета або систематизований перелік питань стосовно досліджуваної проблеми.

Крім того, у рамках цього етапу розробляють дизайн вибірки – означеної частини сукупності існуючих і / або перспективних споживачів, що має уособлювати всю сукупність в цілому. На цьому ж етапі формалізують методику збирання даних.

Четвертий етап – збирання даних. Після визначення розміру вибірки починають безпосередньо збирання інформації. Цей процес реалізують за допомогою зовнішніх підрядників – маркетингових дослідницьких компаній.

П'ятий етап – аналіз та інтерпретація даних. Зібрану інформацію редагують, кодують, класифікують та впорядковують для зручнішого проведення змістовного аналізу. Вибір методу змістовного аналізу залежить і від цілей дослідження, і від процедури формування вибірки, методів та інструментів збирання інформації.

Шостий етап – підготовка звіту про результати дослідження. Звіт про результати дослідження є документом, який подають керівництву підприємства або замовнику; у ньому містяться всі результати та висновки дослідження. Саме цей документ є підтвердженням проведення всіх дослідницьких заходів та ефективності витрат. Звіт має бути чітким і точним, незалежно від того, наскільки вдалим є виконане дослідження.

Розвиток ринкових відносин в Україні в цілому та підвищення конкурентоспроможності окремих галузей призвели до того, що підприємства все частіше використовують результати маркетингових досліджень у ході вирішення управлінських завдань. На ринку спостерігається як зростання числа замовлень на маркетингові дослідження, так і кількості фірм, що пропонують ці послуги. Однак розвиток маркетингової системи в Україні відбувається не досить значними темпами порівняно з іншими країнами [5, с. 57–59].

Основними проблемами, що гальмують розвиток маркетингових досліджень в країні, є:

- відсутність зацікавленості керівництва та нерозуміння доцільності проведення маркетингових досліджень;
- невміння використовувати результати досліджень;
- відсутність фінансування;
- некомпетентність провайдерів маркетингових досліджень;
- рівень розвитку економіки в цілому;
- відсутність інформації про ринок маркетингових досліджень;
- недовіра до результатів дослідження;
- висока вартість досліджень;
- недостовірність, неточність одержуваних даних;
- закритість бізнесу замовника.

Відтак в Україні ефективне проведення маркетингових досліджень буде забезпечено тільки за певних умов. Ухвалюючи маркетингові рішення, доцільно спиратися на результати маркетингових досліджень тільки за умови їх достовірності, забезпечуваної кількома складниками [5]:

- систематичністю або періодичною повторюваністю процедур дослідження, що дає змогу відстежувати тенденції розвитку процесів, явищ, об'єктів;
- етапністю і логічною послідовністю виконуваних на кожному етапі дій, що сприяє ідентифікації та поступовому пізнанню процесів, явищ, об'єктів;
- використанням арсеналу наукових методів пізнання, що дає змогу методологічно обґрунтувати результати дослідження та аналітично довести потребу в ухваленні маркетингових рішень.

Таким чином, на сучасному етапі розвитку, за умов економічної кризи, ринкова економіка України потребує значної уваги до процесів проведення маркетингових досліджень підприємств задля підвищення ефективності їх господарської діяльності.

Науковий керівник – канд. екон. наук, доцент Бихова О. М.

Література: 1. Котлер Ф. Основы маркетинга : пер. с англ. / Ф. Котлер. – М. : Ростинтер, 1996. – 704 с. **2.** Близнюк С. В. Маркетинг в Україні: проблеми становлення та розвитку / С. В. Близнюк. – Київ : Політехника, 2003. – 384 с. **3.** Маркетинг и реклама-2013 [Електронний ресурс] // Маркетинг и реклама. – Режим доступу : http://mr.com.ua/. **4.** Пилипенко В. Ринок маркетингових досліджень: становлення і проблеми розвитку / В. Пилипенко // Маркетинг в Україні. – 2010. – № 11. – С. 21–23. **5.** Ковальчук С. Кулхантинг: маркетингові дослідження нових трендів / С. Ковальчук, І. Слободян // Маркетинг в Україні. – 2010. – № 1. – С. 57–59. **6.** Орлов П. А. Маркетинг : навч. посіб. / П. А. Орлов, С. І. Косенков, Т. П. Прохорова [та ін.]. – Харків : ВД «ІНЖЕК», 2012. – 528 с.

АУДИТ РОЗРАХУНКІВ З ОПЛАТИ ПРАЦІ ТА ТИПОВІ ПОРУШЕННЯ, ВИЯВЛЕНІ ПІД ЧАС ЙОГО ПРОВЕДЕННЯ

УДК 657.631:338.432

Нерода А. Ю.

Студент 4 курсу
факультету обліку і аудиту ХНЕУ ім. С. Кузнеця

Анотація. *Розглянуто аудит розрахунків з оплати праці, а також типові помилки та порушення, що можуть виникати у ході обліку праці та її оплати. Визначено фактори, що впливають на достовірність фінансової звітності.*

Ключові слова: *оплата праці, заробітна плата, аудит розрахунків з оплати праці, контроль, облік, факти порушень.*

Аннотация. *Рассмотрен аудит расчетов оплаты труда, а также типичные ошибки и нарушения, которые могут возникать в ходе учета труда и его оплаты. Определены факторы, влияющие на достоверность финансовой отчетности.*

Ключевые слова: *оплата труда, заработная плата, аудит расчетов по оплате труда, контроль, учет, факты нарушений.*

Annotation. *Considered audit of calculations of wages, as well as common mistakes and violations that may arise in the course of accounting work and its payment. The factors influence the accuracy of the financial statements.*

Keywords: *wages, salaries, audit payments of wages, control, accounting, violations.*

Аудит розрахунків з оплати праці відіграє важливу роль у системі як внутрішнього, так і зовнішнього аудиту. Це пов'язано із тим, що облік праці і заробітної плати є трудомістким, потребує уваги та сконцентрованості, оскільки є пов'язаним із обробкою великої кількості первинної інформації, має багато однотипних операцій, здійснення яких потребує багато часу.

Значний внесок у вивчення теорії, методології обліку й аудиту розрахунків з оплати праці та аналізу ефективності використання трудових ресурсів зробили такі відомі вітчизняні науковці, як Бодюк А. В., Гончарук Я. А., Сотникова Л. В., Завгородній В. П., Калина А. В., Кужельний М. В., Петрик О. А., Сопко В. В., Цал-Цалко Ю. С. та ін.

Метою написання статті є характеристика планування перевірки під час визначення статей бухгалтерської звітності, що містить помилки; оцінювання матеріалів власних досліджень та прийняття рішення про зміст аудиторського висновку.

Оплата праці – це стаття витрат, що відіграє важливу роль у формуванні собівартості продукції (послуг), тому до неї завжди необхідно підходити з особливою увагою для забезпечення раціонального використання грошових ресурсів та їх економії на підприємстві.

Під час перевірки розрахунків з оплати праці аудитору потрібно переконатися в дотриманні підприємством чинного законодавства про оплату праці, відсутність порушень умов оплати праці працівників і перевірити правильність здійснюваних відрахувань податків і зборів із заробітної плати, а також відповідність відображення операцій у бухгалтерському обліку і достовірність їх висвітлення у фінансовій звітності підприємства.

Політика в галузі оплати праці є складовою частиною управління підприємством. Від неї значною мірою залежить ефективність його роботи, оскільки заробітна плата є одним із найважливіших стимулів у раціональному використанні робочої сили.

Порядок здійснення та облік розрахунків з оплати праці є пов'язаними із вибором основних елементів загального механізму організації оплати праці: моделей формування, форм і систем оплати праці, нормування й стимулювання праці. Надзвичайно виважених підходів потребує розробка оптимальної системи оплати праці й механізму її стимулювання, що мають бути спрямованими на досягнення загальної мети діяльності підприємства та підвищення добробуту найманих працівників.

У ході проведення аудиту оплати праці застосовують методи та методичні прийоми, серед яких:

- документальна перевірка;
- перерахунок;

© Нерода А. Ю., 2015

- перегляд;
- зіставлення;
- оцінювання;
- аналітичні процедури;
- узагальнення.

Під час проведення аудиту розрахунків з оплати праці слід використовувати такі джерела інформації: трудове законодавство, Кодекс законів про працю, законодавчі акти про підприємство і підприємництво, розрахунково-платіжну відомість (форма № П-49), розрахункову відомість (форма № П-51), платіжну відомість (форма № П-53), особистий рахунок, нормативно-довідкову інформацію до обліку праці і заробітної плати, первинні документи, регістри бухгалтерського обліку, акти перевірок, накази, картки, особисті справи робітників, трудові договори та контракти, відомості обліку, нормативні документи для нарахування заробітної плати, відпускних та інші документи стосовно об'єкта дослідження, табелі, наряди, баланс, Головну книгу. Вивчають усі документи, що додаються до журналу, відомості, на основі яких складають бухгалтерське проведення як за дебетом, так і за кредитом рахунка 66 «Розрахунки з оплати праці».

У ході аудиту аудитор передусім оцінює стан організації бухгалтерського обліку та ефективності внутрішньогосподарського контролю на підприємстві, що впливає на обсяг аудиторської перевірки.

Перевірку здійснюють вибірковим методом. Результат перевірки – визначення зон найвищого ризику, що є обумовленим існуванням підприємства (наявний ризик), постановкою внутрішньогосподарського контролю (ризик контролю) і ризиком з провини аудитора [3].

Аудитор перевіряє чисельність працівників підприємства і правильність їх відображення у звітності згідно із Інструкцією зі статистики чисельності працівників. Дотримання тарифних сіток і ставок, посадових окладів встановлюють їх порівнянням зі штатним розкладом і перевіркою даних розрахунково-платіжних відомостей, табелів обліку використання робочого часу і розрахунку заробітної плати. Перевірку розрахунків із робітниками і службовцями із заробітної плати починають із встановлення ідентичності даних аналітичного обліку щодо оплати праці показникам синтетичного рахунка 66 «Розрахунки оплати праці» у Головній книзі й балансі на однакову дату. Для цього звіряють сальдо на перше число відповідного місяця у Головній книзі й балансі з підсумковими сумами розрахунково-платіжних відомостей.

Правильність нарахування заробітної плати визначають у такий спосіб. Перевіряють правильність застосування розцінок шляхом зіставлення із документом, де їх передбачено; уточнюють, чи відповідає стаж працівника, його розряд, тип підприємства, сезон, асортимент продукції застосовуваним розцінкам; уточнюють, чи правильно визначено обсяг виконаної роботи і кількість відпрацьованого часу шляхом зіставлення їх із обліковими листками, подорожніми листками, табелем виходу на роботу, системами приймання виконаних робіт за актами приймання-здавання робіт. Також арифметично перевіряють правильність нарахування суми шляхом множення розцінки на кількість днів роботи, на суму товарообігу, на кількість виробленої продукції [1].

Під час перевірки правильності нарахування та виплати заробітної плати встановлюють:

- відповідність даних відомостей на виплату заробітної плати тарифікаційним спискам працівників;
- наявність у відомості печатки, підписів керівника та бухгалтера;
- правильність оформлення, чи немає у відомостях підчисток і необумовлених виправлень;
- дати виплати і підписи працівників про отримання заробітної плати;
- правильність підрахунків платіжної відомості;
- нарахування сум утриманих і перерахованих податків із заробітної плати працівників;
- ідентичність підписів у відомості й особовій справі.

Під час перевірки виплати премій установлюють:

- чи виконано умови, згідно із якими виплачують премію, шляхом перевірки всіх показників за даними бухгалтерського і статистичного обліку;
- порядок зниження розміру або позбавлення премій [5].

Під час перевірки можуть бути виявлені, на перший погляд, однакові факти порушень, які після дослідження їх змісту можна класифікувати як навмисні (шахрайство) та ненавмисні (помилки). Аудитор має брати до уваги дві сторони сутності: кількісну та якісну. З точки зору якості він має надати свою професійну оцінку щодо сутності виявлених у ході перевірки відхилень. Із кількісної точки зору встановлюють, чи перевищують окремі виявлені відхилення або їх сума кількісні критерії, тобто визначають рівень сутності.

Порушення ведення операцій з обліку витрат на оплату праці подано в табл. 1.

Таблиця 1

Порушення ведення операцій з обліку витрат на оплату праці [6]

№ з / п	Види порушення	Наслідки
1	Відсутній колективний договір	Соціально-трудові відносини між роботодавцями і працівниками не є відрегульованими
2	Умови колективного договору погіршують становище працівника порівняно із законодавством	Викривлення оборотів і залишків за рахунком 66 «Розрахунки з оплати праці», недостовірність даних за рядком «Поточні зобов'язання з оплати праці»
3	Сума нарахованої заробітної плати, за даними первинних документів (особові листки, розрахунково-платіжні, розрахункові відомості, розроблювальні таблиці), не відповідає даним облікових регістрів (журналам, Головній книзі)	Неможливість підтвердження обґрунтованості нарахування оплати праці, відповідно підвищення собівартості продукції для цілей бухгалтерського обліку та оподаткування, і, як наслідок, зниження оподатковуваного прибутку
4	Віднесення на собівартість продукції (робіт, послуг) заробітної плати погодинників та відрядників за відсутності підтверджувальних документів про фактично відпрацьований час (відсутність табеля робочого часу, даних про виконаний обсяг робіт)	Необґрунтоване залучення до собівартості продукції для цілей оподаткування
5	Залучення до собівартості продукції для цілей оподаткування оплати праці за здійснення модернізацій обладнання та реконструкції об'єктів основних засобів	Завищення собівартості продукції, заниження оподатковуваного прибутку
6	Залучення до собівартості продукції для цілей оподаткування оплати праці за виконання будівельних робіт	Завищення собівартості продукції, заниження оподатковуваного прибутку
7	Залучення до собівартості продукції для цілей оподаткування оплати праці за здійснення робіт з підготовки та освоєння виробництва нових видів продукції, науково-дослідних розробок	Завищення для цілей оподаткування собівартості продукції та заниження оподатковуваного прибутку
8	Залучення до собівартості продукції для цілей оподаткування оплати праці за здійснення робіт, що не є безпосередньо пов'язаними із виробництвом продукції, фінансування яких є здійснюваним за рахунок спеціальних джерел	Несвоєчасне залучення до собівартості продукції для цілей оподаткування, завищення собівартості звітного періоду, заниження оподатковуваного прибутку звітного періоду

Заробітна плата має важливе значення для підприємства, працівника, податкової інспекції, фондів тощо. Кожна з цих сторін оцінює значення заробітної плати майже як найважливіше. У зв'язку із цим важко переоцінити значення роботи, пов'язаної із обліком витрат на оплату праці. Помилка у нарахуванні заробітної плати автоматично призводить до цілої серії помилок і порушень, що є найважчими за своїми наслідками. Є тільки один спосіб уникнути таких помилок – абсолютно точно знати, як проводити будь-які розрахунки, пов'язані із заробітною платою [2].

Для того, щоб покращити на підприємстві облік оплати праці, керівництву слід краще організувати контроль за якістю та кількістю витраченої праці, за використанням фонду заробітної плати та іншими грошовими коштами, що є виділеними для оплати праці працівників підприємства. Досліджуючи питання розрахунків з оплати праці, аудитору слід пам'ятати, що за бухгалтерськими даними криються різнобічні інтереси роботодавця, працівника і держави в цілому.

Науковий керівник – канд. екон. наук, доцент Дейнеко Є. В.

Література: 1. Огійчук М. Ф. Аудит: організація і методика : навч. посіб. / М. Ф. Огійчук, І. Т. Новіков, І. І. Рагуліна. – Київ : Алерта, 2010. – 584 с. **2.** Вітвицька Н. В. Контроль і ревізія розрахунків з оплати праці : навч. посіб. / Н. В. Вітвицька. – Київ : Знання, 2009. – 244 с. **3.** Жогова О. Б. Аудит розрахунків з оплати праці / О. Б. Жогова // Незалежний аудитор. – 2013. – № 7 (18). – С. 10–15. **4.** Про затвердження Інструкції зі статистики чисельності працівників [Електронний ресурс] : Наказ, Інструкція, Закон України від 28.09.2005 № 286. – Режим доступу : http://zakon0.rada.gov.ua/laws/show/z1442-05. **5.** Андрощук І. І. Стандартизація виконання завдань з надання іншої впевненості: сучасний стан та розвиток [Електронний ресурс] / І. І. Андрощук // Financy Uchet Banki. – Режим доступу : http://jfub.donnu.edu.ua/article/view/997. **6.** Гончарук Я. А. Аудит / Я. А. Гончарук, В. С. Рудницький. – Львів : Оріяна-Нова, 2004. – 292 с. **7.** Сотникова Л. В. Внутренний контроль и аудит : учебник / Л. В. Сотникова. – М. : Финстатинформ, 2000. – 239 с.

THE ORGANIZATION OF MARKETING ACTIVITY ON THE ENTERPRISE

UDC 339

Neronova A. A.

The 4th year Student
Management and marketing department S. Kuznets KNUE

Annotation. *The theoretical and methodological principles of organization of marketing activities aimed at increasing demand, promotion of products on the market and increasing competitiveness of the enterprise.*

Keywords: *marketing, marketing activity, product, company, organization.*

Анотація. *Розглянуто теоретичні та методологічні положення організації маркетингової діяльності, спрямованої на підвищення попиту, просування продукції на ринку та зростання конкурентоспроможності підприємства.*

Ключові слова: *маркетинг, маркетингова діяльність, продукт, підприємство, організація.*

Аннотация. *Рассмотрены теоретические и методологические положения организации маркетинговой деятельности, направленной на увеличение спроса, продвижение продукции на рынке и повышение конкурентоспособности предприятия.*

Ключевые слова: *маркетинг, маркетинговая деятельность, продукт, предприятие, организация.*

Marketing is the process of communicating the value of a product or service to customers, for the purpose of selling that product or service. From a social point of view, marketing is the link between a society's material requirements and its economic patterns of response. Marketing satisfies these needs and wants through exchange processes and building long term relationships. Marketing can be looked at as an organizational function and a set of processes for creating, delivering and communicating value to customers, and managing customer relationships in ways that also benefit the organization and its shareholders. Marketing is the science of choosing target markets through market analysis and market segmentation, as well as understanding consumer buying behavior and providing superior customer value [2].

A firm in the market economy survives by producing goods that persons are willing and able to buy. Consequently, a certain consumer demand is vital for a firm's future viability and even existence as a going concern. Many companies today have a customer focus (or market orientation). This implies that the company focuses its activities and products on consumer demands. Generally, there are three ways of doing this: the customer-driven approach, the market change identification approach and the product innovation approach [3].

In the highly competitive contemporary market, marketing plays an important role in the activities of any company because it allows you to establish the optimum relationship between the organization and the environment of which it is. The marketing activities of the enterprise should focus on the long-term existence of the company, its stability, durable and long-lasting relations with customers and other market participants. Also, improve the competitiveness of services and goods [1].

The ultimate goal of the operation of marketing services is the subordination of all economic and commercial activity of the enterprise existence and development of the laws of the market. The activities of any company aim to achieve its goals [3].

The main idea in any definition is to focus on the consumer. However, the task of marketing, not only to increase demand, but also to try to influence it so that it matches the offer. Most aspects of the business depend on successful marketing. The overall marketing activity covers advertising, public relations, promotions and sales. Marketing is a process by which a product or service is introduced and promoted to potential customers.

As a characteristic of the enterprise marketing activities can cause the fact that the company uses a variety of information that is needed for management decisions. Businesses operating in the market, we need to develop marketing activities. This may be the development of the marketing concept [2].

Many authors have studied marketing activities, they are: Kotler P., Durovich A., Papiryan G., Meykenz J., Rogov G., Azar V., Bowen J., Rozanov T., Rieger A., Sounders J., Garanin N. and so on.

The last few years we can see a division appeared in nearly all discussions about successful marketing: it's the distinction between online and offline marketing. Online covers everything internet based (website marketing, pay per click, SEO, Email marketing etc.). Offline covers all the traditional marketing methods (direct mail, telephone marketing, traditional advertising etc.) [3].

© Neronova A. A., 2015

To summarize, we can say that marketing is a process aimed meeting the needs and desires, but some of them have forgotten that marketing is the organization and management of production and marketing activities of the company, including market research to create and meet the demand for products and services and making a profit. As the concept of management marketing requires that the company considered consumption as a «democratic» process, in which consumers have the right to «vote» for their desired product with their money. It determines the success of the company and allows you to best meet the needs of the consumer.

Supervisor – Candidate of Sciences (Economics), Associate Professor Naypak D. V.

Literature: 1. Пономаренко В. С. Стратегічне управління розвитком підприємства : підручник / В. С. Пономаренко, О. І. Пушкар, О. М. Тридід. – Харків : ХДЕУ, 2002. – 640 с. **2.** Котлер Ф. Маркетинг менеджмент / Ф. Котлер ; пер. с англ. С. Г. Божук. – СПб. : Питер, 2006. – 464 с. **3.** Методологія: маркетинг та продаж [Електронний ресурс] // Management.com.ua. – Режим доступу : http://www.management.com.ua/marketing.

ФІНАНСОВІ РИЗИКИ В БАНКІВСЬКІЙ СИСТЕМІ ТА МЕТОДИ ЇХ УСУНЕННЯ

УДК 336.717

Нікітченко М. В.

Магістрант 1 року навчання
факультету обліку та аудиту ХНЕУ ім. С. Кузнеця

Анотація. *Досліджено основні види ризиків, що впливають на безпеку банків. Розглянуто внутрішньобанківські заходи, що є спрямованими на усунення й обмеження фінансових ризиків. Запропоновано механізми усунення ризиків і вдосконалення процесу управління банківськими ризиками.*

Ключові слова: *безпека банку, банківські ризики, управління фінансовими ризиками.*

Аннотация. *Исследованы основные виды рисков, влияющих на безопасность банков. Рассмотрены внутрибанковские меры, направленные на устранение и ограничение финансовых рисков. Предложены механизмы устранения рисков и совершенствования процесса управления банковскими рисками.*

Ключевые слова: *безопасность банка, банковские риски, управление финансовыми рисками.*

Annotation. *The basic types of risks affecting the security of banks. Considered intra measures aimed at eliminating and limiting financial risks. Mechanisms for addressing the risks and improve the process of bank risk management.*

Keywords: *security bank, banking risks, financial risk management.*

За сучасних умов господарювання надзвичайно актуальним є питання забезпечення фінансової безпеки країни. Банківські установи – важлива ланка фінансової системи України, від їх ефективного функціонування залежить загальний розвиток економіки країни та добробут населення. Кредитна діяльність є центральною у банківському бізнесі, джерелом як основних прибутків банку, так і найхарактернішого для нього кредитного ризику. Відтак слід детальніше зупинитися на питаннях фінансової безпеки комерційних банків, оскільки недостатня увага може призвести до проблем у діяльності фінансових установ.

Проблему фінансової безпеки комерційних банків та види ризиків досліджували багато науковців. Окремі аспекти цієї теми знайшли своє відображення в роботах Вітлінського В. В., Пернарівського О. В., Перехрест Л. М., Бриштіної В. В., Єрмошенка М. М., Сало І. В., Примостки Л. О. та ін. Проте ця тема є багато в чому дискусійною, тому потребує подальшого дослідження.

© Нікітченко М. В., 2015

Метою написання статті є дослідження основних видів ризиків, що впливають на безпеку комерційного банку, та визначення методів їх усунення.

Успішна діяльність банку в цілому великою мірою залежить від стратегії управління ризиками. Метою управління банківськими ризиками є обмеження їх або мінімізація, оскільки повністю уникнути ризиків неможливо. Управління банківськими ризиками, як правило, є спрямованим на забезпечення отримання банком відповідної винагороди за прийняття ризиків. Національний банк виділяє дев'ять категорій ризику, а саме: кредитний ризик, ризик ліквідності, ризик зміни процентної ставки, ринковий ризик, валютний ризик, операційно-технологічний ризик, ризик репутації, юридичний ризик та стратегічний ризик, які, у свою чергу, є згрупованими у дві групи: кількісно оцінювані та ті, що не можуть бути кількісно оцінюваними.

Ці категорії не є взаємовиключними, будь-який продукт або послуга може наражати банк на кілька ризиків.

Для того, щоб банк мав змогу успішно управляти ризиками, необхідно їх вчасно ідентифікувати (табл. 1). Тобто доцільним є виокремлення найхарактерніших сигналів-індикаторів, що свідчать про проблеми банку та про загрозу його фінансовій безпеці. Так, Барановський О. І. виділяє як такі:

1) затримки з платежами в особливо великих розмірах;

2) запровадження бюрократичних процедур, що дозволяють гальмувати великі клієнтські платежі; систематичні помилки персоналу, що є пов'язаними із несвоєчасним зарахуванням коштів на розрахункові рахунки і затримками у переведенні значних сум;

3) прохання пролонгації депозитних угод та угод про переоформлення боргових зобов'язань на більш тривалий строк чи заміну їх на банківські акції нових емісій;

4) різке збільшення відсоткових ставок за депозитами і борговими цінними паперами за умов стабільної ситуації на фінансових ринках;

5) зміна аудиторської фірми, що завіряє фінансову звітність банку; зміна керівництва банку; інформація про зміну основного складу акціонерів;

6) зростання простроченої заборгованості та активів низької якості;

7) штрафи за недотримання обов'язкових нормативів центрального банку [1, с. 230].

Таблиця 1

Категорії ризику, виділені Національним банком

Кількісно оцінювані ризики	
Кредитний	1. Індивідуальний 2. Портфельний 3. Країни 4. Трансфертний
Ліквідності	1. Ліквідності ринку 2. Ліквідності фінансування
Зміни ставки	1. Переоцінювання 2. Зміни доходності 3. Базисний 4. Вибору
Ринковий	1. Із валютою та металами 2. Із процентними інструментами 3. Із цінними паперами 4. Із товарними контрактами
Валютний	1. Трансакції 2. Трансляції 3. Економічний
Операційно-технологічний	
Ризики, що не можуть бути кількісно оцінюваними	
1. Репутації	
2. Юридичний	
3. Стратегічний	

Проте переліченим сигналам-індикаторам проблем банку передують певні дії банку, які спричиняють ситуації, що загрожують фінансовій безпеці. Дійсно, для ефективного управління ризиками необхідно знати їх причини та передумови. Аналіз загроз, поданий у наукових прччацях Барановського О. І. [1, с. 225], Перехреста Л. М., Бриштіна В. В. [6, с. 245–249], Єрмошенка М. М. [4]; Сало І. В. [8, с. 271–289], дає можливість виділити найбільш поширені:

– конфлікт інтересів між власниками банку, а також між власниками і виконавчим органом кредитної організації;

– недобросовісна негативна банківська ділова практика, здійснювана керівництвом, що є пов'язаною із реалізацією заходів на межі шахрайства, криміналу і тіньових операцій;

– цілеспрямований підрив ділової репутації банківської установи;

– недосконалий добір кадрів для роботи в банках, брак висококваліфікованих фахівців;

– недосконалі структури забезпечення внутрішньої та зовнішньої безпеки банківських установ;

– ризикова політика у сфері залучення та розміщення грошових коштів, здійснювана банком задля максимального отримання доходів у стислі строки, неповернення виданих кредитів, правова неврегульованість цього напряму банківської діяльності; надання фіктивної інформації клієнтами;

– використання фальшивих векселів, цінних паперів і гарантійних листів, маніпулювання із кредитними картками, банкоматами; вторгнення до банківських комп'ютерних мереж, витік ділової інформації;

– розтрата коштів банківськими службовцями, незаконне привласнення доходу, маніпуляція із витратами, зловживання реальними активами банку чи клієнта, підробка документів або внесення до них фіктивних записів, а також незаконні бухгалтерські записи та інші дії персоналу банку;

– недосконалі структури забезпечення внутрішньої та зовнішньої безпеки банківської установи; скорочення клієнтської бази через різке зниження ресурсної бази, надання вузького спектра послуг і відмову клієнтів від послуг.

Найбільший вплив на діяльність банку мають фінансові ризики, що є найчисельнішою групою банківських ризиків. Їх ідентифікація та мінімізація є найважливішою, оскільки саме цей вид ризиків є першоджерелом, безпосередньою загрозою втрати грошових ресурсів, непередбачених змін у обсягах, доходності, вартості та структурі активів і пасивів. Саме тому варто більш детально зупинитися на характеристиці фінансових ризиків та запропонувати деякі заходи щодо їх мінімізації та обмеження.

Кредитний ризик банку – це міра невизначеності виникнення небажаних подій у ході здійснення фінансових угод, сутність яких полягає в тому, що контрагент банку не може виконати взятих на себе за угодою зобов'язань.

Сучасний підхід до оцінювання кредитного ризику полягає в тому, що банк, визначаючи рейтинг для кожного кредиту, що відображає властивий йому ризик, може скласти залежність зміни ринкової вартості кредиту від зміни його рейтингу. Із накопиченням статистичних даних ця залежність перетворюється на розподіл вірогідностей змін ринкової вартості кредитів, зумовлених кредитним ризиком.

Основними методами зниження кредитного ризику є:

– оцінювання кредитоспроможності клієнта (наприклад, бальне оцінювання позичальника, тобто визначення рейтингу клієнта на основі спеціально розроблених шкал);

– зменшення розмірів кредитів, що надаються одному позичальнику;

– страхування кредитів;

– залучення достатнього забезпечення;

– надання дисконтних позичок [1, с. 397].

Для ефективного управління ризиками того чи іншого виду використовують різні підходи. Так, Примостка Л. О. подає процес управління ризиками як ланцюг таких етапів:

– усвідомлення ризику, визначення причин його виникнення та ризикових сфер;

– оцінювання величини ризику;

– мінімізація або обмеження ризиків шляхом застосування відповідних методів управління;

– здійснення постійного контролю за рівнем ризиків із застосуванням механізму зворотного зв'язку [7].

Газанфаров Е. процес управління ризиками подає як послідовність таких етапів:

– ідентифікація ризиків і пов'язаних із ними потенційних небезпек і загроз;

– визначення індикаторів фінансової безпеки банку;

– запровадження системи діагностування та моніторингу стану фінансової безпеки;

– розробка заходів, спрямованих на забезпечення фінансової безпеки банку як у короткостроковому, так і в довгостроковому періоді;

– контроль за виконанням запланованих заходів;

– аналіз виконання заходів, їх оцінювання, корегування;

– ідентифікація небезпек і загроз банку, корегування індикаторів залежно від зміни стану зовнішнього середовища, цілей і завдань банку.

Вважаємо за доцільне подати етапність управління ризиками банку (рис. 1).

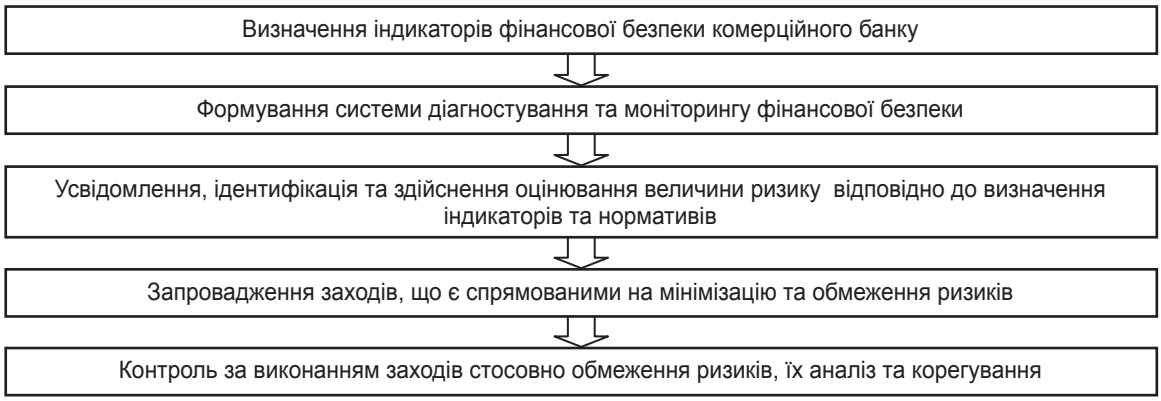

Рис. 1. **Етапи процесу управління ризиками**

Практичне застосування кожної з функцій управління банківськими ризиками вимагає дотримання законодавчих вимог, а також визначення найбільш сприятливої системи управління банківськими ризиками. Діяльність ризик-менеджменту є спрямованою на пошук альтернатив, розробку дієвого механізму управління кредитним ризиком та визначення достатності розроблених процедур. Адже саме від цього залежить якість кредитного портфелю банку. Специфіка механізму управління кредитним ризиком в кожному банку має свої особливості. Найпростішим є типовий механізм, поданий на рис. 2.

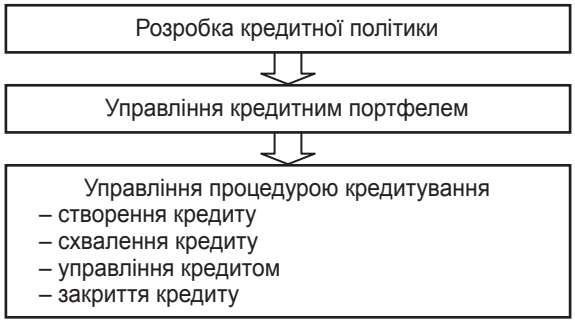

Рис. 2. **Механізм управління кредитним ризиком** [3]

Механізм управління кредитним ризиком полягає в розробці та реалізації кредитної політики, визначенні основних параметрів кредитного портфеля та управлінні ним, а також в управлінні процедурою кредитування. Саме вдосконалення механізму управління ризиками уможливлює конкретизацію вимог до організації кредитного процесу, до якої належать етапи, техніка й технологія кредитування задля зниження кредитного ризику й одержання достатнього прибутку від кредитної угоди.

Таким чином, банківська діяльність за умов ринкової економіки є неминуче пов'язаною із ризиком. У процесі управління ризиком потрібно враховувати загальні евристичні правила прийняття рішень: ризикувати лише в межах власного капіталу, не ризикувати значними сумами заради малого виграшу, зважувати можливі негативні наслідки ризику, а також паралельно розглядати альтернативні варіанти із меншим рівнем ризику.

Науковий керівник – канд. екон. наук, доцент Петряєва З. Ф.

Література: 1. Барановський О. І. Фінансова безпека : монографія / О. І. Барановський. – Київ : Фенікс, 1999. – 338 с. **2.** Газанфаров Е. Сутність фінансової безпеки банків та її роль у системі забезпечення фінансової безпеки держави / Е. Газанфаров // Економіка та держава. – 2010. – № 6. – С. 62–64. **3.** Дзюблюк О. Механізм забезпечення якості кредитного портфеля й управління кредитним ризиком банку в період кризових явищ в економіці / О. Дзюблюк // Журнал європейської економіки. – 2010. – № 1. – С. 108–124. **4.** Економічна безпека України: проблеми та перспективи. Матеріали «круглого столу» [Електронний ресурс] // Економічна та соціальна політика. – Режим доступу : http://old.niss.gov.ua/book/journal/ekon.htm#b1. **5.** Козьменко С. М. Стратегічний менеджмент банку : навч. посіб. / С. М. Козьменко, Ф. І Шпиг, І. В. Волошко. – Суми : Університетська книга, 2003. – 608 с. **6.** Перехрест Л. М. Антикризове управління як чинник підвищення рівня фінансової безпеки банків / Л. М. Перехрест,

В. В. Бриштіна // Актуальні проблеми економіки. – 2010. – № 6. – С. 245–249. **7.** Примостка Л. О. Банківські ризики: теорія та практика управління : монографія / Л. О. Примостка. – Київ : КНЕУ, 2009. – 456 с. **8.** Сало І. В. Фінансовий менеджмент банку : навч. посіб. / І. В. Сало, О. А. Криклій. – Суми : Університетська книга, 2007. – 314 с. **9.** Тетюра К. С. Види банківських ризиків та методи їх зниження [Електронний ресурс] / К. С. Тетюра, О. В. Мелентьєва. – Режим доступу : http://www.rusnauka.com/12_EN_2008/Economics/31155.doc.htm.

ПОСТРОЕНИЕ МОДЕЛИ ИНТЕГРАЛЬНОГО ПОКАЗАТЕЛЯ ОЦЕНКИ УРОВНЯ ФИНАНСОВОЙ БЕЗОПАСНОСТИ УКРАИНЫ

УДК 330.46

Новосел М. В.

Студент 3 курса
факультета экономической информатики ХНЭУ им. С. Кузнеца

Аннотация. *Рассмотрены вопросы финансовой безопасности Украины. Предложена модель оценки интегрального показателя финансовой безопасности Украины с использованием методов аддитивной свертки в среде Simulink.*

Ключевые слова: *финансовая безопасность, модель, моделирование, система Simulink.*

Анотація. *Розглянуто питання фінансової безпеки України. Запропоновано модель оцінювання інтегрального показника фінансової безпеки України із застосуванням методів адитивної згортки у системі Simulink.*

Ключові слова: *фінансова безпека, модель, моделювання, система Simulink.*

Annotation. *Discusses the issues of financial security of Ukraine. The assessment model of the integral index of the financial security of Ukraine by additive convolution methods was provided. The model was built in the Simulink system.*

Keywords: *financial security, model, modeling, Simulink system.*

Финансовая безопасность государства как одна из ключевых составляющих экономической безопасности представляет собой такое состояние финансовой, денежно-кредитной, валютной, банковской, бюджетной и налоговой систем, которое характеризуется сбалансированностью, устойчивостью к внутренним и внешним угрозам, способностью обеспечивать эффективное функционирование национальной экономики и экономический рост государства в целом [1].

Ключевыми задачами в сфере обеспечения финансовой безопасности Украины являются первоочередное укрепление финансового потенциала реального сектора экономики, субъектов хозяйствования, домохозяйств; обеспечение сбалансированности развития бюджетной сферы, надежной внутренней и внешней защищенности национальной валюты, интересов вкладчиков, финансового рынка, осуществление взвешенной политики внутреннего и внешнего долга государства, максимальное улучшение инвестиционного климата [2].

Для формирования эффективной экономической системы, которая гарантировала бы реализацию национальных интересов государства, необходима оценка текущего состояния уровня экономической безопасности Украины.

Выделяют следующие группы индикаторов финансовой безопасности:

- бюджетная – бюджетный дефицит в % к ВВП;
- долговая – объем внешнего долга к ВВП, отношение затрат на обслуживание долга к ВВП;
- валютная – объем валютного рынка, валютные резервы, показатель долларизации;

© Новосел М. В., 2015

– инфляционная – уровень инфляции;

– денежно-кредитная: денежный агрегат М2, коэффициент монетизации, ставка рефинансирования НБУ, уровень процентной ставки по кредитам, скорость оборота наличных средств, курс доллара к гривне, курс евро к гривне.

Для финансовой безопасности определяющее значение имеют не столько сами показатели, сколько сопоставление их с пороговыми значениями.

Перейдем к построению модели интегрального показателя оценки уровня финансовой безопасности Украины.

Пусть множество X_t – множество показателей (критериев), характеризующих состояние финансовой сферы государства, а множество $Z_0 = (z_1, z_2, \dots z_n)$ – множество предельных значений показателей финансовой безопасности.

Для оценки уровня финансовой безопасности оцениваем показатели, характеризующие уровень угрозы по *i*-му признаку (формула приведена для показателя-стимулятора, для дестимулятора пороговое значение делится на фактическое):

$$d_{ij} = \frac{x_{it}}{z_i}, \quad i = \overline{1,n}, \quad t = \overline{1,T},$$

где d_{ij} – уровень *i*-й угрозы финансовой безопасности государства в момент времени *t*;

x_{it} – реальное значение *i*-го показателя в момент времени *t*;

z_i – предельное значение *i*-го показателя.

Для учета взаимозависимости признаков применим метод взвешивания показателей. В качестве веса выбираем показатель β_i, который вычисляют методом попарных сравнений показателей.

Пусть *n*показателей – критерии финансовой безопасности, которые можно исследовать с помощью системы показателей; они образуют множество

$$X_t = (x_1, x_2, \dots, x_n), \text{ где } t = \overline{1,T}.$$

Глобальной целью управления финансовой безопасностью государства является достижение максимального значения показателя комплексной оценки финансовой безопасности государства. Он представляет собой функцию

$$D_t = f(d_1, d_2, ..., d_n, \beta_1, \beta_2, ..., \beta_n), \quad t = \overline{1,T}.$$

Эту зависимость целесообразно представить в виде

$$D_t = \sum_{i=1}^{n} \beta_i d_{it},$$

где D_t – интегральный показатель уровня финансовой безопасности государства [1].

Для оценки финансовой безопасности будем использовать следующие критерии и их предельные значения (табл. 1) [3–5].

Таблица 1

Критерии финансовой безопасности Украины

Показатель	Условное обозначение	Пороговое значение	Фактическое значение
Дефицит бюджета, % к ВВП	Def_b	5	4,5
Показатель долларизации (объем иностранной наличной валюты к объему наличной гривны, %)	D	25	28
Показатель монетизации (денежная масса, % к ВВП)	M_Y	50	17,2
Объем внешнего долга, % к ВВП	Deb_f	25	52,7
Уровень инфляции за год, %	Inf	20	21,2

Проведем расчеты весовых характеристик (табл. 2).

Модель интегрального показателя оценки уровня финансовой безопасности Украины представлена на рис. 1. Исходя из полученных результатов, можно сделать вывод, что существуют угрозы финансовой безопасности Украины, в частности, высокий уровень инфляции и большой объем внешнего долга по отношению к ВВП, вследствие

чего она находится на среднем уровне. В таких условиях государству необходимо незамедлительно принимать меры для решения проблем в финансовой системе и обеспечения стабильности экономики в целом.

Таблица 2

Расчет весовых характеристик

bi	Def b, %	D, %	My, %	Deb f, %	Inf. %		
Def b, %	1	2	2	0	1	6	0,24
D, %	0	1	1	0	1	3	0,12
My, %	0	1	1	0	0	2	0,08
Def b, %	2	2	2	1	1	8	0,32
Inf, %	1	1	2	1	1	6	0,24
					25		1

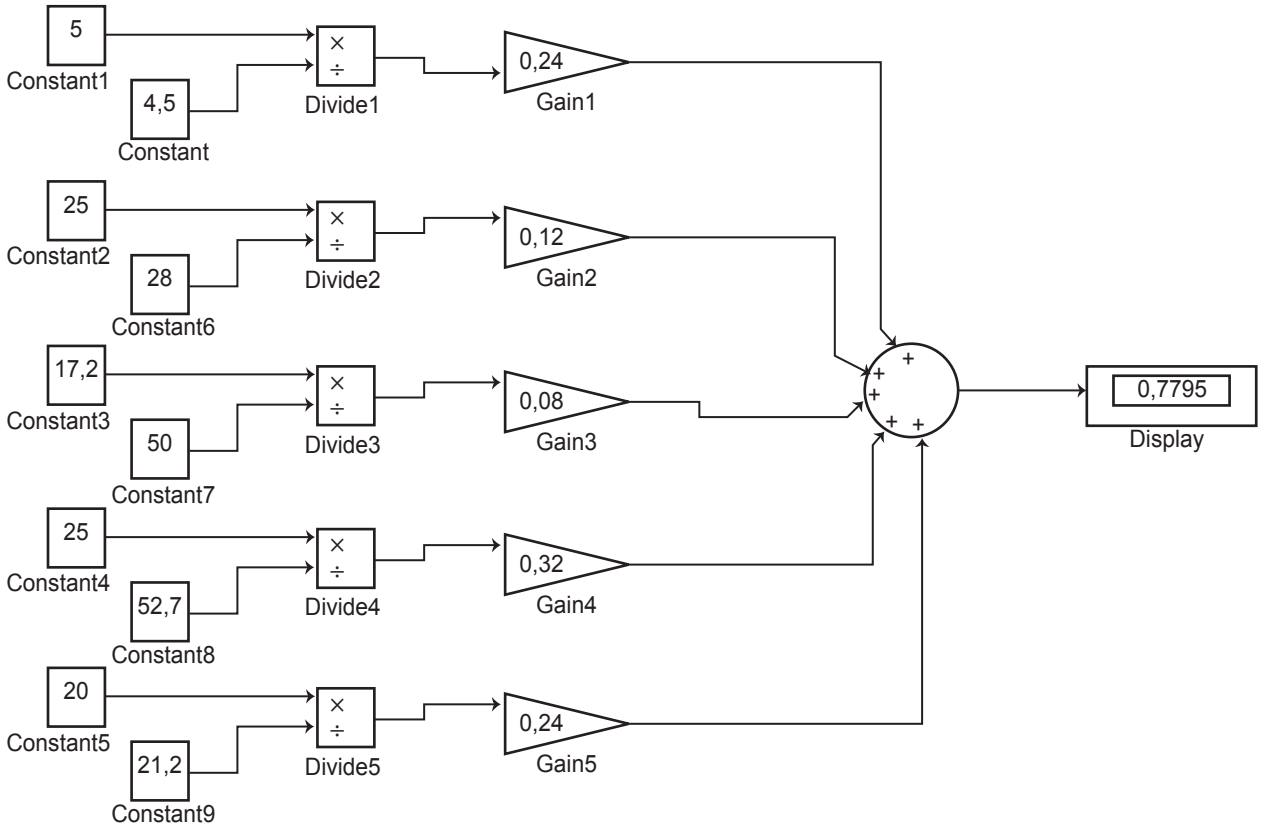

Рис. 1. **Модель интегрального показателя оценки уровня финансовой безопасности Украины в среде Simulink**

Анализ результатов экспериментов с построенной моделью позволяет сделать вывод о том, что состояние финансовой безопасности Украины находится на среднем уровне из-за недостаточного объема денежной массы, находящейся в обращении, стремительного роста инфляции и объема внешнего долга. В такой ситуации первоочередной задачей правительства Украины является усовершенствование нормативно-правовой базы, принятие Проекта стратегии обеспечения экономической безопасности Украины, Концепции государственной региональной политики, разработка и утверждение стандартизированной системы показателей финансовой безопасности.

Таким образом, одним из условий достижения устойчивого развития страны является обеспечение финансовой безопасности, поэтому перед Украиной стоит задача создания институтов и механизмов ее реализации. Как показывает мировой опыт, высокий уровень финансовой безопасности является гарантией независимости страны, условием стабильного развития экономики и общества в целом.

Научный руководитель – канд. экон. наук, доцент Чаговец Л. А.

Литература: 1. Геєць В. М. Моделювання економічної безпеки: держава, регіон, підприємство : монографія / В. М. Геєць, М. О. Кизим, Т. С. Клебанова, О. І. Черняк [та ін.] ; за ред. В. М. Гейця. – Харків : ВД «ІНЖЕК», 2006. – 240 с. **2.** Концепція економічної безпеки України / Керівник проекту В. М. Геєць. – Київ : Логос, 1999. – 56 с. **3.** Державна служба статистики України [Электронный ресурс]. – Режим доступа : http://www.ukrstat.gov.ua/. **4.** Національний банк України [Электронный ресурс]. – Режим доступа : http://www.bank.gov.ua/control/uk/index. **5.** Міністерство фінансів України [Электронный ресурс] // Єдиний веб-портал Міністерства фінансів України. – Режим доступа : http://www.minfin.gov.ua/.

ОРГАНІЗАЦІЯ КОНТРОЛЮ ЗА РЕАЛІЗАЦІЄЮ ФІНАНСОВОЇ СТРАТЕГІЇ БАНКУ

УДК 336.713

Оксак А. М.

Магістрант 1 року навчання
фінансового факультету ХНЕУ ім. С. Кузнеця

Анотація. *Обґрунтовано доцільність побудови стратегічної карти управління фінансовою стійкістю банку. Стратегію банку подано як набір взаємопов'язаних збалансованих показників, на основі яких побудовано стратегічну карту управління фінансовою стійкістю банку.*

Ключові слова: *управління фінансовою стійкістю, стратегічна карта, складові елементи стратегічної карти.*

Аннотация. *Обоснована целесообразность построения стратегической карты управления финансовой устойчивостью банка. Стратегия банка представлена как набор взаимосвязанных сбалансированных показателей, на основе которых построена стратегическая карта управления финансовой устойчивостью банка.*

Ключевые слова: *управление финансовой устойчивостью, стратегическая карта, составляющие элементы стратегической карты.*

Annotation. *The expediency of constructing a strategy map for managing the financial stability of the bank. The bank's strategy is translated into a set of interrelated balanced scorecard based strategic map for managing the financial stability of the bank and the conclusions.*

Keywords: *management of financial stability, the strategic map, the constituent elements of a strategy map.*

Визначальними факторами у процесі формування довіри з боку вкладників, партнерів, інвесторів до банків є фінансова стійкість і стабільний розвиток останніх. Зрозуміло, фінансова стійкість і стабільний розвиток мають бути не лише короткочасними досягненнями банків, а й їх стратегічними завданнями, від чого, у свою чергу, залежатиме динамічність ринкових перетворень та підвищення соціальних стандартів. Проблема забезпечення і зміцнення фінансової стійкості банків є складною та до кінця не розв'язаною. Ефективне управління і забезпечення власної фінансової стійкості має бути обов'язком та основним стратегічним завданням кожного банку.

Однією з новітніх методологічних концепцій стратегічного управління банку, що є безпосередньо пов'язаною із запровадженням до практики його діяльності системи оцінювальних показників, є методологія розробки стратегічних карт розвитку банку. Використання цієї методології дозволяє забезпечити запровадження запропонованої системи показників оцінювання ефективності менеджменту одночасно із розробкою та реалізацією стратегії банку.

Дослідженням цієї проблематики займались як зарубіжні, так і вітчизняні науковці. Зокрема, оцінюванню, аналізу та шляхам забезпечення фінансової стійкості банків значну увагу приділили такі науковці: Долан Е. Д.,

© Оксак А. М., 2015

Кемпбелл Р. Д., Міллер Р. Л., Роуз П. С., Бєлих Л. П., Бора М. З., Іванова В. В., Кумок С. І., Масленченкова Ю. С., Панова Г. С., Сахарова Л. С., Ширінська О. Б., Фетисова Г. Г., Вовчак О. Д., Дзюблюк О. В., Довгань Ж. М., Заруба О. Д., Мороз А. М., Савлук М. І., Вітлінський В. В. та ін.

Фінансова стійкість банку – це динамічна інтегральна характеристика спроможності банку як системи трансформування ресурсів та ризиків повноцінно виконувати свої функції з урахуванням наявного балансу економічних інтересів, витримуючи вплив факторів зовнішнього та внутрішнього середовищ [1]. Фінансовий стан банку, його фінансова стійкість та стабільність залежать від результатів його діяльності. У ринковій економіці фінансова стійкість банку відображає підсумковий результат його діяльності, при цьому кінцеві результати цікавлять не тільки менеджерів та власників банку, але й його клієнтів / вкладників [1].

До побудови стратегічної карти належать розподіл конкретних стратегічних цілей видів діяльності й визначення причинно-наслідкових зв'язків між ними, а також призначення відповідальних за реалізацію цілей. Стратегічна карта дозволяє донести до окремих підрозділів і співробітників організації їх роль у реалізації стратегії. Стратегічні карти можуть бути створені на будь-якому рівні управління, і кожний рівень матиме можливість побачити своє місце на загальній стратегічній карті [2, с. 109].

Згідно із Капланом Р. і Нортоном Д., стратегічна карта має чотири взаємопов'язані головні складові: фінансову, клієнтську, внутрішню й складову навчання й розвитку [3]. Фінансова складова описує матеріальні результати реалізації стратегії за допомогою традиційних фінансових понять; цілі фінансової складової – економічні підсумки успішної стратегії. У процесі формулювання клієнтської складової стратегічної карти менеджери визначають цільові сегменти споживчого ринку, у яких конкурує цей бізнес-підрозділ, та показники результатів його діяльності з точки зору клієнтів. Внутрішня складова є відповідальною за дві життєво важливі компоненти стратегії: розробку й надання клієнту пропозиції цінності та удосконалення процесів і скорочення витрат як засобу підвищення продуктивності у фінансовій складовій. Складова навчання й розвитку відображає нематеріальні активи, що є найбільш важливими для стратегії.

Цілі чотирьох складових є взаємопов'язаними через причинно-наслідкові відносини. Управління фінансовою стійкістю банків передбачає об'єктивне визначення її поточного й бажаного стану, скоординоване управління фінансовими ресурсами банківської установи, вибір таких управлінських рішень, що мають сприяти забезпеченню фінансової стійкості [4].

Таким чином, головною стратегічною метою управління фінансовою стійкістю банку є її зміцнення й покращення. Для цього слід виконати завдання, що встановлюються на кожному із рівнів.

Стратегічну карту банку з управління фінансовою стійкістю подано на рис. 1.

Аналіз цілей та причинно-наслідкових зв'язків показав, що підвищення кваліфікації персоналу, залучення й утримання кваліфікованого та досвідченого персоналу, а також його постійне вмотивування є тісно пов'язаними із здійсненням внутрішніх процесів. Підвищення кваліфікації має забезпечувати поглиблення фахових знань і навичок за спеціальністю, формувати у персоналу банку та його філій високий професіоналізм, корпоративну культуру, систему цінностей сучасного банку, готовність до оволодіння інноваційними банківськими технологіями.

Щодо клієнтської складової, то її завданням є опис можливої стратегії (цільових клієнтів і споживчої пропозиції), а от цілі фінансової складової – це фінансові результати вдалої стратегії (підвищення фінансової стійкості). Завдання двох інших складових – внутрішніх процесів та навчання і розвитку – формулюють, якими способами слід реалізовувати вибрану стратегію. Банк управляє внутрішніми процесами та розвитком свого людського, інформаційного й організаційного капіталів для надання диференційованої споживчої пропозиції. Відмінні результати цих двох складових і є рушійною силою стратегії.

Таким чином, складові частини стратегічної карти сполучені між собою причинно-наслідковими зв'язками: кваліфікований та вмотивований персонал, використовуючи розвинену інфраструктуру (інформаційні, технічні, матеріальні ресурси), забезпечує відповідної якості бізнес-процеси. Останні, у свою чергу, сприяють задоволенню потреб клієнтів, досягненню конкурентних переваг банку на ринку, забезпечують привабливі фінансові результати діяльності.

Науковий керівник – канд. екон. наук, професор Журавльова І. В.

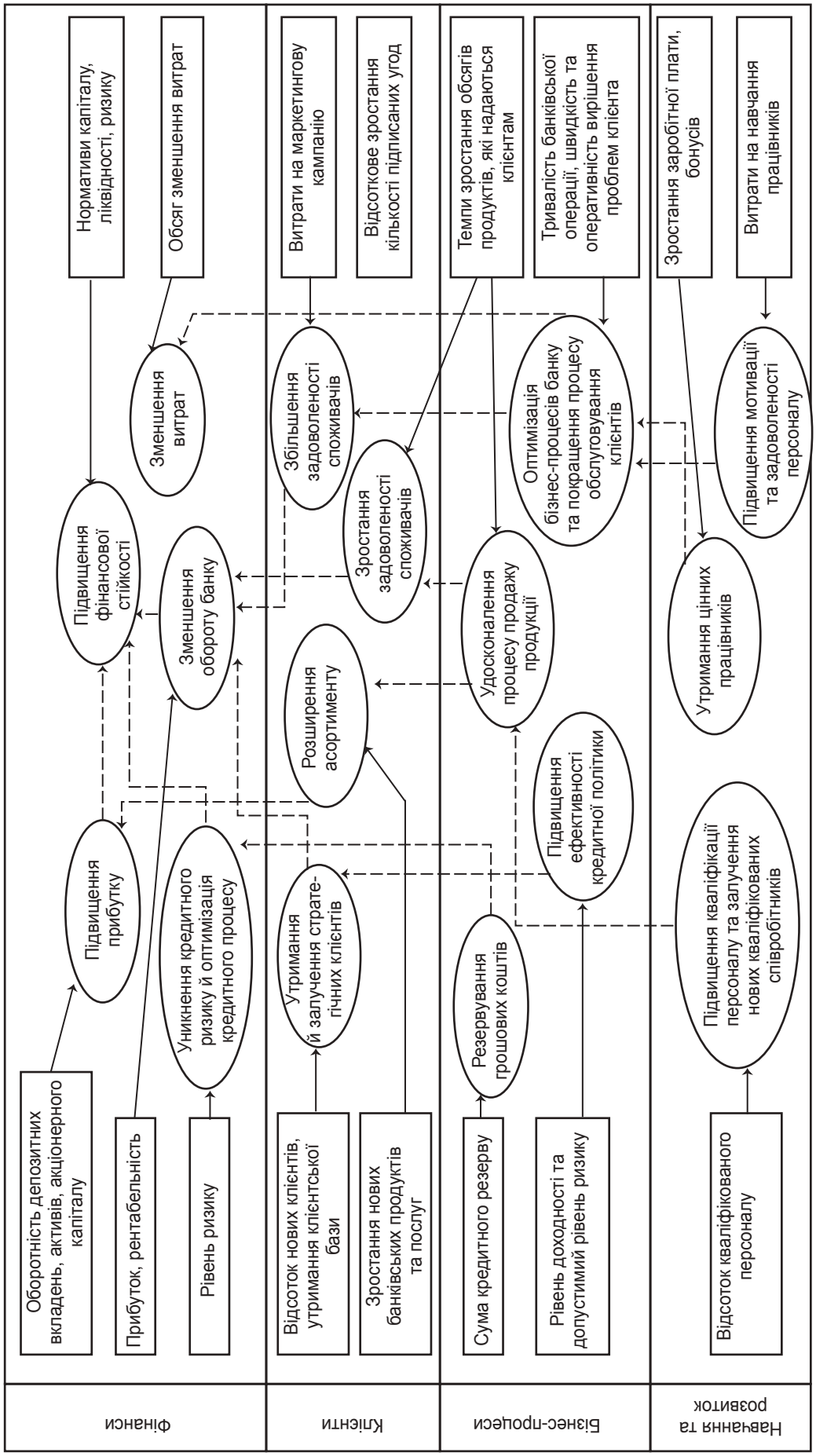

Рис. 1. **Стратегічна карта банку**

Література: 1. Худа О. Механізм управління фінансовою стійкістю комерційних банків [Електронний ресурс] / О. Худа. – Режим доступу : http://libfor.com/. **2.** Бакланова І. Б. Картографування ризиків як інструмент вибору стратегії управління кредитним ризиком банку / І. Б. Бакланова // Управління розвитком. – 2012. – № 2 (123). – С. 109–112. **3.** Каплан Р. Стратегические карты. Трансформация нематериальных активов в материальные результаты ; пер. с англ. / Р. Каплан, Д. Нортон. – М. : Олимп-Бизнес, 2004. – 512 с. **4.** Олійник А. В. Управління фінансовою стійкістю банків / А. В. Олійник, Г. С. Сущук // Вісник Хмельницького національного університету. – 2010. – № 5. – Т. 4. – С. 161–162.

ОПТИМІЗАЦІЯ СТРУКТУРИ КАПІТАЛУ ЗА КРИТЕРІЄМ МАКСИМІЗАЦІЇ РІВНЯ ПРОГНОЗОВАНОЇ ФІНАНСОВОЇ РЕНТАБЕЛЬНОСТІ

УДК 658.14

Олійник В. В.

Студент 4 курсу
фінансового факультету ХНЕУ ім. С. Кузнеця

Анотація. *Розглянуто метод оптимізації структури капіталу ТОВ «Сантехмонтажінжинірінг» за критерієм максимізації рівня прогнозованої фінансової рентабельності. За результатами дослідження виявлено фактори негативного впливу на капітал, запропоновано шляхи вирішення цих проблем.*

Ключові слова: *оптимізація, структура, капітал, левередж.*

Аннотация. *Рассмотрен метод оптимизации структуры капитала ООО «Сантехмонтажинжиниринг» по критерию максимизации уровня прогнозируемой финансовой рентабельности. По результатам исследования определены факторы негативного влияния на капитал, предложены пути решения проблем.*

Ключевые слова: *оптимизация, структура, капитал, левередж.*

Annotation. *Discusses a method for optimizing the capital structure of «Santehmontazhengineering» by the criterion of maximizing the level of forecast financial profitability. According to the study found factors negative impact on capital and proposed solutions to these problems.*

Keywords: *optimization, structure, capital, leverage.*

Нині на більшості сучасних підприємств оптимізації структури капіталу підприємства не надається належної уваги. Попри це оптимізація структури капіталу для підприємства є важливою, оскільки від розподілу складових капіталу підприємства та від їх співвідношення залежить уся діяльність підприємства, отримання додаткових прибутків або, навпаки, втрата підприємством можливості отримати їх через невикористання позикових коштів. Тому підприємствам доцільно оптимізувати власну структуру капіталу підприємства задля подальшого розвитку та отримання більшого прибутку. Цим зумовлено актуальність саме цієї теми дослідження.

Вагомий внесок у дослідження оптимізації структури капіталу підприємства зробили такі відомі вчені: Юхименко П., Бланк І., Терещенко О., Ковальова В. та ін.

Метою написання статті є розгляд методу оптимізації структури капіталу за критерієм максимізації рівня прогнозованої фінансової рентабельності на прикладі ТОВ «Сантежмонтажінжинірінг» та виявлення позитивних змін у ході змінювання позикового капіталу.

Оптимізація структури капіталу є одним із найбільш важливих і складних завдань, що є вирішуваними у процесі фінансового управління підприємством [1]. Структура капіталу підприємства є пов'язаною із так званим фінансовим левериджем. У практиці фінансового менеджменту левередж розглядають як важіль, що дає змогу за рахунок незначних зусиль суттєво змінювати результати фінансово-господарської діяльності підприємства. Слід

© Олійник В. В., 2015

пам'ятати, що фінансовий левериджа – це використання підприємством позикового капіталу, що впливає на зміну доходності власного капіталу і надає йому можливості отримати додатковий прибуток на власний капітал. Ефект фінансового левериджу може бути величиною як додатною, так і від'ємною. Крім того, цей ефект виникає не лише через платний кредит, а й через безоплатні позикові ресурси (кредиторську заборгованість). Чим вищою є частка останніх у загальній сумі позикових коштів, тим вищим є значення ефекту фінансового левериджу. Тому ефект фінансового левериджу – це зміна рентабельності власного капіталу за рахунок використання позикових коштів у обороті підприємства. Ефект фінансового левериджа, на думку Бланка І., визначається за допомогою приросщення чистої рентабельності коштів, отриманих за рахунок використання кредиту. Цей показник визначають за формулою [2]:

$$ЕФЛ = (1 - Спр) \times (КВРА - ВКр) \times \frac{ПК}{ВК}, \quad (1)$$

де *ЕФЛ* – ефект фінансового левериджу, що полягає в приростi коефіцієнта рентабельності власного капіталу, %;

СПр – ставка податку на прибуток, виражена десятковим дробом;

КВРА – коефіцієнт валової рентабельності активів, що є розраховуваним як відношення валового прибутку до середньої вартості активів, %;

ВКр – середній розмір відсотків за кредит, що сплачуються підприємством за використання позичкового капіталу, %;

ПК – середня сума використовуваного підприємством позичкового капіталу;

ВК – середня сума власного капіталу підприємства.

У формулі можна виділити три основні складові.

1. Податковий коректор фінансового левериджу (1 – *СПр*), що показує, якою мірою проявляється ефект фінансового левериджу у зв'язку із різним рівнем оподаткування прибутку. Податковий коректор фінансового левериджу практично не залежить від діяльності підприємства, оскільки ставку податку на прибуток визначено законодавством.

2. Диференціал фінансового левериджа (*КВРА – ВКр*), що характеризує різницю між коефіцієнтом валової рентабельності активів і середнім розміром відсотка за кредит. Диференціал фінансового левериджу є головною умовою, що формує додатний ефект фінансового левериджа. Ефект виявляється тільки у разі, якщо рівень валового прибутку, створюваний активами підприємства, перевищує середній розмір процента за кредит, що використовує підприємство (у тому числі не тільки його пряму ставку, але й інші витрати, що є пов'язаними із його залученням, страхуванням, обслуговуванням), тобто якщо диференціал фінансового левериджа є додатною величиною. Чим більшим є додатне значення диференціала фінансового левериджу, тим кращим є його ефект.

3. Коефіцієнт фінансового левериджа (*ПК/ВК*), що характеризує суму позичкового капіталу, використовуваного підприємством, із розрахунку на одиницю власного капіталу. Коефіцієнт фінансового левериджа є тим важелем, що мультиплікує додатний або від'ємний ефект, отримуваний за рахунок відповідного значення його диференціала. За додатного значення диференціала приріст коефіцієнта фінансового левериджа позитивно впливатиме на підвищення приросту коефіцієнта рентабельності власного капіталу і, навпаки, за від'ємного значення диференціала приріст коефіцієнта фінансового левериджа збільшуватиме темпи зниження коефіцієнта рентабельності власного капіталу.

Об'єктом застосування методу оптимізації структури капіталу є ТОВ «Сантехмонтажінжинірінг», що належить до галузі будівництва (табл. 1).

Таблиця 1

Розрахунок ефекту фінансового левериджа за 2012–2014 рр.

Показники	Роки		
	2012	2013	2014
1	2	3	4
Середня сума всього капіталу (активів), тис. грн	1454,35	1558,55	1229,60
Середня сума власного капіталу, тис. грн	594,50	788,00	538,25
Середня сума позикового капіталу, тис. грн	859,80	770,55	691,35
Власний капітал, %	40,88	50,56	43,77
Позичковий капітал, %	59,12	49,44	56,23
Сума валового прибутку	351,10	311,70	172,40

Закінчення табл. 1

1	2	3	4
Коефіцієнт валової рентабельності активів, %	24,14	20,00	14,02
Середній рівень відсотків за кредит, %	0,00	0,00	0,00
Ставка податку на прибуток	0,16	0,16	0,18
Сума податку на прибуток	56,18	49,87	31,03
Сума чистого прибутку, що залишається у розпорядженні підприємства після сплати податку	294,92	261,83	141,37
Податковий коректор	0,84	0,84	0,82
Диференціал фінансового левериджа	24,14	20,00	14,02
Коефіцієнт фінансового левериджа	1,45	0,98	1,28
Коефіцієнт фінансової рентабельності	0,50	0,33	0,26
ЕФЛ	29,33	16,43	14,77

Згідно із даними табл. 1 можна сказати, що ТОВ «*Сантехмонтажінжинірінг*» протягом 2012–2014 рр. мало додатне значення ефекту фінансового левериджа, але у 2014 р. порівняно із 2012 р. та 2013 р. його значення зменшилося на 14,56 % та 1,66 % відповідно. Причинами цих змін є значне зниження рентабельності власного капіталу, що пов'язано із різким зменшенням доходності підприємства, а також зростанням інших поточних зобов'язань у 2014 р. до 319,8 тис. грн, що на 319,8 тис. грн більше, ніж у 2012 р. Відношення власного капіталу до позикового капіталу ТОВ «Сантехмонтажінжинірінг» становить 44 % до 56 %. Як результат такого співвідношення коефіцієнт фінансової рентабельності становить 0,26 (табл. 2). Це є негативним явищем для підприємства. Виникає необхідність оптимізувати структуру капіталу, щоб покращити рентабельність власного капіталу. На підприємстві у 2014 р. збільшився розмір поточних зобов'язань, оскільки підприємство зобов'язалося виконати роботи з монтажу систем кондиціонування повітря, систем опалення та вентиляції. Згідно із планом роботи, у 2015 р. підприємство виконає частину робіт, на які воно отримало аванси, отже, підпише Акт виконаних робіт та отримає обіцяну оплату за надані послуги. Виходячи з того, що підприємство отримає кошти за виконані послуги у розмірі 432 тис. грн, воно зможе погасити частину зобов'язань перед підрядниками. Ці зобов'язання на підприємстві належать до інших поточних зобов'язань, до інших поточних зобов'язань також належать кошти на відрядження. Отримавши оплату за послуги, підприємство зможе сплатити працівникам кошти, витрачені ними на відрядження. З отриманого прибутку підприємство зможе погасити частину поточної кредиторської заборгованості за одержаними авансами. Таким чином, загальний розмір поточних зобов'язань підприємства у 2015 р. зменшиться на 432 тис. грн і становитиме 154 тис. грн. Щодо активів підприємства, то зменшення відбуватимуться за такими статтями: незавершені капітальні інвестиції на 52,1 тис. грн, дебіторська заборгованість за товари, роботи та послуги на 240 тис. грн, дебіторська заборгованість за виданими авансами на 122, 2 тис. грн та інша поточна дебіторська заборгованість на 17,7 тис. грн. Розрахуємо прогнозований показник ефекту фінансового левериджа на 2015 р. (табл. 2).

Таблиця 2

Розрахунок ефекту фінансового левериджа на прогнозований період

Показники	2014	2015 (прогнозований)
Середня сума всього капіталу (активів), тис. грн	1229,60	559,50
Середня сума власного капіталу, тис. грн	538,25	189,50
Середня сума позикового капіталу, тис. грн	691,35	370,00
Власний капітал, %	43,77	33,87
Позичковий капітал, %	56,23	66,13
Сума валового прибутку	172,40	78,45
Коефіцієнт валової рентабельності активів, %	14,02	14,02
Середній рівень відсотків за кредит, %	0,00	0,00
Ставка податку на прибуток	0,18	0,18
Сума податку на прибуток	31,03	14,12
Сума чистого прибутку, що залишається в розпорядженні підприємства після сплати податку	141,37	64,33
Податковий коректор	0,82	0,82
Диференціал фінансового левериджа	14,02	14,02
Коефіцієнт фінансового левериджа	1,28	1,95
Коефіцієнт фінансової рентабельності	0,26	0,34
ЕФЛ	14,77	22,45

У результаті зменшення розміру позикового капіталу за рахунок зменшення поточних зобов'язань структура капіталу становить 34 % до 66 %. Маємо покращення показника рентабельності власного капіталу до рівня 0,34 %, що свідчить про позитивні перспективи діяльності ТОВ «Сантехмонтажінжинірінг». Застосування механізму фінансового левериджа дає змогу визначити оптимальну структуру капіталу, що забезпечуватиме максимальний рівень фінансової рентабельності. Доцільно розглянути різні співвідношення власного та позикового капіталу, якщо підприємство надалі вирішить залучити короткострокові кредити банків, оскільки найменша відсоткова ставка за банківськими кредитами на даний момент складає 23 %, то застосуємо її як базову (табл. 3).

Таблиця 3

Розрахунок рентабельності власного капіталу за різних співвідношень власного та позикового капіталу

Показники	Варіанти розрахунку			
	50 / 50	38 / 62	29 / 71	42 / 58
Середня сума всього капіталу (активів), тис. грн	379,00	498,68	653,45	451,19
Середня сума власного капіталу, тис. грн	189,50	189,50	189,50	189,50
Середня сума позикового капіталу, тис. грн	189,50	309,18	463,95	261,69
Сума валового прибутку (без урахування витрат за сплатою відсотків за кредит)	53,14	69,92	91,62	63,26
Коефіцієнт валової рентабельності активів (без урахування витрат за сплатою відсотків за кредит), %	14,02	14,02	14,02	14,02
Середній рівень відсотків за кредит, %	23,00	23,00	23,00	23,00
Сума відсотків за кредит, сплачена за використання позиченого капіталу	43,59	71,11	106,71	60,19
Сума валового прибутку підприємства із урахуванням витрат за сплатою відсотків за кредит	9,55	-1,19	-15,09	3,07
Ставка податку на прибуток	0,18	0,18	0,18	0,18
Сума податку на прибуток	1,72	-0,21	-2,72	0,55
Сума чистого прибутку, що залишається у розпорядженні підприємства після сплати податку	7,83	-0,98	-12,37	2,52
Податковий коректор	0,82	0,82	0,82	0,82
Диференціал фінансового левериджа	-8,98	-8,98	-8,98	-8,98
Коефіцієнт фінансового левериджа	1,00	1,63	2,45	1,38
Коефіцієнт фінансової рентабельності	0,04	-0,01	-0,07	0,01
ЕФЛ	-7,36	-12,01	-18,03	-10,17

Після розрахунків можна зазначити, що оптимальна структура капіталу підприємства складається з 50 % власного капіталу та 50 % позикового капіталу За розрахунками цього варіанта спостерігається значення плеча фінансового важеля 1 та ефекту фінансового левереджа –7,36 за валової рентабельності активів 14 %. Таким чином, найбільш придатним для підприємства є варіант структури капіталу, де частка позикового капіталу складає в середньому 42–50 %, і при цьому воно залучає до обороту кошти кредиторів. Ефект фінансового левериджа за визначених умов має від'ємне значення. Відтак на сучасному етапі використання позичкових коштів є доцільним тільки у разі, якщо економічна рентабельність на підприємстві становитиме більше 24 %, оскільки позичковий процент за кредитуванням у національній валюті становить у середньому 23–30% (у нашому випадку 23 %). Через це ТОВ «Сантехмонтажінжинірінг» перебуває у невигідних умовах щодо використання позичкових коштів задля підвищення рентабельності власних коштів, оскільки ефект фінансового важеля можуть використовувати тільки високорентабельні підприємства. Слід звернути увагу на те, що ТОВ «Сантехмонтажінжинірінг» не використовує у своїй діяльності позикові кошти, що обумовлено особливостями діяльності цього підприємства. Якщо ж тим не менш підприємству знадобляться додаткові кошти у вигляді кредитів банків, то для нього буде вигідним варіант залучення коштів під відсоткову ставку не більше 23 % річних та із співвідношенням капіталу 50 % власного капіталу та 50 % – позикового. Однак, якщо виходити з того, що підприємство і надалі не використовуватиме у своїй діяльності кредитні кошти, зменшення позикового капіталу у 2015 р. допоможе підприємству підвищити коефіцієнт фінансової рентабельності та підвищить ефект фінансового левериджа майже вдвічі. Такі зміни є корисними для підприємства, однак із використанням кредиту підприємство може придбати у свою власність певне обладнання, яке воно орендує для виконання робіт із монтажу систем опалення, кондиціонування та вентиляції, що допоможе надалі зекономити кошти. Підприємству слід раціонально розподіляти роботи, які воно зобов'язується виконати, оскільки велика кількість зобов'язань за виданими авансами негативно впливає на фінансовий стан підприємства.

Науковий керівник – канд. екон. наук, професор Журавльова І. В.

Література: 1. Юхименко П. Теорії оптимізації структури капіталу підприємства та їх адаптація до українських економічних реалій / П. Юхименко, О. Загурський, В. Могилко // Банківська справа. – 2010. – № 2 (3). – С. 78–86. **2.** Бланк И. А. Управление формированием капитала / И. А. Бланк. – Киев : Ника-Центр, 2000. – 508 с. **3.** Бланк И. А. Управление использованием капитала / И. А. Бланк. – Киев : Ника-Центр ; Эльга, 2002. – 656 с.

ПЛАНУВАННЯ МАРКЕТИНГОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

УДК 658.8.012.2

Орлова Т. Г.

Студент 4 курсу
факультету менеджменту та маркетингу ХНЕУ ім. С. Кузнеця

Анотація. *Розглянуто теоретичні та методологічні аспекти маркетингової діяльності підприємства, особливості планування маркетингової діяльності. Проаналізовано процес маркетингового планування, його функції та принципи. Акцентовано увагу на особливостях планування маркетингової діяльності за умов швидких змін у зовнішньому середовищі.*

Ключові слова: *маркетинг, маркетингова діяльність, планування, маркетингове планування.*

Аннотация. *Рассмотрены теоретические и методологические аспекты маркетинговой деятельности предприятия, особенности планирования маркетинговой деятельности. Проанализирован процесс маркетингового планирования, его функции и принципы. Акцентировано внимание на особенностях планирования маркетинговой деятельности в условиях быстрых изменений в окружающей внешней среде.*

Ключевые слова: *маркетинг, маркетинговая деятельность, планирование, маркетинговое планирование.*

Annotation. *Discusses the theoretical and methodological aspects of marketing activity of the enterprise, especially the planning of marketing activities. Analyzes the process of marketing planning, its functions and principles. The attention is focused on the specifics of the planning of marketing activities in the context of rapid changes.*

Keywords: *marketing, marketing activities, planning, marketing planning.*

За сучасних умов відсутність чіткого плану дій стосовно досягнення певної мети підприємства може стати загрозою для його існування. Динаміка змін зовнішнього середовища потребує відповідної реакції на них та своєчасної адаптації діяльності підприємств до цих змін. Планування є важливою частиною господарської практики. За невизначених умов зовнішнього середовища важко точно планувати кінцеві результати діяльності підприємства як у довгострокових, так і в короткострокових періодах. Для того щоб ефективно скоординувати маркетингову діяльність підприємства та забезпечити основу для прийняття ефективних рішень, застосовують послідовний процес маркетингового планування. З позицій маркетингу план визначає, які маркетингові дії підприємство має реалізувати, для чого вони необхідні, хто відповідає за їх запровадження, як вони будуть реалізовані.

Проблематикою планування маркетингової діяльності займаються як вітчизняні, так і зарубіжні дослідники, а саме: Котлер Ф., Ламбен Ж.-Ж., Берман Б., Еванс Д., Портер М., Ансофф І., Балабанова Л., Павленко А., Гаркавенко С. та ін. Проте за умов зростання невизначеності зовнішнього середовища проблеми планування маркетингової діяльності підприємств потребують особливої уваги, адже планування відіграє головну роль у подоланні економічної кризи, досягненні стабільного розвитку підприємства.

Метою написання статті є дослідження поняття планування, особливостей планування маркетингової діяльності, а також визначення принципів та завдань процесу планування маркетингової діяльності за умов швидких змін зовнішнього середовища.

© Орлова Т. Г., 2015

Багаторічний досвід зарубіжних та українських підприємств довів, що недооцінка планування за умов ринку, зведення його до мінімуму найчастіше спричиняє значні економічні втрати. Для успішної роботи підприємства потрібне здійснення не тільки довгострокового планування, але й детальна розробка оперативних, поточних планів для кожного підрозділу, кожного робочого місця. Планування дає змогу виявити проблеми, що існують на підприємстві, і намітити необхідні заходи для їх подолання надалі. Однак неможливо абсолютно точно передбачити всі параметри економічної системи, що їх буде досягнуто на практиці, адже формування плану завжди відбувається за умов інформаційної недостатності [1]. Саме ринок має можливість скоригувати економічні процеси та привести їх до необхідної рівноваги. План за умов ринку і самостійності підприємств має забезпечити насамперед ритмічність виробництва, одержання стабільних доходів і стійке фінансове становище підприємства.

Застосування планування діяльності підприємств та їхніх ділових відносин створює важливі переваги:

- прояснює проблеми, що виникають;
- робить можливою підготовку до використання майбутніх сприятливих умов;
- готує підприємство до раптових змін у зовнішньому середовищі;
- поліпшує координацію дій і контроль в організації;
- створює передумови для підвищення кваліфікації менеджерів;
- сприяє раціональнішому розподілу і використанню ресурсів, підвищенню ефективності господарювання.

Безперервне планування є тісно пов'язаним із використанням постійно діючої системи маркетингової інформації, захищає підприємство від несприятливих зовнішніх впливів, дає змогу своєчасно виявляти та враховувати тенденції розвитку ринків, технологій, зміни у масовій свідомості та інші фактори, що визначають умови функціонування бізнесу та його ефективність.

Процес планування має на увазі постійну роботу щодо аналізу цілей, пошуку рішень і неупередженого оцінювання фактів для кожного варіанта. Особливе значення для організації підприємницької діяльності мають бізнес-план і план маркетингу.

Концепція маркетингу стверджує, що передумовою досягнення цілей організації є визначення потреб і побажань цільових споживачів, більш ефективне та раціональне їх задоволення порівняно із конкурентами.

Під маркетингом розуміють систему внутрішньофірмового управління, що є спрямованою на вивчення й урахування попиту та вимог ринку для більш обґрунтованої орієнтації виробничої діяльності підприємств на випуск конкурентоспроможних видів продукції у завчасно встановлених обсягах, що відповідають певним техніко-економічним характеристикам [2].

Філософія маркетингу є досить простою: виробник має випускати продукцію, якій завчасно забезпечений збут й отримання фірмою (підприємством) наміченого рівня рентабельності та маси прибутку.

Визначення маркетингу, яких існує понад 2000, тією чи іншою мірою відтворюють його сутність, призначення, функції, основний зміст. У відомій книзі російського маркетолога Манна І. «Маркетинг на 100 %» наведено понад 50 визначень маркетингу [3]. Найбільш відоме визначення фахівця з маркетингу Котлера Ф., що відображає сутність маркетингу. Маркетинг – це вид людської діяльності, що є спрямованим на задоволення потреб за допомогою обміну [4].

Але найбільш повним є визначення Хруцького В. Е., який розглядає маркетинг як систему управління виробничою таі збутовою діяльністю підприємств, що є спрямованою на виявлення потреб споживачів та на організацію виробництва товарів і послуг відповідно до цих потреб, на забезпечення просування товарів до споживачів й одержання на цій основі прибутку [5].

Розглянемо особливості маркетингової діяльності підприємства. Відтак маркетингова діяльність фірми спрямована на те, щоб достатньо обґрунтовано, спираючись на запити ринку, конкретно встановлювати поточні і передусім довгострокові (стратегічні) цілі, шляхи їх досягнення та реальні джерела ресурсів господарської діяльності, визначати асортимент та якість продукції, її пріоритети, оптимальну структуру виробництва і бажаний прибуток.

Здійснення маркетингової діяльності є об'єктивною необхідністю орієнтації науково-технічної, виробничої та збутової діяльності підприємства (фірми) із урахуванням ринкового попиту, потреб і вимог споживачів. Для того щоб маркетингова діяльність була ефективною, необхідним є ретельне планування дій. Упорядковану схему дій стосовно досягнення певних цілей називають планом, плануванням – неперервний процес пошуку нових шляхів і методів досягнення поставлених цілей за рахунок нових можливостей.

Різні автори подають такі визначення планування маркетингової діяльності:

- детальне послідовне викладення заходів, за допомогою яких можливе досягнення поставлених цілей;
- процес, процедура, що є пов'язаною із складанням плану маркетингу, із вибором стратегій маркетингу, націлених на зростання об'єму продажу товарів і максимізацією прибутку фірми;

– логічна послідовність дій, спрямованих на визначення цілей маркетингу і засобів їх досягнення із урахуванням оптимального використання ресурсів, що є у розпорядженні організації.

Таким чином, планування маркетингової діяльності – це логічна послідовність дій, процес, пов'язаний із визначенням цілей і завдань маркетингу, розробкою і вибором стратегій, обґрунтуванням методів їх досягнення, розрахунком бюджету маркетингу задля збільшення об'єму продаж продукції й максимізацією прибутку із урахуванням оптимального використання наявних у підприємства ресурсів.

Планування маркетингу виконує такі основні функції [6]:

– визначає цілі, основні принципи й критерії оцінювання самого процесу планування (наприклад, диференціація товарів залежно від вибраних сегментів ринку, комплексне планування ринкової стратегії, визначення обсягів і термінів фінансування залежно від маркетингових цілей);

– задає структуру й резерви планів, їх взаємозв'язок (наприклад, пов'язує плани реалізації товарів за окремими сегментами ринку, запроваджує до життя комплексну ринкову стратегію, збутову і виробничу діяльність регіональних відділень та філіалів);

– установлює початкові дані для планування (стан і перспективи розвитку ринку, наявні й майбутні потреби кінцевих користувачів продукції підприємства, прогнозування змін товарної структури ринків тощо);

– визначає загальну організацію процесу і межі планування (рівні компетенції й відповідальності керівників, права та обов'язки організаційно-структурних підрозділів підприємства тощо);

– містить алгоритм реалізації стратегії фірми та досягнення цілей;

– забезпечує можливість управлінського контролю і моніторингу процесу реалізації стратегії та ін.

Процес маркетингового планування має ґрунтуватися на таких принципах [7]:

– розробленням планів має займатися перш за все той, хто потім ці плани запроваджуватиме до життя;

– відповідність рівня компетенції в плануванні рівню компетенції щодо розпорядження ресурсами підприємства;

– повнота і комплексність, що забезпечують обґрунтованість ухвалення управлінських рішень відповідно до їх пріоритетності;

– конкретність, що відповідає певним числовим параметрам маркетингових заходів:

– чітка відповідність навколишньому середовищу необхідних ресурсів для використання альтернативних варіантів;

– неперервність і послідовність намічених дій протягом тривалого часу;

– економічність, що є зорієнтованою на окупність планових витрат;

– якість виконання запланованих заходів, які б зменшували перешкоди в діяльності підприємства, забезпечували безпеку управління, оптимізували роботу щодо досягнення цілей, визначення місця маркетингового планування на підприємстві;

– забезпечення гнучкості й адаптивності планування відповідно до змін у зовнішньому та внутрішньому середовищах підприємства (використання гнучкого безперервного планування).

Зв'язок між системою маркетингу та функцією планування є активним і двостороннім. З одного боку, маркетингові цілі здійснюють вирішальний вплив на формування системи планування, з іншого – реалізація всіх маркетингових заходів є взаємопов'язаною в рамках плану.

Сучасний ринок висуває підвищені вимоги до планування. Основними факторами зростання ролі планування є [8]:

– зростання рухливості зовнішнього середовища. Вимоги з боку попиту, що постійно змінюються, зумовлюють зрушення інших факторів зовнішнього середовища, технологій і засобів зв'язку: комунікацій, соціальних відносин тощо. Такі ж швидкі та глибокі зміни змушений здійснювати бізнес;

– посилення відцентрових сил у економічних організаціях, унаслідок чого останні надають високий ступінь автономії й самостійності окремим підрозділам і менеджерам фірм. Поряд із позитивними результатами (підвищення гнучкості й підприємницької активності підрозділів) така практика створює ряд проблем і негативних ефектів (втрата центром контролю за роботою підрозділів; подрібнення фундаментальних цілей фірми на множину часткових, більша частина яких не може бути виконана, або ж повне розмивання загальних цілей).

Головна мета складання маркетингової програми і планів маркетингу – приведення можливостей фірми у відповідність із потребами і вимогами ринку, тобто забезпечення стабільної прибуткової роботи фірми за сучасних умов.

Таким чином, грамотне планування маркетингової діяльності підприємства є невід'ємною складовою його ефективного функціонування. Планування має перетворитися на безперервний процес, спрямований на відпо-

відність дій компанії швидко змінюваним умовам ринку. Формування маркетингового плану на практиці ускладняється високою вірогідністю економічних змін, наслідки яких можуть значно вплинути на розвиток підприємства. Однак, безперервний процес маркетингового планування як єдиної системи, що об'єднує взаємопов'язані складові елементи, забезпечує своєчасність обліку та аналізу подій, відповідну реакцію та відповідний вплив на досягнення цілей.

Науковий керівник – канд. екон. наук, викладач Гронь О. В.

Література: 1. Свінницька О. М. Планування діяльності підприємства : навч. посіб. / О. М. Свінницька, Л. І. Шваб. – Київ : Вид-во Європ. ун-ту, 2004. – 232 с. **2.** Ламбен Ж.-Ж. Стратегический маркетинг. Европейская перспектива / Ж.-Ж. Ламбен ; пер. с франц. – СПб. : Наука, 1996. – 589 с. **3.** Манн И. Маркетинг на 100 %. Как стать хорошим менеджером по маркетингу / И. Манн. – М. : Манн, Иванов и Фербер, 2015. – 256 с. **4.** Котлер Ф. Маркетинг менеджмент / Ф. Котлер. – СПб. : Питер, 2004. – 752 с. **5.** Хруцкий В. С. Современный маркетинг : учеб. пособие / В. С. Хруцкий, И. В. Корнеева. – М. : Финансы и статистика, 2000. – 528 с. **6.** Белявцев М. І. Маркетинговий менеджмент : навч. посіб. / За заг. ред. М. І. Белявцева та В. Н. Воробйова. – Київ : Центр навч. літ., 2006. – 408 с. **7.** Войчак А. В. Маркетинговий менеджмент / А. В. Войчак. – Київ : КНЕУ, 1998. – 268 с. **8.** Мних М. В. Планування діяльності підприємства в сучасних економічних умовах : навч. посіб. / М. В. Мних. – Київ : Знання України, 2004. – 91 с. **9.** Орлов П. А. Маркетинг : підручник / П. А. Орлов, С. І. Косенков, Т. П. Прохорова [та ін.]. – Харків : ІНЖЕК, 2012. – 528 с. **10.** Ефимова С. А. Маркетинговое планирование, или как с помощью плана добиваться увеличения прибыли организации / С. А. Ефимова. – М. : Альфа-Пресс, 2007. – 196 с.

ОЦІНЮВАННЯ РІВНЯ ФІНАНСОВОГО ПОТЕНЦІАЛУ ПІДПРИЄМСТВА ЗА ДОПОМОГОЮ ТАКСОНОМІЧНОГО АНАЛІЗУ

УДК 005.336:33.021–028.68

Оруджов А. О.

Студент 4 курсу
фінансового факультету ХНЕУ ім. С. Кузнеця

Анотація. *Розглянуто застосування таксономічного аналізу для визначення інтегрального показника рівня використання фінансового потенціалу підприємства. Доведено, що використання такого інструментарію дозволяє надати комплексну оцінку розвитку підприємства та врахувати всі напрями проведення аналітичних досліджень у процесі аналізу особливостей фінансової діяльності конкретного суб'єкта господарювання.*

Ключові слова: *оцінка, оцінювання, рівень фінансового потенціалу підприємства, таксономічний аналіз, розвиток, комплексне оцінювання, інтегральній показник, ефект.*

Аннотация. *Рассмотрено применение метода таксономического анализа для определения интегрального показателя уровня использования финансового потенциала предприятия. Доказано, что использование такого инструментария позволяет дать комплексную оценку развития предприятия и учесть все направления проведения аналитических исследований в процессе анализа особенностей финансовой деятельности конкретного предприятия.*

Ключевые слова: *оценивание, уровень финансового потенциала предприятия, таксономический анализ, развитие, комплексное оценивание, интегральный показатель, эффект.*

Annotation. *Discusses the method taxonomic analysis proposed to use for definitions of the integral indicator of the financing potential of enterprises. It is proved that the use of such tools can provide a comprehensive assessment of the company, providing a comprehensive approach and consider all areas of analytical studies in the analysis of the specific features of the financial entity.*

© Оруджов А. О., 2015

Keywords: *assessment, evaluation, level of financial potential of the company, taxonomic analysis, development, evaluation of a comprehensive, integrated indicator, effect.*

Сучасний стан суб'єктів господарювання та економіки країни в цілому потребує вміння оцінювати стан як самого підприємства, так і стан наявних потенційних конкурентів. Фінансовий стан відображає рівень збалансованості окремих структурних елементів активів і капіталу підприємства, а також рівень ефективності їх використання. Оцінювання фінансового стану підприємства, оптимізація його використання є однією з головних умов успішного розвитку.

Фінансовий потенціал є найважливішою характеристикою ефективності фінансово-господарської діяльності та надійності підприємства. Він визначає конкурентоспроможність підприємства та його потенціал у ділових стосунках, є основою ефективної реалізації фінансових інтересів усіх учасників господарської діяльності.

Актуальність проблеми та важливість оцінювання фінансового потенціалу для вітчизняних підприємств посилюються через фінансово-економічну ситуацію в країні, під впливом якої відбувається зменшення обсягу випуску продукції в усіх галузях промислового виробництва, що в цілому зменшує її фінансовий потенціал та зменшує можливості розвитку та зростання. Оцінювання фінансового потенціалу підприємств є основним індикатором, що відображає рівень виконання стратегічних цілей і завдань розвитку підприємства та спроможність подолання перешкод, що нині виникають перед ним. З огляду на особливу важливість фінансового потенціалу підприємства як фактора подолання кризових явищ можна обґрунтовано говорити про актуальність подальших досліджень у цій сфері.

Проблемам формування фінансового потенціалу підприємства присвячено роботи провідних вітчизняних і зарубіжних дослідників, серед яких Блауг М. [3], Бланк І. [2], Бердар М. [1], Брегін Н. [4], Ковальов В. [5] та ін.

Для того щоб уникнути значного обсягу багатовимірного статистичного матеріалу та об'єднати всі індикатори в один інтегральний показник, для оцінювання фінансового потенціалу підприємства використовують таксономічний показник рівня розвитку фінансового потенціалу підприємства. Він є статистичною величиною, рівнодіючою всіх ознак, що характеризують одиниці досліджуваної сукупності. Застосування цього показника допомагає лінійно впорядкувати елементи певної сукупності.

Для розрахунку коефіцієнта таксономії для оцінювання фінансового потенціалу підприємства було вибрано окремі показники (табл. 1).

Таблиця 1

Показники, використовувані для визначення коефіцієнта таксономії

Показник	Стимулятор / Дестимулятор
Власний капітал підприємства	Стимулятор
Коефіцієнт фінансового ризику	Дестимулятор
Коефіцієнт автономії	Стимулятор
Власні оборотні кошти	Стимулятор
Коефіцієнт чистої рентабельності реалізованої продукції	Стимулятор
Коефіцієнт фінансової залежності	Дестимулятор
Коефіцієнт рентабельності капіталу	Стимулятор
Коефіцієнт абсолютної ліквідності	Стимулятор
Коефіцієнт маневреності власного капіталу	Стимулятор
Чистий прибуток, тис. грн	Стимулятор

Вибір такого переліку індикаторів ефективності використання фінансового потенціалу є необхідним для подальшого формування рекомендацій для окреслення дій щодо підвищення рівня певного показника. Після вибору показників переходять до розрахунку матриці відстаней. Формується матриця спостережень *X* (табл. 2).

Після проведених стандартизацій та розрахунку необхідних допоміжних величин необхідно розрахувати показник таксономії (табл. 3).

Графічне подання динаміки рівня використання фінансового потенціалу підприємства наведено на рис. 1.

Розрахунок коефіцієнта таксономії на ПАТ «Кондитерська фабрика «Харків'янка» за 2012–2014 рр. показав, що протягом звітного періоду спостерігалося зростання цього показника. Найбільше значення засвідчено у 3-му кварталі 2014 р., воно становило 0,8945, а найнижче було у 1-му кварталі 2013 р. – 0,2926. На кінець 2014 р. він становив 0,8850, що є вищим за показники на початку аналізованого періоду і засвідчує тим самим позитивну тенденцію до зростання.

Таблиця 2

Матриця спостережень X

X	108 748	0,63	-0,37	0,61	-38460	0,036	1,63	0,043	0,0043	7156
	108 748	0,62	-0,37	0,61	-38490	0,036	1,62	0,043	0,0043	7142
	108 748	0,62	-0,37	0,62	-38490	0,036	1,62	0,044	0,0043	7153
	110 931	0,62	-0,37	0,62	-38490	0,036	1,62	0,044	0,0043	7153
	110 931	0,62	-0,37	0,63	-38490	0,025	1,62	0,044	0,0043	5486
	110 931	0,59	-0,37	0,64	-38524	0,015	1,62	0,033	0,0113	4587
	110 931	0,55	-0,39	0,65	-41618	0,013	1,55	0,013	0,0162	2183
	116 788	0,55	-0,39	0,65	-41618	0,013	1,55	0,013	0,0162	2183
	116 788	0,55	-0,39	0,65	-41524	0,023	1,55	0,022	0,0252	3548
	116 788	0,55	-0,39	0,65	-31228	0,031	1,5	0,023	0,0625	3588
	116 788	0,50	-0,37	0,67	-28269	0,031	1,5	0,034	0,0769	5857

Таблиця 3

Значення таксономічного показника

Період	Значення показника
2012	
За 1-й квартал	0,2988
За 2-й квартал	0,2990
За 3-й квартал	0,2991
За 4-й квартал	0,2992
2013	
За 1-й квартал	0,2926
За 2-й квартал	0,3413
За 3-й квартал	0,3436
За 4-й квартал	0,3436
2014	
За 1-й квартал	0,4623
За 2-й квартал	0,7661
За 3-й квартал	0,8945
За 4-й квартал	0,8850

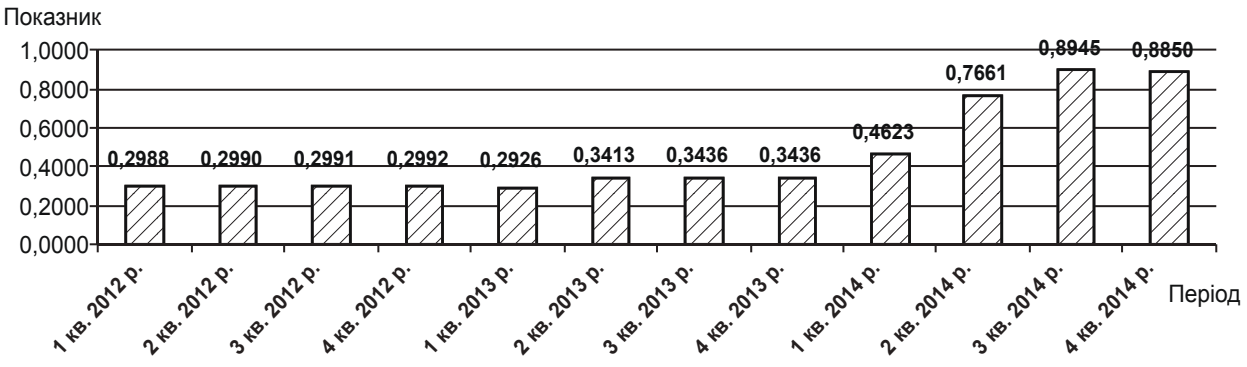

Рис. 1. **Динаміка рівня ефективності використання фінансового потенціалу підприємства ПАТ «Кондитерська фабрика «Харків'янка» за 2012–2014 рр.**

Для бального оцінювання фінансового потенціалу використовують шкалу від 0 до 1. Запропоновано використовувати шкалу Харрінгтона. Розподіл оцінок за шкалою Харрінгтона подано у табл. 4. Відповідно до цього розподілу виділяють дуже високу, високу, середню, низьку та дуже низьку оцінки.

Таблиця 4

Шкала Харрінгтона

Оцінка	Числове значення
Дуже висока	0,8–1
Висока	0,64–0,8
Середня	0,37–0,64
Низька	0,2–0,37
Дуже низька	0,0–0,2

Наступним етапом здійснюють аналіз показників таксономії за 12 періодів. Результати розрахунків подано у табл. 5. Відповідно до кожної оцінки визначено її тип за шкалою Харрінгтона.

Таблиця 5

Оцінка фінансового потенціалу ПАТ «Кондитерська фабрика «Харків'янка»

Період	Числове значення	Оцінка
1-й кв. 2012	0,2988	Низька
2-й кв. 2012	0,2990	Низька
3-й кв. 2012	0,2991	Низька
4-й кв. 2012	0,2992	Низька
1-й кв. 2013	0,2926	Низька
2-й кв. 2013	0,3413	Середня
3-й кв. 2013	0,3436	Середня
4-й кв. 2013	0,3436	Середня
1-й кв. 2014	0,4623	Середня
2-й кв. 2014	0,7661	Висока
3-й кв. 2014	0,8945	Дуже висока
4-й кв. 2014	0,8850	Дуже висока

Упродовж усього періоду підприємство використовувало свій фінансовий потенціал на середньому рівні, у 3-му кварталі 2012 р. цей показник був дуже низьким. Але вже у 3-му кварталі 2014 р. показав найвищий рівень за аналізований період і дорівнював 0,8945, що є позитивним показником – показником дуже високого рівня використання фінансового потенціалу.

Науковий керівник – канд. екон. наук, старший викладач Романенко О. О.

Література: 1. Бердар М. М. Управління процесом формування і використання фінансових ресурсів підприємства / М. М. Бердар // Актуальні проблеми економіки. – 2008. – № 5. – С. 133–138. **2.** Бланк И. А. Финансовый менеджмент : учеб. пособие / И. А. Бланк. – М. : Финансы и статистика, 2004. – 656 с. **3.** Блауг М. И. Экономическая мысль в ретроспективе : учебник / М. И. Блауг. – М. : Дело Лтд, 1996. – 687 с. **4.** Брегін Н. А. Механізм оцінки й управління фінансовими ризиками підприємств : монографія / Н. А. Брегін, І. Г. Брітченко. – Донецьк : ДДУЕТ, 2004. – 172 с. **5.** Ковалев А. И. Анализ финансового состояния предприятия / А. И. Ковалев, В. П. Привалов. – М. : Центр экономики и маркетинга, 2015. – 139 с. **6.** Лощина Л. В. Інтегральний показник фінансового стану підприємства в аспекті антикризових заходів / Л. В. Лощина // Економіка підприємства. – 2007. – № 3. – С. 120–124. **7.** Плюта В. Сравнительный анализ в экономических исследованиях: методы таксономии и факторного анализа : учебник / В. Плюта. – М. : Статистика, 1980. – 151 с.

ІНФОРМАЦІЙНА БЕЗПЕКА БАНКУ ЯК СКЛАДОВА ЙОГО ЕКОНОМІЧНОЇ БЕЗПЕКИ

УДК 336.71:005.934

Осадчук О. В.

Студент 4 курсу
фінансового факультету ХНЕУ ім. С. Кузнеця

Анотація. *Розкрито зміст та значення інформаційної безпеки як складової економічної безпеки банку. Наведено функціональні вимоги до інформаційної безпеки, види інформації за безвідмовністю (надійністю), рівнем конфіденційності, а також вимоги щодо роботи із банківською конфіденційною інформацією. Проаналізовано показники оцінювання рівня інформаційної безпеки банку.*

Ключові слова: *банк, безпека, загрози банківської діяльності, індикатори безпеки банківської діяльності.*

Аннотация. *Рассмотрены содержание и значение информационной безопасности как составляющей экономической безопасности банка. Изложены функциональные требования к информационной безопасности. Представлены виды информации по безотказности (надежности) и уровню конфиденциальности, а также требования к работе с банковской конфиденциальной информацией. Проанализированы показатели оценки уровня информационной безопасности банка.*

Ключевые слова: *банк, безопасность, угрозы банковской деятельности, индикаторы безопасности банковской деятельности.*

Annotation. *Discusses the meaning and importance of information security as a component of economic security of the bank, given the functional requirements for information security, presents the types of information for dependability (reliability), the level of privacy and requirements for work with confidential banking information are indicators for assessing the level of information security of the bank.*

Keywords: *bank, security, threats banking, security indicators banking.*

Нині у вітчизняній банківській системі відбуваються руйнівні процеси, зумовлені політичною та економічною кризою. На початок березня 2015 р. у стані ліквідації перебувало 38 банківських установ, а збиток банків склав 74 531 млн грн. Щоб запобігти банкрутству, банкам, що функціонують, слід модифікувати асортимент банківських послуг, розвивати інформаційні технології, запроваджувати фінансові й управлінські інновації. За таких умов зростає вірогідність виникнення непрогнозованих загроз банку, зокрема, через непартнерські дії позичальників, здійснення агресивної політики конкурентами або лобіювання інтересів конкретних суб'єктів бізнесу. Шкоди банку можуть завдати протиправні чи непрофесійні дії персоналу. Тому проблема забезпечення безпеки в процесі діяльності банку нині є вкрай актуальною.

Питанням забезпечення безпеки банку присвячено значну кількість наукових праць вітчизняних і зарубіжних учених, серед них Барановський О., Зубок М., Гіл Е., Едрадс Б., Ермошенко М., Захаров О., Пластун В., Роуз П., Сінкі Д. та ін. Проте недостатньо дослідженим залишається питання визначення характеристик інформаційної безпеки банку як складової економічної безпеки.

Метою написання статті є розкриття проблемних аспектів інформаційної безпеки, які можуть призвести до ризиків або загроз діяльності банку.

Економічна безпека – це стан, за якого забезпечуються економічний розвиток і стабільність діяльності суб'єкта підприємництва, гарантований захист ресурсів, спроможність адекватно і без суттєвих втрат реагувати на зміни внутрішньої та зовнішньої ситуації [1].

Безпека банку – це стан стійкої життєдіяльності банку, за якого забезпечується реалізація основних інтересів і пріоритетних цілей банку, захист від зовнішніх і внутрішніх дестабілізуючих факторів незалежно від умов функціонування [2]. Основна мета банку – усунути можливість нанесення йому збитків та забезпечити ефективну його діяльність і якісну реалізацію всіх операцій та угод.

У складі банківської безпеки як багатоступеневої системи можна виділити окремі види.

1. Матеріально-технологічна безпека (МТБ) – це захист від можливих втрат через розкрадання нерухомості, обладнання, продукції, винаходів, програм тощо, а також захист від можливих втрат унаслідок аварій, катастроф, через використання фізично застарілого устаткування, низьку кваліфікацію і безвідповідальність працівників.

2. Фінансова безпека (ФБ) – це захист від можливих фінансових втрат і попередження банкрутства банку.

© Осадчук О. В., 2015

3. Кадрова безпека (КБ) – це попередження й зменшення небезпеки негативного впливу на економічну безпеку через дії недостатньо кваліфікованих працівників, неефективне управління банком, а також захист фізичної особи (життя і здоров'я) від кримінальних посягань.

4. Інформаційна безпека (ІБ) – це стан, за якого забезпечуються необхідний рівень інформованості керівництва персоналу банку, а також зовнішнього середовища, ефективний захист усіх видів інформації від зовнішніх і внутрішніх ризиків, загроз та небезпек.

Розглядаючи види банківської безпеки, важливо виділити інформаційну, бо безпека банку в цілому досягається організацією збирання інформації про внутрішнє та зовнішнє середовище банку, проведенням інформаційно-аналітичного дослідження клієнтів, партнерів та конкурентів, інформаційного аудиту та інформаційного моніторингу банку, аналітичної обробки інформації, організацією системи інформаційного забезпечення рішень керівництва банку. Основні ризики, загрози та небезпеки є пов'язаними саме із цим видом.

Функціональні вимоги до інформаційної безпеки згруповані на основі трьох [5]:

1) конфіденційність – захист від несанкціонованого отримання інформації;

2) цілісність – захист від несанкціонованої зміни інформації;

3) доступність – захист від несанкціонованого утримання інформації та ресурсів.

Доступ до інформації має бути безвідмовним (надійним). У табл. 1 подано класи, на які поділяються співробітники банку та вимоги, за якими дозволений доступ до даних банку.

Таблиця 1

Класи, на які поділяються співробітники банку, та вимоги, за якими дозволений доступ до даних банку

Параметри	Клас 0	Клас 1	Клас 2	Клас 3
Максимально можливий безперервний час відмови	1 тиждень	1 доба	1 рік	1 рік
Дозволений час відмови	У робочий час	У робочий час	У робочий час	24 години на добу
Вірогідність доступності даних, %	80	95	99,5	99,9
Середній максимальний час відмови	1 день на тиждень	2 години на тиждень	20 хвилин на тиждень	12 хвилин на місяць

Органи державної влади, співробітники, юридичні та фізичні особи, які при виконанні своїх функцій отримали в установленому Законом порядку забезпечити збереження такої інформації, не розголошувати цю інформацію і не використовувати її на користь третіх осіб [6].

Рівень конфіденційності інформації є однією з найважливіших категорій, що беруться до розгляду у процесі створення певної політики безпеки банку.

За рівнем конфіденційності інформація може поділятися на такі типи [3]: відкрита інформація, що є загальнодоступною; внутрішня інформація, що є недоступною у відкритому вигляді, але не несе небезпеки у разі розкриття (наприклад, фінансові звіти і звіти засідань); конфіденційна інформація, розкриття якої спричиняє значні втрати на ринку (наприклад, реальні фінансові дані, плани, проекти, відомості); секретна інформація, розкриття якої спричиняє фінансовий крах.

Показники оцінки рівня інформаційної безпеки банку наведено у табл. 2 [5].

Таблиця 2

Показники інформаційної безпеки банку

Показники	Розрахункові формули	Порогові значення показників	Умовні позначення
Продуктивність інформації	$П_{інф.} = П_н / В_{інф.}$	До зростання	$П_н$ – доходи банку, тис. грн; $В_{інф.}$ – витрати на придбання інформаційних ресурсів, тис. грн
Коефіцієнт інформаційної озброєності	$К_{інф.\ озб} = В_{інф.} / Ч_{сч}$	До зростання	$Ч_{сч}$ – середньоспискова чисельність працівників, осіб
Рівень захищеності інформації	$Р_{з.\ інф.} = В_{2\ інф.} / В_{інф.}$	< 20 %	$В_{2\ інф.}$ – витрати банку на захист інформаційних ресурсів, тис. грн; $В_{інф.}$ – витрати на придбання інформаційних ресурсів, тис. грн

Важливим документом для інформаційної безпеки банку є Закон України «Про доступ до публічної інформації». У ньому відображено відомості, що складають конфіденційну й таємну інформацію банку.

Таємна інформація – це інформація, доступ до якої обмежено відповідно до Закону, розголошення якої може завдати шкоди особі, суспільству й державі. Таємною визнається інформація, яка містить державну, професійну, банківську таємницю, таємницю досудового розслідування та іншу передбачену Законом таємницю [6].

За цим Законом комісія, що розглядає цінність інформації банку, надає відомості керівнику банку щодо статусу комерційної конфіденційної інформації чи таємниці. Такі показники дають змогу визначити безпеку та захищеність інформаційної бази банку.

Відповідно до Закону України «Про інформацію» [7] можуть передбачатися заходи щодо роботи персоналу стосовно збереження ним у таємниці службової інформації.

Підсумовуючи, можна сказати, що інформаційна безпека є однією з важливих складових економічної безпеки банку, яка нині потребує особливої уваги та розвитку. Забезпечення інформаційної безпеки залежить від працівників та вищого менеджменту банку, які мають керуватися Законами України та внутрішніми Положеннями банку. Банкам слід бути більш обачними щодо захищеності планів, проектів та особистої інформації клієнтів, інакше це може призвести до погіршення іміджу, втрати конкурентних позицій та до суттєвого погіршення фінансового стану.

Науковий керівник – канд. екон. наук, доцент Чмутова І. М.

Література: 1. Зубок М. І. Економічна безпека суб'єктів підприємництва : навч. посіб. / М. І. Зубок, В. С. Рубцов, С. М. Яременко [та ін.]. – Київ : Міжнародний фонд соціальної адаптації, 2012. – 221 с. **2.** Тагирбеков К. Р. Основы банковской деятельности / К. Р. Тагирбеков. – М. : Инфра-М, 2003. – 720 с. **3.** Кириченко О. А. Банківський менеджмент : підручник / За ред. О. А. Кириченка, В. І. Міщенка. – Київ : Знання, 2005. – 831 с. **4.** Про банки і банківську діяльність [Електронний ресурс] : Закон України від 07.12.2000 № 2121-III № 2121-111. – Режим доступу : http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/2121-14. **5.** Різник Н. С. Безпека банківської діяльності : навч. посіб. [Електронний ресурс] / Н. С. Різник. – Режим доступу : http://repository.hneu.edu.ua/jspui/. **6.** Про доступ до публічної інформації [Електронний ресурс] : Закон України від 13.01.2011 № 2939-VI. – Режим доступу : http://zakon0.rada.gov.ua/laws/show/2939-17. **7.** Про інформацію [Електронний ресурс] : Закон України від 02.10.1992 № 2657-XII. – Режим доступу: http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/2657-12.

ЕКОНОМІКА УКРАЇНИ У ПЕРШЕ ДЕСЯТИЛІТТЯ XXI СТ.

УДК 338:91(477)

Охман А. Ф.

Студент 2 курсу
факультету обліку і аудиту ХНЕУ ім. С. Кузнеця

Анотація. *Розглянуто основні тенденції розвитку української економіки на початку XXI ст. Наведено показники економічного розвитку України. Проаналізовано економічне зростання України, що розпочалося у 2000 р.*

Ключові слова: *економіка України, соціально-економічний розвиток, капіталовкладення, економічна нестабільність, інфляція.*

Аннотация. *Рассмотрены основные тенденции развития украинской экономики в начале XXI в. Приведены показатели экономического развития Украины. Проанализирован начавшийся в 2000 г. рост экономики страны.*

Ключевые слова: *экономика Украины, социально-экономическое развитие, капиталовложения, экономическая нестабильность, инфляция.*

© Охман А. Ф., 2015

Annotation. *Describes the main trends in the Ukrainian economy at the beginning of the XXI century. Presented economic indicators Ukraine, analyzed the economic growth of the state, which started in 2000.*

Keywords: *Ukraine's economy, the social and economic development, investments, economic instability, inflation.*

Протягом першого десятиліття XXI ст. в Україні формується новий тип демократичної держави із відповідною моделлю ринкового господарства. Ці процеси протікають за складних умов глобалізації, а також певні корективи вносить світова фінансова криза. За часів трансформаційних змін наукові та активні громадські прошарки суспільства намагаються дати пояснення та відповідні рекомендації щодо цих процесів з огляду на пошуки оптимальних варіантів.

Поступове оздоровлення економіки України почалось у 1999 р. Уже з травня призупинилися темпи падіння ВВП, а з вересня 1999 р. вони почали зростати. Інфляція за рік склала лише 19,2 % [2, с. 201].

У 1999 р. прем'єр-міністром України став Віктор Ющенко. У 2000 р. підйом ВВП становив 5,9 %. Цей рік в Україні став першим роком зростання економіки: ВВП збільшився на 5,9 % (після 10 років спаду), а обсяг промислової продукції — на 13,2 %. Інфляція склала 25,8 %. Прем'єр-міністру В. Ющенку та віце-прем'єр-міністру з питань паливно-енергетичного комплексу Ю. Тимошенко вдалося суттєво збільшити надходження коштів до держбюджету шляхом зменшення надприбутків наближених до влади промислових магнатів та крадіїв, бариші яких того року скоротилися з 500 % до 100 %, тобто уп'ятеро. Як наслідок, активізувався малий бізнес, збільшились інвестиційні ресурси підприємств завдяки стабільності податкової та бюджетної політики. Підвищення внутрішнього попиту завдяки зростанню заробітних плат дало поштовх подальшому розвитку економіки. Зростання коштів держбюджету дозволило налагодити регулярну виплату зарплати у державному секторі, а також у декілька разів збільшити (хоча і у незначних обсягах) розміри пенсій та розпочати їх регулярну виплату. У 2000 р. уряд В. Ющенка виплатив борги по пенсіях у розмірі 1,2 млрд грн [1, с. 23].

Наступний уряд очолив Анатолій Кінах. Цей уряд працював 1,5 роки, підйом ВВП у 2001 р. склав 9,2 %, а у 2002 р. – 5,2 %. Темпи приросту (14,2 %) були найбільшими серед держав СНД. ВВП виріс на 9,2 %. У 2002 р. почалось уповільнення темпів зростання промисловості – до 7 % за рік. Серед головних причин слід вказати розширення внутрішнього ринку, збереження значних обсягів експорту, виробництво продукції нафтопереробки та машинобудування, відновлення будівництва. Також були і недоліки: політична та економічна нестабільність, корумпованість, непрозорість приватизаційних процесів [1].

21 листопада 2002 р. перший коаліційний уряд очолив Віктор Янукович. Підйом ВВП склав у 2003 р. 9,6 %. Протягом 2000–2003 рр. середньорічні темпи зростання ВВП в Україні склали 7,2 %, а в промисловості – 15,1 %. Експорт українських товарів за цей час зріс майже на 80 %. За ці чотири роки роздрібний товарооборот майже подвоївся – збільшився на 93,7 %. Капіталовкладення в основний капітал зросли у 1,9 разів, у 2003 р. – на 27,7 % [2, с. 180].

Протягом 1995–2004 рр. обсяги промислового виробництва в Україні збільшилися на 40 %, майже вдвічі зросла продуктивність праці. Після Помаранчевої революції 2004 р. 13-м прем'єр-міністром стала Юлія Тимошенко. Період її прем'єрства став найкоротшим за історію незалежної України – трохи більше 8 місяців. Її змінив представник НСНУ Юрій Єхануров. У цей час спостерігається падіння темпів розвитку української економіки: 2005 р. він був рекордно низьким – 2,7 %.

Макроекономічна ситуація в українській економіці змінилась після приходу до керівництва уряду лідера Партії регіонів Віктора Януковича.

У 2006 р. почалося зростання ВВП, яке склало 7,3 %. Роком пізніше зростання було ще більшим – 7,9 %. Проте це стало останнім роком стабільного зростання економіки України. Результати розвитку економіки 2008 р. були найгіршими від початку XXI ст. Зростання ВВП зменшилося до 2,1 %. Зростання цін прискорилося, знецінювалися гроші, зменшувалися доходи громадян.

2009 р. став провальним в економіці. Уперше після 1999 р. стався спад ВВП на 12 %. За даними Міжнародного валютного фонду, у 2009 р. ВВП України на душу населення відкинув країну на 113-е місце серед 181 держави світу [3, с. 12].

Другий президент України Леонід Кучма у червні 2010 р. презентував свою книгу про ці часи, яку назвав «Зламане десятиліття». Автор, пояснюючи назву, сказав, що економічна динаміка 2000–2009 рр. нагадує зламане десятиліття: за роки першої п'ятирічки (2000–2004) – приріст ВВП 45,9 %, тоді як за роки другої (2005–2009) – лише 3,2 %.

У березні 2010 р. новим прем'єр-міністром став Микола Азаров. Економіка поступово почала одужувати. За результатами 1-го кварталу 2010 р. ВВП зріс на 4,8 % проти відповідного показника попереднього року, а промисловий розвиток за січень–травень 2010 р. зріс проти відповідного періоду минулого року на 12,6 %. Поступово зростає ділова активність та промислове виробництво, спадає напруженість у фінансовому секторі, відновлюється ринок праці, збільшується кількість робочих місць.

Україна за обсягами зростання ВВП у 2009 р. перебувала на 40-му місці у світі. 2009 р. ВВП країни склав 294,3 млрд дол. У перерахунку ВВП на душу населення у 2009 р. цей показник знизився до 6 400 дол. США, тоді як у 2008 р. він складав 6,9 тис. дол. США (2007 р. – 7,1 тис. дол. США). За рівнем видатків на ведення домашнього господарства Україна посідає нині останнє місце серед країн Східної Європи.

Основою української економіки є сформований ще за часів СРСР капітал, отриманий приватними власниками у незалежній Україні в період проведення масової приватизації. Економіка України сильно потерпала від світової економічної кризи. За результатами 2009 р. ВВП України зменшилось на 12 %, а інфляція сягнула 16,4 %.

Водночас українська економіка має певні перспективи розвитку. До народногосподарського комплексу країни належать такі види промисловості, як важке машинобудування, чорна та кольорова металургія, суднобудування, виробництво автобусів, легкових та вантажних автомобілів, тракторів та іншої сільськогосподарської техніки, тепловозів, верстатів, турбін, авіаційних двигунів і літаків, обладнання для електростанцій, нафтогазової та хімічної промисловості. До того ж Україна є потужним виробником електроенергії. В Україні налагоджено виробництво ракетоносіїв, супутників та обладнання для дослідження космосу. Україна є значним виробником військової техніки – танків, військово-транспортних літаків, зенітно-ракетних комплексів, оптичного обладнання. Літаки типу «АН», ліхтеровози, крокуючі екскаватори, точні верстати, електрозварювальні прилади виготовляються за новітніми технологіями й відповідають найвищим світовим стандартам.

Таким чином, 1999 р. Україна вперше за роки незалежності завершила рік із позитивними основними показниками соціально-економічного розвитку. У 2001 р. Україна показала найвищі темпи економічного зростання серед країн СНД та Європи й демонструвала їх до 2006–2007 рр. Нині економічна ситуація залишається складною. Існує ціла низка проблем, без розв'язання яких неможливо забезпечити повноцінне та ефективне функціонування сучасної економіки [4].

Науковий керівник – канд. екон. наук, викладач Фадєєва Ю. В.

Література: 1. Пасічник Ю. В. Критерії соціально орієнтованої економіки [Електронний ресурс] / Ю. В. Пасічник. – Режим доступу : http://ena.lp.edu.ua:8080/bitstream/ntb/7705/1/7.pdf. **2.** Новікова О. Ф. Соціальна орієнтація економіки: механізми державного регулювання : монографія / О. Ф. Новікова, С. М. Гріневська, Л. Л. Шамілева. – Донецьк, 2009. – 220 с. **3.** Гриценко А. П. Україна в умовах незалежності (1991–2010). Економічне життя України протягом 1990-х років [Електронний ресурс] / А. П. Гриценко // Академія. – Режим доступу : http://academia.in.ua/?q=node/207. **4.** Економічне життя України на початку XXI ст.: сучасний стан, проблеми та пошук шляхів їх розв'язання [Електронний ресурс] // Академія. – Режим доступу : http://academia.in.ua/?q=node/1426.

MANAGEMENT STRUCTURE UNDER LOGISTICS OUTSOURCING CONDITIONS

UDC 65.012.34

Ocheredko K. M.

The 4th year Student
Management and marketing department S. Kuznets KNUE

Annotation. *Discusses one of the problems arising at the process of implementation strategy of logistics outsourcing – determination the areas of responsibility between customer and the outsourcer. Design of organizational structure to manage the data of interaction is proposed and an algorithm detailing the stages of modeling management structure is considered.*

Keywords: *logistics system, outsourcing, logistics structure, management structure.*

© Ocheredko K. M., 2015

Анотація. *Розглянуто одну з проблем, що виникає у ході запровадження стратегій логістичного аутсорсингу, – визначення меж та зон відповідальності підприємств замовника і аутсорсера. Запропоновано проектування організаційної структури управління цією взаємодією та алгоритм із описом етапів моделювання структури управління.*

Ключові слова: *система логістики, аутсорсинг, структура логістики, структура управління.*

Аннотация. *Рассмотрена одна из проблем, возникающих при внедрении стратегий логистического аутсорсинга, – определение границ и зон ответственности предприятий заказчика и аутсорсера. Предложено проектирование организационной структуры управления таким взаимодействием и алгоритм с описанием этапов моделирования структуры управления.*

Ключевые слова: *система логистики, аутсорсинг, структура логистики, структура управления.*

Third-party logistics and logistics outsourcing are important modern strategies of managing business processes of contemporary organizations. Today a significant portion of business transfers some or all of the complex non-core operational functions to perform specialized third-party logistics formation. Nevertheless Ukrainian-language terminology outsourcing and third party logistics is not yet fully unified way, but also some common approaches can not be regarded as fully systematized and structured and those that have become final logical harmony. Moreover some issues are not only theoretical but also some practical value, since the answer them depends on the legal regulation of certain aspects of business activity. Ago there is a need for further research to deepen this issue.

The goal of the article was conducting theoretical generalization of the essence and communications third party logistics and logistics outsourcing, formulate an algorithm for modeling organizational structure of the interaction, which effectively pour logistics outsourcing strategy.

Considerable attention of many local and foreign scientists focused on the study of features of functioning of specialized logistics and third party logistics outsourcing. This issue is dedicated to individual labor Bowersox D., Beida D., Gerasimova G., Johnson D., Esindzhera J., Clos J., Krykavskoho E., Cooper M., Sharchuk T. and others.

In addition to reducing logistics costs, one of the main strategies of any single company becomes focus on the priority types of business and operations. This contributes to the rational allocation of resources between the enterprise types of businesses that are competitive and in which the company has certain advantages (technology, know-how, special equipment, trained personnel). This approach in the Western practice is called «core competence». In connection with this increasingly common in the world takes on outsourcing.

Outsourcing – a concept in economics and business environment is young. Analyzing all existed concepts of the outsourcing I understood it as using the services of third-party companies to perform their own tasks, rejection of their own business process and acquisition services to implement this business process from other organizations. Implementation of logistics outsourcing strategy is part of the global reform associated with the separation of business activities or by the introduction into it. As a consequence, the decision to implement a strategy of logistics outsourcing always involves structuring all functions and business processes, evaluate opportunities for further development in terms of the strategic interests of the company by its own departments or by external specialists. It is often similar to the functional requirements of activities aimed at material flow, consolidated in integrated centers [1]. Thus the choice of logistics outsourcing strategy invariably initiates certain logistics network, identifying key business processes. In this case logistics network is a kind of foundation functioning logistics system and its rational configuration largely determines the performance of the enterprise as a whole [2]. Thus, structuring logistics business processes and their further definition in the logistics system contributes to build a rational functioning organizational structure to manage the interaction of the customer and the outsourcer, and subsequent monitoring parameters of action that allows you to quickly react to changes in the external and internal environment [3].

The purpose of the organizational management structure interaction is to build structures of companies that contribute to business decisions as part of the logistics outsourcing strategy. Under the responsibility center understood organizational unit, which is headed by a person or group responsible decision-makers for procurement, implementation, management assortment policy, pricing, management of logistic operations related to the functioning of the business unit, and reasonable money managers [4]. At the same time, one should be aware of this convention some classification within logistics outsourcing strategy: a unit can perform several functions, forming a kind of matrix management, then work his manager will be judged not so straightforward, but for some complex criteria applicable for the assessment effectiveness of the implementation strategy. In turn, Clements S., Donnellan M. noted that the construction of such a structure depends on two main criteria [5]:

1) degree of reorganization , it is assumed in the framework of outsourcing;

2) phase of the outsourcing.

This implies that the construction management organizational structure has a multiplicity of options that depend on the degree of confidence of the client company, its financial activity, the desire of owners to participate in the management of business processes, providing fabless companies outsourcer.

One can argue that the hallmark of modeling organizational structure interaction management in implementing the strategy of logistics outsourcing is that the model is a combination of several, requiring consistency between a complex of elements of two different companies, construction of which is based on the basic types of organizational structures of enterprises. Given the nature of the interaction matrix and project specifics, we believe that these structures can act common organizational structure applicable for logistics management: matrix or project-oriented. The main purpose of business modeling organizational management structure within the logistics outsourcing strategy – show all interested parties that should be done, when, how and how often and in what ways to conduct monitoring and evaluation of compliance with the strategic objectives of this model system. Management and organizational structure interaction while not designed in isolation from the established structures of business management in general, is an integral part of this process, but in some cases involves a radical transformation of the existing management system, as the company's customer and outsourcing company.

In the next table we proposed the model of management structure under logistics outsourcing conditions (table 1).

Table 1

Management structure under logistics outsourcing conditions

Stages of activities	Aims, tasks of activities
1. Analysis of market requirements and opportunities of competitors	Tasks: 1) detection of potential development of logistical problems; 2) the exact formulation of development of logistics problems; 3) construction of supply chain activities. Aim: Identify potential development of the logistics system
2. Justification the rationale for the introduction of logistics outsourcing	Tasks: 1) definition of objectives and constraints of the environment, identification of opportunities and ways to solve problems; 2) structuring main and auxiliary functions and business processes; 3) identification of key competencies; 4) decisions on logistics outsourcing. Aaim: an informed decision on the implementation of logistics outsourcing
3. Setting goals and objectives. Determining the type of logistics outsourcing	Tasks : 1) formulation of objectives and criteria to achieve; 2) relation to the types of goals logistics outsourcing. Aim: choose the type of logistics outsourcing
4. Choice of outsourcer	Tasks : 1) determination of requirements to the outsourcer; 2) analysis of the market and identification of all potential suppliers. Preliminary assessment and selection of suppliers; 3) assessment of worked suppliers with the requirements; 4) ranking and choice of the outsourcer. Aim: choice of partner outsourcer, conclusion of the contract
5. Zoning of responsibility centers	Tasks: 1) delineation of competences. Delineation of areas of responsibility; 2) determination of optimal allocation of areas of responsibility. Distribution of events of a comprehensive plan for realization of strategy in responsible zones, to functional divisions. Aim: create a database of the organizational structure
6. Modeling of the interactions structure (is the result of teamwork of customer and selected outsourcing company)	Tasks: 1) adjustments to own organizational structure: creation (reduction) departments, determination of managerial positions and persons, rotation of departments; 2) creation and adjustment of the organizational structure of the outsourcer, creation (reduction); 3) departments, determination of managerial positions and persons, rotation of departments. Creation and correction of current duty regulations; 4) description of the business processes of a new logistics chain. Determination of the information field. Aim: planning and introduction activities in the company's organizational structure and the structure of interactions
7. Monitoring the implementation of the strategy	Tasks: 1) determination of methods and assessment criteria; 2) results correlation of the logistic process targets and tasks; 3) determination the degree achievement of the final target. Adjustments to the process, structure, targets, tasks, analysis. Aim: determining the degree achievement of the company

Analyzing the steps for the establishment and functioning of the organizational management structure interaction, we conclude that when considering the implementation of logistics outsourcing, as well as in its implementation, it is

important to approach the problem methodically and step by step, work out all sorts of options in order to assess the prospects of ideas the strategic development of the company.

Supervisor – Candidate of Sciences (Economics), Associate Professor Mazorenko O. V.

Literature: 1. Аникин Б. А. Аутсорсинг и аутстаффинг: высокие технологии менеджмента : учеб. пособие / Б. А. Аникин, И. Л. Рудая. – М. : Инфра-М, 2009. – 320 с. **2.** Аникин Б. А. Логистика : учеб. пособие / Б. А. Аникин [и др.] ; под ред. Б. А. Аникина, Т. А. Родкиной. – М. : Проспект, 2014. – 408 с. **3.** Дыбская В. В. Логистика / В. В. Дыбская, Е. И. Зайцев, В. И. Сергеев, А. Н. Стерлингова / Под ред. В. И. Сергеева. – М. : Эксмо, 2008. – 944 с. **4.** Карпов А. Стратегия от разработки до реализации / А. Карпов // Жук. – 2006. – № 3 (58). – С. 9–14. **5.** Clemens S. Business Process Outsourcing / S. Clemens, M. Donnellan, S. Reed. – 416 p.

МЕТАФИЗИКА И ДИАЛЕКТИКА: ПРОБЛЕМА НАУЧНОСТИ

УДК 101

Павлова А. П.

Студент 1 курса
финансового факультета ХНЭУ им. С. Кузнеца

Аннотация. *Рассмотрены метафизический и диалектический подходы к изучению мира, трансформация метафизики и диалектики, их связь с научным методом. Проанализирована связь метафизики с наукой, прежде всего, с естествознанием Нового времени.*

Ключевые слова: *диалектика, метафизика, наука, естествознание.*

Анотація. *Розглянуто метафізичний і діалектичний підходи до вивчення світу, трансформацію метафізики і діалектики, їх зв'язок із науковим методом. Проаналізовано зв'язок метафізики із наукою, передусім із природознавством Нового часу.*

Ключові слова: *діалектика, метафізика, наука, природознавство.*

Annotation. *Describes metaphysical and dialectical approaches to the study of the world. The author explores the transformation of metaphysics and dialectic and their relationship with the scientific method. Highlighting the scientific character of the classical dialectic, the author shows the relationship of metaphysics in science, namely the science of the Modern era.*

Keywords: *dialectics, metaphysics, science, natural science.*

Термин «диалектика» впервые применил Сократ, обозначив им искусство вести эффективный спор, диалог, направленный на взаимозаинтересованное обсуждение проблемы с целью достижения истины путем противоборства мнений. При этом философ говорил о том, что спор этот должен быть майевтикой – повивальным мастерством, с которым герой платоновских диалогов любил сравнивать свой метод философствования. Исходя из его убеждений, за неимением собственной мудрости он не может учить чему-либо, поэтому Сократ видел свою задачу в том, чтобы, беседуя и ставя всё новые и новые вопросы, побуждать собеседников находить истину самостоятельно. Обычно подобные беседы протекали в поисках ответа на вопрос: «Что такое «Х»?» Под «Х» обычно понималось добро, справедливость или какое-либо иное, в большинстве случаев нравственное, общее понятие). При этом в ходе обсуждения один за другим отвергались ответы, признававшиеся неверными [2]. Следовательно, задача спора состоит не только в упражнении умственных навыков, помочь истине родиться – вот задача подлинной диалектики. Однако такое понимание диалектики, конечно, является современным.

© Павлова А. П., 2015

В современном смысле слова диалектика в своем становлении прошла три этапа. Она зародилась в Древней Греции и связана, прежде всего, с идеями Гераклита, который в своем учении обращал внимание на постоянное движение и изменение мира, на взаимный переход противоположностей, то есть на диалектику вещей, на объективную диалектику. Этот этап называют стихийной материалистической диалектикой. Второй этап развития связан с именем Гегеля, приблизившего диалектику к научному пониманию. Именно ему принадлежит открытие законов диалектики, формулировка многих парных категорий и обоснование их. Диалектика благодаря усилиям Гегеля превратилась в научную систему – систему законов и категорий. Однако это был, в противовес первому гераклитовскому материалистическому этапу, идеалистический этап развития. Это диалектика понятий и идей, но не диалектика материального мира. И, наконец, третий этап развития, связанный с именами К. Маркса и Ф. Энгельса, когда диалектика приобрела уже подлинно научный характер. Диалектика, у Гегеля «стоявшая на голове», была «поставлена на ноги», приобрела материалистический смысл и содержание [3].

Диалектику Гегель противопоставлял метафизике, которой придавал иной смысл. В марксизме понятие «метафизика» обозначает противоположный диалектике философский метод, отрицающий качественное саморазвитие бытия через противоречия, тяготеющий к построению однозначной, статичной и умозрительной картины мира [2].

Термин «метафизика» («то, что идёт после физики») – в широком смысле то, что не может быть изложено в рамках физической науки и физического миропонимания. Его ввел систематизатор произведений Аристотеля Андроник Родосский, объединивший в I в. до н. э. различные лекции и заметки Аристотеля по «первой философии». Иногда под метафизикой имеют в виду некое философское понимание чего-то сверхъестественного. Метафизические проблемы – проблемы, связанные с чем-то мистическим, но Гегель понимает метафизику не так. Он ее понимает как раз именно как антидиалектику, как противоположную концепцию познания, как противоположную диалектике систему законов и категорий, как противоположный диалектике метод познания мира.

Как и диалектика, она зародилась в далекой древности. Идеи, противоположные идеям диалектики, действительно имели место в глубокой древности, но более всего они сформировались в XVII в. [1]. Все Новое время прошло под знаком метафизического миропонимания и, по сути дела, эти идеи метафизики зародились в естествознании. Это было совершенно неслучайно, поскольку возникший там метафизический метод исследования был вполне закономерен, естественен и даже необходим. Это был шаг вперед, и критиковать этот метафизический метод исследования науки того времени довольно неразумно. Конечно, он был ограничен, но ограниченными возможностями располагала и наука того времени. Для большего понимания рассмотрим конкретный пример. Допустим, что биолог в XVII в. заинтересовался кровеносной системой животного. Что ему нужно сделать? Прежде всего, он должен его поймать, то есть вырвать из среды естественного обитания. Далее нужно добраться до его кровеносной системы, но из-за отсутствия рентгеновского аппарата нужно изучать его уже не в движении, не живого, а мертвого, тем самым, изучая эту кровеносную систему в статике, а не в динамике. Довольно простой пример, но альтернативы действий у биолога XVII в. для изучения этой самой кровеносной системы не было. Метафизика – это концепция движения, но концепция ограниченная, рассматривающая развитие односторонне, не в многообразии диалектических связей, присущих разным телам. Беда в том, что этот метафизический метод исследования из естествознания перешел в философию и превратился в метафизический метод познания. Конкретно этот метод был, вероятно, изначально чужд философии. Гете Й. в своем «Фаусте» вложил в уста Мефистофеля слова, очень хорошо отражающие метафизическое мировосприятие в поэтической форме:

Иль вот: живой предмет желая изучить,

Чтоб ясное о нем познанье получить,

Ученый прежде душу изгоняет.

Затем предмет на части расчленяет

И видит их. Да, жаль: духовная их связь

Тем временем исчезла, унеслась!

Гете Й. был и великим поэтом, и великим мыслителем, и, безусловно, философом, которому хватало интеллекта понимать всю пагубность метафизического подхода к явлениям действительности. Очевидно, что он стоял на позициях диалектики.

Диалектика утверждает, что все находится в развитии, в постоянном изменении, что происходящие изменения носят закономерный характер. Она рассматривает явления в их взаимосвязи и взаимообусловленности. Метафизика подчеркивает неотрицаемость движения. Но она высшие формы движения сводит к низшим, например, попытка свести социальную форму движения к биологической – это пример антидиалектики, пример метафизики. Диалектика полагает, что всякое изменение связано с какими-либо количественными накоплениями, количественными изменениями, которые в итоге приводят к качественным скачкам, а вот метафизика в движении, в развитии видит только количественные изменения и практически отрицает качественные скачки. Метафизика вообще склонна к некоей односторонности: для нее всегда либо плюс, либо минус; либо да, либо нет; либо добро,

либо зло – третьего не дано. А мир многим сложнее, и рассматривать, например, человека как исключительно только доброго или злого, совершенно неразумно. Диалектика вполне утвердила себя в философии, но очень трудно сейчас найти философа, который стоял бы на метафизических позициях, а вот в политической и обыденной жизни метафизика вполне имеет место быть. Традиция метафизического мышления, зародившегося в древности, по-видимому, отвечает глубокой потребности человеческой природы. И, хотя достижения метафизики не столь впечатляющи, как успехи науки, она будет существовать до тех пор, пока существует страсть к познанию.

Научный руководитель – доцент Потоцкая Ю. И.

Литература: 1. Владимиров Ю. С. Метафизика / Ю. С. Владимиров. – М. : Бином. Лаборатория знаний, 2009. – 568 с. **2.** Ильичев Л. Ф. Философский энциклопедический словарь / Л. Ф. Ильичев, П. Н. Федосеев, С. М. Ковалев, В. Г. Панов. – М. : Советская энциклопедия, 1983. – 840 с. **3.** Сиднев Л. Н. Философия : курс лекций / Сиднев Л. Н., В. А. Долгинцева, Н. Д. Коваленко [и др.] ; под ред. Л. Н. Сиднева. – Запорожье : ЗИГМУ, 2006. – 248 с.

ОСОБЛИВОСТІ ПРОЦЕСУ ОРГАНІЗАЦІЇ ФІНАНСОВОЇ БЕЗПЕКИ ПІДПРИЄМСТВА

УДК 336.025

Павлюк С. В.

Студент 4 курсу
фінансового факультету ХНЕУ ім. С. Кузнеця

Анотація. *Проаналізовано результати дослідження сутності поняття фінансової безпеки підприємства, запропоновано власне бачення. Розкрито основні сутнісні характеристики процесу організації фінансової безпеки підприємства.*

Ключові слова: *фінансова безпека підприємства, фінансовий стан, загроза, фінансові інтереси, стійкий розвиток, фінансові ресурси, організація фінансової безпеки підприємства.*

Аннотация. *Проанализированы результаты исследования сущности понятия финансовой безопасности предприятия, предложено собственное видение. Раскрыты основные сущностные характеристики процесса организации финансовой безопасности предприятия.*

Ключевые слова: *финансовая безопасность предприятия, финансовое состояние, угроза, финансовые интересы, устойчивое развитие, финансовые ресурсы, организация финансовой безопасности предприятия.*

Annotation. *Discusses results of research of the concept of company's financial security were presented and own vision of the content of this definition. Basic and essential characteristics and the process of organizing the financial security of the company have been considered in the article.*

Keywords: *financial security company, financial situation, the threat of financial interests, sustainable development, financial resources, organization of financial security.*

За умов кризового розвитку вітчизняної економіки більшість підприємств функціонують у нестабільному динамічному зовнішньому середовищі, що породжує безліч ризиків і загроз ефективному функціонуванню та розвитку. Саме тому надзвичайно актуальною є проблема забезпечення фінансової безпеки підприємства.

Вивченням фінансової безпеки займалися такі вітчизняні вчені, як Барановський О. І. [1], Бланк І. О., Васильців Т. Г. [2], Горячева К. С. [3], Єпіфанов А. О., Кузенко Т. Б. [4], Литовченко О. Ю., Медведева І. Б., Полтініна О. П., Погосова М. Ю., Папехін Р. С., Сабліна Н. В. та ін.

© Павлюк С. В., 2015

Як відомо, немає загальноприйнятого визначення категорії «фінансова безпека підприємства», до того ж термін «фінансова безпека підприємства» не є законодавчо затвердженим. Тому метою написання статті є дослідження поняття фінансової безпеки підприємства та визначення процесу її організації.

На думку Горячевої К. С., фінансова безпека підприємства – це фінансовий стан, для якого характерними є збалансованість та якість фінансових інструментів, технологій і послуг, стійкість до загроз, спроможність фінансової системи підприємства забезпечувати реалізацію власних фінансових інтересів, місії і завдань достатніми обсягами фінансових ресурсів, а також забезпечувати ефективний і сталий розвиток цієї фінансової системи [3].

Барановський О. І. стверджує, що фінансова безпека підприємства – це стан підприємства, що:

1) дозволяє забезпечити фінансову рівновагу, стабільність, платоспроможність і ліквідність у довгостроковому періоді;

2) забезпечує достатню фінансову незалежність, задовольняє потреби підприємства у фінансових ресурсах для стійкого розширеного відтворення;

3) дає можливість протистояти наявним і майбутнім небезпекам, що можуть завдати фінансової шкоди підприємству або змінити всупереч бажанню структуру власного капіталу, або примусово ліквідувати підприємство [1].

Точки зору інших авторів стосовно визначення терміна «фінансова безпека підприємства» наведено в табл. 1.

Таблиця 1

Визначення терміна «фінансова безпека підприємства»

Характеристика ФБП	Кузенко Т. Б.	Горячева К. С.	Папехін Р. С.	Бланк І. О.	Васільців Т. Г.	Сума
Фінансовий стан	+	+		+	+	4
Захищеність від загроз	+	+	+	+	+	5
Спроможність до стабільного розвитку		+	+	+	+	4
Адаптація до зовнішнього середовища				+		1
Реалізація місії та стратегії підприємства		+	+			2

Як видно із таблиці, автори характеризують термін «фінансова безпека підприємства» здебільшого через такі ознаки: фінансовий стан, захищеність від загроз та спроможність до стабільного розвитку.

Таким чином, фінансова безпека є певним фінансовим станом підприємства, за якого воно може протистояти загрозам і ризикам зовнішнього й внутрішнього середовища, а також забезпечувати захист своїх фінансово-економічних інтересів задля формування передумов для стабільного розвитку підприємства.

Організація фінансової безпеки підприємства – це комплекс взаємозалежних збалансованих рішень управлінських структур як у галузі забезпечення захисту фінансових інтересів суб'єкта господарювання, так і щодо організації його фінансової діяльності [4].

Процес організації фінансової безпеки підприємства охоплює заходи, що є здійснюваними послідовно або одночасно:

1) визначення необхідного обсягу фінансових ресурсів для безперебійного функціонування підприємства;

2) формування необхідних фінансових ресурсів;

3) загально-стратегічне прогнозування та планування фінансової безпеки;

4) стратегічне планування фінансово-господарської діяльності підприємства;

5) загально-тактичне планування фінансової безпеки;

6) тактичне планування фінансово-господарської діяльності підприємства;

7) оперативне управління фінансово-господарською діяльністю підприємства;

8) здійснення функціонального аналізу рівня фінансової безпеки;

9) загальне оцінювання досягнутого рівня фінансової безпеки [2].

З огляду на процес організації фінансової безпеки підприємства було б доцільним запровадження заходів системи моніторингу та контролінгу фінансової безпеки підприємства. Адже моніторинг забезпечить інформування про стратегічні й тактичні цілі підприємства, відхилення прогнозованих та запланованих показників під-

приємства. А контролінг, у свою чергу, для підприємств, що перебувають у кризі, є гарантом подолання кризи та подальшого стабільного функціонування.

Таким чином, фінансова безпека підприємства забезпечує своєчасне виявлення та запобігання зовнішнім і внутрішнім загрозам, захист фінансових інтересів підприємства, а також досягнення головної цілі діяльності підприємства – стабільного успішного функціонування.

Науковий керівник – канд. екон. наук, старший викладач Полтініна О. П.

Література: 1. Барановський О. Т. Фінансова безпека в Україні. Методологія оцінки та механізм забезпечення / О. Т. Барановський. – Київ : КНЕУ, 2004. – 759 с. **2.** Васильців Т. Г. Фінансова безпека підприємства: місце в системі економічної безпеки та пріоритети посилення на посткризовому етапі розвитку економіки / Т. Г. Васильців, О. Р. Ярошко // Науковий вісник НЛТУ України. – 2011. – № 21.02. – С. 132–136. **3.** Горячева К. С. Фінансова безпека підприємства. Сутність та місце в системі економічної безпеки підприємства / К. С. Горячева // Економіст. – 2003. – № 8. – С. 65–67. **4.** Кузенко Т. Б. Фінансова безпека підприємства : навч. посіб. / Т. Б. Кузенко, Л. С. Мартюшева, О. В. Грачов, О. Ю. Литовченко. – Харків : ХНЕУ, 2010. – 304 с.

ИНФОРМАЦИОННО-ТЕХНОЛОГИЧЕСКАЯ РЕВОЛЮЦИЯ В УКРАИНЕ

УДК 330.341.1(477)

Перепелица А. М.

Студент 2 курса
факультета учета и аудита ХНЭУ им. С. Кузнеца

Аннотация. *Рассмотрена степень обеспечения новейшими технологиями предприятий Украины. Выделены основные причины неэффективного использования передовых технологий на производстве.*

Ключевые слова: *технологии, информация, информационно-технологическая революция.*

Анотація. *Розглянуто ступінь інформаційного забезпечення та забезпечення новітніми технологіями підприємств України. Визначено основні причини неефективного використання передових технологій на виробництві.*

Ключові слова: *технології, інформація, інформаційно-технологічна революція.*

Annotation. *Considers degree of information security and providing the latest technology enterprises in Ukraine, highlighted the main reasons for not effective use of advanced technologies in production, compared the Ukraine and other countries in the field of innovation.*

Keywords: *technology, information, information technology revolution.*

В конце XX в. началось формирование информационного общества как результат накопления знаний, разработки новых технологий и их распространения. Возросло значение информационной составляющей в экономической и общественной сферах, стали формироваться отраслевые, региональные и мировые информационные системы.

Актуальным остается вопрос способности государства обеспечивать условия стабильного экономического развития, активного использования инноваций. Важно, какие именно инновации создаются и как они используются для развития, насколько динамичный инновационный процесс и как он реализуется, а также роль отечественной науки в этих процессах.

Вопросы, связанные с информационно-технологической революцией и ее последствиями, рассматривали в своих трудах такие ученые-экономисты: Ракитов А., Колганов А., Хоц А., Штер Н., Кастельс М. и др.

© Перепелица А. М., 2015

Информационно-технологическая революция – это следствие современного этапа научно-технического прогресса, представляющего собой немаловажный фактор производства и оказывающего сильное и противоречивое воздействие на все современное мировое развитие. Специалисты отмечают, что на начальных этапах этот фактор не во всех случаях и не сразу способствует качественному преобразованию сформировавшихся ранее производственного аппарата и используемых технологий. Использование науки и новой техники всегда поощряется государством, но оно далеко не всегда учитывает негативные последствия революции.

Благодаря прорывам в науке и развитию новых технологий улучшаются возможности для повышения производительности труда. Производительность знаний становится главной в процессе экономического роста и возрастания конкурентоспособности экономики государства. Общество впервые имеет возможность формировать хозяйство с использованием основного ресурса, который не только восстанавливается, но и самовоспроизводится.

Набирают обороты информационно-коммуникационные технологии, снижающие значение финансовых ресурсов, которые были главным источником рыночной силы. Ведущим на рынке становится интеллект, воплощенный в организационных структурах. Информационно-коммуникационные технологии являются более уникальным ресурсом, чем деньги, и передаются значительно хуже. Поэтому государство, основанное на них, прочнее государства, ориентированного только на деньги.

Информационная революция привела к тому, что у частных предпринимателей появился доступ к рынкам и источникам информации, которые прежде имели ограниченный доступ, контролировались национальными правительствами и международными корпорациями. В результате технологического прогресса произошел масштабный рост мобильности информации, капитала и квалифицированных кадров.

По формальным признакам Польша, Венгрия, Украина, Беларусь, Россия (в каждой из них в промышленности занято около 1/4 экономически активного населения) могли бы считаться наиболее индустриализованными странами мира. Но большинство промышленных предприятий все еще используют устаревшие технологии. На других континентах – в новых индустриальных странах Дальнего Востока и Латинской Америки – доля промышленности выглядит скромнее, но продукция ведущих отраслей, куда привлечены капитал и передовые технологии, успешно вышла на мировые рынки. Украинская экономика находится в состоянии острой нехватки инновационных ресурсов [1].

Белл Д. предлагал четыре основных компонента концепции постиндустриального общества (рис. 1) [2].

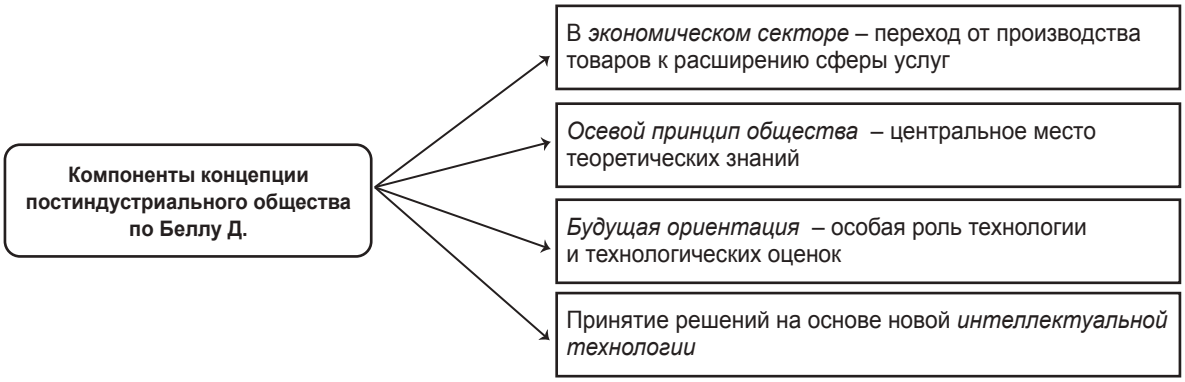

Рис. 1. **Компоненты концепции постиндустриального общества**

Работа американского футуролога Тоффлера Э. «Третья волна» написана в начале 80-х гг. XX в., но его основные идеи не устарели и в начале XXI в. По мнению Тоффлера Э., развитие науки и техники осуществляется рывками, по его терминологии, волнами.

Первую волну он называет «сельскохозяйственной цивилизацией». Вторая волна – это промышленная революция. «Цивилизация третьей волны не сформировалась окончательно. Но как для бедных, так и для богатых она открывает новые возможности, может быть, несущие освобождение», – говорит Тоффлер Э. Он считает, что третья волна исторических изменений представляет собой не прямое продолжение индустриального общества, а радикальную смену направления движения, зачастую полностью отвергающую прошлое. Главным двигателем становится информация, творчество и интеллектуальные технологии [3].

Основными тенденциями в развитии общества сегодня являются возрастание роли человеческого фактора в экономике; формирование новых, более высоких технологий; изменение экономической и социальной структуры общества; возрастание роли организации и управления в общественной жизни [4].

Несущественная роль Украины в мировых экономических процессах и нахождение ее на низких ступенях в мировых рейтингах конкурентоспособности и условий для ведения бизнеса обусловлено неэффективным ис-

пользованием потенциала, отсутствием системного понимания собственной конкурентоспособности и стратегии ее формирования, что создает риски оставаться инвестиционно непривлекательной и неконкурентоспособной страной [5].

Важным фактором структурного совершенствования научно-исследовательского сектора Украины является развитие инновационной инфраструктуры. Для Украины создание механизмов и инфраструктур инновационной модели экономики на национальном и региональном уровнях приобретает актуальное значение. При этом нужно учитывать опыт государств, которые имеют высокую степень инновационной активности, в том числе, опыт стран Европейского Союза по созданию эффективно функционирующей инновационной системы. Становление технологического рынка в США и Японии является признаком устойчивого развития новых технологий.

Необходимо учитывать, что очень часто происходит утечка умов из неразвитых стран, так как работа ученых будет эффективнее там, где она ценится и достойно оплачивается. В Украине существуют научные центры, но они не доросли до уровня технологически развитых стран. Привлечение компаний к инновационным процессам, конкурентоспособность на внутреннем рынке мало способствуют преобразованию инноваций в массовые.

Согласно Глобальному инновационному рейтингу Украина входит в число 50 стран по уровню инновационного развития (33-е место на начало 2015 г.). Самыми сильными сторонами в нашей стране, с точки зрения инновационности, считаются охват населения высшим образованием (10-е место в мире), патентная активность (10-е место), возможности промышленности (34-е место в мире). Мешает нашему государству итоговая низкая эффективность экономики (96-е место) [6].

Таким образом, несмотря на то, что общество в значительной мере развивает интеллектуальный и творческий потенциал, это практически не имеет существенного влияния на экономику. Что же касается внедрения новых технологий, то их нужно внедрять постепенно, чтобы на предприятиях персонал мог привыкнуть и изучить принцип работы оборудования. Не многим доступна такая технология, да и наше население не приспособлено еще к полной замене старого новым, высокотехнологичным.

Научный руководитель – канд. экон. наук, преподаватель Фадеева Ю. В.

Литература: 1. Климко Г. Н. Основи економічної теорії: політекономічний аспект / За ред. Г. Н. Климка, В. П. Нестеренка. – Київ : Вища школа, 1994. – С. 333–348. **2.** Иванов В. Ф. Теории информационного общества: Дэниел Белл [Электронный ресурс] / В. Ф. Иванов. – Режим доступа : http://www.kymu.edu.ua/wsc/toms/09/021-024.pdf. **3.** Тоффлер Э. Третья волна / Э. Тоффлер. – М. : АСТ, 2004. –784 с. **4.** Лукиных Т. Н. Информационные революции и их роль в развитии общества / Т. Н. Лукиных, Г. В. Можаева // Гуманитарная информатика. – 2005. – Вып. 2. – С. 5–14. **5.** Жаліло Я. А. Конкурентоспроможність економіки України в умовах глобалізації / Я. А. Жаліло, Я. Б. Базилюк, Я. В. Белінська [та ін.] ; за ред. Я. А. Жаліла. – Київ : НІСД, 2005. – 388 с.

ОСНОВНОЙ ВОПРОС ФИЛОСОФИИ

УДК 101.1

Плохая А. С.

Студент 2 курса
факультета экономической информаиики ХНЭУ им. С. Кузнеца

Аннотация. *Рассмотрены вопросы философского знания и различения в широком проблемном поле основного вопроса философии. Проанализировано классическое понимание основного вопроса философии.*

Ключевые слова: *философия, проблематика философии, основной вопрос философии.*

Анотація. *Розглянуто питання філософського знання й виокремлення в широкому проблемному полі основного питання філософії. Проаналізовано класичне розуміння основного питання філософії.*

Ключові слова: *філософія, проблематика философії, основне питання философії.*

© Плохая А. С., 2015

Annotation. *Deals with the problems of philosophical knowledge and finding of the fundamental question of philosophy in a wide field of philosophical studies. Analyzed the classic understanding the fundamental question of philosophy.*

Keywords: *philosophy, the problems of philosophy, the fundamental question of philosophy.*

Философия – область знаний, охватывающая широкое поле проблем. Будучи источником формирования систематической науки, она не обходит вниманием и вопросы мировоззренческого характера. Примечательно, что одним из направлений философской мысли является метафилософия, в которой философия становится проблемой для самой себя.

Одной из интересных тем метафилософского и историко-философского знания является статус так называемого основного вопроса философии. Что является фундаментальной проблематикой столь разнообразного и сложно структурированного философского знания? Можно ли выделить какую-то одну главную вечную проблему либо главный вопрос, на который должен быть дан окончательный ответ? Эту тему освещали Можейко М. А., Грицанов А. А. и др. Конечно, трудно назвать мыслителя, который не касался бы ее в своем творчестве, ведь уникальность той или иной философии во многом зависит от постановки главного ее вопроса. Представления о содержании такого вопроса у философов различаются. Каждый мыслитель выделяет те моменты, которые считает основными для себя и для всей философии.

Так, Бэкон Ф. в качестве основного выделял вопрос о расширении могущества человека над природой. Он считал, что путь к такому могуществу лежит через познание явлений окружающего мира и внедрение знания в практику [2]. В то время этот вопрос был актуален, но в наши дни намного значительнее борьба с последствиями вмешательства человека в природные процессы и преобразования природы в своих интересах.

Декарт Р. и Спиноза Б. в качестве основного выделяли вопрос о совершенствовании человеческой природы, что, безусловно, чрезвычайно важно и сегодня.

Мыслитель эпохи Просвещения Гельвеций К. А. основным вопросом считал вопрос о сущности человеческого счастья, а Руссо Ж.-Ж. сводил его к вопросу о социальном неравенстве и путях его преодоления. Немецкие классики Кант И. и Фихте И. видели важнейшую проблему в том, чтобы объяснить возможности познания, его основные положения и пределы. Представитель французского экзистенциализма Камю А. считал основным вопросом проблему самоубийства. Он рассматривал вопрос, стоит ли жизнь того, чтобы быть прожитой.

Но все-таки главным в философии чаще всего называют вопрос «Что первично: дух или материя?». Именно он делит мыслителей на идеалистов и материалистов.

В работе Энгельса Ф. «Людвиг Фейербах и конец классической немецкой философии» автор определяет: «… великий основной вопрос всей, в особенности новейшей философии, есть вопрос об отношении мышления к бытию» [5]. Принято считать, что основной вопрос имеет две стороны: 1) что первично: материя или сознание и 2) познаваем ли мир.

Идеалисты признают первичным идею, дух, сознание, они считают материальное продуктом духовного. Представители объективного идеализма (Платон, Аквинский Т., Гегель и др.) полагают, что, кроме человеческого сознания, существует мир идей, Мировой Разум. Иначе говоря, они признают нечто, определяющее материальную реальность. Субъективные идеалисты (Беркли Д., Юм Д. и др.) считают, что предметы являются комбинациями наших ощущений. Последовательное проведение такого взгляда приводит к солипсизму, то есть к признанию реально существующим лишь познающего «Я» [3].

Материалисты полагают, что материальный мир представляет собой объективно существующую реальность, а сознание производно и вторично по отношению к материи. Таким образом, основой всего сущего признается материя, сознание считается продуктом высокоорганизованной материи – мозга [2].

Лишь немногие философы-дуалисты рассматривают материю и сознание как два равнозначных основания всего сущего, независимых друг от друга. Таких взглядов придерживались Декарт Р., Вольтер Ф., Ньютон И. и др. [3].

Взаимоотношения материя–сознание в конечном итоге составляют исходный фундаментальный принцип всей философии, или ее основной вопрос. От того, как он решается, зависит не только онтологические и гносеологические положения той или иной философии, но и взгляд на природу ценностей, мораль, эстетику. В то же время следует отметить, что в новейшей философии не принято выделять какую-то одну проблему или вопрос в качестве основного. Считают, что правильнее придерживаться мнения том, что сами по себе материя и сознание – два важнейших вопроса философии. Возможно, их противопоставление является ошибочным, и философская мысль должна выйти за пределы этого противостояния, чтобы осознать сущность бытия.

Научный руководитель – доцент Потоцкая Ю. И.

Литература: 1. Бучило Н. Ф. Философия / Н. Ф. Бучило, А. Н. Чумаков. – М. : ПЕР СЭ, 2001. – 447 с. **2.** Основной вопрос философии [Электронный ресурс] // Учебные документы и статьи. – Режим доступа : http://5fan.info/. **3.** Энгельс Ф. Людвиг Фейербах и конец классической немецкой философии [Электронный ресурс] / Ф. Энгельс. – Режим доступа : http://www.esperanto.mv.ru/Marksismo/Feuerbach/lfeuerbach.html.

СТИМУЛЮВАННЯ ЗБУТУ ТОВАРУ В СИСТЕМІ РОЗДРІБНОЇ ТОРГІВЛІ

УДК 338.439

Піддубна А. А.

Студент 4 курсу
факультету менеджменту та маркетингу ХНЕУ ім. С. Кузнеця

Анотація. *Розглянуто стимулювання збуту товару в системі роздрібної торгівлі. Розкрито сутність і значення стимулювання збуту в системі просування товарів і послуг.*

Ключові слова: *стимулювання збуту, роздрібна торгівля, стимулювання споживачів, цінове стимулювання.*

Аннотация. *Рассмотрено стимулирование сбыта товара в системе розничной торговли. Раскрыта сущность и значение стимулирования сбыта в системе продвижения товаров и услуг.*

Ключевые слова: *стимулирование сбыта, розничная торговля, стимулирование потребителей, ценовое стимулирование.*

Annotation. *Discusses the promotion of goods in the retail system. The essence and value of sales promotion in the promotion of products and services. Sales promotion, sales promotion methods for various parts of moving goods in the retail trade.*

Keywords: *sales promotion, retail, promotion of consumer, price incentives.*

Нині активно розвиваються ринкові відносини і, у першу чергу, на ринках роздрібного продажу товарів. Роздрібна торгівля – це діяльність щодо продажу товарів безпосередньо громадянам та іншим кінцевим споживачам для їх особистого некомерційного використання незалежно від форми розрахунків, у тому числі, у ресторанах, кафе, барах, інших суб'єктах господарської діяльності.

Велике значення фірмами приділяється проведенню стимулюючих і рекламних акцій, спрямованих на залучення клієнтів до роздрібної торговельної мережі. Посилення конкуренції на ринку серед роздрібних торговельних підприємств вимагає від керівництва роздрібних підприємств все більших поступок споживачам у процесі реалізації товарів, адже від кількості клієнтів і покупців залежить рівень виручки, прибутку та імідж підприємства на ринку [8].

Стимулювати означає «привести до руху». Таке завдання ставилося перед стимулюванням збуту у всі часи: вдихнути життя у товар, щоб успішно продати його на ринку. До стимулювання збуту належать усі види маркетингової діяльності, спрямовані на стимулювання дій покупця. Порівняно зі стимулюванням збуту реклама та паблісіті призначені для досягнення інших цілей: доведення до споживача інформації про нову марку, а також вплив на ставлення споживача до неї. Проблему стимулювання збуту за сучасних умов найбільш повно висвітлили у своїх роботах такі вчені: Голубкова Є., Абрамова Б., Гавриленко Н., Котлер Ф., Портер М. та ін.

Стимулювання збуту – це заохочення до здійснення покупки в установлений строк за рахунок надання вигод, не пов'язаних із якістю і властивостями товару (знижки, бонуси тощо) [7]. Стимулювання збуту має багатоцільову спрямованість: споживач, продавець, торговий посередник.

© Піддубна А. А., 2015

Перевагами стимулювання збуту є:

а) ефективний засіб зміни поведінки в короткі строки;

б) гнучкість.

Недоліками стимулювання збуту є:

а) часто використовується неправильно;

б) може призвести до конкурентних воєн;

в) легко піддається копіюванню.

Для ефективного стимулювання збуту необхідно насамперед розробити його план, до якого мають належати:

- визначення цілей (випливають із завдань маркетингу і залежать від типу цільового ринку);
- вибір засобів стимулювання (зразки, купони, упаковка із пільговими цінами, премія);
- розробка програми стимулювання збуту (інтенсивність стимулювання, умови участі в стимулюванні, тривалість програми стимулювання, вибір часу для запровадження заходів щодо стимулювання збуту, розрахунок бюджету заходу);
- попереднє випробування програми стимулювання збуту;
- запровадження до життя програми;
- оцінювання результатів програми.

Основним завданням стимулювання заведено вважати пропозицію додаткового стимулу до дії, за рахунок чого відбувається зростання продажів [5]. Для досягнення цілей стимулювання збуту можуть використовуватися різні засоби.

Їх можна об'єднати в три великі групи (табл. 1).

Таблиця 1

Цілі стимулювання збуту в системі роздрібної торгівлі

Стратегічні	Специфічні	Разові
1) збільшення числа споживачів	1) прискорення продажів вигідного товару	1) отримання вигід із щорічних подій
2) збільшення кількості товару, що купується кожним споживачем	2) підвищення оборотності товару	2) використання сприятливих можливостей
3) збільшення обороту до запланованих показників	3) надання регулярності збуту сезонного товару	3) підтримання рекламної кампанії
4) виконання показників плану продажів	4) протидія конкурентам	
5) ініціація знайомства споживачів із товаром		
6) формування лояльності споживача до товару		

У свою чергу, вибір тих чи інших засобів стимулювання залежить від поставлених цілей. Основні засоби стимулювання можна об'єднати відповідно до об'єкта впливу (табл. 2).

Таблиця 2

Основні засоби стимулювання в системі роздрібної торгівлі відповідно до об'єкта впливу

Споживач	Посередник	Збутовий апарат	Торговий персонал
– премії; – додаткові дні; – відпустки; – конкурси; – участь у прибутках; – конференції продавців	– талон на продаж зі знижкою; знижки; – продаж за зниженими цінами; зразки товару; – конкурси; – ігри	– цільова премія; – конкурси; – ігри	– премії; – додаткові дні відпустки; конкурси; – участь у прибутках; – конференції продавців

Розглянемо докладніше кожний із засобів стимулювання залежно від об'єкта впливу.

У системі роздрібної торгівлі споживач має можливість вибору серед запропонованих йому варіантів стимулювання і байдуже, від кого йде стимулювання, від виробника чи торгової мережі. Операції щодо стимулювання

тоді завойовують споживача, коли вони дають негайний чи із деякою відстрочкою виграш чи економію. У практиці маркетингової діяльності використовують як цінове, так і нецінове стимулювання [2].

Цінове стимулювання має найбільш широке практичне застосування. Усі види цінового стимулювання продажів у роздрібній торгівлі, які реально застосовують на практиці, можна розділити на три великі групи: пряме зниження цін, поширення купонів, що дають право на покупку зі знижкою (купонаж), і зниження цін із відстрочкою одержання знижки.

Пряме зниження цін може проводитися виробником (інформація розміщується на кольоровій етикетці, що наклеєна на упаковку) або продавцем (оголошення нової ціни безпосередньо в торговому залі на обмежений час – до 30 хвилин). Недоліком цього виду стимулювання є те, що він не сприяє створенню кола постійної клієнтури, а змушує покупця вибирати марку товару із запропонованим зниженням ціни.

Ефективними є методи цінового стимулювання, що поєднують продаж і залік уживаного товару при покупці нового [1]. Поєднаний продаж застосовують до взаємодоповнюючих товарів, жоден із яких не є обов'язковим компонентом іншого. При цьому ціна комплекту є нижчою від суми цін товарів, що продаються. Що стосується виробника, цей вид продажу дозволяє об'єднати продукцію, що вже зарекомендувала себе, із новою продукцією.

Найбільш поширеною формою цінового стимулювання є поширення купонів. Як виробники, так і торгова мережа вживають цей вид стимулювання:

– у момент виходу нового товару на ринок, коли необхідно спонукати споживача випробувати його;

– у момент повторного випуску товару, збут якого переживає застій і необхідно розширити коло його покупців. Купони можуть використовуватися для залучення тих покупців, які важко переключаються на нові марки.

До основних способів поширення купонів належать: поштова розсилка, розповсюдження через пресу, упаковку й поширення у магазині.

Практика показує, що найбільший приріст обсягу продажів спостерігають протягом першого тижня після поширення купонів. Купонаж як метод просування продажів дає найкращі результати стосовно брендів, тобто відомих на ринку марок [3].

Стимулювання власного торгового персоналу в системі роздрібної торгівлі є необхідною умовою успішного функціонування. Якщо торговий персонал підприємства не зацікавлений у товарі, то торгова мережа не виявить до нього зацікавленості, і товар перестане бути рентабельним. Для того щоб дати збутовикам необхідну мотивацію і змусити їх відчути дух підприємства, виробник застосовує різні прийоми: надає їм фінансових пільг, організовує конкурси тощо. Основними спонукальними мотивами для продавців, що змушують їх доброзичливо поставитися до стимулювання, є смак до гри, прагнення перевершити свої результати, бажання проявити себе, привабливість призів і премій [6].

Розглянемо основні засоби стимулювання співробітників торговельного підприємства в системі роздрібної торгівлі.

1. Премії до зарплати або у разі виконання річних показників. Можуть сягати від одного до трьох місячних окладів.

2. Премії за досягнення особливих показників – каталогізація товару, перевиконання показників у період спаду ділової активності тощо. Служать підставою для виплати премії, розміри якої є пропорційними перевиконанню показників.

3. Присудження балів, певну кількість яких можна обміняти на цінні подарунки, пропоновані за особливим каталогом: за кожний продаж або розміщене додаткове замовлення продавець отримує певну кількість балів, які дозволяють йому вибрати для себе подарунок з каталогу.

4. Туристичні поїздки для збутовиків, що досягли великих успіхів у роботі.

Яким би не був вибраний спосіб стимулювання, фактично він є різновидом конкурсу між продавцями. Організація таких конкурсів ґрунтується на п'яти принципах.

1. Головна мета – збільшення обсягу продажів реалізується за рахунок прояву кожним працівником його кращих якостей.

2. Усі продавці спочатку мають рівні шанси на виграш.

3. До участі в конкурсі залучають і сім'ю продавця.

4. Наявність численних і привабливих для учасників призів.

5. Можливість виграшу перебуває у прямій залежності від успіхів продавця [5].

Більшість компаній щорічно або навіть частіше проводять серед своїх працівників конкурси з продажу. Такі конкурси називаються програмами мотивації. Вони посилюють зацікавленість і виявляють кращих працівників, які можуть отримати безкоштовні путівки, готівкові гроші або інші призи.

Таким чином, нині стимулювання збуту посідає важливе місце в системі просування товарів і послуг в цілому, а також має низку переваг для фірми. Воно допомагає залучати нових покупців і підтримувати прихильність до продукту або магазину.

Науковий керівник – канд. екон. наук, доцент Холодний Г. О.

Література: 1. Орлов П. А. Маркетинг : навч. посіб. / П. А. Орлов, С. І. Косенков, Т. П. Прохорова [та ін.]. – Харків : ВД «ІНЖЕК», 2012. – 528 с. **2.** Прохорова Т. П. Маркетинговая политика коммуникаций : учеб. пособие / Т. П. Прохорова, А. В. Гронь. – Харьков : ИД «ИНЖЭК», 2005. – 224 с. **3.** Синяева И. М. Маркетинг торговли / И. М. Синяева, С. В. Земляк, В. В. Синяев. – М. : Дашков и К°, 2013. – 752 с. **4.** Сулейменова Б. М. Система продвижения товаров и услуг как один из инструментов комплекса маркетинга / Б. М. Сулейменова // Маркетинг в России и за рубежом. – 2008. – № 4. – С. 76–84. **5.** Сафронов А. Как провести мероприятие: взгляд на запад / А. Сафронов // Маркетинговые коммуникации. – 2012. – № 6. – С. 387–395. **6.** Перси Л. Разработка целостной программы маркетинговых коммуникаций / Л. Перси, Р. Эллиот // Реклама: теория и практика. – 2007. – № 5. – С. 304–315. **7.** Олейник К. Создание эффективной промоакции как инструмента стимулирования продаж / К. Олейник // Управление продажами. – 2012. – № 4. – С. 50–57.

ЗАСТОСУВАННЯ СИСТЕМИ ВНУТРІШНЬОГО КОНТРОЛЮ ДЛЯ ІДЕНТИФІКАЦІЇ ТА ОЦІНЮВАННЯ РИЗИКІВ

УДК 657.713

Підкопай М. О.
Скібіна К. К.

Студенти 4 курсу
факультету обліку і аудиту ХНЕУ ім. С. Кузнеця

Анотація. *Визначено необхідність оцінювання аудитором ризику внутрішнього контролю суб'єкта господарської діяльності, а також критерії оцінювання аудитором ефективності функціонування системи внутрішнього контролю. Проаналізовано процедури оцінювання ризиків.*

Ключові слова: *система внутрішнього контролю, ієрархія функцій управління, елементи внутрішнього контролю, процедури оцінювання ризиків.*

Аннотация. *Определены необходимость оценивания аудитором риска внутреннего контроля субъекта хозяйственной деятельности, а также критерии оценивания аудитором эффективности функционирования системы внутреннего контроля. Проанализированы процедуры оценки рисков.*

Ключевые слова: *система внутреннего контроля, иерархия функций управления, элементы внутреннего контроля, процедуры оценивания рисков.*

Annotation. *The need of the internal control system risk assessment by the auditor has been indicated. Criterias of the assessing the internal control system effectiveness have been identified. The procedures for risk assessment of internal control have been listed.*

Keywords: *internal control system, hierarchy management functions, elements of internal control, risk assessment procedures.*

© Підкопай М. О., Скібіна К. К., 2015

Ефективність фінансово-господарської діяльності, забезпечення стійкого розвитку, підвищення конкурентоспроможності та ведення чесного бізнесу із додержанням норм законодавства є першочерговими завданнями будь-якого підприємства, організації, установи. Одним із засобів підтримки його в конкурентоспроможному стані є здійснення внутрішнього аудиту, основним завданням чого є виявлення відхилень у діяльності підприємства та розробка рекомендацій щодо їх усунення. Внутрішній аудит дає можливість визначити ефективність функціонування підприємства, що залежить від рівня його організації.

Дослідженням аспектів внутрішнього контролю займалися вітчизняні та зарубіжні вчені, такі як Бурцев В., Бутинець Ф., Завгородній В., Кужельний М., Куліков. С., Марченко Д., Мельник М., Пантелеєв В., Стефаник І., Тейлор А., Хан Д., Шевчук В., Яровенко Г. та ін.

Незважаючи на досить велику кількість наукових досліджень, нині немає єдності розуміння елементів системи, відсутня єдність й у визначенні методичних підходів проведення внутрішнього контролю та аудиту на підприємстві.

Метою дослідження є розгляд основних підходів до отримання поняття елементів системи внутрішнього контролю та методів перевірки їх функціонування під час аудиту. Об'єктом дослідження є поняття внутрішнього контролю суб'єкта господарської діяльності. Предметом дослідження є засоби отримання розуміння аудитором надійності та ефективності елементів системи внутрішнього контролю.

Головним завданням аудиту є отримання впевненості у тому, що фінансова звітність подана достовірно в усіх суттєвих аспектах та відповідно до концептуальної основи [1]. Існує ризик того, що аудитор висловить недостовірну думку, якщо фінансова звітність є суттєво викривленою. Це є аудиторським ризиком.

Внутрішній контроль є складовою кількісного методу визначення аудиторського ризику. Він є базовою функцією в ієрархії управління та здійснюється на всіх стадіях господарської діяльності підприємства, впливаючи на подальші етапи управління. Основні функції управління подано на рис. 1.

Рис. 1. **Ієрархія функцій управління**

Внутрішній контроль – це система заходів, організованих керівництвом підприємства та здійснюваних на підприємстві задля найбільш ефективного виконання всіма працівниками своїх обов'язків у ході здійснення господарських операцій. Внутрішній контроль визначає законність цих операцій та їх економічну доцільність для підприємства.

Внутрішній контроль вивчає достовірність фінансової звітності, дотримання вимог законодавства, ефективність діяльності та виявляє невикористані резерви. Від ефективності внутрішнього контролю на підприємстві певною мірою залежить рівень аудиторського ризику, що формує актуальність подальшого дослідження елементів системи внутрішнього контролю суб'єкта господарювання.

Основними завданнями внутрішнього контролю є:

– здійснення упорядкованої й ефективної діяльності підприємства;

– забезпечення збереження майна підприємства, виявлення провин і зловживань;

– забезпечення дотримання політики керівництва кожним працівником [4].

Значні обсяги зловживань, виявлених контролерами в результаті перевірок фінансово-господарської діяльності підприємств, свідчать про слабкий рівень внутрішнього контролю. Відтак у ході аудиту необхідно проводити процедури щодо оцінювання ризиків внутрішнього контролю, серед них:

– подання запитів до управлінського персоналу та інших працівників;

– проведення аналітичних процедур;

– спостереження та перевірки [2].

Виходячи з умов створення ефективної системи внутрішнього контролю та положень МСА 315, розглянемо основні компоненти системи контролю на підприємстві та засоби їх вивчення під час аудиту (рис. 2).

До автоматизованих інформаційних систем належить система бухгалтерського обліку і фінансової звітності, що є основним елементом внутрішнього контролю. Засобами вивчення інформаційних систем підприємства є:

– засоби контролю прикладних програм (перевірка арифметичної точності записів, ведення та огляд залишків на рахунках і перевірочних балансів, контроль за системним забезпеченням тощо);

– фізичні заходи контролю (надання аудиторам дозволів на доступ до комп'ютерних програм і файлів даних, періодичний підрахунок та порівняння із сумами, наведеними у контрольних записах) [1].

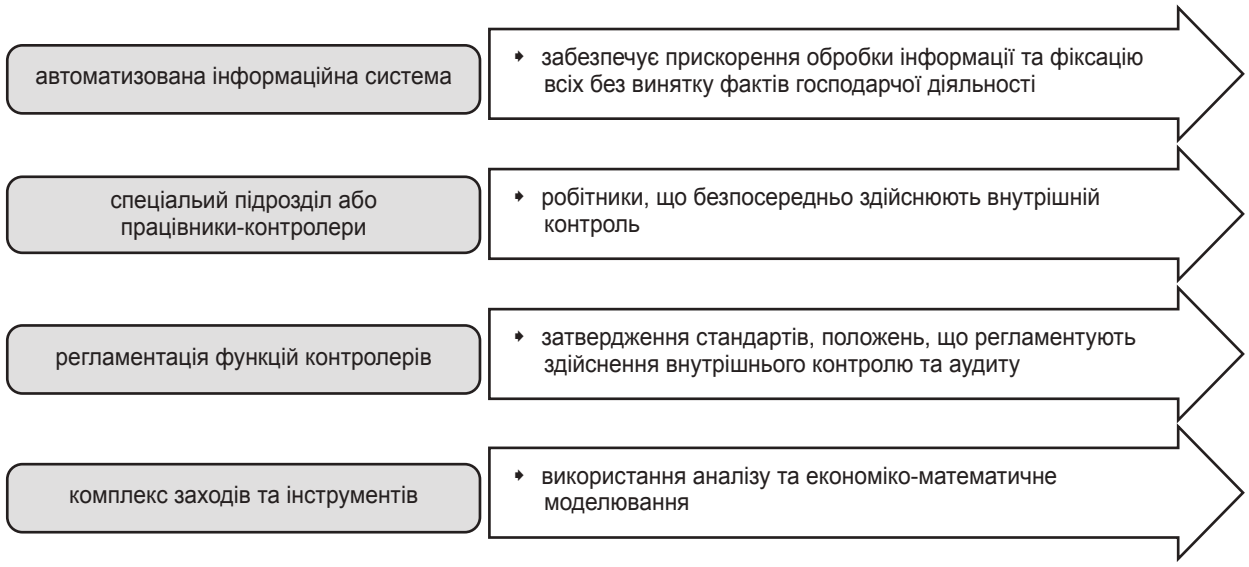

Рис. 2. **Умови створення ефективної системи внутрішнього контролю**

Спеціальний підрозділ, або працівники-контролери являють собою середовище контролю. До середовища контролю належать ставлення, обізнаність, дії управлінського персоналу у галузі внутрішнього контролю суб'єкта господарювання; функції найвищого управління. Заходом контролю середовища є призначення різних людей відповідальними за надання дозволів щодо операцій, реєстрації операцій та забезпечення збереження активів. Аудитор подає запит до конкретного управлінського робітника щодо питань, що перебувають у межах його повноважень. Чітка регламентація функцій працівників-контролерів – необхідна умова ефективного контролю. Регламентують здійснення внутрішнього контролю та аудиту на підприємстві внутрішні документи (стандарти, положення).

Невід'ємною частиною здійснення контролю є процес оцінювання ризиків суб'єкта господарювання – процес, здійснюваний управлінським персоналом підприємства для визначення ризиків бізнесу й необхідних заходів для їх зменшення до прийнятного рівня та отримання очікуваних результатів діяльності. Після визначення ризиків, що можуть впливати на діяльність підприємства, управлінський персонал розглядає їх суттєвість, вірогідність і формує відповідні заходи, спрямовані на управління ними. Такі заходи полягають у розробці планів, програм або заходів, спрямованих на конкретні ризики.

Аудитор, у свою чергу, тестує, наскільки достовірно здійснюється процес оцінювання ризиків управлінським персоналом. До процедур аудиторського контролю належать: використання аналізу та економіко-математичне моделювання, перевірка та підтвердження результатів звірок, ведення й перевірка контрольних рахунків і пробних балансів, перевірка арифметичної точності записів, порівняння результатів інвентаризації із обліковими записами, порівняння та аналіз фінансових результатів із сумами [1].

Моніторинг заходів контролю включає перевірку його функціонування згідно із визначеними завданнями і цілями і внесення належних змін до нього відповідно до змін в обставинах. До моніторингу заходів контролю можуть належати такі види діяльності, як перевірка вчасності узгодження рахунків із банком, оцінювання внутрішніми аудиторами дотримання персоналом із продажу політики суб'єкта господарювання щодо контрактів із продажу і нагляд юридичного відділу за дотриманням норм професійної етики або практики ведення бізнесу суб'єкта господарювання.

Критерієм оцінювання аудитором ефективності функціонування системи внутрішнього контролю є можливість реалізації нею таких функцій:

1) попередження відхилень, що можуть виникнути в процесі фінансово-господарської діяльності та в системі бухгалтерського обліку;

2) виявлення відхилень у фінансово-господарській діяльності та системі бухгалтерського обліку, які не вдалося попередити;

3) усунення відхилень фінансово-господарської діяльності та системі бухгалтерського обліку, що було виявлено [8].

Таким чином, внутрішній контроль є інструментом органів управління і належить до їх відповідальності, а відтак є невід'ємною частиною загальної системи управління.

Під час аудиторської перевірки аудитор зобов'язаний передусім вивчити систему внутрішнього контролю клієнта, оскільки характер та якість комплексної аудиторської перевірки багато в чому залежить від того, настільки достовірно аудитор дасть оцінку функціонування й ефективності внутрішнього контролю суб'єкта господарювання.

Науковий керівник – канд. екон. наук, викладач Дейнеко Є. В.

Література: 1. Міжнародні стандарти контролю якості, аудиту, огляд іншого надання впевненості та супутніх послуг / Пер. з англ. – Київ : Фенікс, 2013. – 1152 с. **2.** Дорош Н. І. Внутрішній контроль та аудит в управлінні ризиками на підприємстві / Н. І. Дорош // Вісник Львівської комерційної академії. Серія «Економіка». – Вип. 44. – 2014. – С. 148–152. **3.** Ковтун Т. В. Система внутрішнього контролю як невід'ємний елемент операційної системи підприємства / Т. В. Ковтун // Вісник Хмельницького національного університету. – 2009. – № 6. **4.** Марченко Д. М. Удосконалення організації внутрішнього фінансового контролю підприємств / Д. М. Марченко, Г. М. Яровенко // Актуальні питання економіки. – 2005. – № 12. – С. 163–171. **5.** Пантелєєв В. П. Внутрішній аудит : навч. посіб. / В. П. Пантелєєв, М. Д. Корінько ; за ред. проф. В. О. Шевчука. – Київ : Державна академія статистики, обліку та аудиту Державного комітету статистики України. – 2006. – 247 с. **6.** Сопко В. Організація бухгалтерського обліку, економічного контролю та аналізу : підручник / В. Сопко, В. Завгородній. – Київ : КНЕУ, 2004. – 260 с. **7.** Шерстюк О. О. Оцінювання системи внутрішнього контролю / О. О. Шерстюк, О. А. Бакурова // Економічні науки. Облік і фінанси. – 2013. – Вип. 10 (4). – С. 413–420.

THE DEVELOPMENT OF A CULTURE BASED ON BUSINESS PROCESS MANAGEMENT

UDC 005-04

Podryadchikov Y.

The 5th year Student
Management and marketing department S. Kuznets KNUE

Annotation. *Definition and key features of business process management as the tool of stimulating innovation and creativity for process improvement and optimization are considered. The important place is allocated for development of a culture based on BPM and a set of rules which can assist in.*

Keywords: *business process, business process management, business process management culture.*

Анотація. *Розглянуто поняття та ключові риси управління бізнес-процесами як засобу стимулювання інноваційності та креативності для вдосконалення та оптимізації процесу. Проаналізовано особливості культури управління бізнес-процесами та питання її розвитку.*

Ключові слова: *бізнес-процес, управління бізнес-процесами, культура управління бізнес-процесами.*

© Podryadchikov Y., 2015

Аннотация. *Рассмотрены понятие и ключевые характеристики управления бизнес-процессами как средства стимулирования инновационности и креативности с целью оптимизации процесса. Проанализированы особенности культуры управления бизнес-процессами и вопросы ее развития.*

Ключевые слова: *бизнес-процесс, управление бизнес-процессами, культура управления бизнес-процессами.*

The literature on business process reengineering, benchmarking, continuous improvement and many other approaches of modern management is very abundant.

One thing which is noticeable, however, is the growing usage of the word «process» in everyday business language. This suggests that most organizations adopt a process, based approach to managing their operations and that business process management (BPM) is a well-established concept.

The problem of studying the business process management, theoretical and methodological foundations of it are studied in works of many scientists, such as Sheer A., Harrington H., McAdam R., Thiault D. and many other.

A process is an approach for converting inputs into outputs. It is the way in which all the resources of an organization are used in a reliable, repeatable and consistent way to achieve its goals.

Essentially, there are four key features to any process [2]. A process has to have:

- predictable and definable inputs;
- a linear, logical sequence or flow;
- a set of clearly definable tasks or activities;
- a predictable and desired outcome or result.

BPM is a structured approach to analyze and continually improve fundamental activities such as manufacturing, marketing, communications and other major elements of a company's operation.

Essentially, BPM is concerned with the main aspects of business operations where there is high leverage and a big proportion of added value. BPM has to be governed by the following rules:

- Major activities have to be properly mapped and documented;
- BPM creates a focus on customers through horizontal linkages between key activities;
- BPM relies on systems and documented procedures to ensure discipline, consistency and repeatability of quality performance;
- BPM relies on measurement activity to assess the performance of each individual process, set targets and deliver output levels which can meet corporate objectives;
- BPM has to be based on a continuous approach of optimization through problem solving and reaping out extra benefits;
- BPM has to be inspired by best practice to ensure that superior competitiveness is achieved;
- BPM is an approach for culture change and does not result simply through having good systems and the right structure in place.

The achievement of a BPM culture depends very much on the establishment of total alignment to corporate goals and having every employee's efforts focused on adding value to the end customer [1].

The development of a culture based on BPM can be greatly assisted by using total quality principles, a systematic methodology, a problem-solving which can help with developing local solutions within functions or across functions, the use of performance measures for monitoring inputs, outputs and the control of each process, and a culture of continuous improvement based on learning from within and outside the organization.

The following is proposed as a set of rules which can assist in the development of a BPM culture.

BPM is the way in which key activities are managed and continuously improved to ensure consistent ability to deliver high quality standards of products and services.

Business processes are the critical and all encompassing activities of design, manufacture, marketing, innovation, sales and others which deliver quality to the end customers. Process management also refers to the way companies constantly strive for excellence and how they stimulate innovation and creativity for process improvement and optimization. BPM also includes activities which refer to supplier quality management issues.

The management of processes is conducted through performance measurement for setting targets for improvement and also for measuring product/service capability, process capability, supplier capability and efficiency / effectiveness aspects in terms of cycle time, quality standards, costs, etc.

BPM through continuous measurement and improvement will determine effectiveness of process design for streamlining and simplification. It ensures the introduction of best practice through benchmarking information and is based on valuable inputs from customers.

Process management challenges practices (i. e. the dynamic aspects of each process and its behavior) as much as the performance of each process (its output / metrics). Further process management seeks to continuously strengthen all activities through the introduction of best practice, to ensure that internal standards of performance are competitively acceptable.

BPM relies on a systematic methodology supported by a problem solving methodology to strengthen newlydesigned processes, to reinforce the linkages between various functions and to ensure that optimum performance can be achieved.

BPM is a way of looking at and then controlling the processes that are present in an organization. It is an effective methodology to use in times of crisis to make certain that the processes are efficient and effective, as this will result in a better and more cost efficient organization. BPM should not be a onetime exercise. It should involve a continuous evaluation of the processes and include taking actions to improve the total flow of processes.

Supervisor – Candidate of Sciences (Economics), Associate Professor Kotlyk A. V.

Literature: 1. McAdam R. An integrated business improvement methodology to refocus business improvement efforts / R. McAdam // Journal of Business Process Re-engineering and Management. – Vol. 2. – № 1. – P. 63–71. **2.** Zairi M. Creating a change culture – not about structures, but winning hearts and minds / M. Zairi. – 1996. **3.** Репин В. Бизнес-процессы. Моделирование, внедрение, управление / В. Репин. – М. : Манн, Иванов и Фербер, 2012. – 512 с.

АНАЛІЗ ФІНАНСОВИХ РЕЗУЛЬТАТІВ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

УДК 331.5 (477)

Попов В. Є.

Студент 4 курсу
фінансового факультету ХНЕУ ім. С. Кузнеця

Анотація. *Розглянуто сутність, зміст і задачі аналізу фінансових результатів діяльності підприємства, проаналізовано уявлення вчених-економістів щодо поняття «фінансовий результат». Визначено основні задачі аналізу фінансових результатів діяльності підприємства.*

Ключові слова: *задачі фінансового аналізу, прибуток підприємства, управління формуванням прибутку, фінансова діяльність, фінансові результати.*

Аннотация. *Рассмотрены сущность, содержание и задачи анализа финансовых результатов деятельности предприятия, проанализированы представления ученых-экономистов о понятии «финансовый результат». Определены основные задачи анализа финансовых результатов деятельности предприятия.*

Ключевые слова: *задачи финансового анализа, прибыль предприятия, управление формированием прибыли, финансовая деятельность, финансовые результаты.*

Annotation. *Considers the nature, content and objectives of the analysis of financial results of the enterprise, analyze representations of economists about the concept of «financial result». The main tasks of the analysis of financial results of the enterprise activity.*

Keywords: *financial analysis tasks, profit, profit management formation, finance, financial results.*

За сучасних умов економічного розвитку України все більшого значення набуває реалізація принципів самоокупності та самофінансування. Основним фактором їхньої реалізації є формування достатнього розміру фінансових результатів, що одночасно завершують цикл діяльності підприємства та є необхідною умовою наступного

© Попов В. Є., 2015

циклу. Головна роль фінансових результатів полягає у забезпеченні зміцнення бюджету підприємства, сприянні зростанню інвестиційної привабливості, ділової активності у виробничій та фінансових сферах [3]. Кожне підприємство, що здійснює фінансово-господарську діяльність, має самостійно фінансувати всі напрями своїх витрат відповідно до виробничих планів.

Вагомий внесок у розробку теоретичних та методичних засад аналізу фінансових результатів діяльності підприємства зробили вітчизняні та зарубіжні вчені. Деякі аспекти аналізу фінансових результатів відображено в роботах таких провідних вітчизняних вчених: Ковка В. В., Савицької Г. В., Сивчик Л. Г., Кондусової Л. Ф., Лахтіонової Л. А., Бутинця Ф. Ф. та ін. Серед зарубіжних слід виділити насамперед Фрейзера Ф., Террі Д., Сабалета К., Шиманек В., Матіч М.

Метою написання статті є розгляд сутності та задач аналізу фінансових результатів як структурної складової фінансового аналізу та вивчення їх основних складових.

Сутність аналізу фінансових результатів зводиться до процесу вивчення, порівняння, виявлення, фіксації проблем змісту й відтворення в обліку господарських операцій та запровадження заходів для їх вирішення, усунення порушень, запобігання. Метою складання звіту про фінансові результати є надання користувачам правдивої та неупередженої інформації про доходи, витрати, прибутки й збитки за звітний період [1]. Цей звіт вважають одним із найбільш інформативних документів, оскільки він містить інформацію про динаміку прибутку підприємства.

Усі суб'єкти господарювання є зацікавленими в отриманні високого фінансового результату. Стабільна, ефективна прибуткова діяльність підприємства може бути забезпечена застосуванням наукових методів планування й аналізу прибутку та визначенням ефективних напрямів його використання. Головною категорією, що зміцнює фінансовий стан підприємства, є прибуток, який водночас є першочерговим джерелом формування бюджетних ресурсів [2].

Фінансовий результат – це основний показник результату фінансово-господарської діяльності будь-якого підприємства [4]. Вважають, що фінансовий результат – це кінцевий вираз у грошовій формі результату господарської діяльності підприємства як порівняння суми витрат із отриманими. У навчальному посібнику авторами Білик М. Д., Павловською О. В., Притуляк Н. М. підкреслено, що аналіз фінансових результатів базується на вивченні формування прибутку підприємства, факторному аналізі прибутку, розрахунку відносних показників рентабельності та вивчення їх у динаміці. При цьому визначаються джерела коштів, напрями та форми фінансування, оптимізується структура капіталу, проводяться розрахунки із постачальниками матеріально-технічних ресурсів, покупцями продукції, державними органами, персоналом підприємства тощо. Усі ці грошові відносини складають зміст фінансової діяльності підприємства.

Головний зміст фінансової діяльності підприємства полягає у належному забезпеченні фінансування [2]. Фінансові результати діяльності підприємства характеризуються приростом чистих активів, основним джерелом яких є прибуток від операційної, інвестиційної та фінансової діяльності [1].

Функціонування будь-якого підприємства визначається його спроможністю створювати необхідну суму доходу або прибутку [4].

Автори Савчук В. К. та Чумаченко М. Г. стверджують, що прибуток є основним джерелом фінансування витрат на виробничий і соціальний розвиток підприємства, найважливішим джерелом формування державного бюджету [3].

Як стверджує Бреславцева Н. А., прибуток – це частина чистого доходу, який отримують суб'єкти господарювання після реалізації продукції [1]. Кількісно прибуток визначають як різницю між виручкою від продажу продукції, виконання робіт і надання послуг і повною собівартістю реалізованої продукції.

Збільшення обсягів реалізації сприяє зростанню прибутку та поліпшенню фінансового стану підприємства. Збільшення обсягів реалізації збиткової продукції негативно впливає на прибуток і фінансовий стан підприємства. Тому фінансові результати господарської діяльності підприємства слід вивчати у взаємозв'язку із використанням і реалізацією продукції.

Слід зазначити, що діяльність підприємства може бути не тільки прибутковою, а й збитковою, формуватися під впливом факторів внутрішнього та зовнішнього економічного середовища. Тому в обліку й аналізі дають загальну оцінку фінансових результатів, що характеризуються системою абсолютних і відносних показників.

Мета аналізу фінансових результатів – визначити повноту та якість їх отримання, оцінити динаміку абсолютних і відносних показників, з'ясувати спрямованість, ступінь впливу факторів на зміну прибутку і рентабельності, визначити можливі резерви його зростання [4].

Узагальнюючи в собі фінансові результати різних видів діяльності, прибуток формує одне з джерел сплати податків та поповнює джерела формування фінансових ресурсів підприємства [5]. Управління прибутком підприємства розподіляється на дві важливі підсистеми – управління формуванням прибутку та управлінням розподілом прибутку.

Економічний механізм управління фінансовими результатами господарської діяльності промислового підприємства – це динамічна комплексна організаційно-управлінська підсистема, що передбачає реалізацію спеціальних процедур, спрямованих на забезпечення сталого зростання прибутковості, оптимальної мобілізації та реалізації потенціалу економічного розвитку підприємства у довгостроковій перспективі його господарської діяльності, що сприяє зростанню ринкової вартості суб'єкта господарювання та відповідає основній меті, цілям і завданням загальної системи управління промисловим підприємством [3].

Правильне формулювання задач є головним фактором чіткого дослідження аналізу фінансових результатів. Основними задачами аналізу фінансових результатів діяльності підприємства є:

- визначення впливу зовнішніх і внутрішніх факторів на фінансові результати діяльності підприємства;
- розрахунок й оцінювання показників рентабельності;
- вироблення рекомендацій, спрямованих на мобілізацію виявлених резервів зростання прибутку та рентабельності;
- здійснення системного контролю за процесом формування прибутку та його динамікою.

Виконання завдань аналізу фінансових результатів діяльності підприємства допомагає прозоро й чітко оцінити рівень фінансових результатів підприємства, адже саме від них залежить якість аналізу дослідження.

Джерелами аналітичної інформації є плани економічного та соціального розвитку, фінансовий план, бізнес-план, дані бухгалтерського обліку за розрахунками результатів діяльності, показники фінансової звітності форма № 1 «Баланс», форма № 2 «Звіт про фінансові результати».

Фінансові результати як комплексна система взаємозалежних показників, що формуються поетапно, у вигляді різниці між доходами та витратами, визначаються практично всім різноманіттям факторів, що впливають на всі аспекти діяльності суб'єкта господарювання. З'ясування значущості та пріоритетності певного фактора, можливості його використання, роблять більш обґрунтованими управлінські рішення. Впливаючи на ті з них, що є найбільш пов'язаними із параметрами, якими керують, можна формувати фінансові результати відповідно до цілей організації.

Основними показниками для визначення оцінки фінансових результатів за результатами дослідження є чиста поточна вартість, внутрішня норма доходності, модифікована внутрішня норма доходності, індекс рентабельності [4]. Важливе значення в процесі аналізу має врахування окремих методичних вимог. Ситуація надмірної розбіжності в методах оцінювання фінансових результатів є наслідком специфічної особливості поняття «фінансові результати», що відображає багатоаспектну діяльність підприємства.

Формування фінансових результатів може змінюватися залежно від цілей розвитку підприємства. Якщо підприємство загалом спрямоване на високі темпи розвитку, збільшення обсягу продажів, завоювання частки ринку, максимізацію прибутку, то завданням формування фінансових результатів є високі темпи їх зростання [5]. Якщо підприємство стабілізує свою діяльність, задовольняючись мінімальним рівнем рентабельності, то управління фінансовими результатами має бути сконцентроване на отримання такої суми, що забезпечує поточну платоспроможність. А якщо в основу діяльності підприємства покладено інтереси власників, то цільовою настановою формування кінцевих фінансових результатів є такі показники, як рентабельність інвестиційного або власного капіталу.

Таким чином, фінансовий результат – це прояв ефективності роботи суб'єкта підприємницької діяльності. За сучасних умов господарювання сутність аналізу фінансових результатів полягає у вивченні, порівнянні, виявленні, фіксації проблем змісту й відображенні їх в обліку господарських операцій та запровадження заходів для їх вирішення, усунення порушень, запобігання надалі.

Відтак аналіз фінансових результатів діяльності підприємства необхідно розглядати як систему, складовими якої є контролюючі суб'єкти, підконтрольні об'єкти та контрольні дії. Саме від взаємодії цих складових й залежить раціональний економічний аналіз фінансових результатів діяльності підприємства.

Науковий керівник – канд. екон. наук, доцент Олійник Т. В.

Література: 1. Бреславцева Н. А. Фінансові результати як невід'ємна складова економічної системи України / Н. А. Бреславцева // Збірник наукових праць УАБС НБУ: Фінансово-кредитна діяльність. – 2013. – № 2 (15). – С. 12–23. **2.** Лахтіонова Л. А. Фінансовий аналіз суб'єктів господарювання : монографія / Л. А. Лахтіонова. – Київ : КНЕУ, 2001. – 387 с. **3.** Савчук В. К. Оптимізація ризику фінансових результатів / В. К. Савчук // Наука й економіка. – 2010. – № 2. – С. 35–41. **4.** Сопко В. В. Бухгалтерський облік у підприємництві / В. В. Сопко. – Київ : Техніка, 1995. – 266 с. **5.** Чумаченко М. Г. Економічний аналіз : навч. посіб. / М. А. Болюх, В. З. Бурчевський, М. І. Горбаток [та ін.] ; за ред. М. Г. Чумаченка. – Київ : КНЕУ, 2001. – С. 70–72. **6.** Покропивний С. Ф. Економіка підприємства / С. Ф. Покропивний. – Київ : КНЕУ, 2004. – 528 с.

ЗБУТОВА ПОЛІТИКА ТА ЇЇ ВПЛИВ НА ДІЯЛЬНІСТЬ ПІДПРИЄМСТВА

УДК 658.8.011.1

Попович К. В.

Студент 4 курсу
факультету менеджменту та маркетингу ХНЕУ ім. С. Кузнеця

Анотація. *Розглянуто основні аспекти збутової політики, етапи та принципи її функціонування, а також вплив на діяльність підприємства. Обґрунтовано важливість ефективної збутової політики для успішного функціонування підприємства.*

Ключові слова: *збут, політика, збутова політика, управління збутом, система збуту.*

Аннотация. *Рассмотрены основные аспекты сбытовой политики, этапы и принципы ее функционирования, а также влияние на деятельность предприятия. Обосновано значение эффективной сбытовой политики для успешного функционирования предприятия.*

Ключевые слова: *сбыт, политика, сбытовая политика, управление сбытом, система сбыта.*

Annotation. *Discusses the main aspects of marketing policy, its rôle and influence of the enterprise. The concept of marketing policy, its stages and principles of opération. Proved the importance of effective marketing policy for the successful opération of the business.*

Keywords: *marketing, policy, sales policy, sales management, marketing system.*

Робота підприємств за сучасних економічних умов базується на нових принципах, що найбільш очевидно проявляється у сфері збуту готової продукції. За умов реформування економіки, коли спостерігається зниження платоспроможності, порушення усталених господарських зв'язків між підприємствами, невідповідність виробничого асортименту структурі споживчого попиту, у виробників виникає жорстка необхідність із високим ступенем ефективності самостійно вирішувати проблеми збутової діяльності. Саме тому збутова політика, що традиційно вважалася другорядною, вийшла на перший план і для більшості підприємств набула актуальності.

Питаннями сутності, практичного змісту і принципів управління збутовою політикою на підприємстві займалися такі вчені: Артеменко Т. В., Гончарова П. П., Залманова М. Е., Зирянова А. В., Колеснікова В. М., Колодіна В. С., Лаврова Г. А., Новікова Д. Т., Проценко О. Д., Щербакова В. В. та ін.

Метою написання статті є вивчення збутової політики та її ролі у діяльності підприємства.

За умов жорстокої конкуренції головним завданням системи управління збутом є завоювання та утримання переважної частки ринку й збереження переваг над конкурентами у вибраному сегменті. Збут є завершальною стадією діяльності виробника, проте за ринкових умов планування збуту полягає у вивченні ринку та можливостей виробництва перспективної продукції, складанні планів продажу, на основі яких формуються плани постачання та виробництва. Збутова політика за недостатньої уваги до себе може звести нанівець або істотно зменшити ефект від попередніх зусиль зі створення і виробництва товару, і навпаки, сильна вивірена концепція і чітка організація збуту спроможні збільшити обсяг продажів навіть неконкурентоспроможних товарів і принести дохід. Для розкриття сутності збутової політики розглянемо, що означають збут, політика та збутова політика як результат діяльності (рис. 1.).

До поняття збуту належать такі елементи: транспортування, складування, зберігання, доробка, просування до роздрібних і оптових торговельних ланок, передпродажна підготовка, власне продаж.

Система збуту – комплекс, що складається зі збутової мережі підприємства і тих каналів збуту, які нею користуються для продажу товарів [1, с. 98]. Організація системи збуту товарів потребує комплексного, раціонального підходу й вирішення цілої низки проблем, що пов'язаними зрештою із визначенням ефективності тієї чи іншої системи організації збутової діяльності. Для збуту основною формою продажу є особиста. Таким чином, зростає важливість і необхідність установлення широких особистих контактів із потенційними покупцями і бізнес-партнерами. У загальному випадку у процесі організації збуту можна використовувати два основні способи: реалізація продукції безпосередньо кінцевому споживачеві через власну збутову мережу і реалізація продукції через посередників [2, с. 236].

Вибір торговельного посередника здійснюють із урахуванням таких критеріїв: фінансовий аспект; організація та основні показники збуту; продукція, збут якої здійснює посередник; загальна кількість проданих товарів; охоплення ринку; запаси та складські приміщення; управління; репутація посередника.

© Попович К. В., 2015

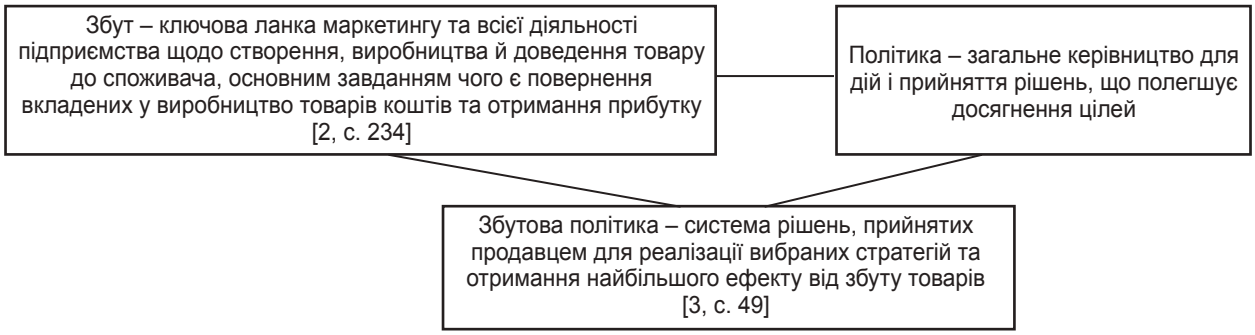

Рис. 1. **Визначення поняття збутової політики**

Посередниками можуть бути оптові фірми, дистриб'ютори, дилери, торговельні та збутові агенти, брокери та ін.

Власна збутова мережа компанії є відділом збуту компанії й групою залежних посередників. У такому разі посередник не є власником товару, він продає його зі складу компанії або зі свого складу, де товар перебуває на умовах консигнації, і має певний відсоток з кожної угоди. Організація власної збутової мережі вимагає великих витрат, тому не є рекомендованою для підприємств, що обслуговують вузькі сегменти ринку, і окремих непостійних замовників.

Збутові організації різняться також за стадіями життєвого циклу товару [4, с. 354]. На фазах запровадження і зростання рекомендується спеціалізація агентів щодо збуту на окремих групах товарів. Це пояснюється завданням доведення до споживача інформації про переваги продукції та навчання його способам її використання. Зрілість і спад – організація збуту за групами споживачів залежно від способу використання ними продукту. У такому разі на перший план висуваються завдання всебічного задоволення вимог покупця, з'ясування його запитів щодо вдосконалення якості та моделей виробу, забезпечення його спеціалізованими послугами відповідно до конкретних засобів застосування продукції споживачем.

Основні елементи збутової політики подано на рис. 2.

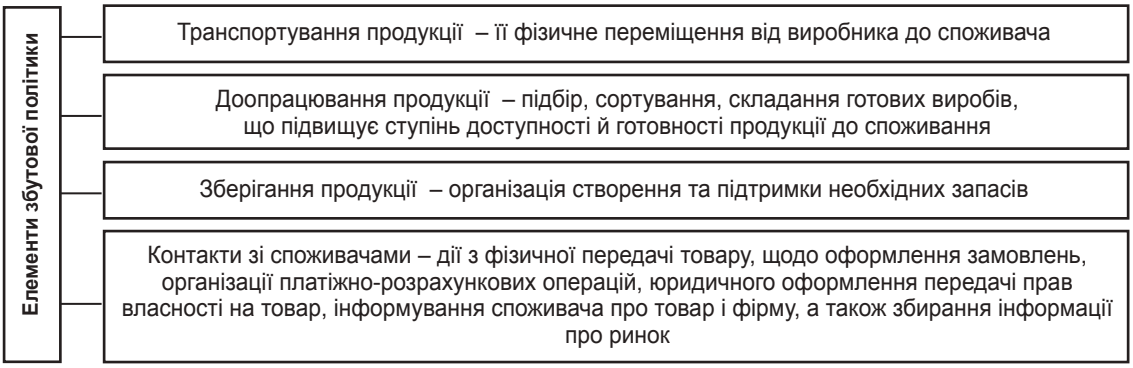

Рис. 2. **Елементи збутової політики**

Існують три типи збуту товару за принципом вибору клієнтів [5, с. 87]:

– ексклюзивний (винятковий) тип збуту характерний для поставки великих і малосерійних, а також унікальних виробів, зазвичай виготовлюваних на замовлення. Постачальник, як правило, здійснює монтаж виробу, його налагодження та післяпродажне обслуговування, у тому числі ремонт і постачання запасних частин. Усі ці операції відтворено у продажній ціні. Ця форма збуту є характерною і для лізингу, тобто довгострокової оренди. Недоліками є вузьке охоплення ринку та істотні витрати на збут;

– селективний збут передбачає досить вузьке коло клієнтів, найчастіше постійних. Він охоплює технічно складні вироби, у тому числі товари споживчого призначення, що потребують післяпродажного обслуговування. Крім того, продаж, зберігання й обслуговування цих товарів передбачають наявність певних технічних знань і навичок у продавця, оскільки їх мають не всі потенційні клієнти, що обумовлює необхідність вибору (селекції);

– інтенсивний збут – наявність великої кількості посередників для максимального наближення товару до покупця. Цю форму застосовують для реалізації товарів повсякденного попиту. Плюси цієї форми полягають у широкому охопленні ринку і низьких витратах на збут. Мінусом є слабкий контроль посередників.

Збутова політика, сформована на основі цілей і завдань збуту, має відповідати бізнес-концепції організації (якою є організація, чим вона сильніша за конкурентів, яким є бажане нею місце на ринку тощо), а також прийнятому курсу дій (орієнтирам). Збутова політика залежить від внутрішніх і зовнішніх умов функціонування підприємства (організації). Ринок надає конкретному виробникові різні можливості для збуту і одночасно накладає на його діяльність певні обмеження. Виробник, зацікавлений у ефективності збуту своєї продукції, має знати реальний стан справ на ринку і на цій основі приймати обґрунтовані рішення щодо реалізації товарів. Збутова політика будується на основі впорядкованого аналізу потреб і запитів, сприймань і переваг, властивих споживачам продукції. Потреби і запити покупців постійно змінюються. Через це ефективна збутова політика має бути спрямованою на постійне оновлення асортименту і підвищення різноманітності пропонованих покупцям послуг (гарантійне обслуговування, консультації щодо експлуатації, навчання користувачів тощо [6, с. 198].

Невміння управляти збутом за сучасних умов господарювання породжує ланцюжок: переповнені склади, неплатежі, відсутність оборотних коштів на закупівлю сировини, зупинка виробництва. Детально прорблена і документально закріплена збутова політика є ефективним інструментом поточного і подальшого контролю за збутовою діяльністю організації та її становищем на ринку. Обґрунтоване формування й ефективний контроль збутової діяльності організації, оптимізація процедур планування продажів, контролю виконання планів збуту, системи комерційного кредитування та процедур контролю замовників дозволяють значно удосконалити збутову діяльність організації за умов посилення конкуренції.

За рахунок проведення комплексної оптимізації системи збуту продукції підприємство матиме можливість успішно розвиватися за динамічно змінюваних ринкових умов, посісти гідне місце на ринку серед конкуруючих підприємств.

Науковий керівник – канд. екон. наук, доцент Рубан В. В.

Література: 1. Болт Г. Д. Практическое руководство по управлению сбытом / Г. Д. Болт. – М. : МТ-Пресс, 2001. – 268 с. **2.** Ламбен Ж.-Ж. Стратегический маркетинг / Ж.-Ж. Ламбен. – СПб. : Наука, 1996. – 589 с. **3.** Голубин Е. В. Формирование и оптимизация каналов сбыта / Е. В. Голубин. – М. : Вершина, 2006. – 136 с. **4.** Котлер. Ф. Основы маркетинга ; пер. с англ. / Ф. Котлер. – М. : Вильямс, 2007. – 656 с. **5.** Стюарт Г. Эффективное управление сбытом. Как сделать ваш отдел сбыта лучшим : пер. с англ. / Г. Стюарт. – СПб. : Вильямс, 2013. **6.** Холодний Г. О. Маркетингова товарна політика : навч. посіб. / Г. О. Холодний. – Харків : ХНЕУ, 2006. – 324 с.

СТРАТЕГІЯ УПРАВЛІННЯ ФІНАНСОВИМИ РИЗИКАМИ

УДК 658.14/.17:330.131.7

Попсуй О. Ю.

Магістрант 1 року навчання
фінансового факультету ХНЕУ ім. С. Кузнеця

Анотація. *Розглянуто сутність фінансових ризиків. Запропоновано два сценарії управління фінансовими інвестиціями підприємства (вкладення коштів у цінні папери або в депозитні операції) для мінімізації фінансових ризиків ПАТ «Машинобудівний завод «Червоний Жовтень».*

Ключові слова: *фінансовий ризик, стратегія управління ризиками, фінансові стратегії, фінансові інвестиції.*

Аннотация. *Рассмотрена сущность финансовых рисков. Предложены два сценария управления финансовыми инвестициями предприятия (вложение средств в ценные бумаги или в депозитные операции) для минимизации финансовых рисков ОАО «Машиностроительный завод «Красный Октябрь».*

© Попсуй О. Ю., 2015

Ключевые слова: *финансовый риск, стратегия управления рисками, финансовые стратегии, финансовые инвестиции.*

Annotation. *The essence of financial risks and proposes two scenarios of financial investment company (investment in securities or deposit transactions), to minimize financial risks JSC «Machine-building factory «Red October».*

Keywords: *financial risk, risk management strategy, financial strategy, financial investments.*

Фінансово-економічну діяльність підприємства спіткають постійні ризики, що є пов'язаними із втратою очікуваного доходу, збитками через різноманітні фактори, інфляційними впливами, зростанням облікових ставок банку, зниженням вартості цінних паперів тощо. Щоб цьому зарадити, необхідно побудувати ефективну стратегію управління фінансовими ризиками, виявити їх економічну та фінансову сутності, ідентифікувати, розраховувати вірогідність їх настання, установити форми їх впливу на фінансові результати діяльності підприємства й вибрати механізми їх нейтралізації. Питання стратегічного управління фінансовими ризиками підприємства є нині надзвичайно актуальними.

Цим питання займалося багато економістів, як вітчизняних, так і зарубіжних. Вони окремо виділили саме поняття «фінансовий ризик» та запропонували методи та стратегії щодо його управління. Серед них слід згадати Бороноса В., Бланка І., Бригхема Ю., Джозефа І., Іванова А. та ін.

Метою написання статті є узагальнення теоретичних основ управління фінансовими ризиками підприємства та їх мінімізації, розробка ефективної стратегії управління.

Фінансові ризики проаналізуємо на прикладі ПАТ «Машинобудівний завод «Червоний Жовтень». Це підприємство із високою фінансовою стійкістю, позитивною рентабельністю, абсолютною ліквідністю. Воно не залежить від зовнішніх інвесторів, не користується ні короткостроковими, ні довгостроковими кредитами банків, тобто це стабільне безризикове підприємство. Хоч, з іншого боку, стабільність – це і є найбільший ризик. Без нових технологій та радикальних методів конкурентоспроможність підприємства може послабитися, отримані високі позиції в машинобудівній галузі поповзти донизу. Через це з'являється ризик втрати ефективності діяльності підприємства. Для того щоб підприємство не застоювалося, необхідно здійснювати фінансові інвестиції (придбання корпоративних прав, цінних паперів, деривативів та інших фінансових інструментів). Інвестування вільних коштів у фінансові інструменти передбачає різні цілі, головними з яких є одержання в майбутньому доходу, перетворення вільних заощаджень на високоліквідні цінні папери, контроль над підприємством-емітентом.

Розглянемо саме поняття фінансового ризику. Це ризик, що виникає при здійсненні фінансового підприємництва чи фінансових угод, виходячи із того, що у фінансовому підприємництві товаром є або валюта, або цінні папери, або кошти [1].

Стратегія управління ризиком – це мистецтво управління діяльністю підприємства у невизначеній господарській ситуації, засноване на прогнозуванні ризику і прийомах його зниження [2].

Існують дві стратегії управління фінансовими ризиками підприємства: вкладення коштів у цінні папери та у депозитні операції.

У точці «стабільність» у підприємства з'являються ризики втрати своїх позицій через конкуренцію із більш активними інноваційними підприємствами-конкурентами. Відтак йому необхідно вибрати сценарій розвитку своїх можливостей. Підприємство може вкласти свої кошти або у цінні папери, або у депозитні операції.

Перший варіант є привабливим через:

- безстроковість залучення цих коштів;
- необмеженість сум залучення коштів, але існує потреба у чіткій обґрунтованості цих сум;
- необов'язковість виплати дивідендів (винятком є привілейовані акції, але їх питома вага в обігу є зовсім незначною);
- відсутність забезпечення під емісію акцій;
- відсутність зобов'язань емітента щодо погашення вартості акцій;
- збільшення вартості капіталізації такого акціонерного товариства [4].

Другий варіант є привабливим через те, що існує:

- гарантія збереження коштів;
- можливість отримання додаткового доходу;
- можливість оформлення депозиту у гривнях, доларах США та євро;
- виплата відсотків на вибір, щомісячно або у кінці терміну;
- широкий вибір депозитних програм підприємств.

Разом із тим, поряд із наявними перевагами, ці фінансові інвестиції мають і ряд недоліків (ризиків). Для вибору ефективнішої стратегії управління фінансовими ризиками необхідно проаналізувати всі переваги та недоліки кожного сценарію розвитку подій. У разі інвестицій у цінні папери підприємству необхідно виплачувати високі відсотки за дивіденди власникам акцій чи облігацій. Розмір дивідендів зазвичай є вищим за відсоток, що виплачується кредиторам банку. Також необхідно створювати резерв для сплати відсотків і погашення облігацій, що потягне за собою додаткові витрати. Нестабільність валютного курсу сприяє збільшенню як прибутку, так і витрат.

Депозитні операції – одна з найефективніших форм використання тимчасово вільних грошових коштів підприємства. Депозитні операції використовують задля короткотермінового вкладення капіталу, але основним призначенням їх є генерування інвестиційного прибутку [2]. Недоліком є те, що відсотки, які отримає підприємство, можуть бути низькими, і вкладення коштів в інші фінансові інструменти є ефективнішим. Також можливе зростання вірогідності втрати підприємством заощаджень або їх частини через шахрайські операції третіх осіб, а нестабільність валютного курсу може призвести до втрати певної частки вкладених коштів.

Для того, щоб такі негативні події не настали, необхідно порівняти ставки за депозитними та кредитними операціями, проаналізувати поведінку іноземної та національної валют, ознайомитися із репутацією фізичних та юридичних осіб, які співпрацюватимуть із підприємством.

Фінансові інвестиції в цінні папери будуть зобов'язувати підприємство виплачувати дивіденди, вірогідність цього ризику є високою, а вплив середнім. Але це спричинюватиме додаткові витрати. Високі відсотки за цінні папери принесуть користь їх власникам, а нестабільність валютного курсу може зменшити охочих придбати такий вид цінних паперів.

Фінансові інвестиції в депозитні операції можуть принести менший прибуток через нестабільність валютного курсу та низькі відсотки. Через нестабільний фінансовий стан банківської системи можливий ризик неповернення вкладених коштів.

Таким чином, керівники підприємства мають ретельно оцінювати кожний вплив та зважено вибирати найкращий варіант розвитку подій. Щоб підприємству не зіткнутися з ризиками, воно має запропонувати альтернативу фінансовим інвестиціям, вибрати один із найпривабливіших варіантів стратегій або розділити свої кошти та вкластися в обидва варіанти.

Науковий керівник – канд. екон. наук, професор Журавльова І. В.

Література: 1. Донець Л. І. Економічні ризики та методи їх вимірювання : навч. посіб. / Л. І. Донець. – Київ : Центр навч. літ., 2006. – 312 с. **2.** Донець Л. І. Обґрунтування господарських рішень та оцінювання ризиків : навч. посіб. / Л. І. Донець, О. В. Шепеленко, С. М. Баранцева [та ін.]. – Київ : Центр навч. літ., 2012. – 472 с. **3.** Пересада А. А. Портфельне інвестування : навч. посіб. / А. А. Пересада, О. Г. Шевченко, Ю. М. Коваленко [та ін.]. – Київ : КНЕУ, 2004. – 408 с. **4.** Шелехов К. В. Переваги первинного публічного розміщення акцій (IPO) як інвестиційного інструменту залучення капіталу виробничим підприємством [Електронний ресурс] / К. В. Шелехов, А. О. Тарасенко // Ефективна економіка. – Режим доступу : http://www.economy.nayka.com.ua/?operation=1&iid=1019.

МВФ: ПЕРЕДУМОВИ ТА ЕТАПИ РОЗВИТКУ

УДК 339.7

Потябін М. Ю.
Лазарєв М. В.

Студенти 2 курсу
факультету економіки і права ХНЕУ ім. С. Кузнеця

Анотація. *Досліджено передумови виникнення Міжнародного валютного фонду як суб'єкта світового господарства. Проаналізовано етапи співпраці Міжнародного валютного фонду і нашої держави, а також еволюцію та основні цілі Міжнародного валютного фонду на сучасному етапі розвитку.*

Ключові слова: *Міжнародний валютний фонд (МВФ), функції Міжнародного валютного фонду (МВФ), валютна система, міжнародні відносини, Бреттон-Вудська конференція.*

Аннотация. *Исследованы предпосылки возникновения Международного валютного фонда как субъекта мирового хозяйства. Проанализированы этапы сотрудничества Международного валютного фонда (МВФ) и нашего государства, а также эволюция и основные цели Международного валютного фонда (МВФ) на современном этапе развития.*

Ключевые слова: *Международный валютный фонд (МВФ), Международного валютного фонда (МВФ), валютная система, международные отношения, Бреттон-Вудская конференция.*

Annotation. *Investigated predictors of the International Monetary Fund as the subject of the world economy. The stages of cooperation of the International Monetary Fund (IMF) and of our state, as well as the evolution and the main objectives of the IMF at the present stage of development.*

Keywords: *International Monetary Fund (IMF), functions of the International Monetary Fund (IMF), monetary system, international affairs, the Bretton Woods conference.*

Роль МВФ у системі міжнародних економічних відносин оцінюється вченими і політиками різних країн неоднозначно. Протягом усієї своєї історії МВФ відігравав велику роль у міждержавному регулюванні валютних кредитних відносин. Діяльність МВФ нерідко супроводжували великі фінансові та політичні скандали, тому із урахуванням досвіду цілі та завдання фонду змінювалися. Нині вони перебувають у стадії переосмислення та реформування.

Метою написання статті є дослідження еволюції Міжнародного валютного фонду із плином часу.

Реалізація завдання передбачає виконання певних дій:

– ознайомлення із етапами становлення Міжнародного валютного фонду;

– визначення цілей та функцій МВФ як суб'єкта світового економічного процесу на різних етапах становлення.

Щоб проаналізувати етапи становлення світового валютного фонду, розглянемо передумови створення МВФ.

Поява та еволюція МВФ є тісно пов'язаними із розвитком світової валютної системи, що у своєму розвитку пройшла кілька етапів. Найпершим етапом її становлення було визнання золота єдиною формою світових грошей на Паризькій конференції у 1867 р. Відповідно до цієї угоди у міжнародних розрахунках застосовувалися національні золоті монети, але значення мав не їхній номінал, а вага. Із часом золотомонетний стандарт не відповідав ні масштабам зростання господарських зв'язків, ні умовам, необхідним для подальшого розвитку економіки. Ситуація погіршилася через Першу світову війну. З її початком центральні банки держав-учасників припинили розмін банкнот на золото і збільшили їхню емісію для покриття військових витрат, що спровокувало сильну інфляцію.

Вихід із цієї ситуації був знайдений після закінчення війни. Установлювався золотодевізний стандарт, заснований на золоті та провідних валютах, конвертованих у золото. Незважаючи на це, стабільність валютної системи була остаточно підірвана світовою економічної кризою 1929–1933 рр. Велика депресія завдала шкоди одній з основних валют – долару США. Це призвело до переміщення капіталів та появи валютних криз у багатьох країнах світу, що спричинило девальвацію та збільшення дефіциту державних бюджетів.

Наступним важливим періодом у становленні світової валютної системи була Друга світова війна. У цей час були введені валютні обмеження як воюючими, так і нейтральними країнами. Курси валют цих країн фактично

© Потябін М. Ю., Лазарєв М. В., 2015

не змінювалися, проте купівельна спроможність грошей постійно знижувалася через інфляцію. Знову зросла роль золота як світового резервного і платіжного засобу, оскільки військові або стратегічні товари можна було купити лише за золото. Таким чином, валютний курс втратив активну роль у економічних відносинах. Друга світова війна спричинила поглиблення кризи валютної системи. Розробка нової валютної системи почалася в роки війни англійськими й американськими фахівцями, оскільки держави побоювалися повторення валютних криз 30-х років.

Експерти, які працювали над цим проектом, прагнули розробити принципи валютної системи, спроможної забезпечити економічне зростання, й обмежити негативні соціально-економічні наслідки криз. У результаті довгих дискусій щодо планів Уайта Г. (США) і Кейнса Д. (Велика Британія) формально переміг американський проект. Результатом цієї роботи стало створення у 1945 р. Міжнародного валютного фонду (Бреттон-Вудська конференція). Слід зазначити, що, незважаючи на те, що переміг американський проект, кейнсіанські ідеї також було покладено в основу Бреттон-Вудської системи. Загальні принципи обох проектів були такими:

- вільна торгівля та рух капіталів;
- рівновага платіжних балансів;
- стабільні валютні курси та світова валютна система у цілому;
- золотодевізний стандарт;
- створення МВФ для спостереження за функціонуванням світової валютної системи для взаємного співробітництва та покриття дефіциту платіжного балансу.

Згідно із основними положеннями Угоди Міжнародного валютного фонду, що були прийняті 22 липня 1944 р. у Бреттон-Вудсі, штат Нью-Гемпшир (США), на Валютно-фінансовій конференції Об'єднаних націй, МВФ має: [3]

- сприяти розвитку міжнародного співробітництва у валютно-фінансовій сфері у рамках постійного представництва, що забезпечує механізм для консультацій і спільної роботи над міжнародними валютно-фінансовими проблемами;
- сприяти процесу розширення та збалансованого зростання міжнародної торгівлі; за рахунок цього домагатися досягнення і підтримки високого рівня зайнятості й реальних доходів, а також розвитку виробничих ресурсів усіх держав-членів, розглядаючи ці дії як першочергові задачі економічної політики;
- сприяти стабільності валют, підтримувати впорядкований валютний режим серед держав-членів та уникати використання девальвації валют задля отримання переваги у конкуренції;
- надавати допомогу в створенні багатосторонньої системи розрахунків за поточними операціями між державами-членами, а також в усуненні валютних обмежень, що перешкоджають зростанню світової торгівлі;
- за рахунок тимчасового надання загальних ресурсів Фонду державам-членам при дотриманні адекватних гарантій створювати в них стан упевненості, забезпечуючи тим самим можливість виправлення диспропорцій у їхніх платіжних балансах без запровадження заходів, що можуть завдати шкоди добробуту на національному або міжнародному рівні;
- скорочувати тривалість порушень рівноваги зовнішніх платіжних балансів держав-членів, а також зменшувати масштаби цих порушень.

Для реалізації завдань, що були поставлені учасниками Бреттон-Вудської конференції, МВФ доручили виконувати такі функції:

- наглядати за виконанням кодексу поведінки, що стосується політики валютних курсів та обмежень щодо платежів за поточними операціями;
- надавати членам Фонду фінансових ресурсів, щоб вони мали змогу дотримуватися відповідного кодексу поведінки, коли вони виправляють порушення рівноваги платіжного балансу або намагаються уникнути таких порушень;
- Фонд має забезпечити форум, на якому члени організації могли б консультувати один одного та співробітничати із міжнародних фінансових питань.

Як бачимо, МВФ має здійснювати роль нагляду та реєстрації змін у валютній політиці держав, а також надавати допомогу. Але після того, як у 1973 р. міжнародна валютна система, заснована на фіксованих валютних курсах, розвалилася, функції Фонду суттєво змінилися. Він став активною діючою «особою», що не лише наглядає й реєструє зміни, а бере безпосередню участь у координації та формуванні валютної політики за всіма напрямами.

На сучасному етапі важко уявити будь-яку країну світу, що не бере участі в міжнародних економічних відносинах, перебуває осторонь процесів міжнародного економічного співробітництва та не є задіяною у міжнародному розподілі праці. Співробітництво України із МВФ було започатковане у 1992 р. і спрямовувалося на підтримку ринкової трансформації економіки України, макроекономічної стабільності та збалансованості національної валюти.

На думку деяких аналітиків, кредити МВФ створюють швидше довгострокову залежність, ніж надають допомогу у короткостроковому періоді. Згідно зі Статутом Міжнародної валютної системи кредити Фонду мають короткостроковий характер, однак більшість країн стають постійними клієнтами Фонду протягом тривалого періоду.

Ефект від роботи із МВФ полягає не стільки в отриманні коштів для структурної трансформації економіки, скільки у створенні Фондом економічної репутації для країни. Ані великий інвестор, ані міжнародна чи регіональна організація не спрямовують до країни кошти, якщо вона не має досвіду співробітництва із МВФ.

Нині, на етапі входження України до європейської спільноти, співробітництво із МВФ необхідно продовжувати, оскільки ця організація є провідною аналітичною установою у світі, що тестує країни на предмет можливості співпраці з інвесторами. Слід зазначити, що кредитні відносини країни є реформостимулюючим фактором [4, с. 56].

Таким чином, Міжнародний валютний фонд пройшов складний шлях розвитку. Його поява як міжнародного інституту була пов'язана із необхідністю впорядкування відкритих світових економічних відносин між державами, створенням міжнародної грошової системи, яка б забезпечила повну зайнятість і стабільність цін у післявоєнний час, надала б окремим державам можливості переживати періоди короткострокових коливань платіжного балансу. Нині цілі та функції МВФ змінилися під впливом нових викликів, що є пов'язаними із розвитком світового господарства.

Науковий керівник – канд. екон. наук, доцент Лісна І. Ф.

Література: 1. Семенов К. А. Международные экономические отношения : учебник / К. А. Семенов. – М. : Гардарики, 2000. – 336 с. **2.** Игнатенко Г. В. Международное право : учебник / Г. В. Игнатенко, О. И. Тиунов. – М. : Норма ; Инфра-М, 2013. – 752 с. **3.** Ткачук Т. Становлення та сучасний стан міжнародних фінансових організацій, їх роль у регулюванні світових економічних процесів / Т. Ткачук // Вісник НБУ. – 2006. – № 4. – С. 56–60. **4.** Historic IMF Quota and Governance Reforms Become Effective [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://www.imf.org/external/np/sec/pr/2016/pr1625a.htm.

УПРАВЛЕНИЕ ФИНАНСОВОЙ БЕЗОПАСНОСТЬЮ КОММЕРЧЕСКОГО БАНКА

УДК 336.71:005.934

Правденко В. Ю.

Студент 4 курса
факультета экономической информатики ХНЭУ им. С. Кузнеца

Аннотация. *Рассмотрены вопросы финансовой безопасности коммерческого банка. Предложена модель оптимизации структуры привлеченных ресурсов в кредитно-депозитной системе коммерческого банка, реализуемая с применением методов экономико-математического моделирования.*

Ключевые слова: *финансовая безопасность, коммерческий банк, модель, моделирование, оптимизационные методы.*

Анотація. *Розглянуто питання фінансової безпеки комерційного банку. Запропоновано модель оптимізації структури залучених ресурсів у кредитно-депозитній системі комерційного банку, що є побудованою із застосуванням методів економіко-математичного моделювання.*

Ключові слова: *фінансова безпека, комерційний банк, модель, моделювання, оптимізаційні методи.*

© Правденко В. Ю., 2015

Annotation. *Deals with the financial security of a commercial bank. The model of optimization of the structure of attracted resources in the credit and deposit the commercial banking system was provided by the methods of economic-mathematical modeling.*

Keywords: *financial security, commercial bank, model, modeling, optimization methods.*

В национальной экономике страны банковская система является важнейшим институтом, обеспечивающим общую экономическую стабильность и безопасность ее развития. Мировой опыт свидетельствует, что полноценное развитие банковской инфраструктуры дает решающий импульс росту национальной экономики. Благодаря банковским системам образуются крупнейшие инвестиционные ресурсы, и государство заинтересовано в направлении их на нужды национальной экономики. Поэтому возникает важная задача – управление финансовой безопасностью банка.

Под безопасностью коммерческого банка понимают состояние защищенности интересов владельцев, руководства и клиентов банка, материальных ценностей и информационных ресурсов от внутренних и внешних угроз [1]. Безопасное финансовое состояние банковской системы – это способность противостоять возможным внешним и внутренним угрозам банковской деятельности для обеспечения нормального функционирования и развития в условиях дестабилизирующего воздействия окружающей среды [2]. Среди наиболее важных современных угроз безопасности коммерческих банков особое внимание следует уделить внутренним финансово-экономическим угрозам. В этой группе рассмотрим угрозу нерациональной структуры ресурсов (активов) банков.

Управление банковскими ресурсами – достаточно сложный процесс, и от его качества во многом зависят ликвидность, доходность, рентабельность и общее финансовое состояние коммерческого банка. Ресурсы коммерческого банка по способу образования делят на три основные группы:

1) собственные средства банка;

2) привлеченные средства;

3) заемные средства [3].

Проанализируем ресурсную базу нескольких банков по состоянию на определенную дату (табл. 1).

Таблица 1

Структура ресурсов КБ по состоянию на 01.10.2014 [5]

Показатель	Банк					
	Приватбанк	Укрэксимбанк	Пивденний	Имэксбанк	Мегабанк	Platinum банк
Размер капитала, млн	>150	>100	>10	>10	>5	>5
Доля собственного капитала, %	10,4	10,6	12,6	13,9	11,47	6,9
Доля обязательств, %	89,6	89,38	87,4	86,1	87,62	86,8

Анализ данных табл. 1 позволяет сделать вывод, что собственные средства банка – это его незначительная часть, составляющая 7–14 %, вне зависимости от размера уставного фонда коммерческого банка. В некоторых ситуациях это приводит к снижению уровня безопасности банка.

Привлекаемые банками средства разнообразны по составу (рис. 1).

Исходя из графика (рис. 1), можно говорить о том, что средства клиентов составляют основную часть привлеченных ресурсов коммерческого банка. Это подразумевает, что основную часть пассивных операций коммерческого банка составляют депозитные вклады клиентов банка.

Таким образом, угроза нерациональной структуре ресурсов (активов) для коммерческих банков Украины проявляется в:

- значительной доле в структуре активов заемных средств;
- недостаточном количестве собственных средств;
- неэффективном размещении собственных средств.

В связи с этим большое значение приобретает задача оптимизации структуры ресурсов коммерческих банков, которая может быть решена с помощью методов моделирования [4].

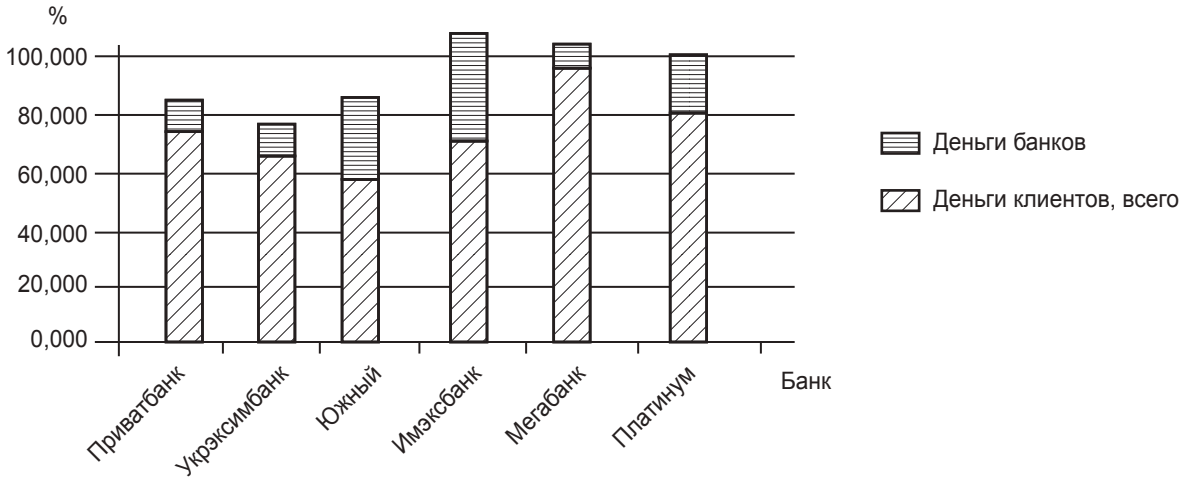

Рис. 1. **Структура привлеченных средств коммерческих банков**

В качестве показателя оптимальности структуры ресурсов коммерческих банков рассмотрим показатели ликвидности и доходности.

Минимизировать риск невозможности выплатить доход вкладчикам предлагается путем увеличения количества вкладчиков и выдачи кредитов:

$$\sum_{i=1}^{m}\sum_{j=1}^{n} d_i k_j \to \max,$$

где d_i – привлеченные i-тые депозитные вклады,

k_j – выданные j-тые кредиты при условиях: $k_j > 0$, $d_i > 0$, $d_i < k_j$.

где $i = 1, m$ – номер депозитного вклада, $j = 1, n$ – номер кредитного запроса.

Размещение средств можно охарактеризовать с помощью критерия:

$$X = x_i, i = 1/t,$$

где i – виды активов (кредиты),

x_i – объем вложения в i-й актив (кредиты).

Привлечение средств характеризуют с помощью критерия:

$$Y = \sum y_j, j = 1,n,$$

где j – источники привлечения ресурсов (депозиты, остатки на расчетных счетах),

y_j – объем привлеченных средств по j-му ресурсу.

Объем размещенных средств зависит от объема привлеченных средств, причем $X \le Y$, $X \ge 0$, $Y \ge 0$.

Перед банком стоит задача формирования такой структуры активов и пассивов, в особенности привлечения депозитов, которая обеспечит достаточную ликвидность при максимизации прибыли. Для достижения этой цели необходимо поддерживать соответствие кредитов и депозитов по объемам и срокам.

Доходность депозитно-кредитных операций оценивается с помощью критерия доходности кредитов:

$$DK = \sum_{i,j}\left(\frac{k_i}{K} - \frac{d_j}{D}\right),$$

где K – выданные кредиты банка,

D – полученные депозиты банка.

Предложенную задачу, в которой фигурируют ограничения в виде неравенств, называют основной задачей линейного программирования (ОЗЛП). Для ее решения рекомендован симплекс-метод – достаточно эффективный алгоритм, показывающий хорошие результаты при решении прикладных задач линейного программирования.

Таким образом, для обеспечения финансовой безопасности необходимо уделять достаточно внимания управлению кредитно-депозитной системой банка с применением методов моделирования.

Научный руководитель – канд. экон. наук, доцент Чернова Н. Л.

Литература: 1. Акимов Е. Е. Концепция безопасности коммерческого банка [Электронный ресурс] / Е. Е. Акимов, С. М. Вишняков, А. П. Гуляев. – Режим доступа : http://www.bre.ru/security/14277.html. **2.** Тихонков К. С. Обеспечение устойчивости и безопасности банковской системы России при переходе к модернизационному развитию : автореф. дис. … д-ра экон. наук : 08.00.10 / Тихонков Кирилл Сергеевич. – М., 2010. **3.** Формирование ресурсов коммерческого банка [Электронный ресурс] // Studall. – Режим доступа : http://studall.org/all-20763.html. **4.** Національний банк України [Электронный ресурс]. – Режим доступа : http://www.bank.gov.ua/control/uk/publish/category.

ІСТОРИЧНІ АСПЕКТИ ЗАСТОСУВАННЯ ПДВ В УКРАЇНІ

УДК 336.226

Пригода А. В.

Студент 4 курсу
фінансового факультету ХНЕУ ім. С. Кузнеця

Анотація. *Розглянуто етапи становлення податку на додану вартість (ПДВ) в Україні. Проаналізовано особливості системи електронного адміністрування податку на додану вартість, її переваги й недоліки. Запропоновано напрями реформування податку на додану вартість в Україні.*

Ключові слова: *податок на додану вартість (ПДВ), бюджетне відшкодування податку, Податковий кодекс, податкові пільги, державний бюджет, електронна система адміністрування ПДВ, ПДВ-рахунок.*

Аннотация. *Рассмотрены этапы становления налога на добавленную стоимость (НДС) в Украине. Проанализированы особенности системы электронного администрирования налога на добавленную стоимость, ее преимущества и недостатки. Предложены направления реформирования налога на добавленную стоимость в Украине.*

Ключевые слова: *налог на добавленную стоимость (НДС), бюджетное возмещение налога, Налоговый кодекс, налоговые льготы, государственный бюджет, электронная система администрирования НДС, НДС-счет.*

Annotation. *The stages of the formation of value added tax (VAT) in Ukraine. The features of the electronic administration system of value added tax, its advantages and disadvantages. The directions of the reform of value-added tax in Ukraine.*

Keywords: *value added tax (VAT), refund the tax, the tax code, tax incentives, state budget, electronic VAT administration, VAT-account.*

Проблеми формування та функціонування податкової системи постійно перебувають у центрі уваги науковців і практиків. Податки є головним важелем регулювання економічного розвитку та засобом перерозподілу національного продукту, мобілізації державою необхідного для виконання її функцій обсягу фінансових ресурсів у доходній частині бюджету. Значною часткою податкових надходжень є податок на додану вартість (ПДВ). За сучасних умов ринкової економіки податки є регулюючим та стимулюючим фактором розвитку економіки та суспільства. Важливу роль у цьому процесі також відіграє податок на додану вартість. Існує багато суперечностей щодо податку на додану вартість: його справедливості, форм стягнення та власно його необхідності.

© Пригода А. В., 2015

Для України питання стягнення й відшкодування податку на додану вартість є актуальним і має принципове значення. Він є стратегічно необхідним, бо наявність податку на додану вартість на території будь-якої країни є обов'язковою умовою для вступу до Європейського Союзу. Крім того, податок на додану вартість має потужний податковий потенціал, відіграє фіскально-бюджетну роль і є одним із основних бюджетоутворюючих податків.

Питання формування, функціонування та відшкодування податку на додану вартість розглядали такі фахівці: Крисоватий А. І., Десятнюк О. М., Щербина І. Ф., Рудик А. Ю., Губенко В. В., Ярова Н. В., Паньків І. В., Жукевич О. М., Фомішин С. В., Кулик П. Л. та ін. Тим не менш, питання застосування податку на додану вартість в Україні не втрачають своєї актуальності.

Від перших наукових розробок стосовно податку на додану вартість ще на початку XX ст. і донині податок на додану вартість був прийнятий у більш ніж 140 країнах і становить приблизно 20 % від світового податкового навантаження [1].

Розвиток податку на додану вартість в Україні умовно поділяють на чотири етапи [9]. Характеристику етапів подано у табл. 1.

Таблиця 1

Етапи становлення податку на додану вартість в Україні [1]

Етап	Період	Зміни умов оподаткування
1	1991–1997	Прийняття Декрету Кабінету Міністрів «Про податок на добавлену вартість» від 26 грудня 1992 р.: – відсутність чіткого механізму бюджетної компенсації; – завелика кількість податкових пільг; – не визначено зобов'язання бюджетів різних рівнів щодо компенсації
2	1997–2011	У 1997 р. був прийнятий Закон України «Про податок на додану вартість: – зміни до податкового обліку: необхідність надання податкової накладної та занесення до книг обліку, за даними із них – заповнення податкової декларації; – установлення єдиної ставки податку – 20 % до бази оподаткування, що додається до ціни товарів; – часті законодавчі зміни; – дохід від ПДВ надходить до державного бюджету
3	2011–2015	Об'єднання податкових норм у єдиному правовому документі – Податковому кодексі України (ПКУ); – у Податковому кодексі України заплановане зниження ставки ПДВ до 17 % з 1 січня 2014 р. (відкладено); – запровадження реєстрації податкових накладних у єдиному реєстрі
4	2015	Законом України «Про внесення змін до Податкового кодексу України та деяких інших законодавчих актів України» №1621-VII запроваджено електронну систему адміністрування ПДВ та суттєво змінено порядок і критерії бюджетного відшкодування ПДВ

Перший етап розпочався із прийняттям Закону України «Про податок на добавлену вартість» 20.12.1991 р., до якого неодноразово вносилися зміни. Закон набув чинності 1 січня 1992 р. і діяв лише до червня 1993 р. На зміну йому прийшов Декрет Кабінету Міністрів «Про податок на добавлену вартість» від 26 грудня 1992 р, який діяв до 1997 р.

Другий етап розпочався 3 квітня 1997 р., коли було прийнято Закон України «Про податок на додану вартість». Цей закон втратив чинність через прийняття Податкового кодексу України 02.12.2010 р. [2].

Введенням до дії Податкового кодексу України розпочався третій етап розвитку ПДВ в Україні.

Верховна Рада України 31 липня 2014 р. прийняла Закон України «Про внесення змін до Податкового кодексу України та деяких інших законодавчих актів України» №1621-VII [3]. Законом запроваджено електронну систему адміністрування податку на додану вартість та суттєво змінено порядок і критерії бюджетного відшкодування податку на додану вартість. Нові правила набувають чинності із 1 січня 2015 р.

Банк, визначений КМУ для запровадження електронного адміністрування, автоматично відкриває рахунки всім наявним і майбутнім платникам податку на додану вартість.

В Єдиному реєстрі податкових накладних додається додаткова умова реєстрації податкових накладних. Постачальник має право зареєструвати видані податкові накладні лише у межах суми його вхідного податку на додану вартість (податку на додану вартість за отриманими податковими накладними, та «імпортний» ПДВ) та суми поповнень ПДВ-рахунка.

Граничну суму податку на додану вартість, на яку платник має право зареєструвати податкові накладні, обчислюють за формулою [3]:

$$\sum ПН = \sum ПН(о) + \sum митн. + \sum поповнення - \sum ПН(в) - \sum відшкодування - \sum перевищення,$$

де $\sum ПН(о)$ – загальна сума ПДВ за отриманими платником податковими накладними, зареєстрованими в ЄРПН;

$\sum митн.$ – загальна сума ПДВ, сплаченого при імпортуванні товарів;

$\sum поповнення$ – загальна сума поповнення ПДВ-рахунка із власного поточного рахунка платника ПДВ;

$\sum ПН(в)$) – загальна сума ПДВ за виданими податковими накладними, зареєстрованими в ЄРПН;

$\sum відшкодування$ – загальна сума ПДВ, заявлена платником до бюджетного відшкодування;

$\sum перевищення$ – загальна сума перевищення податкових зобов'язань, зазначених у податкових деклараціях, над сумою податку, що є у виданих податкових накладних, за відповідний період (тобто сума податкових зобов'язань за нестандартними операціями, наприклад, використання товарів / послуг у неоподатковуваних операціях).

За правилами, що набули чинності із 1 січня 2015 р., бюджетному відшкодуванню підлягає від'ємне значення ПДВ, сформоване за результатами звітного місяця (за чинними правилами, відшкодовується від'ємне значення попереднього місяця, що є непогашеним протягом звітного місяця). Таким чином, строк відшкодування ПДВ скорочується на один місяць.

Від'ємне значення ПДВ підлягатиме бюджетному відшкодуванню у частині, що не перевищує граничну суми для реєстрації податкових накладних у ЄРПН, розраховану на момент подання декларації. Бюджетне відшкодування здійснюватиметься тільки в автоматичному режимі. Бюджетне відшкодування буде доступне лише платникам, які відповідають певним критеріям (рис. 1).

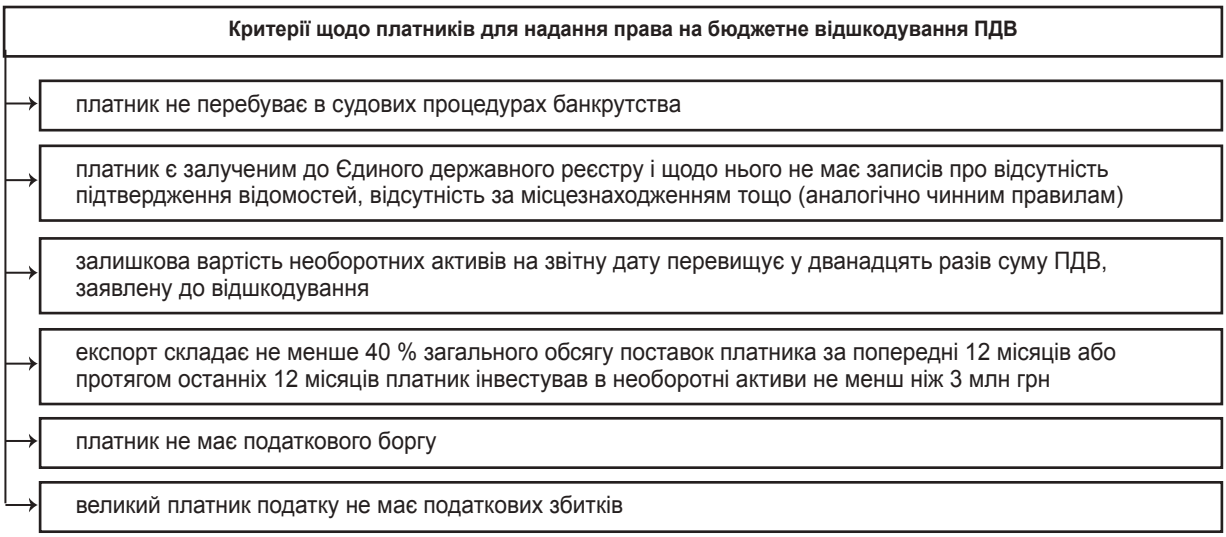

Рис. 1. **Критерії щодо платників для надання права на бюджетне відшкодування ПДВ** [3]

Система електронного адміністрування ПДВ не вносить кардинальних змін до загальних принципів стягнення ПДВ, затверджених Податковим Кодексом України. Його норми, що визначають коло платників ПДВ, об'єкт оподаткування, принципи формування податкових зобов'язань та податкового кредиту, залишаються незмінними. Підставою для формування податкового кредиту за умови дотримання інших установлених Податковим Кодексом правил є лише податкові накладні, зареєстровані в Єдиному реєстрі податкових накладних [4].

На думку уряду, нова система дозволить звести до мінімуму зловживання при відшкодуванні ПДВ, збільшити надходження до бюджету та зменшити кількість перевірок. Представники бізнесу не поділяють таких оптимістичних поглядів і вважають, що нововведення, навпаки, можуть зашкодити бізнесу, зокрема, негативно вплинути на сумлінних платників податків і спричинити такі основні проблеми [4]:

1) блокування оборотних коштів: система електронного адміністрування унеможливить видачу податкових накладних без попередньої оплати ПДВ або попередньої виписки податкової накладної на купівлю реального товару / послуги. Більше того, існуючі формулювання прийнятого Закону не передбачають можливості повернення переплачених сум із спеціального ПДВ-рахунка на розрахунковий рахунок платника податків. Це спричинить заморожування коштів платників податків;

2) запровадження подвійної системи обліку: платник змушений контролювати отримання та видачу податкових накладних і самостійно реєструвати їх у Єдиному реєстрі, що потребує відповідних навичок володіння спеціалізованим програмним забезпеченням;

3) виключення можливості здійснювати поставки на умовах товарного кредиту;

4) ризики фінансових витрат для сумлінних платників податку: підприємство, що сплатило своєму постачальнику податок на додану вартість, ризикує опинитися в ситуації, коли відповідна сума не буде зарахована при формуванні податкового кредиту, і підприємство буде змушене платити її повторно. Оскільки скасовується механізм, що дозволяє визнати податковий кредит шляхом подачі скарги на постачальника, вхідний ПДВ може стати додатковою витратою для платника податків, який придбав товари, роботи, послуги у недобросовісних постачальників. Відповідальність за такого продавця несе покупець.

Таким чином, недоліки системи електронного адміністрування податку на додану вартість можуть призвести до негативних наслідків для платників податків. Відтак задля того, щоб система електронного адміністрування податку на додану вартість працювала належним чином, доцільно працювати над її подальшим удосконаленням.

Науковий керівник – канд. екон. наук, викладач Чумакова О. О.

Література: 1. Братушка Е. С. Генеза податку на додану вартість в Україні та світі [Електронний ресурс] / Е. С. Братушка, Є. В. Кононець // Ефективна економіка. – Режим доступу : http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=2959. **2.** Податковий кодекс України [Електронний ресурс] : Закон України від 02.12.2010 № 2755-VI. – Режим доступу : http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/2755-17. **3.** Про внесення змін до Податкового кодексу України та деяких інших законодавчих актів України [Електронний ресурс] : Закон України від 31.07.2014 № 1621-VII. – Режим доступу : http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/1621-18. **4.** Мисник Н. Прогресивний ПДВ [Електронний ресурс] / Н. Мисник // Gvozdiy & Oberkovych Law Firm. – Режим доступу : http://golaw.ua/ua/knowledge/publications/progresyvnyi-pdv.

ВИЗНАЧЕННЯ ОПТИМАЛЬНОЇ СТРУКТУРИ КАПІТАЛУ ІЗ ЗАСТОСУВАННЯМ МЕТОДУ МАКСИМІЗАЦІЇ ПОКАЗНИКА «РЕНТАБЕЛЬНІСТЬ – ФІНАНСОВИЙ РИЗИК»

УДК 336.64

Пристінська М. В.

Студент 4 курсу
фінансового факультету ХНЕУ ім. С. Кузнеця

Анотація. *Розглянуто методику визначення оптимальної структури капіталу суб'єкта підприємництва із застосуванням методу максимізації показника «рентабельність–фінансовий ризик» на основі прогнозованих показників потреби в капіталі та валового прибутку. Наведено приклад розрахунку оптимальної структури капіталу підприємства.*

Ключові слова: *оптимізація структури капіталу, власний капітал, позиковий капітал, фінансовий левередж, рентабельність – фінансовий ризик.*

Аннотация. *Рассмотрена методика определения оптимальной структуры капитала субъекта предпринимательства с использованием метода максимизации показателя «рентабельность–финансовый риск» на основе прогнозируемых показателей потребности в капитале и валовой прибыли. Приведен пример расчета оптимальной структуры капитала предприятия.*

© Пристінська М. В., 2015

Ключевые слова: *оптимизация структуры капитала, собственный капитал, заемный капитал, финансовый левередж, рентабельность–финансовый риск.*

Annotation. *Considers the method of determining the optimal capital structure of a business entity using the method of maximizing the indicator «profitability and financial risk» based on projections for capital needs and gross margin. The example of calculating the optimal capital structure of the enterprise is given.*

Keywords: *optimization of capital structure, equity, loan capital, financial leverage, profitability and financial risk.*

Сучасне економічне середовище потребує від власників та фінансових менеджерів підприємств уважного контролю та своєчасного коригування структури капіталу підприємства, адже оптимальна структура капіталу дозволяє отримувати високі показники ліквідності, платоспроможності, рентабельності та фінансової стійкості.

Проблемі оптимізації структури капіталу підприємства присвятили свої роботи такі вчені-економісти: Бланк І. О., Подольська В. О., Викиданець І. В., Литовченко Ю. О. та ін. Вони запропонували для застосування у практиці господарської діяльності наукові методичні підходи до вирішення завдання оптимізації структури капіталу: управління величиною ефекту фінансового левериджу, формування політики фінансування активів із урахуванням вартості ризиків та термінів залучення капіталу, мінімальної вартості залучення капіталу.

Метою написання статті є визначення оптимальної структури капіталу підприємства за несприятливих економічних умов.

Зважаючи на те, що максимізувати рентабельність потрібно із урахуванням можливих ризиків використання позикового капіталу, для визначення оптимальної структури капіталу підприємства застосовують метод максимізації співвідношення «рентабельність – фінансовий ризик».

У проведенні оптимізації структури капіталу за критерієм максимізації рівня фінансової рентабельності визначальне місце належить механізму фінансового левериджу (важеля). На думку Бланка І. О., фінансовий левередж – це один із основних механізмів реалізації такого завдання фінансового менеджменту, як максимізація рівня рентабельності за заданого рівня фінансового ризику [1, с. 161].

Однією з базових концепцій фінансового менеджменту є концепція компромісу між ризиком та доходністю. Зміст цієї концепції полягає в тому, що отримання будь-якого доходу в бізнесі практично завжди є пов'язаним із ризиком, і залежність між ними є прямо пропорційною. Водночас можливі ситуації, коли максимізація доходу має бути пов'язана із мінімізацією ризику [5, с. 90].

Проведемо оптимізацію структури капіталу ТОВ «Укрaгрозапчастина» за цим методом.

На початковому етапі виконаємо прогнозування загальної потреби фірми в джерелах фінансування за допомогою методу екстраполяції на основі побудови лінії тренду. Цю величину визначимо як прогнозне значення середнього значення підсумку пасиву балансу за 2015 р.

Як видно, прогноз величини капіталу на 2015 р. здійснено із застосуванням поліноміальної функції четвертого ступеня. Цей метод найбільш точно описує динаміку величини капіталу, що підтверджується значенням коефіцієнта детермінації 0,997. Значення цього коефіцієнта понад 0,7 підтверджує статистичну значущість функції прогнозування, тому значення прогнозованої величини капіталу 65864,26 тис. грн може бути використане для подальших розрахунків.

За допомогою побудови лінії тренду визначимо прогнозну величину валового прибутку на 2015 р. для розрахунку показників рентабельності власного капіталу та валової рентабельності активів.

Прогнозування величини валового прибутку ТОВ «Укрaгрозапчастина» на 2015 р. здійснено на основі експоненціальної функції. Статистичну значущість функції підтверджує те, значення коефіцієнта детермінації становить 0,7725 – існує перевищення порогу в 0,7. Відтак значення прогнозної величини валового прибутку 13084,49 тис. грн є достовірним.

Для якомога повнішого моделювання можливих ситуацій задамо такі співвідношення власних та позикових коштів: 100 / 0, 90 / 10, 80 / 20, 60 / 40, 40 / 60, 20 / 80, 10 / 90, 0 / 100.

Наступний етап оптимізації структури капіталу за вибраним методом передбачає розрахунок певного ряду показників [2]. Результати розрахунків показників, що дозволять визначити оптимальну структуру фінансування ТОВ «Укрaгрозапчастина» шляхом максимізації співвідношення «рентабельність–фінансовий ризик», подано в табл. 1. Згідно із Податковим кодексом України, у 2015 р. ставка податку на прибуток складає 18 %. У процесі розрахунку використаємо середньозважене значення відсоткової ставки за кредит для суб'єктів господарювання за 1 квартал 2015 р., що складає 19,3 % [4].

На рис. 1 подано значення показників рентабельності власного капіталу та співвідношення «рентабельність–фінансовий ризик» для всіх варіантів фінансування.

Таблиця 1

Прогнозовані показники «рентабельність – фінансовий ризик» за різною структурою капіталу ТОВ «Укрaгрозапчастина» на 2015 р.

Показник	Варіант							
	1	2	3	4	5	6	7	8
Потреба в капіталі, млн грн	65,9	65,9	65,9	65,9	65,9	65,9	65,9	65,9
Власний капітал, млн грн	65,9	59,3	52,7	39,5	26,3	13,2	6,6	0,000
% власного капіталу	100,0	90,0	80,0	60,0	40,0	20,0	10,0	0,000
Позиковий капітал, млн грн	0,0	6,6	13,2	26,3	39,5	52,7	59,3	65,9
% позикового капіталу	0,0	10,0	20,0	40,0	60,0	80,0	90,0	100,0
Валовий прибуток, млн грн	13,1	13,1	13,1	13,1	13,1	13,1	13,1	13,1
Коефіцієнт валової рентабельності активів (капіталу)	0,2	0,2	0,2	0,2	0,2	0,2	0,2	0,2
Середня ставка відсотка за кредит, %	19,3	19,3	19,3	19,3	19,3	19,3	20,3	19,3
Сума сплачених відсотків за кредит, млн грн	0,0	1,3	2,5	5,1	7,6	10,2	12,0	12,7
Сума валового прибутку з урахуванням відсотків за кредит, млн грн	13,1	11,8	10,5	8,0	5,5	2,9	1,1	0,4
Ставка податку на прибуток, %	18,0	18,0	18,0	18,0	18,0	18,0	19,0	18,0
Сума податку на прибуток, тис. грн	2,4	2,1	1,9	1,4	1,0	0,5	0,2	0,1
Сума чистого прибутку, млн грн	10,7	11,0	11,2	11,6	12,1	12,6	12,9	13,0
Коефіцієнт рентабельності власного капіталу	0,2	0,2	0,2	0,3	0,5	1,0	2,0	-
Плече фінансового левериджа	0,0	0,1	0,3	0,7	1,5	4,0	9,0	-
Диференціал фінансового левериджа	0,01	0,01	0,01	0,01	0,01	0,01	-0,004	0,006
Податковий коректор	0,8	0,8	0,8	0,8	0,8	0,8	0,8	0,8
Ефект фінансового левериджа	0,000	0,001	0,001	0,003	0,01	0,02	-0,03	-
Співвідношення «рентабельність – фінансовий ризик»	-	1,7	0,8	0,4	0,3	0,2	0,2	-

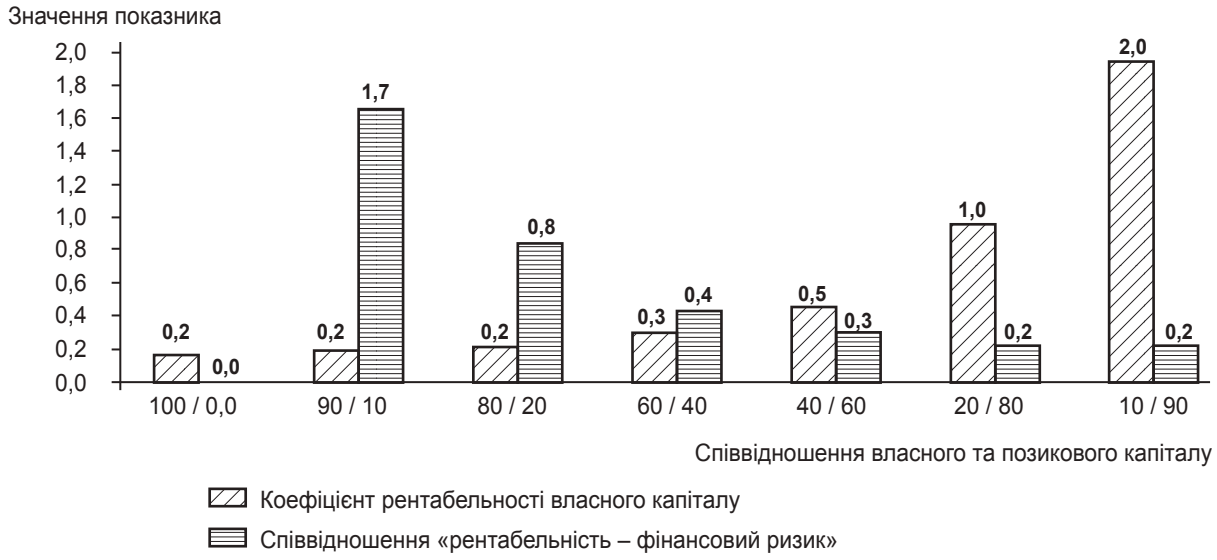

Рис. 1. **Показники коефіцієнта рентабельності власного капіталу та співвідношення «рентабельність–фінансовий ризик» за диференційованою структурою капіталу ТОВ «Укрaгрозапчастина»**

Максимізація рівня рентабельності власного капіталу забезпечується за максимально можливого залучення ресурсів від зовнішніх джерел. Але співвідношення «рентабельність – фінансовий ризик» має максимальне значення за такого варіанта залучення коштів: 90 % власного капіталу та 10 % – позикового (рис. 1).

Такій структурі капіталу підприємства відповідає значна перевага власного капіталу над позиковим, що, з одного боку, не забезпечує високе значення рентабельності власного капіталу, а з іншого – установлює високу фінансову стійкість та незалежність підприємства від зовнішніх факторів.

Таким чином, для ТОВ «Укрогрозапчастина» у 2015 р. оптимальною структурою джерел фінансування підприємства за методом максимізації співвідношення «рентабельність–фінансовий ризик» є така: 90 % має складати власний, а 10 % – позиковий капітал, оскільки саме цій структурі відповідає максимальне значення показника «рентабельність–фінансовий ризик». У такому випадку майно підприємства фінансуватиметься переважно за рахунок надійного та відносно мало залежного від макроекономічних процесів власного капіталу. Така структура капіталу забезпечує високий рівень фінансової стійкості, особливо за нестабільних економічних умов.

Науковий керівник – канд. екон. наук, доцент Гаврильченко О. В.

Література: 1. Бланк И. А. Основы финансового менеджмента / И. А. Бланк. – М. : Ника-Центр, 1999. – 592 с. **2.** Бланк И. А. Управление формированием капитала / И. А. Бланк. – Киев : Ника-Центр, Эльга, 2002. – 512 с. **3.** Литовченко О. Ю. Оптимізація структури капіталу як складова стратегії забезпечення фінансової безпеки підприємства / О. Ю. Литовченко, С. А. Макуха // Вісник економіки транспорту і промисловості. – 2010. – № 29. – С. 134–136. **4.** Національний банк України : офіц. сайт [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://www.bank.gov.ua/control/uk/index. **5.** Подольська В. О. Фінансовий аналіз : навч. посіб. / В. О. Подольська, О. В. Яріш. – Київ : Центр навч. літ., 2007. – 488 с.

ВПЛИВ ДЕРЖАВНОГО БОРГУ НА ФІНАНСОВУ БЕЗПЕКУ УКРАЇНИ

УДК [346.6:336.13](477)

Приходько А. В.

Студент 2 курсу
факультету міжнародних економічних відносин ХНЕУ ім. С. Кузнеця

Анотація. *Розглянуто поняття внутрішнього та зовнішнього державного боргу, визначено його вплив на фінансову безпеку України. Запропоновано шляхи стабілізації стану фінансової безпеки на основі досвіду провідних держав світу.*

Ключові слова: *державний борг, фінансова безпека, дефіцит державного бюджету, зовнішній та внутрішній борг, фінансова політика держави.*

Аннотация. *Рассмотрено понятие внутреннего и внешнего государственного долга, определено его влияние на финансовую безопасность Украины. Предложены пути стабилизации состояния финансовой безопасности на основании опыта ведущих государств мира.*

Ключевые слова: *государственный долг, финансовая безопасность, дефицит государственного бюджета, внешний и внутренний долг, финансовая политика государства.*

Annotation. *Deals with the notion of the domestic and foreign public debt of the country. Was determined its impact on the financial security of Ukraine. Were suggested ways to stabilize the financial security based on the experience of the leading countries in the world.*

Keywords: *public debt, financial security, the state budget deficit, external and internal debt, the financial policy of the state.*

На сучасному етапі розвитку Україна зазнає чимало економічних проблем, пов'язаних із фінансовою безпекою держави. Неухильно зростають внутрішній та зовнішній борг, збільшуються рівні інфляції та монетизації тощо. Досить чітко простежується залежність фінансових можливостей держави саме від обсягу фінансових ресурсів. Оскільки за умов глобалізації фінансових потоків здійснення політики необмеженої відкритості щодо іноземних інвестицій певною мірою відбувається шляхом нівелювання меж між внутрішнім і зовнішнім боргом, актуальним є дослідження стану державного боргу, а також методів його покращення.

© Приходько А. В., 2015

Державний борг як такий є предметом дослідження багатьох зарубіжних вчених, зокрема Девіса Р., Кейнса Д., Максгрейв Р., Модільяні Ф. та ін. Значний внесок у дослідження зробили вітчизняні вчені: Болдирев Б., Єрмошенко М., Василик О., Федосов В. та ін.

Державний борг за умов формування та функціонування ринкової економіки є важливим показником фінансової безпеки. В економіці будь-якої держави значна роль державного боргу обумовлюється його впливом на всі сфери життя, необхідністю його розрахунку для країни, враховуючи забезпечення стійкого економічного зростання, узгодження фіскальної та монетарної політики тощо. Дефіцит державного бюджету, залучення та використання позик для його покриття призвели до катастрофічного зростання державного боргу України. Упродовж років незалежності його формування відбувалося переважно під впливом потреб швидкого фінансування поточних бюджетних видатків, що зумовило його структуру та обсяги [1]. Внутрішні й зовнішні борги давно посідають значне місце у фінансових системах різних країн світу. Це зумовлено передусім невідповідністю витрат наявним доходам, що спричиняє дефіцит бюджету. Саме тому виникає потреба в додаткових фінансових ресурсах, які можна одержати або завдяки емісії грошей, або запозиченням як усередині держави, так і ззовні. Запозичення задля покриття дефіциту бюджету має низку переваг, серед яких виділяють керованість інфляційними процесами в державі, підвищення касового виконання бюджету, зміцнення фінансового становища в державі тощо. Більш того, внутрішній борг має деякі відносні переваги над зовнішнім. Повернення внутрішнього боргу і виплати відсотків за ним не зменшують фінансового потенціалу держави, оскільки державний внутрішній борг гарантований усім майном, що перебуває у власності держави, а зовнішній борг передбачає відплив капіталу з держави. Платоспроможність за внутрішніми позиками забезпечується, як правило, за рахунок внутрішніх джерел [2]. Станом на 31 грудня 2014 р. державний та гарантований державою борг України становив 1100,83 млрд грн, або 69,81 млрд дол. США. Державний борг України становив 947,03 млрд грн (86,0 % від загальної суми державного та гарантованого державою боргу), або 60,06 млрд дол. США. Державний зовнішній борг становив 486,03 млрд грн (44,2 % від загальної суми державного та гарантованого державою боргу), або 30,82 млрд дол. США. Державний внутрішній борг становив 461,00 млрд грн (41,9 % від загальної суми державного та гарантованого державою боргу), або 29,24 млрд дол. США. Гарантований державою борг України становив 153,8 млрд грн (14 %) або 9,75 млрд дол. США, у тому числі гарантований зовнішній борг – 125,94 млрд грн (11,4 %), або 7,98 млрд дол. США; гарантований внутрішній борг – 27,86 млрд грн (2,5 %), або 1,77 млрд дол. США [3].

Протягом 2013–2014 рр. сума державного боргу України збільшилася на 97,2 % [3]. Основними причинами швидкого зростання державного боргу України є необхідність збільшення валютних резервів для забезпечення стабільності національної грошової одиниці, значні обсяги бюджетного дефіциту, залежність від імпорту енергоносіїв, потреби технічного переозброєння більшості галузей національної економіки. Основними причинами виникнення та зростання державного є:

- хронічний дефіцит державного бюджету;
- перевищення темпів зростання державних видатків над темпами зростання державних доходів;
- дискреційна фіскальна політика спрямована на зменшення податкового навантаження без відповідного скорочення державних витрат;
- розширення економічної функції держави;
- залучення коштів нерезидентів для підтримки стабільності національної валюти;
- вплив політичних бізнес-циклів (надмірне збільшення державних видатків напередодні виборів задля завоювання популярності у виборців) та ін. [4, с. 113]. Високі темпи зростання боргових зобов'язань як наслідок збереження високого рівня бюджетного дефіциту неминуче зменшують довіру до уряду вітчизняних та зарубіжних інвесторів, а отже, призводять до зростання відсоткових ставок (як плати за ризик) і подальшого загострення бюджетних проблем – зростання видатків держави на обслуговування своїх зобов'язань, до необхідності скорочення видатків, не пов'язаних із виплатою відсотків, або ж необхідності нових запозичень, підвищення податків.

В Україні існують перешкоди для проведення ефективної бюджетної політики, до яких належать відсутність єдиної ефективної методології обліку зобов'язань держави та єдиної інтегрованої бази даних. Серед пріоритетів фінансової політики держави має бути здійснення зваженої боргової політики та утримування стабільного співвідношення державного боргу і ВВП, зведення бюджету із помірним дефіцитом і контролювання умовних зобов'язань держави. Для забезпечення керованості боргових процесів в Україні слід дотримуватися економічно безпечного дефіциту бюджету та зобов'язань держави. Для забезпечення стабільності державних фінансів України у середньостроковій перспективі та запобігання різкому зростанню боргових зобов'язань уряду за умов економічного спаду необхідно запровадити моніторинг та оперативний облік усіх видів фінансових зобов'язань держави, що потенційно можуть впливати на розмір державного боргу України, а також систему заходів, спрямованих на зменшення обсягу позикового фінансування ризикових і потенційно небезпечних форм [5, с. 45]. Для гарантування стабільної ситуації у валютно-фінансовій сфері та забезпечення платоспроможності держави в середньостроковій перспективі державний борг України має не перевищувати 35 % ВВП. Нині, із урахуванням численних

і ризикових умовних зобов'язань держави, дотримання такого обмеження вимагає забезпечення спрямованості її боргової політики на утримування стабільного співвідношення державного боргу та ВВП.

Одним із пріоритетних завдань фінансової політики держави та важливою умовою стабільності її фінансової системи є ефективне управління державним боргом та його обслуговування. Воно дозволяє уникнути кризових боргових ситуацій та перевантаження видаткової частини державного бюджету, сприяє забезпеченню стабілізації соціально-економічної ситуації та розвитку економіки України [5]. Ураховуючи іноземний досвід управління державним боргом, слід звернути увагу на застосування методу цільових орієнтирів (benchmarking) в оцінюванні ефективності боргової політики, на основі якого може бути здійснене неупереджене оцінювання ефективності боргової політики. Застосування цього методу передбачає проведення активної політики як у здійсненні запозичень, так і в операціях із державним боргом на основі застосування стандартних схем та процедур: дострокового викупу, використання деривативів при емісії боргових зобов'язань, хеджування та сек'юритизації боргу. Використання операцій активного управління державним боргом дозволить заощадити значні кошти, що мають бути спрямовані на обслуговування та погашення державного боргу [6, с. 280].

Таким чином, для забезпечення фінансової безпеки важливо здійснювати постійний моніторинг її індикаторів, таких як: рівень перерозподілу ВВП через зведений бюджет України, рівень монетизації ВВП, дефіцит державного бюджету, відсоткова ставка за банківський кредит, ставка рефінансування НБУ, відношення суми валових міжнародних резервів НБУ до загальної суми річного імпорту, валютний курс, частка довгострокових банківських кредитів у загальному обсязі наданих кредитів, частка податків у обсязі ВВП, відношення суми власних оборотних коштів підприємств до суми залучених оборотних коштів. Стабільний розвиток держави має базуватися на системі заходів, що спрямовані на своєчасне виявлення, попередження, нейтралізацію та ліквідацію загроз фінансовій безпеці держави, а саме: запровадження жорсткого режиму економії щодо витрачання бюджетних коштів, передусім на управління, оборону, фінансування збиткових і низькорентабельних виробництв, різні види дотацій; визначення доцільності фінансування деяких соціальних витрат; зменшення обсягів фінансових запозичень для покриття дефіциту державного бюджету; удосконалення інструментів залучення до інвестиційної сфери особистих накопичень населення; оптимізація рівня податкових вилучень до бюджету.

Науковий керівник – канд. екон. наук, старший викладач Пивавар І. В.

Література: 1. Бабчук К. Л. Державний борг України: механізми управління та обслуговування [Електронний ресурс] / К. Л. Бабчук, Н. В. Мацедонська. – Режим доступу : http://intkonf.org/babchuk-kl-matsedonska-nv-derzhavniy-borg-ukrayini-mehanizm-upravlinnya-ta-obslugovuvannya. **2.** Базилевич В. Д. Державні фінанси : навч. посіб. / В. Д. Базилевич, Л. О. Баластрик ; за заг. ред. В. Д. Базилевича. – Київ : Атіка, 2002. – 368 с. **3.** Державний борг України [Електронний ресурс] // Міністерство фінансів України. Єдиний веб-портал. – Режим доступу : http://www.minfin.gov.ua/. **4.** Лимар О. Ф. Проблема державного боргу в Україні [Електронний ресурс] / М. М. Поляруш, О. Ф. Лимар. – Режим доступу : http://www.rusnauka.com/14_NPRT_2011/Economics/15_86692.doc.htm. **5.** Прутська О. О. Особливості управління державним боргом в умовах фінансової кризи / О. О. Прутська, В. М. Чубатюк // Актуальні проблеми економічного розвитку України в умовах глобалізації. – 2010. – С. 276–281. **6.** Сухоруков А. І. Фінансова безпека держави : навч. посіб. / А. І. Сухоруков, О. Д. Ладюк. – Київ : Центр навч. літ., 2007. – 192 с.

ШЛЯХИ ПІДВИЩЕННЯ ІНВЕСТИЦІЙНОЇ ПРИВАБЛИВОСТІ УКРАЇНИ

УДК 330.322(477)

Прохоренко П. О.

Студент 2 курсу
факультету міжнародних економічних відносин ХНЕУ ім. С. Кузнеця

Анотація. *Розглянуто поняття зарубіжних інвестицій. Визначено вплив сучасних факторів на інвестиційний клімат України. Запропоновано шляхи підвищення інвестиційної привабливості.*

Ключові слова: *іноземні інвестиції, економічне зростання, інвестиційний клімат, зовнішній та внутрішній борг, фінансова політика держави.*

Аннотация. *Рассмотрено понятие иностранных инвестиций. Определено влияние современных факторов на инвестиционный климат Украины. Предложены пути повышения инвестиционной привлекательности.*

Ключевые слова: *иностранные инвестиции, экономический рост, инвестиционный климат, внешний и внутренний долг, финансовая политика государства.*

Annotation. *Discusses the concept of foreign investment. Was determined the influence factors on current investment climate in Ukraine. Were suggested ways of increasing investment attractiveness.*

Keywords: *foreign investment, economic growth, investment climate, foreign and domestic debt, financial policy.*

За сучасних умов інвестиції відіграють визначну роль у процесі відтворення економічного зростання України. На жаль, внутрішні можливості інвестування на разі обмежені та залежать від загальноекономічної ситуації в Україні, що нині негативно позначається на всіх інвестиційних процесах. Інвестиції є не лише механізмом розвитку, але й засобом регулювання економіки шляхом переливання капіталу. На сучасному етапі розвитку ринку іноземні інвестиції виступають основним джерелом отримання новітніх конкурентоспроможних технологій. Саме тому провідні спеціалісти вважають цю тему актуальною.

Широке коло питань, пов'язаних із дослідженнями в галузі розвитку інвестиційної діяльності та залучення іноземних інвестицій, знайшли відображення в роботах вітчизняних учених-економістів, зокрема Пересади А., Рогача О., Румянцева А., Степаненка А., Свірідової Н., Ткачук І., Туріянської М., Федоренка В., Філіпенка А. та ін.

Нині ситуація в Україні щодо прямих іноземних інвестицій не є надто втішною. Це зумовлено передусім нестабільністю політичної ситуації та бойовими діями на території країни. До факторів, що негативно впливають на інвестиційну діяльність в Україні, також належать інфляція, високий рівень корумпованості в органах державної влади, нестабільність роботи фінансової системи, незначні обсяги фондового ринку та низький рівень платоспроможності.

Інвестиційний клімат відіграє визначальну роль у прийнятті рішень іноземними інвесторами. Відкритість економіки та створення рівних умов у конкуренції із вітчизняними інвесторами стимулює приплив іноземного капіталу. За оцінкою глобального ризику (політичні, макроекономічні, зовнішні і комерційні ризики), фахівці розглядають Словенію, Чехію, Польщу й Угорщину як країни із низьким інвестиційним ризиком. Інвестиційне середовище в Україні оцінене як надзвичайно ризиковане. Світова фінансова криза не вплинула на інвестиційну привабливість країн Центральної та Східної Європи. А от Україна з точки зору інвестиційних можливостей посідає 137-ме місце серед 175 країн світу.

Незважаючи на обмежені внутрішні інвестиційні можливості та стан економічного потенціалу, діяльність уряду України спрямована на створення сприятливих умов для розвитку інвестиційної сфери. Проблема залучення іноземних інвестицій є особливо актуальною для країн із перехідною економікою, вона є важливою складовою частиною сучасної стратегії економічного розвитку [4].

Виходячи з даних (рис. 1) [1], обсяги іноземних інвестицій в Україну є безпосередньо пов'язаними з економічними кризами, але політичні події 2014–2015 рр. завдали найбільш відчутного впливу. Так, у 2014 р. порівняно із 2013 обсяги капіталовкладень зменшилися майже у 11 разів.

Держава має різні важелі для сприяння залученню іноземного капіталу. Найважливішими з них є інформаційне забезпечення, надання податкових та митних пільг, державні гарантії та застосування фінансового механізму. Підприємці США вважають доцільним, щоб інвестиції у країни із високим рівнем політичних, географічних, валютних, фінансових, інвестиційних таі інфляційних ризиків мали мінімальну норму прибутку – щонайменше

© Прохоренко П. О., 2015

25 %. В Україні ця норма є майже вдвічі нижчою, до того ж існує великий термін окупності капіталу. За оцінками західних дослідників, норма прибутку на капітал, вкладений, наприклад у будівництво заводу, у Західній Європі становить 38,6 %, термін окупності – 6 років. В Україні ці показники дорівнюють відповідно 21 % і 11 років.

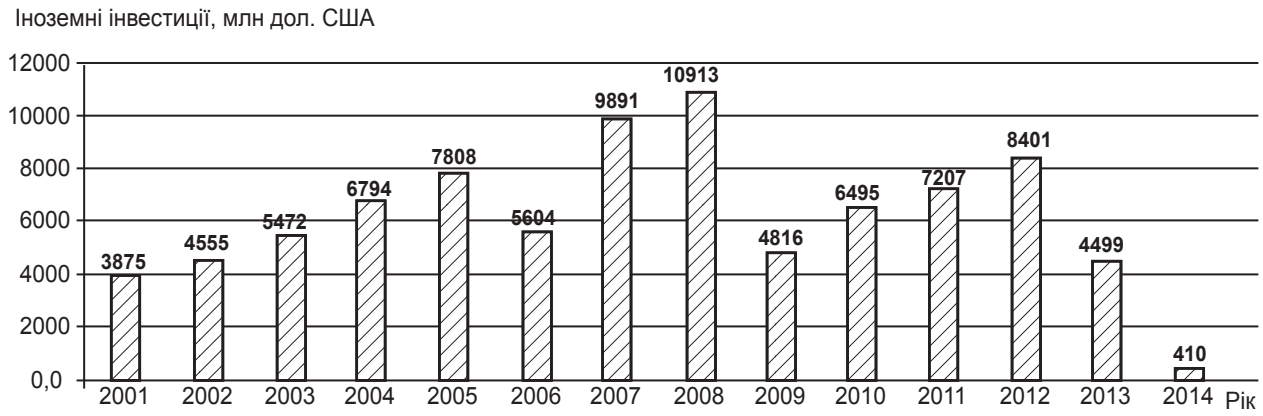

Рис. 1. **Іноземні інвестиції в економіку України**

За оцінками провідних спеціалістів Європи, підприємницький ризик інвестицій в Україну становить 80 %. Саме він зумовлює незначний потік прямих інвестицій. Згідно із розрахунками, у світовому потоці прямих інвестицій на економіку України припадає приблизно 1 %, або в середньому приблизно 5 дол. США на одну особу населення [2].

Для України важливим є запровадження ефективної стратегії залучення та використання прямих іноземних інвестицій. Для стимулювання залучення прямих іноземних інвестицій та усунення негативних тенденцій в економіці України доцільно запровадити певні заходи, спираючись на принципи стабільності основних законодавчих актів щодо умов іноземного інвестування, диференційованого підходу до податкових та інших пільг для іноземних інвесторів із урахування обсягів і форм інвестування, а також пріоритетних напрямів розвитку економіки України, надійності, доступності та оперативності організаційного та інформаційного забезпечення іноземних інвестицій [3].

Таким чином, основним завданням для нашої держави на сучасному етапі розвитку є створення сприятливого інвестиційного клімату для вітчизняних та іноземних інвесторів, але це є неможливим без державного втручання. Беручи до уваги ситуацію, що склалася, слід розуміти, що приватний іноземний капітал не йтиме до країни із нестабільною політичною ситуацією. Іноземних інвесторів не цікавлять регіони із нерозвиненою транспортною інфраструктурою, дефіцитом електроенергії та палива. Тому активізація інвестиційної діяльності є неможливою без створення нового механізму організації бюджетного фінансування капітальних вкладень, що має забезпечувати високу ефективність вкладених коштів і контроль за їх використанням.

Україні на сучасному етапі розвитку економіки необхідно створити сприятливе інвестиційне середовище для залучення фінансових ресурсів, адже інвестиції є джерелом коштів, необхідних для модернізації та розвитку української економіки. Це сприятиме залученню нових виробничих технологій, а також сучасних технологій ефективної ринкової поведінки.

Науковий керівник – канд. екон. наук, старший викладач Пивавар І. В.

Література: 1. Антонов В. Б. Оцінка ефективності структурних трансформацій залучення прямих іноземних інвестицій в Україну / В. Б. Антонов // Регіональна економіка. – 2010. – № 3. – С. 85–94. **2.** Худавердієва В. А. Стратегія залучення іноземних інвестицій в економіку України / В. А. Худавердієва // Фінанси України. – 2010. – № 6. – С. 62–71. **3.** Дедюк Т. Г. Інвестиційний клімат в Україні / Т. Г. Дедюк // Економіка та держава. – 2009. – № 1. – С. 30–32. **4.** Державна служба статистики України [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://www.ukrstat.gov.ua.

СТРАТЕГІЧНИЙ АНАЛІЗ БАНКІВСЬКОЇ УСТАНОВИ НА ОСНОВІ SWOT-АНАЛІЗУ ТА PEST-АНАЛІЗУ

УДК 336.71(477)

Прунчак В. М.

Магістрант 1 року навчання
фінансового факультету ХНЕУ ім. С. Кузнеця

Анотація. *Розглянуто стратегічний аналіз українських банківських установ із застосуванням методу SWOT-аналізу та PEST-аналізу. Проаналізовано фактори, що впливають на макросередовище, а також сприяють створенню можливостей і загроз для ПАТ «Банк «Фінанси та кредит». Визначено сильні та слабкі сторони банківської установи.*

Ключові слова: *стратегічний аналіз банку, сильні сторони банку, слабкі сторони банку, можливості банку, загрози банку, матриця SWOT, SWOT-аналіз, PEST-аналіз.*

Аннотация. *Рассмотрен стратегический анализ украинских банковских учреждений с использованием метода SWOT-анализа и PEST-анализа. Проанализированы факторы, оказывающие влияние на макросреду, а также создающие возможности и угрозы для ПАО «Банк «Финансы и кредит». Определены слабые и сильные стороны банковского учреждения.*

Ключевые слова: *стратегический анализ банка, сильные стороны банка, слабые стороны банка, возможности банка, угрозы банка, матрица SWOT, SWOT-анализ, PEST-анализ.*

Annotation. *Considered a strategic analysis of the Ukrainian banking institutions using the method of the SWOT-analysis and PEST-analysis. The factors influencing the macro as well as creating opportunities and threats for the PJSC «Bank» Finance and Credit». Identified the strengths and weaknesses of the institution.*

Keywords: *strategic analysis of the bank, the bank's strengths, weaknesses bank, bank opportunities, bank, threats matrix SWOT, SWOT-analysis, PEST-analysis.*

Будь-яка організація, у тому числі банк, діє за постійно змінюваних умов, що є характерними для його середовища. Аналіз цього середовища зводиться до спостереження за змінами макросередовища.

Метою аналізу ринку є отримання інформації про нові ринкові можливості, а також потенційні проблеми та загрози, із якими може зіткнутися банк.

SWOT-аналіз та PEST-аналіз є найбільш популярними методами здійснення стратегічного аналізу банківської установи. Привабливість SWOT-аналізу зумовлена його універсальністю та доступністю, а також можливістю комплексного огляду банківської установи та її ділового середовища.

Відтак із точки зору стратегічного управління SWOT-аналіз є актуальним. Безумовною перевагою PEST-аналізу є можливість структурного аналізу зовнішнього середовища на різних рівнях. Крім того, актуальність його застосування зумовлено високою нестабільністю зовнішнього середовища, що дозволяє розробити маркетингову стратегію банку.

Проблемам вибору обґрунтованої стратегії розвитку банку присвячено праці таких вчених: Редченко К., Дженстер П., Примостка Л., Штейн О. та ін. У своїх працях науковці зазначали, що SWOT-аналіз дає змогу формувати загальний перелік стратегій банку із урахуванням його особливостей. PEST-аналіз є заснованим на управлінні чотирма елементами: політикою (P), економікою (E), соціологією (S) та технологією (T).

Розвиток та широке застосування SWOT-аналізу зумовлено тим, що стратегічне управління є пов'язаним із великими обсягами інформації, яку необхідно збирати, обробляти та аналізувати. Виникає потреба пошуку, розробки та застосування методів організації такої роботи.

Теоретично та практично доведено, що банку, який функціонує на ринках, що розвиваються, необхідно мати цілісну стратегію ринкового розвитку, що є достатньо гнучкою, адаптованою до нестабільних умов зовнішнього економічного та правового середовища та такою, що враховує наявні теоретичні та практичні напрацювання [1, с. 64].

Таким чином, можна виявити слабкі та сильні сторони ПАТ «Банк «Фінанси та кредит», а також можливості й загрози діяльності цього банку.

Сильні сторони банку відображають якісні характеристики банку, що надають додаткові можливості для досягнення успіху.

© Прунчак В. М., 2015

Сильними сторонами банку можуть виступати такі параметри:

1) робота з клієнтами: досвід масового обслуговування клієнтів, велика клієнтська база;

2) персонал: наявність системи безперервного підвищення професійного рівня персоналу;

3) репутація банку: довга історія існування на ринку, довіра клієнтів.

Слабкими сторонами можуть виступати такі параметри:

1) управління: консерватизм системи управління, високий рівень бюрократизації;

2) організаційна структура: масштабність, громіздкість структури, неможливість приймати оперативні рішення у філіях;

3) кадрова політика: плинність кадрів на нижчих посадах.

ПАТ «Банк «Фінанси та кредит» має такі сильні сторони: великий спектр банківських послуг для суб'єктів усіх форм господарювання, розвинену мережу філіалів та відділень, власну систему переказів коштів «АВЕРС», високий рівень надійності та високий рівень капіталізації, стабільну позицію одного із найбільших імпортерів на ринку постачання готівкової іноземної валюти в Україну.

ПАТ «Банк «Фінанси та кредит» має такі слабкі сторони: наявність тенденції погіршення якості активів та формування значного обсягу резервів, недостатній рівень прозорості діяльності банку, низький рівень рентабельності активів та власного капіталу, високий рівень залежності від міжбанківського кредитування та недостатній бюджет на маркетингові складові.

Таким чином, ПАТ «Банк «Фінанси та кредит» є універсальним банком, оскільки пропонує широкий спектр банківських послуг. Це дає йому можливість діяти майже в усіх сферах господарювання. Якщо у банку виникнуть будь-які загрози, він зможе сконцентрувати свою роботу у тій сфері, яка максимально мінімізує ризики зовнішнього середовища.

Розвинена мережа філіалів та банківських відділень позитивно впливає на зростання клієнтської бази та його популярність, що дає змогу отримати банку додатковий прибуток.

На рівень надійності банку впливає високій рівень капіталізації.

Проте ПАТ «Банк «Фінанси та кредит» має тенденцію погіршення активів та формування великого обсягу резервів, що, у свою чергу, негативно впливає на прибутковість банку [2]. Значний рівень залежності від міжбанківського кредитування зумовлює погіршення фінансової стійкості.

Розглянувши внутрішні якості ПАТ «Банк «Фінанси та кредит», слід приділити увагу загрозам та можливостям зовнішнього середовища.

Серед можливостей банку слід назвати:

1) кредитування фізичних осіб: розширення ринку споживчих кредитів;

2) інвестування: зростання інвестиційної активності підприємств;

3) ринок цінних паперів: перспективи роботи на розширеному ринку.

Для ПАТ «Банк «Фінанси та кредит» можливостями можуть бути: збільшення частки ринку, зростання популярності банку, зростання попиту на кредитні та депозитні послуги, покращення інвестиційного клімату, збільшення попиту на іноземну валюту, зростання доходів населення.

Крім можливостей, існують загрози, що негативно впливають на розвиток банку. Загрозами можуть бути:

1) розвиток регіональних банків;

2) високі темпи зростання не тільки обсягів кредитування, але й ризикованості цих операцій;

3) економічна криза (табл. 1).

Для ПАТ «Банк «Фінанси та кредит» загрозами можуть бути: недостатність якісних позичальників, посилення податкового законодавства стосовно депозитних вкладів, посилення законодавства стосовно підвищення прозорості діяльності банку, збільшення частки банків – конкурентів на ринку, зниження рівня інформаційної безпеки.

З огляду на визначені сильні та слабкі сторони внутрішнього середовища та можливості й загрози зовнішнього середовища ПАТ «Банк «Фінанси та кредит» побудовано матрицю SWOT, у якій наведено альтернативні варіанти стратегій розвитку ПАТ «Банк «Фінанси та кредит» /(табл. 2).

Таким чином, SWOT-аналіз дає змогу упорядкувати процес обміркування інформації та визначити стратегію залежно від обставин, що склалися у внутрішньому та зовнішньому середовищах банку.

Таблиця 1

PEST-аналіз на прикладі ПАТ «Банк «Фінанси та кредит»

№ з/п	Політичні фактори	№ з/п	Економічні фактори
1	Стабільність уряду	1	Економічна ситуація у країні
2	Зміна законодавства щодо кредитно-фінансових установ	2	Курс національної валюти, процентна ставка НБУ
3	Державний вплив на банківський сектор	3	Рівень інфляції
4	Державне регулювання конкуренції у банківському секторі	4	Рівень безробіття у країні
5	Політика оподаткування кредитно-фінансових установ	5	Ринок і торговельні цикли
	Соціальні фактори		**Технологічні фактори**
1	Демографічні зміни у країні	1	Розвиток інформаційно-комунікаційних технологій
2	Соціальна мобільність населення	2	Законодавство стосовно технологій
3	Високий рівень корупції	3	Широке розповсюдження інтернет-інструментів

Таблиця 2

Матриця SWOT-аналізу для ПАТ «Банк «Фінанси та кредит»

Сторони	Можливості	Загрози
Сильні	Стратегія спрямована на удосконалення методів обслуговування клієнтів та розширення асортименту банківських продуктів	Стратегія спрямована на захист своєї ринкової ніші та на нейтралізацію конкурентів, а також на посилення рівня інформаційної безпеки. Фактори для реалізації стратегії: якісне обслуговування клієнтів, зміцнення надійності послуг банківської установи
Слабкі	Стратегія спрямована на вдосконалення методів формування кредитного портфеля для покращення якості активів та на запровадження заходів, спрямованих на покращення рентабельності діяльності банку. Фактори реалізації стратегії: через збільшення частки ринку отримання додаткового прибутку, зростання популярності банку, зростання доходів населення	Стратегія спрямована на мобілізацію потенціалу банку для того, щоб утримати становище на ринку. Успішна діяльність банку є можливою за рахунок оптимізації витрат і концентрації на найбільш рентабельних сферах свого функціонування [3]

Таким чином, PEST-аналіз розкриває фактори зовнішнього середовища, а особливо технологічні фактори, що дасть змогу значно підвищити ефективність функціонування ПАТ «Банк «Фінанси та кредит» і забезпечить його розвиток. Стратегія підвищення ефективності діяльності ПАТ «Банк «Фінанси та кредит» має базуватися на оновленні технічної бази та розширенні клієнтської бази.

Науковий керівник – канд. екон. наук, професор Журавльова І. В.

Література: 1. Редченко К. І. Стратегічний аналіз у бізнесі / К. І. Редченко. – Львів : Новий світ-2000, 2010. – 271 с. **2.** Банк «Фінанси та кредит» [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://www.fcbank.com.ua/. **3.** Швець Н. Проблемність капіталу банків в умовах світової фінансової кризи / Н. Швець // Економіка України. – 2009. – № 12. – С. 35–41.

ВИЗНАЧЕННЯ ОСНОВНИХ ПРОБЛЕМ ОРГАНІЗАЦІЇ ДЕПОЗИТНИХ ОПЕРАЦІЙ БАНКУ ТА ШЛЯХІВ ЇХ ПОДОЛАННЯ

УДК 336.717.3

Пульна Н. П.

Студент 4 курсу
фінансового факультету ХНЕУ ім. С. Кузнеця

Анотація. *Проаналізовано за допомогою коефіцієнтного аналізу основні тенденції депозитних операцій та ефективність діяльності банку. Розглянуто проблеми залучення депозитних ресурсів в Україні. Надано рекомендації щодо підвищення ефективності депозитної діяльності банків.*

Ключові слова: *депозит, депозитні операції, банківські внески, залучені кошти, ресурсна база банку.*

Аннотация. *Проанализированы с помощью коэффициентного анализа основные тенденции депозитных операций и эффективность деятельности банка. Рассмотрены проблемы привлечения депозитных ресурсов в Украине. Даны рекомендации по повышению эффективности депозитной деятельности банков.*

Ключевые слова: *депозит, депозитные операции, банковские вклады, привлеченные средства, ресурсная база банка.*

Annotation. *Analyzed with the help of the factor analysis of the main trends of deposit operations and effectiveness of the bank's activities. The problems of attracting deposit resources in Ukraine. The recommendations to improve the effectiveness of deposit of banks.*

Keywords: *deposit, deposit transactions, bank deposits, borrowed funds, the resource base of the bank.*

Нині депозити є одним з основних джерел формування ресурсної бази банків. Кількість залучених депозитів є мірою довіри вкладників до банку. Ефективна діяльність банків та масштаби їх операцій залежать від обсягу ресурсів, якими вони володіють. Але залучення вільних грошових коштів від фізичних та юридичних осіб і розміщення їх на ринку кредитів, валютному та фондовому ринках – це основна діяльність будь-якого банку. Актуальність вибраної теми зумовлено важливістю проведення депозитних операцій як основного джерела фінансування банку.

Значну увагу аналізу депозитних операцій банку приділили такі видатні зарубіжні вчені: Сміт А., Роуз П., а також вітчизняні вчені Мороз А., Савлук М., Алексеєнко М., Васюренко О. та ін. Через постійні зміни у банківській сфері ці проблеми потребують подальшого детального розгляду.

Метою написання статті є аналіз депозитних операцій та надання рекомендацій щодо вдосконалення їх організації.

Депозитна діяльність банків має перспективи розвитку. Але проблеми банківської сфери, такі як підвищення курсу долара, банкрутство окремих банків, схвилювали багатьох українців. Основною проблемою є те, що вкладники, втративши довіру до банківських установ, почали забирати гроші з депозитних рахунків. Це значно ускладнило подальшу депозитну та кредитну політику банківських установ.

Для з'ясування основних тенденцій депозитної діяльності банку проведемо аналіз депозитних операцій на прикладі ПАТ «Укрсоцбанк» [4]. Це дозволить розробити відповідні рекомендації для організації. Банк є системно важливим для України та посідає сьоме місце за обсягом депозитів серед банків України станом на 01.10.2014 р. (рис. 1) [3].

Незважаючи на фінансові проблеми та отримання збитку у розмірі 2 662,25 млн грн за 2014 р., банк зміг залишитися серед найнадійніших банків країни за рейтингом за 2014–2015 рр. [5]. За останній рік банк сформував резерви, щоб мати змогу вчасно повертати депозити.

Можна більш детально проаналізувати здійснення депозитних операцій за допомогою коефіцієнтного аналізу (табл. 1).

За останні три роки відбулося значне зниження прибутку, і 2014 р. це значення набуло від'ємного значення. Достатньо велику частку прибутку банк отримує з чистого процентного доходу. Саме тому підвищення ефективності кредитних та депозитних операцій є одним із основних завдань банку.

© Пульна Н. П., 2015

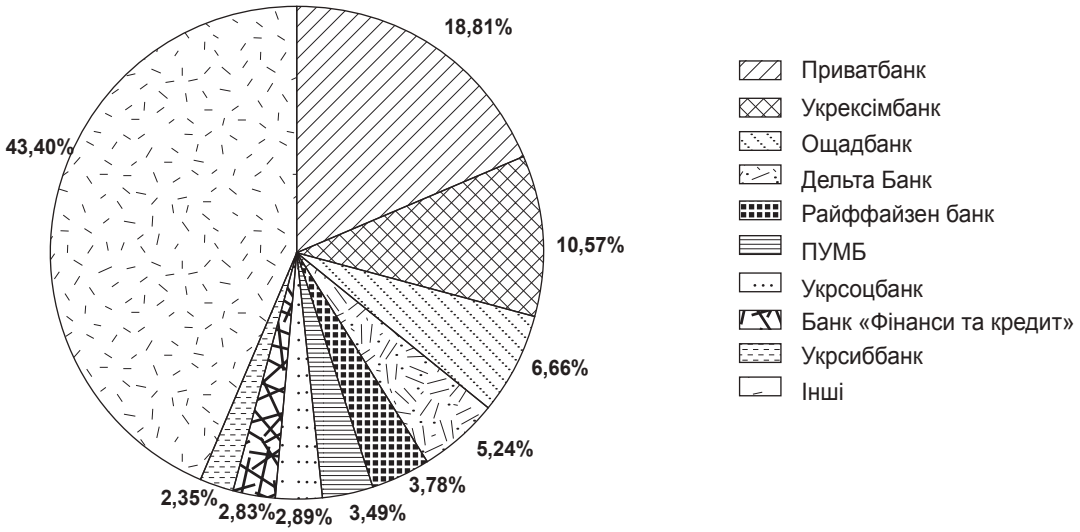

Рис. 1. **Банки-лідери за обсягом депозитів станом на 01.10.2014 р.**

Таблиця 1

Коефіцієнтний аналіз депозитних операцій

Показник	2012	2013	2014
Частка коштів клієнтів у зобов'язаннях	0,589	0,628	0,535
Частка кредитів у активах	0,610	0,636	0,673
Ступінь використання платних пасивів	0,879	0,912	0,890
Співвідношення кредитів і депозитів	0,792	0,830	0,848
Співвідношення строкових депозитів та до запитання	1,445	1,192	1,308
Співвідношення власного капіталу та строкових депозитів фізичних осіб	0,859	0,961	0,693
Співвідношення ліквідних активів та депозитів до запитання	0,739	0,421	0,160
Поточна ліквідність	0,858	0,893	0,609
Чиста процентна маржа	0,062	0,053	0,026

Кількість депозитів за 2012–2014 рр. зросла, але через збільшення зобов'язань частка коштів фізичних і юридичних осіб майже не змінилася. Подібна ситуація і з часткою кредитів у загальній кількості активів. Значення цього коефіцієнта зросло неістотно. Ступінь використання платних пасивів показує, яку частку коштів клієнтів та коштів банку було використано під кредити та заборгованість клієнтів та інвестиційну діяльність. Значення за три роки було приблизно на одному рівні. Значення коефіцієнта ступеня використання платних пасивів банку перебуває в межах норми, що є показником стабільності депозитних і кредитних операцій та вказує на надійність банку.

Порівняння кількості кредитів та депозитів дозволяє сказати, що темпи зростання кредитів перевищують темпи зростання депозитів. Але за останній рік збільшилася частка ненадійних кредитів, що підвищує ризики в роботі банку. При цьому банк видає більше кредитів, ніж отримує депозитів, що може бути як позитивним фактором в роботі банку, так і негативним. Відсоток залучених коштів у кредити перевищує 75 %, що вказує на агресивну кредитну політику, яка є більш прибутковою, ніж пасивна, але і більш ризикованою.

Переважання строкових депозитів над депозитами до запитання вказує на надійність ресурсної бази. Цей показник перебуває у межах норми. Кошти громадян, залучені банком, мають достатньою мірою забезпечуватися його власним капіталом. Значення коефіцієнта співвідношення власного капіталу та строкових депозитів фізичних осіб за останній рік зменшилося, що свідчить про незначне збільшення ризику неповернення депозиту.

Норматив поточної ліквідності характеризує мінімально необхідний обсяг активів банку для виконання поточного обсягу зобов'язань протягом одного останнього місяця. Значення цього показника, що є близькими до 1, свідчать про достатність активів для забезпечення зобов'язань, а зменшення їх може свідчити про можливі проблеми із ліквідністю.

Показник чистої процентної маржі, що є застосовуваним для визначення рівня ефективності використання активів залежно від вартості залучених ресурсів, є досить високим (оптимальне значення – 4,5 %). Значення показника упродовж 2012–2014 рр. щорічно зменшувалося від 6,2 % (2012) до 2,6 % (2014), що відбувалося через зниження процентних доходів, коли витрати також незначно зросли.

Крім того, наявність фінансових проблем у банку можна визначити на підставі невідповідності деяких окремих показників діяльності банку нормативам НБУ, виконання яких є обов'язковим для всіх банків. Показник адекватності регулятивного капіталу в 4-му кварталі мав значення 7,61 %, що є нижчим за мінімальний норматив, установлений регулятором на рівні 10 %. Показник максимального розміру кредитного ризику на одного контрагента на звітну дату мав значення 44,2 % (мінімальний норматив має не перевищувати 25 %). Це свідчить, що банк необхідно терміново докапіталізувати, інакше він ризикує бути віднесеним до категорії проблемних банків.

Таким чином, на погіршення фінансового стану банку вплинули як зовнішні, так і внутрішні фактори. Серед внутрішніх – отримання збитків, зниження надійності банку, великі ризики неповернення кредитів, зниження ліквідності тощо. Підвищення співвідношення кредитів до депозитів надає можливості збільшити прибутки, але також підвищує ризики неповернення. Зважаючи на наявність великих ризиків, що є пов'язаними із переважанням надання ненадійних кредитів над надійними, потрібно встановити більш жорсткі критерії вибору клієнтів, але не припиняти кредитування взагалі.

Серед зовнішніх факторів, що вплинули на депозитну діяльність банку, можна виділити зниження довіри населення до банківських установ, підвищення інфляції, підвищення курсу валют, фінансову нестабільність у країні.

Зважаючи на визначені проблеми, зазначимо, що до ефективної депозитної політики ПАТ «Укрсоцбанк» мають належати заходи щодо використання мотиваційних інструментів та підвищення привабливості внесків шляхом раціонального поєднання цінових і нецінових методів маркетингової політики; особливостей депозитної політики, що є зумовленими посиленням конкуренції.

З огляду на це, доцільним є реалізація таких шляхів вирішення вищенаведених проблем організації депозитних операцій банку:

– формування довіри у населення до банківських послуг та надання широкого спектра послуг як шлях до залучення коштів клієнтів та підвищення попиту на послуги банку;

– підвищення зацікавленості у розміщенні коштів на вкладних рахунках новими депозитними програмами, вигідними умовами;

– залучення кваліфікованих спеціалістів зі знаннями психології для більш продуктивної роботи з клієнтами;

– запровадження новітніх технологій до роботи банку, що сприятимуть комфортному користуванню послугами, покращенню якості банківських послуг, а також скороченню майбутніх витрат банку;

– проведення маркетингового аналізу ринку депозитних послуг задля виявлення кола потенційних клієнтів, урахування їх інтересів та задоволення потреб у сфері депозитного обслуговування;

– розповсюдження реклами, яка б містила достовірну інформацію про умови залучення внесків, задля формування довіри у потенційних клієнтів [1].

Таким чином, проведене дослідження організації депозитних операцій у ПАТ «Укрсоцбанк» допомогло виявити основні проблеми та запропонувати відповідні шляхи їх подолання. Подальше дослідження має бути пов'язаним із оцінюванням ефективності запровадження рекомендацій до діяльності банку.

Науковий керівник – канд. екон. наук, професор Журавльова І. В.

Література: 1. Береславська О. І. Депозитні операції банків України: сучасний стан та напрями розвитку / О. І. Береславська, В. А. Овсяник // Фінансово-кредитна діяльність: проблеми теорії та практики : зб. наук. пр. – 2013. – Вип. 1. – С. 54–60. **2.** Аналіз банківської діяльності : підручник / А. М. Герасимович, М. Д. Алексеєнко, І. М. Парасій-Вергуненко [та ін.] ; за ред. А. М. Герасимовича. – Київ : КНЕУ, 2010. – 599 с. **3.** Національний банк України. Статистика [Електронний ресурс] / Офіційний сайт Національного банку України. – Режим доступу : http://www.bank.gov.ua/control/uk/publish/article. **4.** Квартальна фінансова звітність за 2012–2014 рр. ПАТ «Укрсоцбанк» [Електронний ресурс]. – Режим доступу : https://www.unicredit.ua/ip_quartrep/. **5.** Рейтинг банков Украины [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://minfin.com.ua/banks/rating/.

АНАЛІЗ ТА ОЦІНЮВАННЯ СТАНУ ІНТЕЛЕКТУАЛЬНОЇ МІГРАЦІЇ НАСЕЛЕННЯ

УДК 314.151.3-054.7:005.336.4]:311.21

Радченко О. В.

Магістрант 1 року навчання
факультету економічної інформатики ХНЕУ ім. С. Кузнеця

Анотація. *Розглянуто питання оцінювання стану інтелектуальної міграції населення України. Проаналізовано структуру інтелектуальних мігрантів за країнами призначення. Побудовано економетричні трендові моделі інтелектуальної міграції осіб із науковим ступенем.*

Ключові слова: *міграція, трудова міграція, робоча сила, інтелектуальна міграція, мобільність трудових ресурсів, ринок праці, статистичний аналіз, інтенсивність, показники, багатовимірні угруповання, методи прогнозування, трансферти.*

Аннотация. *Рассмотрены вопросы оценки состояния интеллектуальной миграции населения Украины. Проанализирована структура интеллектуальных мигрантов по странам назначения. Построены эконометрические трендовые модели интеллектуальной миграции лиц с ученой степенью.*

Ключевые слова: *миграция, трудовая миграция, рабочая сила, интеллектуальная миграция, мобильность трудовых ресурсов, рынок труда, статистический анализ, интенсивность, показатели, многомерные группировки, методы прогнозирования, трансферты.*

Annotation. *The problems of valuation of intellectual migration status of Ukraine's population. The structure of intellectual migrants by country of destination. Constructed an econometric model of intellectual migration trend of people with advanced degrees.*

Keywords: *migration, labor migration, labor, intellectual migration, labor mobility, labor market, statistical analysis, intensity, performance, multi-dimensional grouping, forecasting techniques, transfers.*

За умов політичної, економічної та соціальної кризи трудова міграція набирає масштабних обертів. За неофіційними даними, за кордоном у різних сферах працевлаштовані приблизно 7 млн українців. Згідно із даними Державної служби статистики України, ця цифра є значно меншою. Щороку за кордоном працює від 1 до 4 млн українців. Міжнародна організація з міграції оцінює кількість трудових мігрантів з України у 2,5 млн осіб. Існуюча система статичного обліку не в змозі відтворити дійсні масштаби трудової міграції [1].

Відповідно до джерел неофіційної статистики, щорічна інтелектуальна еміграція з України налічує приблизно 95,4 тис. фахівців, тобто емігрує кожний 26 спеціаліст із вищою освітою. Протягом останніх років Україну залишило приблизно 5,5 тис. учених, що еквівалентно втраті 4 млрд дол. США. За експертними оцінками, витрати на підготовку одного фахівця з вищою освітою становлять приблизно 20 тис. доларів США, що означає, що кожний висококваліфікований трудовий мігрант збагачує країну свого нового перебування на цю суму [2]. Основними цільовими країнами зовнішньої міграції висококваліфікованих кадрів є США, Росія, Німеччина, Ізраїль, Канада та Польща. Структуру інтелектуальних мігрантів України за країнами призначення у 2013–2014 рр. подано на рис. 1.

Потік співвітчизників, що їдуть працювати в Америку, стрімко зростає, оскільки політика США ґрунтується на принципі залучення іноземного інтелекту, здійснюваному на державному рівні. Країни Європи також запроваджують державну політику залучення іноземних ресурсів [3]. Серед головних факторів, що є привабливими для висококваліфікованих мігрантів, створення сприятливого середовища для акумуляції наукових знань, міжнародних програм з інформаційного обміну для підвищення кваліфікації й інтелектуального потенціалу вченого. Важливим є міжнародне співробітництво із можливістю здійснювати зарубіжні відрядження, що сприяє приєднанню до досягнень світової науки та ділової культури.

Чисельність інтелектуальних мігрантів неухильно зростає. Така ситуація дає підстави стверджувати, що для України характерні ознаки руйнування інтелектуального потенціалу нації. На рис. 2 подано прогноз чисельності мігрантів на 2015–2016 рр. на основі розрахунку параметрів моделей лінійного тренду.

Отже, лінійні моделі тренду інтелектуальної міграції мають вигляд:

$Y = 7{,}709x + 59{,}44$ – для кандидатів наук,

$Y = 1{,}807x + 8{,}614$ – для докторів наук.

© Радченко О. В., 2015

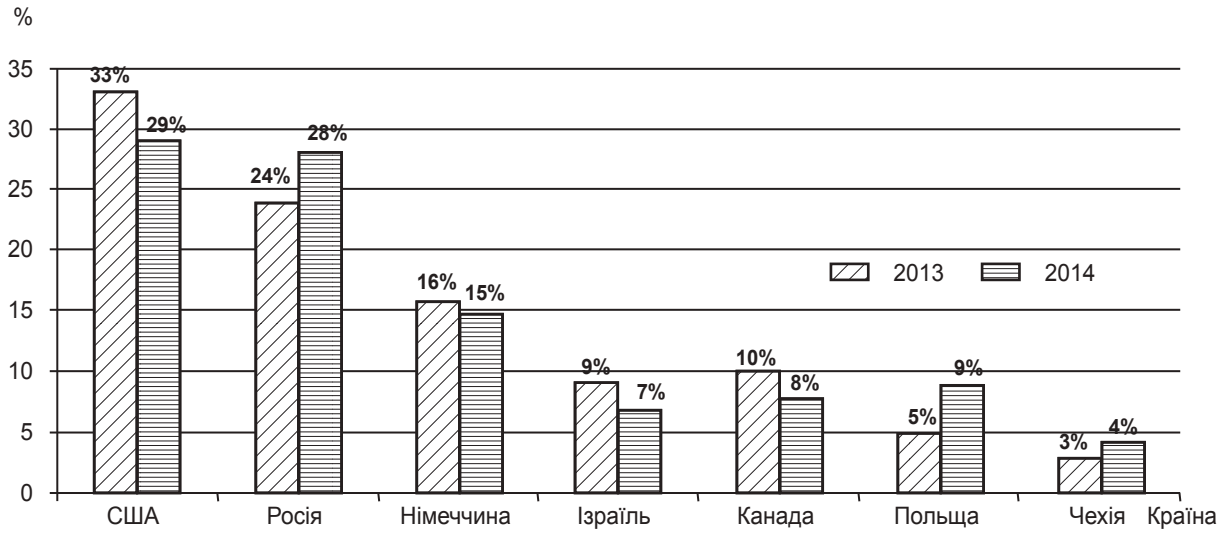

Рис. 1. **Структура інтелектуальних мігрантів України за країнами призначення у 2013–2014 рр.**

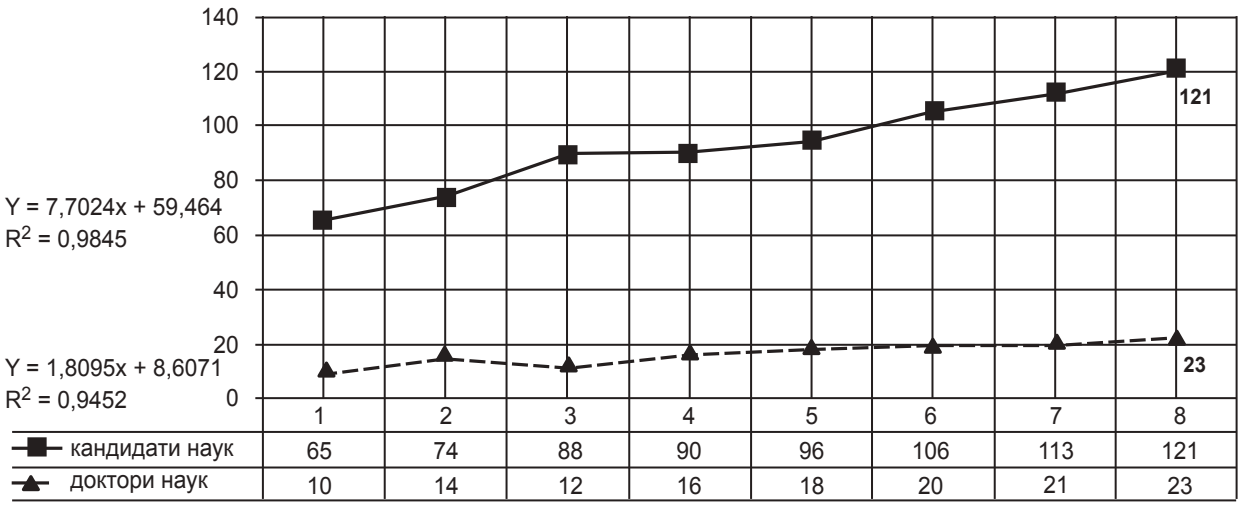

Рис. 2. **Тренди інтелектуальної міграції з України на 2015–2016 рр.**

Оскільки коефіцієнти детермінації дорівнюють відповідно 98 % та 95 %, може йтися про адекватність вибраних моделей.

Параметр першої моделі дає змогу стверджувати, що чисельність кандидатів наук, що виїхали за кордон, із кожним роком зростатиме приблизно на 8 осіб (7,709), а докторів наук – на 2 особи (1,807), що є негативною тенденцією та ознакою руйнування інтелектуального багатства нації.

Результати прогнозування свідчать про те, що за незмінних умов Україна протягом 2016 р. може втратити 121 кандидата наук, що майже на 10 % більше, ніж у 2015 р., та 23 доктори наук, що на 7 % більше, ніж у попередньому році. Така ситуація є невтішною, оскільки через відтік інтелектуальних мігрантів країна втрачає науковий потенціал українського суспільства, що, у свою чергу, негативно впливає на розвиток національної економіки [4].

З економічної точки зору Україна несе чималі збитки від еміграції наукового потенціалу. Лише витрати держави від міграції науковців становлять приблизно $ 36 млрд, не враховуючи потенційної вартості того, що вони могли б виробити або винайти.

Втрата людського капіталу країнами-донорами зачіпає питання національної безпеки країни. Мінімізація інтелектуальних втрат потенціалу країни потребує адекватного реагування з боку держави шляхом інтенсивного запровадження механізмів регулювання міграційних потоків із пристосуванням до ситуації та врахуванням інтересів усіх учасників глобального міграційного процесу. Здійснювати регулювання міграційними процесами слід на трьох рівнях: національному, міжнаціональному та транснаціональному, де контроль та методи управління мають здійснюватися відповідними органами.

Тобто ефективна міграційна політика має поєднувати інтереси національних держав, міжнародних організацій та міждержавних інститутів. Разом вони утворюють глобальну систему регулювання міжнародної міграції, яка є складовою системи глобального управління.

Для реалізації ефективного функціонування міграційної політики як на державному, так і на міжнародному рівні має бути сформований ефективний механізм регулювання міграційних процесів, імміграційний контроль із урахуванням вимог національної безпеки і потреб національних економік у застосуванні іноземної робочої сили.

Кінцевою метою державної політики має стати не припинення інтелектуальної міграції, що за умов глобалізації не є можливим, а запровадження механізму повернення мігрантів на батьківщину, тобто перетворення незворотної еміграції на тимчасову.

Науковий керівник – канд. екон. наук, доцент Сергієнко О. А.

Література: 1. Державна служба статистики України [Електронний ресурс] / Офіційний сайт Державної служби статистики України. – Режим доступу : http://www.ukrstat.gov.ua/. **2.** Лібанова Е. М. Зовнішня трудова міграція населення України / За ред. Е. М. Лібанової. – Київ : Інформ.-аналіт. агентство, 2009. – 120 с. **3.** Ромащенко Т. І. Особливості міжнародної міграції висококваліфікованих працівників в умовах глобалізації / Т. І Ромащенко // Проблемы и перспективы сотрудничества между странами Юго-Восточной Европы в рамках ЧЭС и ГУАМ. – 2008. – Т. 1. – С. 339–344. **4.** Мирончик О. «Відплив інтелекту» як фактор конкурентоспроможності в глобалізованому світі / О. Мирончик // Дослідження міжнародної економіки. – 2011. – № 2 (67). – С. 178–185.

ЕВОЛЮЦІЯ ПОГЛЯДІВ І ТЕОРЕТИЧНЕ ОБҐРУНТУВАННЯ ПОНЯТТЯ «ЕКОНОМІЧНЕ ЗРОСТАННЯ»

УДК 330.34

Рєпіна М. О.

Студент 2 курсу
факультету обліку і аудиту ХНЕУ ім. С. Кузнеця

Анотація. *Розкрито сутність поняття «економічне зростання» та особливості застосування визначеної категорії в економічних дослідженнях. Розглянуто основні наукові погляди стосовно змістовної характеристики поняття «економічне зростання». Запропоновано авторський підхід до визначення цього терміна.*

Ключові слова: *економічне зростання, економічний розвиток.*

Аннотация. *Раскрыта сущность понятия «экономический рост» и особенности применения этой категории в экономических исследованиях. Рассмотрены основные научные взгляды на содержательную характеристику понятия «экономический рост». Предложен авторский подход к определению этого термина.*

Ключевые слова: *экономический рост, экономическое развитие.*

Annotation. *The essence of the concept «economic growth» and the features of the category use in the economic research are revealed. The author's definition of the category «economic growth» is given. The main scientific approaches to the concept of economic growth are considered and the author's approach to the definition of the term is suggested.*

Keywords: *economic growth, economic development.*

Рушійною силою економіки держави є необхідність у якомога повнішому задоволенні потреб фізичних та юридичних осіб. Поліпшення якості життя населення потребує зростання доходів, а це відповідно – ефективної економічної політики та наявності механізмів сприяння сталому зростанню. Необхідність сприяння економічно-

© Рєпіна М. О., 2015

му зростанню пов'язана ще й з тим, що саме воно визначає стан господарської системи й відображає масштаби економіки та перспективи її розвитку. Системний аналіз поняття «економічне зростання» з точки зору історичної ретроспективи є актуальним і має важливу теоретичну та практичну значущість.

Економічному зростанню як найважливішій характеристиці розвитку національної економіки присвячено велику кількість фундаментальних досліджень. Так, проблему економічного зростання досліджували Шумпетер Й., Кузнець С., Харрод Р., Домар Е., Мід Д., Самуельсон П. та ін.

Метою написання статті є визначення економічного змісту поняття «економічне зростання» із урахуванням досліджень вчених-економістів.

У працях науковців минулого зміст поняття «економічне зростання» здебільшого ототожнювався із поняттям «багатство народів». Зокрема, меркантилісти багатство країни вбачали у золоті й сріблі, а його джерелом вважали зовнішню торгівлю, що через нееквівалентний обмін забезпечувала активний торговельний баланс. Томас Манн, англійський економіст, у своїй книзі «Багатство Англії у зовнішній торгівлі, або баланс нашої зовнішньої торгівлі як принцип нашого багатства» (1664) зазначає, що країна має збагачуватися шляхом торгівлі, забезпечуючи перевищення вивезення товарів над їх ввезенням. Тобто меркантилісти зіставляли процес економічного зростання країни із процесом її збагачення, що виражалося у надходженні грошей унаслідок міжнародної торгівлі до казни держави [2, с. 189].

На відміну від меркантилістів, представники класичної політичної економії пов'язували поняття багатства нації не із фізичною масою грошей, а із наявністю корисних благ і речей. Засновник школи класичної політичної економії у Франції П'єр Буагільбер, розглядаючи багатство нації, уперше застосував поняття «національний дохід», маючи на увазі сукупний дохід від сільського господарства. Таким чином, економічний розвиток країни є обумовленим сферою виробництва, особливо сільськогосподарського, а сфера обміну є умовою для економічного зростання країни [2, с. 217].

Загалом етимологія поняття «економічне зростання» є пов'язаною із працею К. Маркса «Капітал», який розумів його як розширене відтворення суспільного капіталу, як схему реалізації сукупного суспільного продукту на макрорівні. Він довів, що головним джерелом накопичення капіталу є додаткова вартість [1, с. 62].

Передумови ж теорії економічного зростання було закладено Кене Ф., який зобразив національне господарство як систему зі своїм балансом. Кене Ф. та Тюрго А. вважали, що тільки земля є продуктивною, і тільки праця зайнятих у сільському господарстві людей створює дохід, що перевищує витрати [2, с. 274].

Поступальне дослідження цієї категорії спровокувало погляди Мілля Д., відомого англійського мислителя та економіста, який зазначав, що економічне зростання визначається через приріст багатства, обумовлений величиною наявних факторів виробництва та їх продуктивністю [5, с. 86].

Американський економіст Шумпетер Й. у своїй базовій науковій праці – монографії «Теорія економічного розвитку» (1911) визначив економічне зростання як кількісні зміни, що полягають у збільшенні виробництва і споживанні з часом одних і тих самих товарів і послуг. Економічний розвиток Шумпетер Й. визначив як позитивні якісні зміни, нововведення у виробництві, у продукції та послугах, у галузі управління, інших сферах економічної діяльності [1, с. 97].

Відомий американський економіст Кузнець С. у своїй праці «Вимірювання економічного зростання» визначив економічне зростання як довготривале збільшення спроможності господарства забезпечувати все більш різноманітні потреби населення за допомогою все більш ефективних технологій і відповідних їм інституціональних та ідеологічних змін. Економічне зростання створює можливості забезпечувати постійно зростаючі потреби людей у товарах і послугах, вирішувати фундаментальні проблеми соціально-економічного розвитку, проблеми обмеженості виробничих ресурсів [6, с. 629].

Англійський вчений Харрод Р. у своїх працях «Нарис теорії економічної динаміки» (1939) і «До динамічної економічної науки» (1948) трактував економічне зростання як зростання національного доходу, що є визначуваним тільки одним фактором – нормою накопичення капіталу. При цьому вилучаються всі інші фактори, у тому числі збільшення зайнятості, ступінь використання обладнання, покращення в організації виробництва тощо [4, с. 125].

Дещо інший варіант моделі економічного зростання запропоновано американцем Домаром Є., який розробив «головне управління рівноважного зростання», де він розглядав економічне зростання як кількісне явище, як глибокі структурні зміни, що охоплюють основні галузі народного господарства [4, с. 139].

Британський економіст Мід Д. пов'язував поняття «економічне зростання» із таким станом рівноваги, коли всі основні макроекономічні показники (національний дохід, сукупні заощадження та інвестиції, капітал) зростають стійкими темпами, що визначається темпом зростання обсягу задіяної робочої сили [2].

Самуельсон П., американський економіст, розумів економічне зростання як характерну особливість сучасного світу і про аспекти економічного зростання говорив: «… країни зростають за чисельністю населення, за загальними масштабами виробництва, за реальним національним продуктом, за рівнем життя типової сім'ї на

цей час порівняно із рівнем життя дідів, за кількістю вільного часу після роботи, за ступенем полегшення важкої, стомлюючої праці» [4, с. 345].

У довідковій літературі економічне зростання визначають як збільшення обсягів суспільного виробництва і розширення можливостей економіки задовольнити зростаючі потреби населення у товарах і послугах [3, с. 268].

Таким чином, дослідження показали, що серед учених немає єдиної науково обґрунтованої точки зору стосовно визначення економічного зростання. Запропоновані формулювання економічне зростання ототожнюють із процесом, супроводжуваним якісними змінами всієї економічної системи.

Маємо запропонувати таке визначення: економічне зростання – кількісні та якісні зміни, що передбачають перехід до вищого рівня розвитку за рахунок збільшення продуктивних сил країни для поліпшення рівня життя населення.

Науковий керівник – канд. екон. наук, доцент викладач Фадеєва Ю. В.

Література: 1. Демченко С. К. Эволюция теорий экономического роста : монография / С. К. Демченко. – Красноярск : Красн. гос. ун-т, 2006. – 149 с. **2.** Базилевич В. Д. Історія економічних учень : підручник / За ред. В. Д. Базилевича. – Київ : Знання, 2005. – 567 с. **3.** Мочерний С. В. Економічна енциклопедія / Відп. ред. С. В. Мочерний [та ін.]. – Київ : Академія, 2001. – 848 с. **4.** Левитана Р. Ф. История экономических учений : полный курс в кратком изложении / Р. Ф. Левитана. – М. : Инфра-М, 2002. – 224 с. **5.** Милль Дж. Основы политической экономии / Дж. Миль. – М., 1969. – 230 с. **6.** Нобелевские лауреаты XX века. Экономика. Энциклопедический словарь. – М. : РОССПЭН, 2001. – 956 с.

ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ СТАЛОГО ФІНАНСОВО-ЕКОНОМІЧНОГО СТАНУ ПІДПРИЄМСТВА

УДК 338.1:330.34

Рєпіна М. О.

Студент 2 курсу
факультету обліку і аудиту ХНЕУ ім. С. Кузнеця

Анотація. *Розкрито сутність понять «сталість» та «сталий розвиток». Визначено основу для вибору методів забезпечення сталого фінансово-економічного стану підприємства, що полягає у комплексному аналізі та оцінюванні його виробничо-господарської діяльності. Запропоновано основні методи забезпечення сталого фінансово-економічного стану підприємства.*

Ключові слова: *підприємство, сталість, сталий розвиток підприємства, фінансово-економічний стан.*

Аннотация. *Раскрыта сущность понятий «устойчивость» и «устойчивое развитие». Определена основа для выбора методов обеспечения устойчивого финансово-экономического состояния предприятия, которая заключается в комплексном анализе и оценке его производственно-хозяйственной деятельности. Предложены основные методы обеспечения устойчивого финансово-экономического состояния предприятия.*

Ключевые слова: *предприятие, устойчивость, устойчивое развитие предприятия, финансово-экономическое положение.*

Annotation. *The essence of the concept of «sustainability» and «sustainable development» are revealed. The basis for the choice of methods for sustainable financial and economic situation of the enterprise, which is in complex analysis and evaluation of its industrial and economic activities, is defined. The basic methods of sustainable financial and economic performance are suggested.*

Keywords: *enterprise, sustainability, sustainable enterprise development, financial and economic conditions.*

© Рєпіна М. О., 2015

За ринкових умов зростає самостійність підприємств, їх економічна та правова відповідальність. Важливу роль у забезпеченні ефективних форм господарювання на підприємствах відіграє оцінювання фінансово-економічного стану. Від результатів оцінювання залежать не тільки всі управлінські рішення, але й відношення до підприємства його клієнтів, партнерів та конкурентів. Тому важливим є обґрунтування методики визначення фінансової сталості підприємства.

Визначення та характеристика поняття «сталий розвиток» знайшли відображення в роботах таких вчених-економістів: Погорєлов Ю. С., Міщенко С. П., Деркач М. І., Черних А. В., Гросул В. А., Мамаєва Г. С., Єремейчик Р. А., Рахнянська О. П., Колотій В. О. та ін.

Метою написання статті є дослідження основних методів забезпечення сталого фінансово-економічного стану підприємства на основі аналізу його фінансово-господарської діяльності.

Основною характеристикою сучасного підприємства має бути його спроможність динамічно розвиватися. Усе більшого значення набуває розробка та реалізація ефективної бізнес-моделі підприємства, що передбачає наявність гнучких стратегій і планів, альтернативних варіантів залучення ресурсів тощо. Однак, незважаючи на прагнення підприємств до динамічного розвитку, у ринковому середовищі значну роль відіграє забезпечення сталості підприємства.

Сталість – це спроможність підприємства не відхилятися від свого стану за умов виникнення дестабілізаційних внутрішніх і зовнішніх впливів. Проте сукупність факторів, що впливають на підприємство, зумовлюють стрімкість змін умов функціонування підприємства, що, у свою чергу, неодмінно призводить до зміни характеристик стану підприємства [2, с. 26].

Урахування зовнішніх і внутрішніх факторів впливу на фінансово-економічну сталість є обов'язковим при здійсненні виробничо-господарської діяльності суб'єкта господарювання. Зазначені фактори впливу мають стати об'єктом постійного моніторингу з боку управлінського персоналу, що дозволить підприємству стабільно розвиватися за ринкових умов у довгостроковій перспективі.

Фінансово-економічний стан підприємства – це складна, інтегрована за багатьма показниками характеристика якості його діяльності. У концентрованому вигляді фінансовий стан підприємства можна визначити як міру забезпеченості підприємства необхідними фінансовими ресурсами і ступінь раціональності їх розміщення для здійснення ефективної господарської діяльності та своєчасного проведення грошових розрахунків за зобов'язаннями [1, с. 134].

Вітчизняні економісти пропонують об'єднати показники, що характеризують фінансово-економічний стан підприємства, у чотири групи, а саме: показники ліквідності або поточної платоспроможності, показники фінансової стійкості, показники прибутковості або рентабельності та показники ділової активності, або оборотності. Саме така структура показників сталості підприємства дозволяє зробити висновок про рівень його прибутковості та оборотності капіталу, що визначає спроможність розраховуватися за борговими зобов'язаннями; про фінансову стійкість і динаміку структури джерел фінансування, що забезпечують діяльність підприємства на основі збільшення прибутку, платоспроможності та кредитоспроможності підприємства за умов допустимого рівня ризику, а також ступінь залежності підприємств від залучених джерел фінансування, що гарантують його ліквідність та прибутковість [3, с. 87].

Одним із ключових важелів забезпечення сталого розвитку є врахування фактора часу: аналіз минулих досягнень, оперативне управління, стратегічне управління. Тому не тільки важливо визначити й аналізувати внутрішнє та зовнішнє середовище на поточний момент часу, а й проводити моніторинг за попередні періоди і прогнозувати їхні значення на майбутнє. Особливо важливою обставиною у процесі забезпечення сталого розвитку є те, що показники минулого, поточного й перспективного періодів мають суттєво не відрізнятися [6, с. 79].

Важливою умовою сталого розвитку підприємства є неперервне вдосконалення забезпечення виробництва всіма видами відповідних ресурсів. Як відомо, ефективність використання ресурсів найбільш повно відображає показник ресурсного забезпечення, тому його доцільно враховувати під час формування механізму забезпечення та управління сталим розвитком для того, щоб за його допомогою відобразити вдосконалення внутрішніх процесів на підприємстві. Зокрема, ефективність використання фінансових ресурсів характеризує коефіцієнт оборотності оборотних активів. Для більш сталого розвитку підприємства намагаються прискорити оборотність активів, оскільки зі збільшенням кількості оборотів активів збільшується дохід, а у разі зниження оборотності виникає загроза нестачі ліквідних активів на ведення операційної діяльності та пошук джерел їх фінансування [6, с. 80].

Забезпечення фінансово-економічної сталості підприємства є системою принципів та методів розробки й реалізації управлінських рішень, пов'язаних із забезпеченням такого стану фінансових ресурсів і активів, їх формування та розподілу, що б дозволили підприємству розвиватися на основі зростання прибутку за збереження платоспроможності й кредитоспроможності та забезпечення і підтримання його фінансової рівноваги.

Важливим є врахування рівня платоспроможності, на який впливає своєчасне надходження грошових коштів та їх використання, а також рух коштів підприємств через здійснення операційної, інвестиційної і фінансо-

вої діяльності. Для підтримання сталого розвитку підприємствам необхідно здійснювати стягнення заборгованості задля прискорення оборотності коштів для зниження кредиторської заборгованості та розмежування виплат кредиторам за ступенем пріоритетності для зменшення відтоку коштів для контролю дебіторської заборгованості, що забезпечить майбутню платоспроможність та ліквідність власних коштів підприємств. Тобто раціональне управління наявними фінансовими ресурсами полягає у визначенні оптимальних обсягів виробничих запасів, управлінні дебіторською заборгованістю, координації планів виробництва та продажів, забезпеченні безперебійної роботи підприємства тощо [4, с. 448].

Сталий розвиток – процес, що відбувається в ході зміни виробничих циклів, під час яких ресурси витрачають на створення продукту та його появу на ринку. Витрати на виробництво та збут відображають два найважливіших напрями фінансових витрат, тому їх доцільно врахувати під час формування механізму забезпечення сталого розвитку. Виробничі цикли діяльності підприємства завершуються збутом продукції та отриманням прибутку. Ці процеси розкривають, наскільки ефективними були попередні фази діяльності підприємства [5, с. 38].

Ще одним засобом забезпечення сталого розвитку підприємств є досягнення прибутковості, що передбачає збільшення обсягів продажу та зменшення витрат. Тобто прибуток як основна форма грошових нагромаджень підприємства залежить передусім від зниження витрат на виробництво та збут продукції, а також від збільшення обсягу продажу продукції. Зокрема, подальше зниження або утримання на одному рівні витрат на виробництво та збут продукції означатиме збільшення доходності виробництва продукції, що характеризує спроможність підприємства адаптуватися до умов зовнішнього середовища, що змінюється, завдяки постійному відстеженню змін потреб та попиту на товари і послуги, реалізації конкурентоспроможних ідей, що найкраще задовольняють ці потреби та попит [7, с. 93]. За ринкових умов підприємства залучають фінансові ресурси, намагаючись найбільш ефективно їх розміщувати задля забезпечення прибуткової діяльності. Фінансово-економічна сталість підприємства характеризується таким станом фінансових ресурсів, що відповідає потребам розвитку і вимогам ринку.

Для забезпечення сталого фінансово-економічного стану підприємства першочерговим завданням є підтримання постійної платоспроможності та кредитоспроможності, а також збалансування та забезпечення оптимальної структури грошових потоків. Підтримання сталості розвитку підприємства на бажаному рівні ґрунтується на розробці плану щодо оздоровлення його економічної діяльності. Для цього слід проаналізувати стан ресурсів підприємства на даний час і можливості подальшого розвитку підприємства за раціонального управління наявними фінансовими ресурсами та досягнення прибутковості, що передбачає збільшення обсягів продажів та зменшення витрат на виробництво і збут продукції на ринок, управління дебіторською заборгованістю. Це сприятиме забезпеченню оптимальної структури капіталу та активів, а також прискоренню оборотності активів підприємства, унаслідок чого збільшиться ефективність використання ресурсів, що забезпечить безперебійну роботу та сталий розвиток підприємства.

Таким чином, запропоновані напрями забезпечення сталого фінансово-економічного стану підприємства мають забезпечити ефективність розвитку підприємства, його конкурентоспроможність за рахунок обґрунтування вибору, адаптації до умов зовнішнього середовища й досягнення цілей діяльності підприємства.

Науковий керівник – канд. екон. наук, доцент Горобинська М. В.

Література: 1. Покропивний С. Ф. Економіка підприємства : навч. посіб. / С. Ф. Покропивний, Г. О. Швиданенко, О. С. Федонін [та ін.] ; за ред. С. Ф. Покропивного. – Київ : КНЕУ, 2005. – 328 с. **2.** Иванов В. Л. Организация управления экономической устойчивостью на основе усовершенствования его организационной структуры управления / В. Л. Иванов. – Луганск : Изд-во ВНУ им. В. Даля, 2007. – 148 с. **3.** Іванчук К. О. Стійкий економічний розвиток підприємства: теоретичне обґрунтування / К. О. Іванчук // Економіка розвитку. – 2014. – № 3 (71). – С. 84–88. **4.** Костецька Н. І. Методичні аспекти формування стратегії зниження витрат підприємства / Н. І. Костецька // Економіка: проблеми теорії та практики. – Вип. 263. – 2010. – С. 443–450. **5.** Крейніна М. Н. Фінансова стійкість підприємства: оцінка та прийняття рішень / М. Н. Крейніна // Фінансовий менеджмент. – 2001. – № 2. – С. 34–46. **6.** Смачило І. І. Принципи формування та структура механізму управління сталим розвитком підприємства / І. І. Смачило // Економіка розвитку. – 2013. – № 3 (67). – С. 79–82. **7.** Чумак Г. М. Обґрунтування складових організаційно-економічного механізму управління еколого-економічною діяльністю промислового підприємства / Г. М. Чумак // Научно-технический сборник. – 2008. – № 83. – С. 90–96.

ЗДІЙСНЕННЯ ТА ЕФЕКТИВНІСТЬ РЕСТРУКТУРИЗАЦІЇ ПІДПРИЄМСТВА

УДК 005.591.4:005.336.1

Рєпіна Ю. О.

Студент 2 курсу
факультету обліку і аудиту ХНЕУ ім. С. Кузнеця

Анотація. *Проаналізовано тлумачення категорії реструктуризації та історію виникнення поняття. Обґрунтовано необхідність проведення реструктуризації підприємства, а також досліджено умови для її успішної реалізації.*

Ключові слова: *реструктуризація, підприємство, оздоровлення, ефективність реструктуризації.*

Аннотация. *Проанализированы толкования категории реструктуризации и история возникновения понятия. Обоснована необходимость проведения процесса реструктуризации предприятия, а также исследованы условия для ее успешной реализации.*

Ключевые слова: *реструктуризация, предприятие, оздоровление, эффективность реструктуризации.*

Annotation. *Analyzed the interpretation of the category of the restructuring and the history of the concept. The necessity of the enterprise restructuring process and investigated the conditions for its successful implementation.*

Keywords: *restructuring, enterprise, recovery, efficiency of restructuring.*

Процес реструктуризації підприємств є орієнтованим на забезпечення трансформації (переходу) підприємства до нової, більш ефективної системи діяльності задля забезпечення його довгострокового успішного розвитку. Реструктуризація є комплексною системою кардинальних перетворень бізнесу, необхідних для його переходу на якісно новий рівень розвитку.

Метою написання статті є визначення необхідності процесу реструктуризації та формування заходів, спрямованих на успішне проведення реструктуризації на підприємстві.

Дослідження особливостей економічної сутності та характеристики поняття «реструктуризація підприємства» було предметом пильної уваги значної кількості як зарубіжних, так і вітчизняних вчених-економістів, серед яких: Андрушків Б., Височин А., Вятрович О., Гриньова В., Лєпьохіна І., Мазур І., Моргулець О., Риженков О., Шапиро В. та ін.

Виникнення та введення до обігу поняття реструктуризації підприємства як економічної категорії пов'язують із початком 30-х років XX ст. – періодом, коли у високорозвинених країнах світу (Англії, Німеччині, Франції, США) почали запроваджувати заходи, орієнтовані на реформування підприємств для підвищення ефективності їх функціонування за умов ринкового середовища. Із початком 80-х років XX ст. інструменти реструктуризації набули широкого практичного застосування у багатьох країнах Західної Європи. У процесі переорієнтації економік країн Центральної та Східної Європи на ринкові механізми категорія «реструктуризація підприємства» посіла чільне місце у наукових дослідженнях та практичних розробках, пов'язаних із реалізацією цих процесів [1, с. 212].

Реструктуризація підприємств є комплексним економічним процесом, що системно реалізується як на мікро-, так і на макрорівнях економіки. Процес реструктуризації є не лише ключовою передумовою, а й системоутворюючим фактором збалансованого функціонування ринкової економіки, який суттєво впливає на характер макроекономічних процесів та структуру національної економіки [4, с. 171].

Реструктуризація – це здійснення організаційно-господарських, фінансово-економічних, правових, технічних заходів, спрямованих на реорганізацію підприємства, зміну форм власності, управління, організаційно-правової форми, що сприятиме фінансовому оздоровленню підприємства, збільшенню обсягів випуску конкурентоспроможної продукції, підвищенню ефективності виробництва та задоволенню вимог кредиторів [3, с. 3].

Критерій успішності реструктуризації – загальна довгострокова ефективність функціонування об'єкта, на якому було запроваджено заходи реструктуризації.

Проведення реструктуризації на підприємстві здійснюється шляхом визначення основних проблем, створення комісії з реструктуризації, визначення її завдань та функцій і запровадженням та контролем за проведенням реструктуризації [6, с. 15].

Реструктуризація підприємств є центральним і обов'язковим елементом загальної економічної реформи та відновлення економічного зростання в країні. Її розглядають як цілеспрямований комплекс змін у організаційно-функціональній структурі підприємства, що сприятимуть підвищенню ефективності його діяльності [3, с. 20].

© Рєпіна Ю. О., 2015

Необхідність процесу реструктуризації підприємств у галузевому та регіональному планах на макро- і мікрорівнях зумовлена низкою проблем та обставин, серед яких неефективність системи управління, техніко-технологічне відставання виробництва, відсутність власних обігових коштів, низька конкурентоспроможність та рентабельність. Вирішення цих проблем є пов'язаним передусім із формуванням нових організаційно-економічних механізмів і методів управління, що мають відповідати внутрішньому стану підприємств і умовам ринку [3, с. 40].

Реструктуризацію здійснюють задля підвищення ефективності функціонування підприємства, збільшення самостійності підрозділів, їх поділу і зміни підпорядкування задля зменшення витрат на управління, підвищення гнучкості управління, збільшення швидкості обміну інформацією, швидкості прийняття управлінських рішень. У процесі реструктуризації розробляють нову стратегію функціонування, змінюють структуру та принципи функціонування. В основі реструктуризації лежить переорієнтація підприємства, орієнтація на ринок, на потреби споживача, а відтак переорієнтація на виробництво товарів, яких потребує ринок. У процесі переорієнтації досить часто виникає потреба у заміні існуючої організаційної структури, ліквідації одних підрозділів і створенні інших [5, с. 15].

Для ефективного проведення реструктуризації необхідною є розробка комплексної програми реструктуризації підприємства. Вона має синтезувати результати аналітичної роботи і на їх основі чітко визначати завдання, шляхи, способи, умови досягнення поставлених цілей, майбутні заходи, ресурси та їх джерела.

Комплексна програма реструктуризації може бути корисною не тільки підприємствам, що перебувають на межі фінансово-економічної кризи, а й цілком благополучним. Вона допоможе усвідомити необхідність прийняття важливих управлінських рішень, позначити стратегічні напрями розвитку виробництва. Її реалізація сприятиме поліпшенню господарської та фінансово-економічної діяльності, підвищенню ефективності підприємства [4, с. 114].

Для розробки програми реструктуризації необхідно провести повний аналіз стану, аналіз стратегії розвитку, маркетингової та збутової, облікової та виробничої політики. Також необхідно визначити основні переваги і проблеми підприємства, розробити пропозиції щодо оптимізації стану підприємства та розробити кілька альтернативних прогнозних фінансово-економічних моделей розвитку підприємства з урахуванням основних можливих загроз і ризиків, а також визначити базовий варіант [1, с. 303].

Таким чином, процес реструктуризації підприємства – це складний, але необхідний етап структурних перетворень в економіці, який дозволяє розв'язати проблему боргової фінансової кризи, що охопила майже всі сфери економіки України. Важливу роль у будь-якій успішній реструктуризації відіграє оптимальна структура бізнесу, оскільки вона забезпечує позитивні або негативні стимули, що керують процесом реструктуризації, особливо у разі захисної реструктуризації, яка є стратегією виживання. Пріоритетними напрямами реструктуризації є ефективні методи відновлення платоспроможності та нормальної роботи підприємств-боржників.

Науковий керівник – канд. екон. наук, доцент Горобинська М. В.

Література: 1. Афанасьєв М. В. Економіка підприємства : навч.-метод. посіб. / М. В. Афанасьєв, О. Б. Плоха. – Харків : ВД «ІНЖЕК», 2007. – 319 с. **2.** Бабій І. В. Методи і моделі реструктуризації і стабілізації діяльності підприємств / І. В. Бабій // Актуальні проблеми економіки. – 2010. – № 6 (108). – С. 84–90. **3.** Вятрович О. Реструктуризація як важливий спосіб забезпечення життєдіяльності підприємства / О. Вятрович // Економіст. – 2011. – № 7. – С. 40–42. **4.** Гриньова В. М. Процес підготовки реструктуризації підприємств машинобудування: організація управління : монографія / В. М. Гриньова, М. В. Новікова. – Харків : Вид-во ХНЕУ, 2010. – 240 с. **5.** Лєпьохіна І. О. Стратегії і підходи до реструктуризації системи управління / І. О. Лєпьохіна // Держава та регіони. – 2006. – № 4. – С. 195–200. **6.** Моргулець О. Б. Реструктуризація підприємства як інструмент антикризового управління : автореф. дис. … канд. екон. наук : 08.00.04 / Оксана Борисівна Моргулець. – Київ, 2013. – 23 с.

ЕВОЛЮЦІЯ ПОГЛЯДІВ НА СУТНІСТЬ ПОНЯТТЯ «ПРАЦЯ»

УДК 331.101

Рєпіна Ю. О.

Студент 2 курсу
факультету обліку і аудиту ХНЕУ ім. С. Кузнеця

Анотація. *Досліджено погляди вчених на сутність поняття «праця», основні його трактування, а також еволюцію поняття. Запропоновано авторське визначення поняття «праця».*

Ключові слова: *праця, поділ праці, продуктивність праці.*

Аннотация. *Исследованы взгляды ученых на сущность понятия «труд», основные его трактовки, а также эволюция понятия. Предложено авторское определение понятия «труд».*

Ключевые слова: *труд, разделение труда, производительность труда.*

Annotation. *Investigated the views of scientists on the nature of the «work» of the concept, its basic interpretation, as well as the evolution of the concept. The author 's definition of «work» concept.*

Keywords: *labour, division of labour, labour productivity.*

Із моменту об'єднання людей у спільноту задля виживання праця стала не лише основою життєдіяльності, але й основною сферою формування та розвитку людини. Нині неможливо заперечити важливість праці у господарському розвитку. Погляди на роль цього поняття формувалися тисячоліттями, змінювалися разом із еволюцією економічного світогляду.

Метою написання статті є дослідження еволюції поняття «праця» з античних часів і донині.

Сутність поняття «праця» досліджували такі видатні вчені: Ксенофонт, Аристотель, Фома Аквінський, Уільям Петті, Адам Сміт, Герберт Спенсер, Альфред Маршалл, Еміль Дюркгейм, Карл Маркс та ін.

Людський фактор наявний майже в усіх трактатах і повчаннях Стародавнього Сходу, його належно описано у літературі Месопотамії, Індії, Китаю та інших країн. Праця як основний засіб існування є лейтмотивом багатьох світоглядних концепцій різних народів на початку цивілізації [1, с. 35].

Давньогрецький вчений Ксенофонт вважав, що праця – це основа господарства. Але він уточнював, що працювати має тільки раб, це не є справою пана. Фізична праця шкодить розумовій діяльності, позбавляє розум здатності до мислення, тому фізично працювати пану не слід. Праця є невід'ємним обов'язком раба, і тільки раба [2, с. 37].

Давньогрецький філософ Аристотель розробив «науку рабства», згідно із якою рабів сприймали як знаряддя, що вміє говорити. Відстоюючи рабство, мислитель водночас виправдовував позаекономічні методи стимулювання праці. Крім того, як засіб стимуляції він радив використовувати контроль, традиції, звичаї, закони. До того ж Аристотель відстоював поділ праці, усвідомлюючи його ефективність [2, с. 53].

Середньовічний філософ Фома Аквінський у праці бачив джерело доходу, тоді як багатство, що є нажитим купцями і лихварями, які не створюють ніякої видимої цінності, з його точки зору, є гріховним. На противагу уявленням античності, Фома доводив, що праця є богоугодною; праця, а не ледащі, сприяє духовному вдосконаленню. У цьому контексті саме праця виступає для Фоми Аквінського єдиним правомірним джерелом власності та багатства. Можна сказати, що у творах найбільшого богослова Середньовіччя виявляються зачатки того, що потім назвали трудовою теорією вартості [2, с. 74].

Досліджуючи роль праці, відомі мислителі, вчені, філософи, економісти дійшли висновку, що праця – це сутність людини, головна і необхідна умова існування людського суспільства. Вона не залежить від тих чи інших суспільних форм, є вічною природною необхідністю. Без неї неможливий обмін речовин між людиною і природою, тобто неможливе саме людське життя. Впливаючи на навколишнє середовище та змінюючи його, люди змінюють власну людську природу: розвивають здібності до праці, збагачують свої знання та розширюють можливості їх використання, удосконалюють сам процес праці [1, с. 97].

Уільям Петті, англійський статистик і економіст, запроваджує до наукового обігу широко відомий вираз: «Праця – батько багатства, а земля – його мати». Він вважає, що джерелами багатства країни є насамперед праця людей, а також природа, земля, що дає ресурси для виробництва. Він вважав, що праця є джерелом багатства не в усіх галузях виробництва, а тільки у галузях видобутку золота і срібла. Тобто золото і срібло (гроші) мають вар-

© Рєпіна Ю. О., 2015

тість тому, що на їхній видобуток було витрачено багато людської праці. Усі інші товари мають вартість лише тому, що вони обмінюються на золото і срібло, що і визначає їх вартість [4, с. 217].

Адам Сміт, шотландський економіст і філософ, досліджуючи загальні закономірності ринкової економіки, дійшов висновку про нерозривний зв'язок економічного розвитку і процесу поділу праці. Останній він аналізував передусім на рівні підприємства і розумів як поглиблення спеціалізації працівників за одночасного спрощення їх трудових функцій, що, безумовно, вимагало створення чітко функціонуючої системи організації працівників і контролю за ними. Разом із тим, Адам Сміт показав необхідність існування товарного ринку для обміну надлишками товарів, що неминуче накопичуються у їх виробників. Розвиток товарних ринків виступає, таким чином, необхідною умовою підвищення продуктивності праці, оскільки за інших умов її зростання буде безглуздим і спричинить тільки зростання обсягів товарів, що не мають збуту [5, с. 731].

Із розвитком суспільства з'являється поділ праці, що поглиблюється в міру його розвитку. Найбільш чітко ця думка є сформованою в типології суспільства Герберта Спенсера, англійського філософа і соціолога. Спенсер розділяє суспільство на чотири типи: просте, складне, подвійної складності та потрійної складності. Також він досліджував становлення і розвиток капіталу, діяльність робітничих союзів, організацію та оплату праці при капіталістичній кооперації, працю рабів, селян, робітників. За мізерну винагороду люди працювали по 12–15 годин на добу, а наукою, мистецтвом могли займатися лише аристократи або діти заможних людей [3, с. 110].

За визначенням А. Маршалла, англійського економіста, праця – це «всякі розумові і фізичні зусилля, що їх роблять частково або цілком задля досягнення будь-якого результату, не враховуючи задоволення, одержуваного безпосередньо від самої виконаної роботи». Відзначаючи, що в цьому визначенні він слідує Джевонса, який розглядав як працю тільки тяжкі зусилля, Маршалл наголошує, що люди працюють набагато більше, ніж якщо б вони працювали лише через безпосереднє задоволення, одержуване від праці. Ілюструючи цю думку, він пише далі, що «селянин працює в саду переважно для отримання матеріального результату, а от багата людина, що виконує ту ж роботу, хоча і може пишатися тим, що добре її робить, ймовірно, є мало зацікавленою в одержуваній від цієї роботи економії грошей» [2, с. 214].

Французький соціолог і етнолог Еміль Дюркгейм приділяв велику увагу розділенню суспільної праці та її ролі в суспільстві. Він вважав, що поділ суспільної праці виконує моральну функцію об'єднання суспільства, сприяє його солідарності. Органічна солідарність виникає на основі розподілу праці у більш розвиненому суспільстві, у якому кожна людина має свою сферу діяльності, що відповідає її схильностям. Таким чином, позиція Дюркгейма полягає в тому, що чим більше є розвиненим суспільство, тим більше є поглибленим поділ праці [2, с. 257].

Проблеми економіки праці проаналізовано німецьким економістом Карлом Марксом у «Капіталі» (1867). У цій роботі К. Маркс дійшов висновку, що розвиток капіталістичної економіки є обов'язково супроводжуваним посиленням експлуатації праці, що є вираженням класових суперечностей. За дослідженнями Маркса, ніяка рівність сторін не може приховати факт існування експлуатації найманих працівників, зумовленої підпорядкованістю їх у процесі праці та відсутністю у них власності на засоби виробництва. Згідно із теорією марксизму, розв'язання всього комплексу проблем праці та економіки може бути досягнуте лише за умови глибинного перетворення основних характеристик трудового процесу, що передбачає знищення капіталістичного ладу [2, с. 315].

Сучасні автори характеризують працю переважно так само, як Маршалл і Джевонс. Наприклад, Іноземцев В., російський вчений, вважає, що праця – це діяльність, виконувана під прямим чи опосередкованим впливом зовнішньої матеріальної необхідності [1, с. 112].

Таким чином, праця – це діяльність людини задля задоволення власних потреб, що вимагає для одержання результату затрат розумових та фізичних сил.

Науковий керівник – канд. екон. наук, викладач Фадєєва Ю. В.

Література: 1. Демченко С. К. Эволюция теорий экономического роста : монография / С. К. Демченко. – Красноярск : Красн. гос. ун-т, 2006. – 149 с. **2.** Базилевич В. Д. Історія економічних учень : підручник / За ред. В. Д. Базилевича. – Київ : Знання, 2005. – 567 с. **3.** Мочерний С. В. Економічна енциклопедія / Відп. ред. С. В. Мочерний [та ін.]. – Київ : Академія, 2001. – 848 с. **4.** Петти У. Экономические и статистические работы / У. Петти. – М. : Соцэкгиз, 1940. – 324 с. **5.** Смит А. Исследование о природе и причинах богатства народов / А. Смит. – М. : Эксмо, 2009. – 960 с.

ПРОБЛЕМИ ІНТЕГРАЦІЇ УКРАЇНИ У СВІТОВЕ ГОСПОДАРСТВО ТА ЇЇ МІСЦЕ В НЬОМУ

УДК 339.92(447)

Рубан В. В.

Студент 2 курсу
факультету обліку і аудиту ХНЕУ ім. С. Кузнеця

Анотація. *Розглянуто питання місця України у світовому господарстві, проблеми інтеграції у світове господарство, а також стан економіки країни на кінець XX – початок XXI століття.*

Ключові слова: *світове господарство, Україна, економіка України, інтеграція, економічний стан країни.*

Аннотация. *Рассмотрены вопросы места Украины в мировом хозяйстве, проблемы ее интеграции в мировое хозяйство, а также состояние экономики страны в конце XX – начале XXI века.*

Ключевые слова: *мировое хозяйство, Украина, экономика Украины, интеграция, экономическое положение страны.*

Annotation. *The issues relating to Ukraine's place in the world economy, the problem of its integration into the world economy, as well as state of the economy at the end of the twentieth and beginning of the XXI century.*

Keywords: *world economy, Ukraine, Ukraine's economy, integration, economic situation.*

На сучасному етапі розвитку світового господарства економічний стан держави визначається такими важливими факторами, як внутрішні ресурси країни і ступінь її інтеграції до світової господарської системи. Одним із найважливіших факторів інтеграції України до світового господарства є створення механізму сталого розвитку експорту, що за сучасних умов залежить від можливостей вітчизняних підприємств виробляти і реалізовувати товари, які відповідають вимогам світового ринку за якістю, ціною та рівнем сервісу.

Вивченню цього питання присвячено роботи багатьох українських учених: Данилишина Б., Веклича В., Дяченка О., Пристайка О., Дедеркала Г., Черкашиної Н. та ін.

За умов динамічної інтернаціоналізації виробництва та обміну, зростання ролі міжнародних зв'язків у розвитку національних економік існує об'єктивна необхідність формування зовнішньоекономічного комплексу, орієнтованого на участь у міжнародному поділі праці та подальшу інтеграцію до світового господарства [1].

Світове господарство – це сукупність взаємодіючих національних господарств країн світу, що функціонує на основі міжнародного поділу праці.

Україна перебуває в стані інтеграції до світового господарства. Формально Україна як член ООН належить до держав світового співтовариства. Вона визнає й виконує статут ООН та міжнародне право, що регулюють міждержавні, політичні, дипломатичні, соціальні, культурні та економічні міжнародні відносини. Відтак Україна певною мірою співпрацює із країнами світу. Проте реально переваги міжнародних економічних відносин країна може використовувати лише тоді, коли її економіка буде інтегрована до світового господарства, тобто стане складовою частиною цього господарства [2].

Для того щоб Україна стала рівноправним членом міжнародних економічних відносин, необхідно реалізовувати заходи, спрямовані на підвищення конкурентоспроможності національних підприємств на світовому ринку. Реалізація цього завдання об'єктивно вимагає проведення комплексних досліджень, що визначають масштаби аналізу та розробок щодо удосконалення механізму державної підтримки українських підприємств і забезпечення їх конкурентоспроможності на світовому ринку. Водночас недосконалість наявних методів оцінювання товарної та географічної структури експорту знижує результативність заходів зовнішньоторговельної політики країни.

Україна має необхідні передумови для входження до світового господарства та отримання певного місця у системі міжнародного поділу праці. Серед них – наявність сировинних ресурсів, родючих земель, дешевої та відносно освіченої робочої сили, рекреаційно-туристичних можливостей, значного науково-технічного та інтелектуального ринку товарів і послуг, спільного географічного та економічного простору із країнами Східної Європи.

У процесі ринкової трансформації економіки України необхідно досягти двох цілей: здійснити реструктуризацію національної економічної системи на ринкових засадах із урахуванням внутрішніх можливостей і одночасно вийти на світові ринки, застосовуючи наші потенційні конкурентні переваги. Зовнішньоекономічний комплекс України є результатом впливу існуючої національної економічної системи, а також основних закономірностей розвитку, властивих світовому господарству [3].

© Рубан В. В., 2015

Однак формування сучасного зовнішньоекономічного комплексу України припадає на період, коли світові ринки вже переважно поділені між основними суб'єктами міжнародних економічних відносин економічного простору – державами і транснаціональними корпораціями. На сучасному етапі розвитку світового господарства можна виділити основні тенденції, що істотно впливають на формування і розвиток зовнішньоекономічного комплексу України. Серед них:

– розвиток процесів інтернаціоналізації внаслідок інтенсифікації міжнародного поділу праці;

– перехід до якісно нової моделі світового розвитку на основі становлення принципово нового технологічного способу виробництва шляхом запровадження до всіх галузей національної економіки високих інформаційно-інтелектуальних технологій, що базуються на електронній автоматиці, інформації та біотехнологіях, використанні матеріало-, енерго-, ресурсо- і працезберігаючих виробництв;

– створення глибоко інтегрованих міжнародних об'єднань.

Відтак для прискорення процесу входження України до світового господарства слід брати до уваги, що:

– основними орієнтирами українських товаровиробників мають бути технологічні фактори, світові стандарти, культура виробництва та динаміка ємності світового ринку;

– необхідною умовою сучасного ефективного виробництва є наближення потужностей підприємств, технологій, технічного оснащення та серійності до таких світових критеріїв оптимальності, як орієнтація не на масове виробництво, а на конкретного споживача;

– через інтернаціоналізацію продуктивних сил немає потреби створення в країнах світового господарства максимально галузево розгалужених виробничих систем.

Крім цього, інтеграція України до світового господарства у постсоціалістичний період залежить від ринкових трансформаційних процесів, що сприятимуть посиленню конкурентоспроможності національних товаровиробників на зовнішніх ринках та позбавленню нашої економічної системи від державного монополізму, невизначеності напрямів структурної перебудови національної економіки, нерозвиненості ринкової інфраструктури, визначення шляхів подальшого розвитку військово-промислового комплексу.

Основними складовими зовнішньоекономічного механізму є валютна, кредитна, податкова, депозитна, цінова та митно-тарифна політики. В Україні використання цих складових зовнішньоекономічної політики має ще недосконалий характер і потребує загального поліпшення.

Входження України до світового господарства на основі лібералізації зовнішньоторговельних зв'язків має відбуватися поступово, щоб пом'якшити втрати, пов'язані із пристосуванням до ринкових правил, та наслідки можливих банкрутств підприємств, зниження прибутковості.

Відповідно до існуючих форм міжнародних економічних відносин інтеграція України до світового господарства є можливою на основі використання набутих і наявних переваг [4].

Таким чином, економіка України на початку XXI ст. вимагає докорінної технологічної й технічної модернізації промисловості, будівництва, сільського господарства, транспорту та переорієнтації на вищі світові стандарти задля забезпечення конкурентоспроможності вітчизняної продукції. Для цього є необхідним максимально ефективне застосування технологій. Це передбачає закупівлю товаровиробниками ліцензій на різні види промислової власності, ноу-хау, надання іноземними фірмами інженерно-консультаційних послуг тощо. Використання прогресивних зарубіжних технологій – це найбільш раціональний спосіб у короткі строки здійснити оновлення основного капіталу, підвищити його технічний рівень.

Науковий керівник – канд. екон. наук, викладач Фадєєва Ю. В.

Література: 1. Дахно І. І. Міжнародна економіка : навч. посіб. / І. І. Дахно. – Київ : МАУП, 2006. – 478 с. **2.** Киреев А. П. Международная экономика : учеб. пособие / А. П. Киреев. – М. : Международные отношения, 1997. – 416 с. **3.** Аніловська Г. Інтеграція України у світове господарство / Г. Аніловська // Фінанси України. – 2003. – № 10. – С. 14–20. **4.** Родічева Л. Ю. Інтеграція України у світове господарство / Л. Ю. Родічева // Галицький економічний вісник. – 2011. – № 2 (31). – С. 5–9.

THE RELEVANCE OF BRANDING IN THE ECONOMY OF UKRAINE

UDC 659.127

Savchenko O. Y.

The 3th year Student
Management and marketing department S. Kuznets KNUE

Annotation. *The main components of marketing and brand role as an important component of the economy, a market research Ukrainian chocolate factories. Highlighted approaches to improving advertising Ukrainian chocolate products.*

Keywords: *marketing, brand, branding, logo, marketing research.*

Анотація. *Розглянуто основні компоненти маркетингу та роль бренда як важливої складової розвитку економіки країни. Проведено маркетингове дослідження українських шоколадних фабрик. Виділено підходи до поліпшення реклами української шоколадної продукції.*

Ключові слова: *маркетинг, бренд, брендинг, логотип, проведення маркетингових досліджень.*

Аннотация. *Рассмотрены основные компоненты маркетинга и роль бренда как важной составляющей развития экономики страны. Проведено маркетинговое исследование украинских шоколадных фабрик. Выделены подходы к улучшению рекламы украинской шоколадной продукции.*

Ключевые слова: *маркетинг, бренд, брендинг, логотип, проведение маркетинговых исследований.*

The modern world is living in an era of changes, and there are not quantitative changes, which are evolutionary in nature, but there are qualitative changes of system and global scale. Due to the level and depth, such changes can be described as transformational and even revolutionary.

Especial features of economy of the new millennium are reflected in the appearance of new economic conditions that arise due to the change of all components of economic process, including the role of brand. Nowadays the company's position is changed according to the process of economic activity. According these there are a changes in emphasis in the concept of needs.

General theoretical position and methodological approaches to the development of branding contained in the writings of renowned scholars: Kunde J. (author of «Corporate religion»), Kotler P. («Personal Branding. Technology to achieve personal popularity»), Aaker D. («Building of strong brands»), Elwood A. («Fundamentals of branding»). They highlight the essence of branding, describes the components of branding, the strategies of developing a strong brand and the role of branding on the world market nowadays. But, despite the large number of relevant studies, the domestic brands are not including even in the top of 500 world brand. First of all it shows inefficiencies of branding strategies on the national enterprises, that requires a new approach to the development of advertising [1].

Relevance of the topic is that in recent years with the development of market economy the strengthening of tendency of growth strong branding companies on the product and service on the world market, Ukraine is far behind in the development of brand products, what slows down the development of the national economy.

Important for understanding the effectiveness of the company is that there is direct dependence between brand and successful marketing. Thus, one of the main principles of the new markets becomes a departure from traditional marketing, based on the analyzing of the results of several surveys of certain groups of consumers. Creating effective brand stimulates the sale of products on the market and maximizing profit, what makes the studying concept of «brand» and its important functions in the modern economy.

According to the marketing research of Ukrainian brands of chocolate products, were drawn conclusions about the shortcomings of brand development. Based on the results was compiled a list of recommendations for improving brands in the Ukrainian market.

1. Improving the taste and increasing variety of chocolate production.

2. Organization of exhibitions for consumer new chocolate products, which will include free tasting of products.

3. Organization of discounts for consumers.

4. Improving brand awareness by sponsorship of popular events, such as: sport competitions, educational programs.

5. Attraction of young personal on the work on the chocolate enterprises. Creating good conditions of the work and common discounts for employees.

© Savchenko O. Y., 2015

6. Improvement of professional skill of the marketers in creating and development of the brand.

7. Prepare more attention on the psychological influence of brands: the colors, slogans, names.

8. Position the brand as a life style of people of modern society.

It is clear that Ukraine has the potential to position itself as an affluent, educated and trade-rich country – what the country needs is at least one specific existing (or rapidly emerging) success story, the requisite infrastructure (tourism, highways, health care etc.) and the full exercise of human intellectual potential and talent. PR and branding agencies can only go so far, for what they have failed to do to date is tap into the country's true potential and work with its image on a level that is sustainable and, most importantly, identifiable to both Ukrainians and international audiences. «Ukraine's brand – for better or worse – hinges on the balancing act relations with its Western and Eastern neighbours», concludes McClory. Only with a thorough understanding of the weaknesses it needs to deal with can Ukraine deal with its strengths and, with the government and private sector working in concert, makes a significant impact on Ukraine's brand.

Supervisor – teacher Besedovskaya T. B.

Literature: 1. Moore M. Influence of Brand Name, Store Loyalty, and Type of Modification on Consumer Acceptance of Genetically Engineered Corn Chips / M. Moore, L. House, B. Morrow // Mississippi State University. – 2001. – September, 16. **2.** Pearce R. Beyond Name and Logo: Other Elements of Your Brand / R. Pearce // Merriam Associates, Inc. Brand Strategies. **3.** Яндиев М. Бренд – новая экономика / М. Яндиев // Практический маркетинг. – 2010. – № 6. – С. 13–14. **4.** Чиглинцева Е. Н. Маркетинг в России / Е. Н. Чиглинцева. – М. : Юнити, 2014. – 346 с.

ЗАСТОСУВАННЯ МЕТОДУ АНАЛІЗУ ІЄРАРХІЙ ДЛЯ МАТЕМАТИЧНОГО ОБҐРУНТУВАННЯ ВИБОРУ МЕТОДИКИ ОЦІНЮВАННЯ ФІНАНСОВОЇ БЕЗПЕКИ ПІДПРИЄМСТВА

УДК 330.33/.36

Савченко М. П.

Студент 4 курсу
фінансового факультету ХНЕУ ім. С. Кузнеця

Анотація. *Подано математичне обґрунтування вибору методики оцінювання фінансової безпеки підприємства на основі застосування методу аналізу ієрархій Саати. Наведено приклад вибору оптимальної методики оцінювання фінансової безпеки із застосуванням системи підтримки прийняття рішень «Вибір».*

Ключові слова: *фінансова безпека підприємства, методика оцінювання фінансової безпеки, метод аналізу ієрархій Саати, система підтримки прийняття рішень «Вибір» (СППР «Вибір»).*

Аннотация. *Математически обоснован выбор методики оценки финансовой безопасности предприятия на основе применения метода анализа иерархий Саати. Приведен пример выбора оптимальной методики оценки финансовой безопасности с помощью системы поддержки принятия решения «Выбор».*

Ключевые слова: *финансовая безопасность предприятия, методика оценки финансовой безопасности, метод анализа иерархий Саати, система поддержки принятия решений «Выбор» (СППР «Выбор»).*

Annotation. *An approach to the mathematical basis of the selection methodology for assessing the enterprise's financial security on the basis of the method of analysis Saati hierarchies. An example of the choice of the optimal methodology for assessing the financial security by means of decision support system «Choice».*

Keywords: *financial security company, methods of evaluating financial security, Saaty method of hierarchy analysis, decision support system «Choice» (DSS «Choice»).*

© Савченко М. П., 2015

Нині вітчизняні та зарубіжні науковці пропонують багато методів, що відрізняються між собою як набором показників, рівнем ієрархії, так і засобом визначення інтегрального показника, його градацією та інтерпретацією.

Окремі аспекти проблеми методичного забезпечення фінансової безпеки підприємств є предметом наукових досліджень вчених, серед яких Кракос Ю. Б. [1], Пластун О. Л. [2], Медведєва І. Б., Погосова М. Ю. [3], Горячова К. С. [4] та ін.

Метою написання статті є визначення оптимальної методики оцінювання фінансової безпеки підприємства.

У разі виникнення необхідності оцінювання стану фінансової безпеки підприємства особливо важливо вибрати методику, що якомога більше відповідає поставленим цілям. Порівнюючи стан підприємства із його конкурентами, маємо враховувати доступність необхідної для аналізу інформації.

На першому етапі оцінювання фінансової безпеки підприємства необхідно вибрати конкретну методику, проаналізувавши всі можливі методики за певними критеріями. Для наукової обґрунтованості вибору слід скористатися методом аналізу ієрархій (MAI), запропонованим американським вченим Сааті Т. Нині MAI є одним із найбільш застосовуваних методів вирішення задач багатокритеріального вибору в середовищі систем підтримки прийняття рішення.

Першим етапом методу ієрархії є декомпозиція проблеми та побудова її ієрархії. Сама проблема має вигляд ієрархічно впорядкованих елементів: мети рейтингування, критеріїв оцінювання альтернатив, альтернатив та системи зв'язків, що вказують на взаємовплив критеріїв та рішень [5, с. 85].

У нашому випадку метою рейтингування є вибір методики оцінювання фінансової безпеки підприємства. Альтернативами є методики:

- ресурсно-функціонального оцінювання (А1) [1];
- рангового оцінювання (А2) [2];
- індикаторного трирівневого оцінювання (А3) [3];
- індикаторного однорівневого оцінювання (А4) [4].

Критерії оцінювання альтернатив залежать від бачення проблеми суб'єктом аналізу. Було визначено такі критерії вибору методики:

- обґрунтування вибору системи часткових показників оцінювання рівня ФБП (Е1);
- визначення критеріальних значень часткових показників оцінювання рівня ФБП (Е2);
- формування інтегральної оцінки рівня ФБП (Е3);
- наявність якісної шкали визначення стану ФБП (Е4);
- можливість прогнозування стану ФБП (Е5).

Результат декомпозиції проблеми, її ієрархії та встановлення зв'язків у СППР «Вибір» подано на рис. 1.

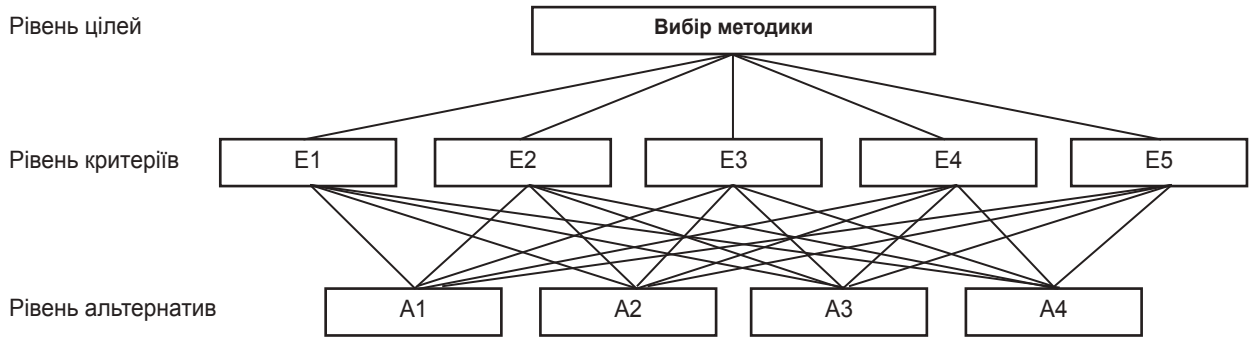

Рис. 1. **Декомпозиція задачі ієрархії вибору методики оцінювання фінансової безпеки підприємства у СППР «Вибір»**

На другому етапі визначаємо пріоритети критеріїв та оцінюємо альтернативи за критеріями, заповнивши матрицю попарних порівнянь кожного з методів за визначеними критеріями, тобто визначаємо переваги методик за кожним із запропонованих критеріїв.

Для перевірки ступеня узгодженості досліджено індекс узгодженості за кожною з матриць попарних порівнянь (табл. 1).

Таблиця 1

Аналіз узгодженості матриць попарних порівнянь критеріїв

Показник	E1	E2	E3	E4	E5
Індекс узгодженості (ІУ)	0,077	0,035	0	0,076	0,163
Відношення узгодженості (ВУ)	0,086	0,039	0	0,084	0,181
Відхилення, %	11,7	11,4	0,0	10,5	11,0

Відношення узгодженості має бути у межах 10 %, у деяких випадках дозволено допущення 20 %, але більше відхилення свідчить про необхідність додаткового дослідження та перевірки суджень для усунення суб'єктивності експерта або невизначеності об'єкта оцінювання [5].

Як видно, відхилення відношення узгодженості матриць попарних порівнянь критеріїв аналізу коливаються у межах 10,5 %–11,7 %, що є допустимим.

На наступному етапі сформуємо вектор глобальних переваг критеріїв, заповнивши матрицю попарних порівнянь, що дозволить розрахувати вагу кожного із критеріїв (рис. 2).

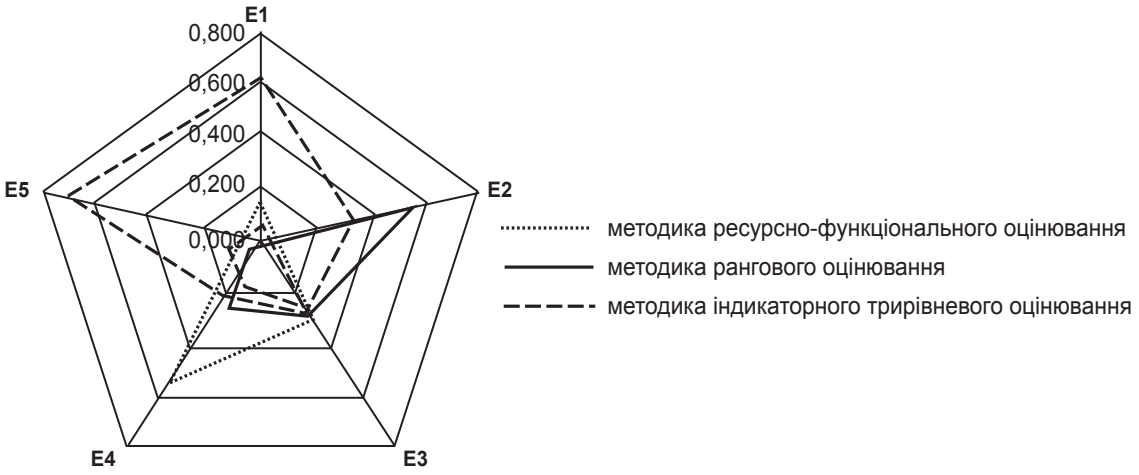

Рис. 2. **Значення пріоритетів вибору методики визначення рівня фінансової безпеки підприємства за критеріями E1–E5**

Так, для критеріїв E1 «обґрунтування вибору системи часткових показників оцінювання рівня ФБП», E2 «визначення критеріальних значень часткових показників оцінювання рівня ФБП», E4 «наявність якісної шкали визначення стану ФБП» маємо вагу 0,303.

Для критерію E3 «формування інтегральної оцінки рівня ФБП» – 0,067, а для E5 «можливість прогнозування стану ФБП» – 0,023. Тобто у цьому разі ключовими критеріями є E1, E2, E4.

Кінцевий результат ієрархічного синтезу, отриманий на основі сумування зважених власних векторів із вагою критеріїв за всіма рівнями ієрархії, подано на рис. 3. Загальний індекс узгодженості перебуває в межах норми і складає 0,112.

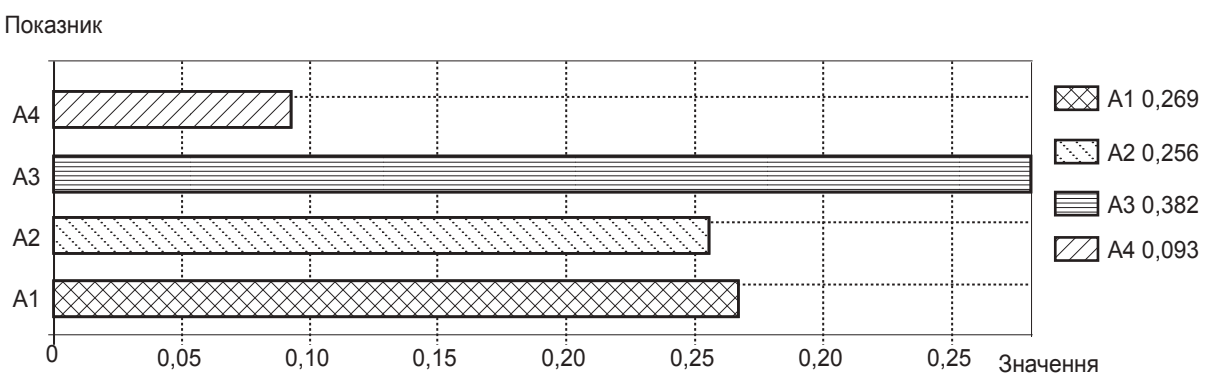

Рис. 3. **Діаграма результату вирішення проблеми вибору методики оцінювання ФБП у СППР «Вибір»**

Як видно з рис. 3, методикою, що найбільше відповідає всім уподобанням суб'єкта оцінювання фінансової безпеки підприємства, є методика індикаторного трирівневого оцінювання, адже ваговий коефіцієнт цієї альтернативи є найбільшим і складає 0,382. Водночас ваговий коефіцієнт методики ресурсно-функціонального оцінювання складає 0,269; методики рангового оцінювання – 0,256, методики індикаторного однорівневого оцінювання – 0,093.

Нині не має єдиної методики аналізу фінансової безпеки підприємства. Методики істотно відрізняються як підходом, так і складом індикаторів. Застосування методу ієрархій Сааті дозволяє математично обґрунтувати вирішення проблеми вибору конкретної методики оцінювання фінансової безпеки підприємства з інших можливих альтернатив із урахуванням низки критеріїв, відповідності альтернатив цим критеріям та вподобань суб'єкта аналізу.

За рядом критеріїв для подальшого аналізу стану фінансової безпеки підприємства із застосуванням МАІ було вибрано методику індикаторного трирівневого оцінювання, що має бути апробованою надалі.

Науковий керівник – канд. екон. наук, доцент Агапова М. Ю.

Література: 1. Кракос Ю. Б. Управління фінансовою безпекою підприємств / Ю. Б. Кракос, Р. О. Разгон // Економіка та управління підприємствами машинобудівної галузі: проблеми теорії та практики. – 2008. – № 1. – С. 86–96. **2.** Пластун О. Л. Система фінансової безпеки суб'єктів підприємництва / О. Л. Пластун // Вісник Сумського національного аграрного університету. – 2007. – № 1. – С. 100–107. **3.** Медведєва І. Б. Діагностування безпеки промислового підприємства у трирівневій системі фінансових відносин : монографія / І. Б. Медведєва, М. Ю. Погосова. – Харків : ХНЕУ, 2011. – 264 с. **4.** Горячева К. Фінансова безпека підприємства, сутність та місце в системі економічної безпеки / К. Горячева // Економіст. – 2003. – № 8 – С. 65–67. **5.** Скітер І. С. Математичні методи прийняття управлінських рішень : навч. посіб. / І. С. Скітер, Н. В. Ткаленко, О. В. Трунова. – Чернігів : ЧДІЕУ, 2011. – 250 с. **6.** Holsapple C. Decision Support Systems. A Knowledge-Based Approach / C. Holsapple, A. Whinston. – New York : West Publishing Company, 1996. – 763 p.

ОЦІНЮВАННЯ ФІНАНСОВОЇ СТІЙКОСТІ БАНКУ

УДК 336.717:657.44

Сакало Д. В.

Студент 4 курсу
фінансового факультету ХНЕУ ім. С. Кузнеця

Анотація. *Розглянуто сукупність методичних та практичних підходів до оцінювання фінансової стійкості банку. Проаналізовано методику оцінювання фінансової стійкості банку на підставі розрахунку значень комплексних показників та інтегрального показника банку. Запропоновано шляхи підвищення фінансової стійкості банку.*

Ключові слова: *банк, фінансова стійкість, механізм, комплексний та інтегральний показник.*

Аннотация. *Рассмотрена совокупность методических и практических подходов к оценке финансовой устойчивости банка. Проанализирована методика оценки финансовой устойчивости банка на основании расчета значений комплексных показателей и интегрального показателя банка. Предложены пути повышения финансовой устойчивости банка.*

Ключевые слова: *банк, финансовая устойчивость, механизм, комплексный и интегральный показатель.*

© Сакало Д. В., 2015

Annotation. *Consider the set of methodological and practical approaches to the assessment of the bank's financial stability. Analyzed the method of estimating the bank's financial stability on the basis of the calculation of the values of complex parameters and the integral index of the bank. Ways of improving the bank's financial stability.*

Keywords: *bank, financial stability mechanism, a comprehensive and integrated indicator.*

Нині сутність поняття фінансової стійкості слід розуміти як характеристику стану рівноваги, що відображає спроможність зберігати певні властивості, функціональне призначення незмінним, незважаючи на можливі ризики, вплив зовнішніх факторів та внутрішні трансформації. Фінансова стійкість відображає фінансовий стан банківської установи в сучасному середовищі. Управління фінансовою стійкістю банку передбачає об'єктивне визначення її поточного й бажаного стану, скоординоване управління фінансовими ресурсами банківської установи, вибір таких управлінських рішень, які сприяли б забезпеченню фінансової стійкості.

Дослідженню проблем оцінювання фінансового стану банків присвятили свої праці багато провідних вчених: Крупка М. І., Крухмаль О. В., Михайлюк Р. В., Шіллер Р. І., Парасій-Вергуненко І. М., Литовченко О. Ю., Дзюблюк О. В., Заруба О. Д., Фалюта А. В. та ін.

Дослідження процесу управління фінансовою стійкістю банків передбачає уточнення теоретичних засад її формування; дослідження факторів, що зумовлюють стійке функціонування банків; визначення реального рівня забезпечення стійкого розвитку сукупності банківських інститутів; розроблення й реалізацію комплексу заходів, спрямованих на дотримання належних кількісних та якісних параметрів такої стійкості та як результат надання рекомендацій щодо шляхів її підвищення [1, с. 585].

На сучасному етапі розвитку вітчизняної економіки серед проблем, пов'язаних із впливом фінансової кризи на діяльність банків, досить актуальним є забезпечення фінансової стійкості банків та повернення їх стану на докризовий рівень. Полеміка, яку впродовж тривалого часу ведуть учені-економісти, розкриває складність економічної категорії «фінансова стійкість», суперечності щодо її визначення та наводить на необхідність проведення аналізу фінансової стійкості банку [3, с. 147].

Метою написання статті є обґрунтування підходу до сукупного оцінювання фінансової стійкості банку шляхом розрахунку комплексних групових показників, що є складовими для розрахунку інтегрального показника фінансової стійкості банку, та апробація запропонованої методики на прикладі банку ПАТ «Укрсоцбанк».

Початковим етапом дослідження є розгляд показників, що належать до сукупного оцінювання фінансової стійкості. До них належать комплексні показники ефективності роботи банку, ефективності використання ресурсів банку, надійності банку, якості структури балансу банку та якості активів банку. Вони становлять єдине ціле і виражають інтегральний показник фінансової стійкості банку.

Слід зауважити, що інтегральну характеристику фінансової стійкості банку не можна обмежувати лише набором кількісних показників (ліквідність, платоспроможність, прибутковість тощо). Вона є результатом більш детального аналізу. Відтак фінансова стійкість банку не є конкретним числовим показником його діяльності; це – його якісна характеристика.

Для визначення фінансової стійкості можна використовувати інтегральні фінансово-економічні показники стану діяльності банку, що синтезують характеристики інших економічних складових фінансової стійкості: обсяг і структуру власних коштів, рівень доходів і прибутку, норму прибутку на власний капітал, достатність ліквідності, а також параметри діяльності банку, що є пов'язаними із інформаційно-аналітичною й технологічною підтримкою управління фінансовими операціями банку. Розрахунок інтегральної оцінки та визначення рівня фінансової стійкості проведено на прикладі банку ПАТ «Укрсоцбанк».

При оцінюванні запропоновано методику, за допомогою якої було б можливо здійснити швидко й якісно аналіз фінансової стійкості конкретного банку. Показники, що належать до комплексних, мають не дублювати один одного, оскільки це спричиняє викривлення результатів оцінювання. Дані річної звітності банку є вхідними даними для такої моделі, а вихідна інформація містить в собі показники, що є основою для аналізу фінансової стійкості. Для підсумкової формули вибирають лише ті показники, що відбивають найбільш істотні зв'язки діяльності банку із його фінансовою стійкістю за сучасних умов функціонування банку. Основними вимогами, яким мають відповідати показники, що є пропонованими для використання в моделі, є зв'язок із факторами, що впливають на фінансову стійкість, а також відсутність протиріч.

Для встановлення граничних значень вибраних показників використовувались як встановлені органами нагляду вимоги до банків, так і найкращі значення показників за банківською системою. Якщо використовувати в методиці лише граничні значення коефіцієнтів-складових, то важко визначити, добре чи погано для банку, коли розрахункове значення коефіцієнта значно перевищує граничне значення.

Для вирішення цього питання було запропоновано розподіл показників залежно від їх фактичного значення на три групи, кожна з яких відображає ступінь впливу значень на фінансову стійкість банку:

1) якщо значення будь-якого коефіцієнта – складової комплексної методики потрапляє до діапазону значень, що відповідає значенню 0, таке значення розрахованого коефіцієнта справляє негативний вплив на стан

фінансової стійкості банку, відтак його керівництву необхідно вжити термінових заходів щодо покращення значення цього коефіцієнта;

2) якщо значення розрахованого коефіцієнта потрапляє до діапазону значень, що відповідає значенню 1, такий коефіцієнт має позитивний вплив на стан фінансової стійкості банківської установи і не потребує дій із боку керівництва щодо його зміни;

3) якщо значення розрахованого коефіцієнта потрапляє до діапазону значень, що відповідає значенню 0,5, це свідчить про те, що значення цього коефіцієнта може мати надалі негативний вплив на стан фінансової безпеки банку та потребує запровадження керівництвом певних заходів щодо його покращення.

Максимально можливе значення інтегрального показника фінансової стійкості банку – 5 балів, оскільки кожний комплексний показник – складова оцінювання фінансової стійкості банку може становити в сумі 1. Показники, що є складовими комплексних показників, взяті нами як рівнозначні та здійснюють однаковий вплив на них.

Формула для інтегрального оцінювання фінансової стійкості банку має вигляд:

$$СФСБ = SEP + SEBP + SH + SЯСБ + SЯА, \quad (1)$$

де *СФСБ* – інтегральний показник фінансової стійкості банку, балів;

SEP – комплексний показник ефективності роботи банку, балів;

SEBP – комплексний показник ефективності використання ресурсів банку, балів;

SH – комплексний показник надійності банку, балів;

SЯСБ – комплексний показник якості структури балансу банку, балів;

SЯА – комплексний показник якості активів банку, балів.

Кожний комплексний показник є складовою інтегрального показника фінансової стійкості банку.

Класифікацію стану фінансової стійкості банку залежно від значення інтегрального показника фінансової стійкості подано у табл. 1.

Таблиця 1

Класифікація стану фінансової стійкості банку залежно від значення інтегрального показника

Значення інтегрального показника	Рівень фінансової стійкості	Характеристика
Понад 3,71	Нормальна стійкість	Характеризується стабільною діяльністю, відсутністю неплатежів чи затримки виконання своїх зобов'язань, стабільною рентабельністю
2,51–3,70	Нестійкий фінансовий стан	Характеризується затримкою платежів, неможливістю своєчасно виконувати окремі свої зобов'язання, низьким рівнем рентабельності тощо
Менше за 2,5	Кризовий фінансовий стан	Характеризується регулярними неплатежами, наявністю простроченої заборгованості, що може спричинити неспроможність банку фінансувати поточну діяльність, здійснювати платежі та виконувати свої зобов'язання, а відтак – до банкрутства

Запропонований підхід дозволить не тільки провести комплексне оцінювання фінансової стійкості, а й виділити окремі його складові, а також визначити внесок цих складових [2].

Результати розрахунку значень інтегрального показника фінансової стійкості ПАТ «Укрсоцбанк» за період 2012–2013 рр., що є основою для подальшого визначення рівня фінансової стійкості банку та аналізу, подано в табл. 2.

Таблиця 2

Складові інтегрального показника стану фінансової стійкості ПАТ «Укрсоцбанк»

Складові фінансової стійкості	Роки	2012	2013
Комплексний показник ефективності роботи банку	0,25	0,25	0,25
Комплексний показник ефективності використання ресурсів банку	1	0,825	0,33
Комплексний показник надійності банку	1	1	0,5
Комплексний показник якості структури балансу банку	0,5	0,375	0,625
Комплексний показник якості активів банку	0,5	0,5	0,5
Значення інтегрального показника фінансової стійкості банку	3,25	2,95	2,205

Для більшої наочності зобразимо отримані значення інтегрального показника фінансової стійкості ПАТ «Укрсоцбанк» на рис. 1.

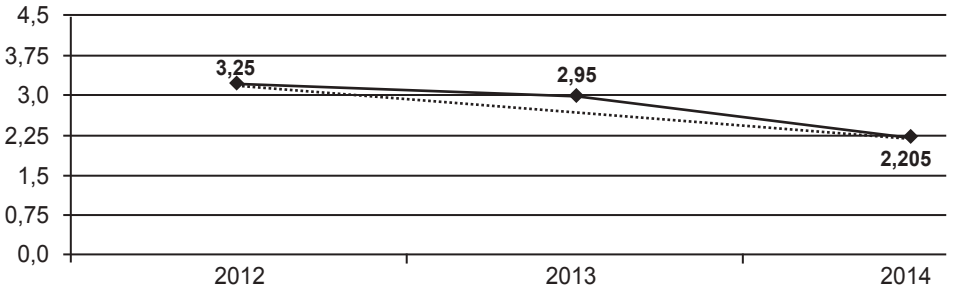

Рис. 1. **Динаміка інтегрального показника фінансової стійкості ПАТ «Укрсоцбанк» за 2012–2014 рр.**

На основі інтегральних показників фінансового стану можна зробити висновок, що ПАТ «Укрсоцбанк» характеризується протягом 2012–2014 рр. нестійким фінансовим станом, що передбачає затримку платежів, неможливість своєчасно виконувати окремі свої зобов'язання, низький рівень рентабельності тощо. Найбільш фінансово стійким банк був у 2012 р., коли значення його інтегрального показника становило 3,25 бали, що відповідає нормальній фінансовій стійкості. У 2014 р. спостерігалося значне зменшення показника порівняно із 2013 р. – на 0,75 бали, що було обумовлено погіршенням:

1) комплексного показника ефективності використання ресурсів банку на 0,495 балів;

2) комплексного показника надійності банку на 0,5 балів;

3) комплексного показника структури балансу банку на 0,125 балів у 2013 р.

За досліджуваний період відбулося покращення лише комплексного показника якості структури балансу банку – на 0,25 балів, що було зумовлено збільшенням частки доходних активів у чистих активах із 66,64 % у 2012 р. до 70,68 % – у 2014.

Відтак найгірші значення серед усіх комплексних показників мають показники ефективності роботи банку та якості структури балансу банку ПАТ «Укрсоцбанк» (тільки у 2012 р. та 2013 р. банк отримав прибуток). Саме дані сфери діяльності ПАТ «Укрсоцбанк» потребують суттєвої уваги та запровадження заходів щодо їх покращення, а саме:

1) збільшення рентабельності активів та капіталу банку, а також коефіцієнта ефективності його діяльності;

2) збільшення обсягу власного капіталу банку;

3) розширення кредитного портфеля банку;

4) оптимізації обсягу резервів за кредитними операціями залежно від обсягу кредитного портфеля.

Таким чином, застосування запропонованої методики дасть змогу підвищити якість комплексного оцінювання фінансової стійкості банку на підставі розрахунку інтегрального показника, що дасть можливість оцінити внесок окремих складових у значення інтегрального показника фінансової стійкості банку і визначити напрями її покращення.

Науковий керівник – канд. екон. наук, доцент Кондусова Л. Ф.

Література: 1. Барановський О. І. Фінансові кризи: передумови, наслідки і шляхи запобігання : монографія / О. І. Барановський. – Київ : КНТУ, 2009. – 754 с. **2.** Василега А. С. Комплексна оцінка фінансової стійкості банку / А. С. Василега // Молодіжний науковий вісник УАБС НБУ. – 2014. – № 6. – С. 8–19. **3.** Дзюблюк О. В. Фінансова стійкість банків як основа ефективного функціонування кредитної системи : монографія / О. В. Дзюблюк, Р. В. Михайлюк. – Тернопіль : Терно-граф, 2009. – 316 с. **4.** Квартальна фінансова звітність ПАТ «Укрсоцбанк» [Електронний ресурс]. – Режим доступу : https://www.unicredit.ua/ip_finnational/.

ОЦІНЮВАННЯ ТА ОПТИМІЗАЦІЯ ФІНАНСОВОГО СТАНУ БАНКІВ УКРАЇНИ

УДК 336.717.16

Салій Н. В.

Студент 4 курсу
фінансового факультету ХНЕУ ім. С. Кузнеця

Анотація. *Розглянуто зміст та значення фінансового стану банків. Досліджено статистичні дані Національного банку України про основні показники діяльності банків у динаміці п'яти останніх років. Запропоновано шляхи підвищення фінансової стійкості банків.*

Ключові слова: *банк, фінансовий стан, фінансова нестабільність, фінансова стійкість, банківська система.*

Аннотация. *Рассмотрены содержание и значение финансового состояния банков. Исследованы статистические данные Национального банка Украины об основных показателях деятельности банков в динамике последних пяти лет. Предложены пути повышения финансовой устойчивости банков.*

Ключевые слова: *банк, финансовое состояние, финансовая нестабильность, финансовая стойкость, банковская система.*

Annotation. *Considers the content and value of the financial condition of banks. Studied the statistics of the National Bank of Ukraine on key indicators of the banks in the dynamics of the last five years. Ways of improving the financial stability of banks.*

Keywords: *bank, financial condition, financial instability, te financial stability, the banking system.*

За сучасних умов господарювання суттєвий вплив на економіку будь-якої країни має банківський сектор. У зв'язку із цим зростає роль оцінювання та оптимізації фінансового стану банків. Результати даних досліджень мають практичний інтерес як для самих банків, так і для Національного банку України. Через динаміку сучасних соціально-економічних та політичних процесів зазнає відповідних змін і фінансовий стан банків, що потребує додаткових досліджень. Відтак тема наукового дослідження є актуальною, а його результати можуть бути використані науковцями.

Дослідженню проблем оцінювання та оптимізації фінансового стану банків присвятили свої праці багато провідних вчених: Крупка М. І., Крухмаль О. В., Михайлюк Р. В., Шіллер Р. І., Парасій-Вергуненко І. М., Литовченко О. Ю., Дзюблюк О. В., Заруба О. Д., Фалюта А. В. та ін.

Нині не існує єдиної точки зору стосовно визначення поняття «фінансовий стан банку». Одна група авторів вважає, що фінансовий стан банку – це комплексне поняття, що характеризує наявність у банку фінансових ресурсів, необхідних для здійснення своєї діяльності, інша розглядає фінансовий стан банку як систему показників, коефіцієнтів, що характеризують результати його діяльності [5].

Для оцінювання фінансово-економічного стану банківської установи за будь-яким підходом необхідною є відповідна інформаційна база. Такою базою є форми фінансової звітності банківських установ, що являють собою такі основні документи: баланс, звіт про прибутки і збитки, звіт про фінансові результати діяльності, звіт про рух джерел фінансування, рух і зміни в акціонерному капіталі, пояснення до фінансової звітності й аудиторський висновок. Для оцінювання фінансового стану банків України в цілому достатньо звітності НБУ [1]. Так, маючи дані основних показників діяльності банків України, досліджуємо їх динаміку та структуру.

Відмова від багаторічної де-факто прив'язки курсу гривні до долара США у 2014 р. призвела до того, що станом на 01.01.2015 р. банківський ринок перебував у складному становищі. Згідно із даними НБУ протягом 2010–2013 рр. курс гривні коливався у межах 7–8 грн за 1 долар США. Протягом 2014 р. спостерігалося різке зростання цього показника: на початок 2015 р. курс сягнув 16 грн за 1 долар США [2]. Через валютні коливанння за 2014 р. активи банків скоротилися на 223 млрд грн (на 16 %) [1].

Розглядаючи фінансове становище банківської системи, у першу чергу необхідно дослідити рівень капіталізації банків. Адже рівень власного капіталу банків впливає як на стабільність національної валюти, фінансову стійкість банків, так і на розвиток економіки країни в цілому.

Слід зазначити, що за період 2010–2013 рр. спостерігалася позитивна динаміка власного капіталу банків України (рис. 1). Проте у 2014 р., як ми бачимо з графіка, ситуація значно погіршилася. Після проведення стрестестів НБУ (ще за курсу 15,7 грн за долар), виявилось, що необхідне банківській системі збільшення капіталу перевищує 100 млрд грн [6].

© Салій Н. В., 2015

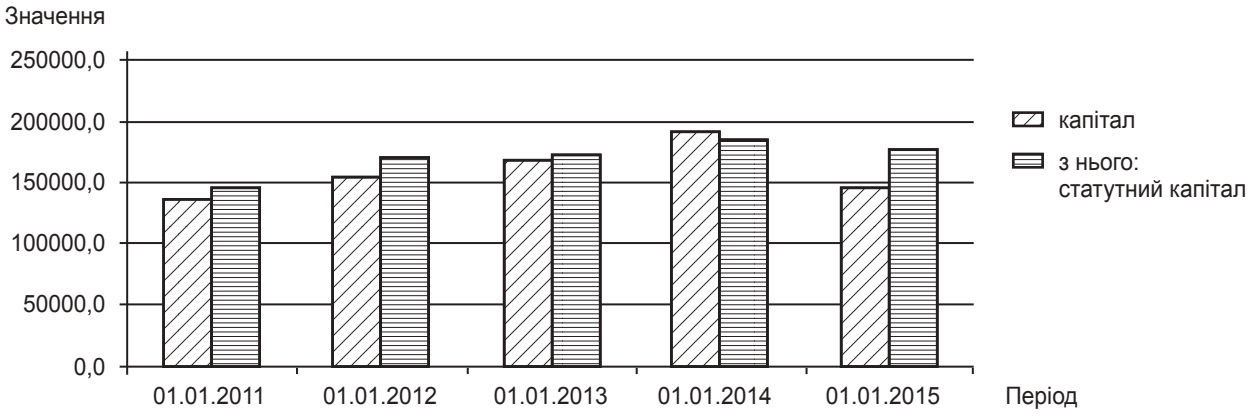

Рис. 1. **Динаміка капіталу банків (2011–2015 рр.)**

Варто зазначити, що власний капітал банківської системи України у 2014 р. складав 148 023 млн грн, що становило лише 9,45 % від ВВП у 2014 р. (1 566 728 млн грн) [2].

У країнах із перехідною економікою цей показник перевищує 40 %, у розвинених – 80 % і понад 80 %. Недостатній рівень капіталізації українських комерційних банків є однією з причин їхньої низької конкурентоспроможності на світовому ринку.

За зобов'язаннями спостерігається нестабільне зростання. У 2013 р. темп зростання становив 113,3 %, а у 2014 р. – 107,7 % (рис. 2). Проте варто відзначити, що в цілому обсяг залучених коштів від фізичних осіб значно зменшився. Це пояснюється економічною та політичною нестабільністю в країні.

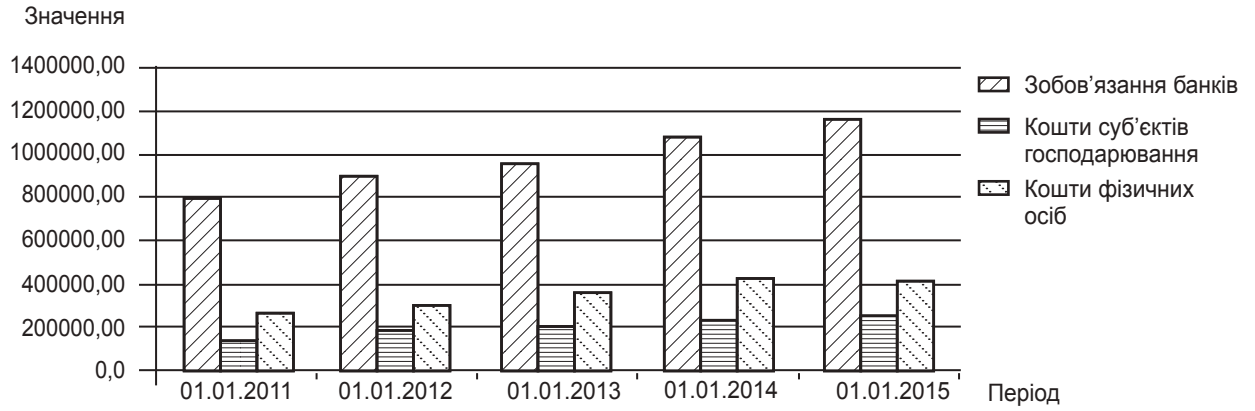

Рис. 2. **Динаміка зобов'язань банків, коштів суб'єктів господарювання і коштів фізичних осіб**

Аналізуючи сучасну ситуацію, варто зазначити, що банки, зіткнувшись із курсовою проблемою, вимушені повертати строкові валютні депозити, у той час як платоспроможність клієнтів за валютними кредитами стрімко знижується. Як наслідок банки вимушені піднімати ставки за валютними кредитами, йти на міжбанківський ринок або залучати кошти до материнських структур [6].

За останній рік офіційно неплатоспроможними визнано банки, що на початку минулого року мали приблизно 13,5 % ринку депозитів населення та 13,9 % активів банківської системи. Тому важливо дослідити динаміку кількості банків в Україні (рис. 3).

Аналіз кількості банків в Україні показує, що за достатньо нестабільної економічної та політичної ситуації деякі банки не витримують конкуренції та не мають коштів для існування.

Згідно із даними Асоціації українських банків, станом на 1 січня 2015 р. фінансовий результат склав – 21 634 057 тис. грн [3]. Прибутковість статутного капіталу склала – 14,4 %,а прибутковість активів – 2,1 %. Ця статистика свідчить про погіршення фінансового стану банків України.

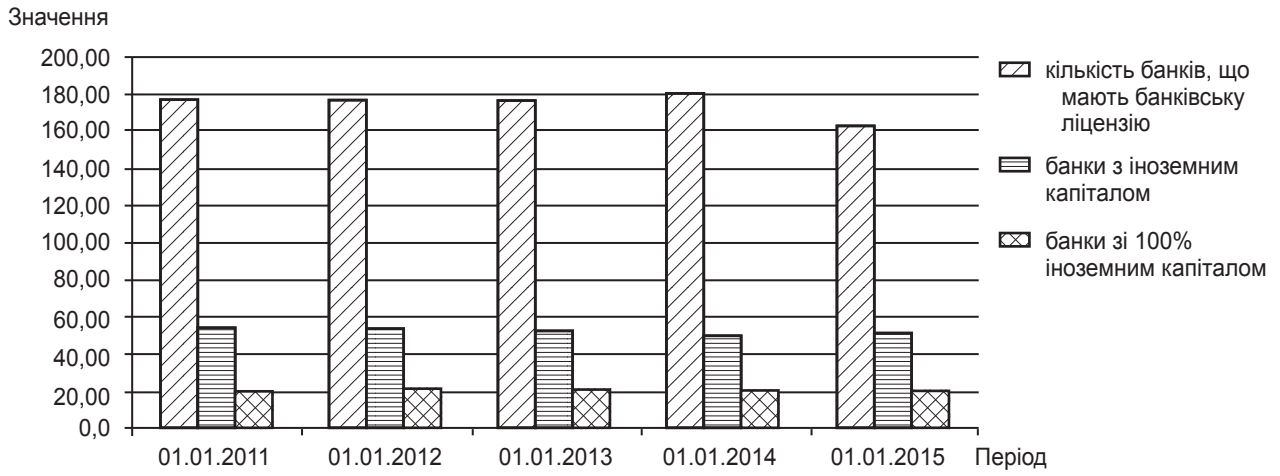

Рис. 3. **Інформація щодо кількості банків в Україні**

При аналізі фінансового стану банків України необхідно звернути увагу на рентабельність активів, адже цей показник свідчить, скільки копійок чистого прибутку / збитку припадає на 1 гривню середньої за період величини чистих активів банку. Як бачимо (рис. 4), рентабельність активів є доволі нестабільним показником, оскільки протягом 2010–2011 рр. цей показник характеризував збитковість, протягом 2012–2013 рр. – прибутковість, а протягом 2014 р. – збитковість [1].

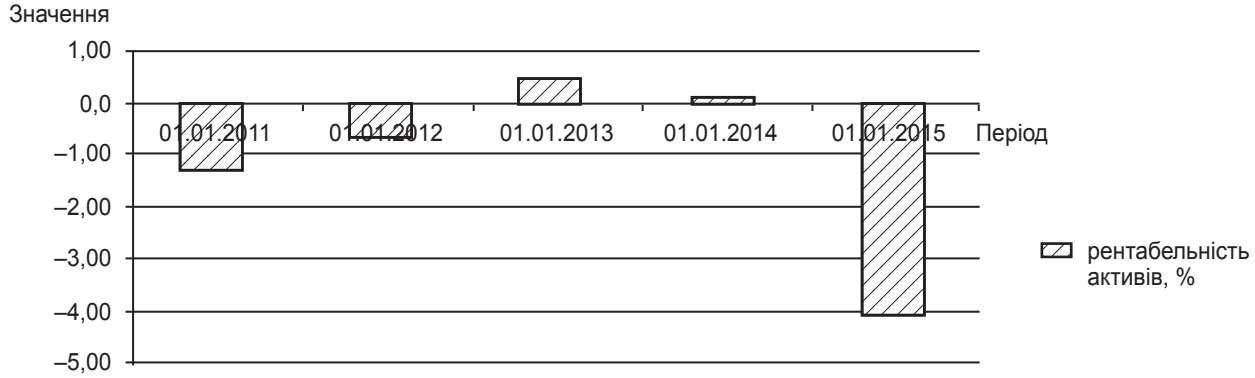

Рис. 4. **Динаміка рентабельності активів протягом 2010–2014 рр.**

За результатами діяльності банків протягом 2014 р. спостерігаємо величезний відсоток збитку (–4,07%) відносно активів [1].

Для покращення фінансового стану банків України необхідно щонайменше покращити стан проаналізованих показників.

Можливими шляхами підвищення рівня капіталізації банків є: збільшення капіталу за рахунок розміщення акцій власної емісії, збільшення показника адекватності капіталу через консолідацію банківської системи (злиття, приєднання банків, реорганізація банків, тощо), збільшення капіталу за рахунок субординованого боргу (шляхом випуску депозитних сертифікатів, банківських облігацій та єврооблігацій), збільшення капіталу за рахунок прибутку.

Іншим напрямом капіталізації банківської системи України є залучення до статутних капіталів комерційних банків грошових коштів населення. Нині офіційна статистика свідчить, що поза банками перебуває 63 млрд грн готівкових коштів. За іншими неофіційними оцінками, на руках у населення приблизно 125 млрд грн. А це величезний потенціал, що може допомогти вивести українську банківську систему за показником капіталізації на рівень країн Східної Європи [4].

Таким чином, за сучасних умов розвитку економіки через політичну та економічну нестабільність банки не є спроможними стримувати негативні наслідки її впливу, а тому потрапляють у кризові ситуації. Важливе значення у реалізації завдання підвищення ефективності управління банківською діяльністю має аналіз фінансового

стану банків. За його допомогою формують стратегію й тактику розвитку банків, обґрунтовують плани й управлінські рішення, здійснюють контроль за їх виконанням, виявляють резерви підвищення ефективності проведення активних і пасивних операцій, оцінюють результати діяльності банків.

Науковий керівник – канд. екон. наук, доцент Яременко О. Р.

Література: 1. Національний банк України [Електронний ресурс] / Офіційний сайт Національного банку України. – Режим доступу : http://www.bank.gov.ua/control/uk/index. **2.** Міністерство фінансів України [Електронний ресурс] / Офіційний сайт Міністерства фінансів України. – Режим доступу : http://index.minfin.com.ua/index/gdp/. **3.** Асоціація українських банків [Електронний ресурс] / Офіційний сайт Асоціації українських банків. – Режим доступу : http://aub.org.ua/. **4.** Фірман Р. В. Аналіз капіталізації комерційних банків України та шляхи її нарощення / Р. В. Фірман, Р. V. Gudź // Економічний форум. – 2014. – № 3. – С. 241–247. **5.** Цеховська М. В Підходи до визначення поняття фінансового стану банку / М. В. Цеховська // Управління розвитком. – 2014. – № 3. – С. 107–109.

СТРАТЕГІЧНА КАРТА ЯК ІНСТРУМЕНТ УПРАВЛІННЯ ІНВЕСТИЦІЙНОЮ ПРИВАБЛИВІСТЮ ПІДПРИЄМСТВА

УДК [005.21:005.311.2]:657.47

Саліна А. В.

Магістрант 1 року навчання
фінансового факультету ХНЕУ ім. С. Кузнеця

Анотація. *Розглянуто особливості побудови стратегічної карти як ефективного інструменту вдосконалення системи управління інвестиційною привабливістю підприємства. Обґрунтовано доцільність розробки збалансованої системи показників для досягнення стратегічних цілей підприємства на прикладі ООО «Компанія ФСК».*

Ключові слова: *стратегічна карта, стратегічний аналіз, управління інвестиційною привабливістю підприємства.*

Аннотация. *Рассмотрены особенности построения стратегической карты как эффективного инструмента совершенствования системы управления инвестиционной привлекательностью предприятия. Обоснована целесообразность разработки сбалансированной системы показателей для достижения стратегических целей предприятия на примере ООО «Компания ФСК».*

Ключевые слова: *стратегическая карта, стратегический анализ, управление инвестиционной привлекательностью предприятия.*

Annotation. *The features of the construction of the strategic map as an effective tool to improve investment attractiveness of the enterprise management system. The expediency of development of the Balanced Scorecard to achieve the strategic objectives of the enterprise on an example of «Company FGC».*

Keywords: *strategic map, strategic analysis,management of investment attractiveness of the company.*

Стратегічне управління є одним із сучасних заходів ефективної адаптації до мінливого зовнішнього середовища, попередження та нейтралізації небажаних ризиків і загроз, досягнення фінансових інтересів та довгострокового успіху суб'єктів господарювання у процесі забезпечення їх фінансової безпеки. Узагальнення літературних джерел та практики функціонування підприємств показало, що ефективність діяльності підприємств можна підвищити через застосування стратегічних карт – однієї з новітніх методологічних концепцій стратегічного управління підприємством, що є безпосередньо пов'язаною із упровадженням до практики його діяльності системи оцінювальних показників.

© Саліна А. В., 2015

Питанням стратегічного управління із застосуванням стратегічних карт присвячено багато публікацій у вітчизняних та зарубіжних джерелах, авторами яких є Каплан Р., Нортон Д. [1], Кизим М., Пилипенко А., Зінченко В. [2], Мальцева Г., Луговий Р., Солдатова Ю. [3], Спірідонов Ю. [4], Кузьмін О., Петришин Н., Дорошкевич К. [4] та ін.

Метою написання статті є розробка стратегічної карти управління інвестиційною привабливістю підприємства.

Інвестиційна привабливість підприємства – це сукупність кількісних та якісних показників, що характеризують не тільки фінансово-економічний стан підприємства, а й техніко-економічне забезпечення виробництва, якість та конкурентоспроможність продукції, рівень маркетингового, кадрового, інфраструктурного, правового забезпечення та ефективність використання сучасних інформаційних технологій для налагодження контактів із інвесторами.

Метод стратегічної карти передбачає побудову комплексної моделі системи взаємозв'язків між факторами різних рівнів компанії задля аналізу, прогнозування та вироблення відповідних заходів реагування на вплив ключових факторів.

Для того щоб сформувати стратегію інвестиційної привабливості, потрібно розробити збалансовану систему показників та побудувати стратегічну карту підприємства.

Стратегічні карти застосовують для візуального подання стратегії підприємства та її перенесення на операційний рівень діяльності. Поняття стратегічних карт іноді ототожнюють із поняттям збалансованої системи показників. Проте стратегічні карти лише доповнюються збалансованою системою показників як системою звітності підприємства. Аналіз останніх досліджень та публікацій за проблемою дає змогу стверджувати, що застосовувати стратегічні карти можна і спільно із застосуванням збалансованої системи показників, і окремо. Кизим М., Пилипенко А., Зінченко В. пропонують формувати стратегічні карти за трьома етапами: формування причинно-наслідкових зв'язків; зосередження на стратегічно важливих причинно-наслідкових зв'язках; документування причинно-наслідкових зв'язків і побудова історії стратегії [2].

Спочатку потрібно визначити кінцеву мету запровадження нової системи управління інвестиційною привабливістю на підприємстві. Для підприємства ООО «Компанія ФСК» основною метою роботи є підвищення рівня прибутковості та результативності. Але ця мета є досить загальною та її межі є сильно розмитими. Відтак неможливо оцінити рівень досягнення поставленої мети, бо не визначено конкретні показники оцінювання цієї мети.

Каплан Р. та Нортон Д. стратегічну карту розглядають у чотирьох взаємопов'язаних перспективах: фінансовій, клієнтській, внутрішній, навчання та розвитку [1]. Фінансова складова описує матеріальні результати реалізації стратегії за допомогою традиційних фінансових понять. Цілі фінансової складової – економічні підсумки успішної стратегії.

У ході формулювання клієнтської складової стратегічної карти менеджери визначають цільові сегменти споживчого ринку, у яких конкурує цей бізнес-підрозділ, та показники результатів його діяльності з точки зору клієнтів. Внутрішня складова відповідає за дві життєво важливі компоненти стратегії: розробку й надання клієнтові пропозиції цінності та вдосконалення процесів і скорочення витрат як засобу підвищення продуктивності у фінансовій складовій.

Навчання й розвиток відбивають ті нематеріальні активи, які є найбільш важливими для стратегії. Цілями для цієї складової є види діяльності (людський капітал), системи (інформаційний капітал) і моральний клімат (організаційний капітал). Цілі чотирьох складових є пов'язаними між собою причинно-наслідковими зв'язками.

Наступним етапом є розробка системи управління результативністю та прибутковістю підприємства. Для цього слід виконати певні дії.

1. Визначення стратегічної мети підприємства. Для підприємства це підвищення рівня прибутковості та результативності.

2. Виділення проміжних стратегічних цілей підприємства. Як вже було зазначено, стратегічна карта має чотири стратегічні перспективи: інновації, виробництво, маркетинг і збут продукції, фінансово-економічний результат. Також на цьому етапі необхідно розподілити стратегічні цілі між стратегічними перспективами.

3. Конкретизація цілей підприємства, виділення критеріїв оцінювання ступеня виконання стратегічної мети. Тобто до кожної стратегічної мети добирають один або кілька оцінювальних критеріїв.

Аналіз можливостей компанії та її стратегічних сподівань допоміг скласти перелік стратегічних цілей. Тепер потрібно кожну із цілей віднести до однієї з чотирьох перспектив. До перспективи «Навчання та розвиток» належать підвищення мотивації та віддачі працівників і покращення умов праці. До перспективи «Клієнти» належать розширення клієнтської бази, підвищення якості обслуговування клієнтів, розширення асортименту продукції, підвищення рівня задоволеності клієнтів. До перспективи «Внутрішні бізнес-процеси» належать проведення розрахунків із дебіторами та кредиторами, підвищення іміджу підприємства серед постачальників та отримання більш вигідних умов співробітництва, підписання контрактів із новими постачальниками. До перспективи «Фінанси» належать цілі підвищення результативності підприємства, підвищення якості прибутку, підвищення прибутковості, збільшення товарообігу.

Стратегічну карту управління інвестиційною привабливістю підприємства подано на рис. 1.

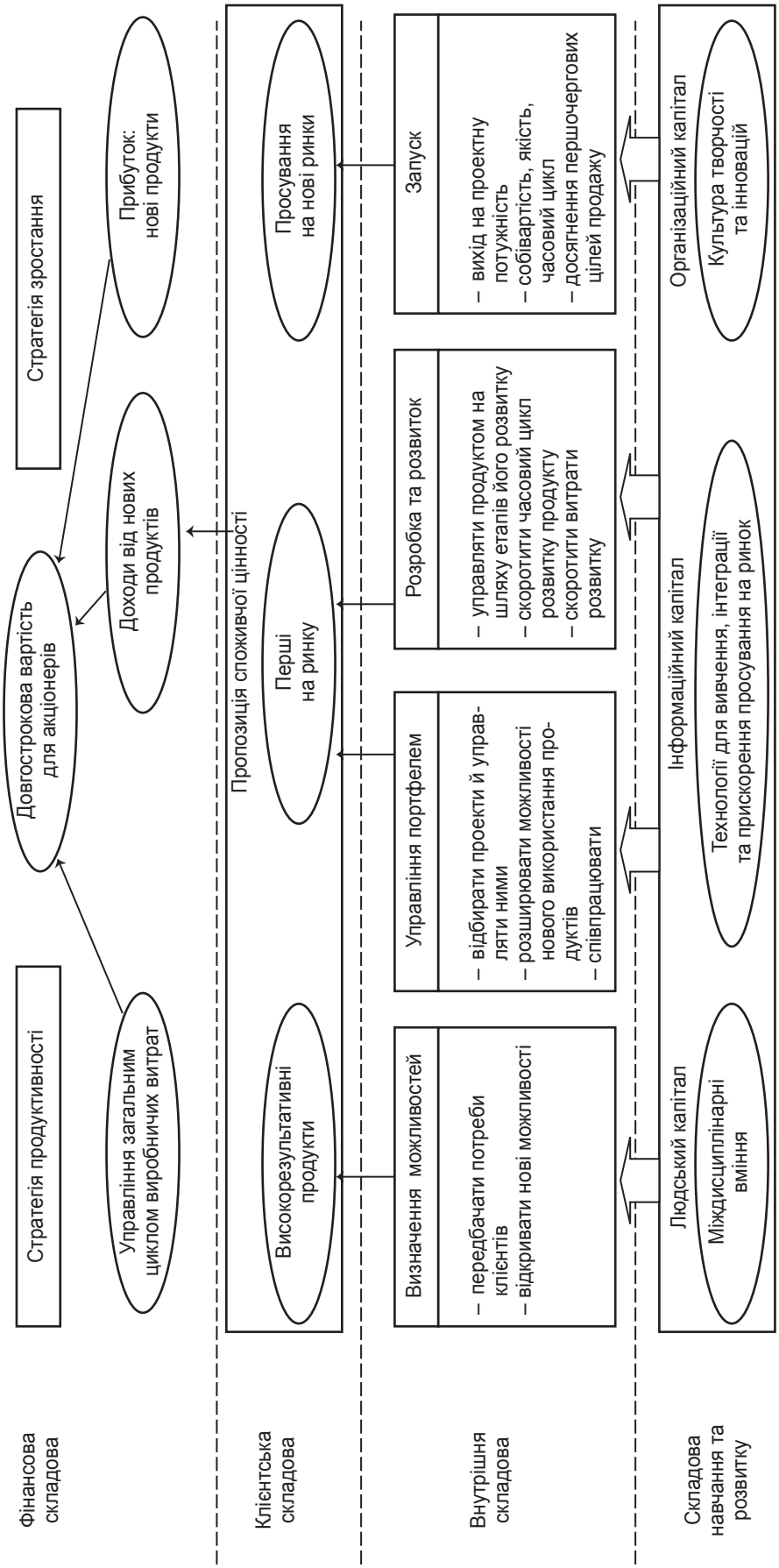

Рис. 1. **Модель стратегічної карти управління інноваціями**

Таким чином, розробка стратегічної карти підприємства допомагає прослідкувати причинно-наслідковий зв'язок між окремими цілями підприємства, а збалансована система показників дозволяє виміряти ступінь досягнення підприємством поставленої мети. Практична значущість роботи полягає в узагальненні наявних методичних підходів до побудови та застосування стратегічних карт, розробці рекомендацій стосовно побудови стратегічної карти у рамках реалізації процесу бюджетування. Застосування стратегічної карти допомагає переглянути стратегію розвитку та довести її до окремого співробітника, забезпечує керівництво своєчасною інформацією про ступінь реалізації стратегії та контролює траєкторію стратегічного руху підприємства, що надає йому більшої гнучкості та конкурентних переваг у сучасному динамічному середовищі.

Науковий керівник – канд. екон. наук, професор Журавльова І. В.

Література: 1. Каплан Р. Стратегические карты. Трансформация нематериальных активов в материальные результаты / Р. Каплан, Д. Нортон ; пер. с англ. – М. : Олимп-Бизнес, 2005. – 512 с. **2.** Кизим М. О. Збалансована система показників : монографія / М. О. Кизим, А. А. Пилипенко, В. А. Зінченко. – Харків : ВД «ІНЖЕК», 2007. – 192 с. **3.** Мальцева Г. И. Применение системы сбалансированных показателей в процессе стратегического планирования [Електронний ресурс] / Г. И. Мальцева, Р. А. Луговой, Ю. А. Солдатова. – Режим доступу : http: //www.ecsocman.edu.ru/univman/msg/213632.html. **4.** Кузьмін О. Є. Стратегічна діяльність підприємств: технології планування та побудова карт : монографія / О. Є. Кузьмін, Н. Я. Петришин, К. О. Дорошкевич. – Львів : Міські інформаційні системи, 2011. – 320 с.

INCREASING THE PRODUCT'S COMPETITIVENESS

UDC 658.011.4

Svyrydov S. S.

The 2th year Student
Management and marketing department S. Kuznets KNUE

Annotation. *Discusses ways to improve the competitiveness of products in the current economic conditions and factors affecting its improvement. It is noted that the steady growth of competitiveness of products can be achieved only if the long-term, continuous and sustained improvement of all the determinants of the functioning of company will be supported.*

Keywords: *product competitiveness, competitive advantages, competitiveness factors, improvement of competitiveness.*

Анотація. *Розглянуто засоби підвищення конкурентоспроможності продукції за сучасних економічних умов, фактори, що впливають на її підвищення. Доведено, що стійке зростання конкурентоспроможності продукції може бути забезпечене тільки за умови довгострокового, безперервного і поступального вдосконалення всіх детермінант функціонування підприємства.*

Ключові слова: *конкурентоспроможність продукції, конкурентні переваги, фактори конкурентоспроможності, підвищення конкурентоспроможності.*

Аннотация. *Рассмотрены способы повышения конкурентоспособности продукции в современных экономических условиях, факторы, влияющие на ее повышение. Доказано, что устойчивый рост конкурентоспособности продукции может быть обеспечен только при условии долгосрочного, непрерывного и поступательного совершенствования всех детерминант функционирования предприятия.*

Ключевые слова: *конкурентоспособность продукции, конкурентные преимущества, факторы конкурентоспособности, повышение конкурентоспособности.*

© Svyrydov S. S., 2015

The main thing that is important to remember that modern competition or economic confrontation is battlefield. Enterprises need only a victory, cause it provides the future for it or defeat. The more competitiveness is presented in the market, higher the price is for loser. In this context, the products face the same problem: in a globalizing world it covers more and more areas of activities and competition is increased, not only in the national level, but also in international one.

The increasing of the product's competitiveness was observed by Ukrainian and foreign scientists, such as Azoyev G., Moiseeva N., Porter M., Voronov D., Yudanov A. and others. The scientists stress that competitiveness is not the material aspect of economics, it's the qualitative one.

The purpose of the article is to uncover the ways to increase the product's competitiveness and to observe the place competitiveness covers in product management.

Competitiveness is the ability of a particular object or subject to surpass competitors in given conditions. Competitiveness is also defined as the subject property, indicating its ability to compete with their own kind, on his ability to perform competitive actions etc.

Competitiveness is not only the product's quality and price advantages but the management skills in investments, innovations and finances. The conjuncture what has place on the market has big influence on the competitiveness as well, technical power, degree of innovations, motivation and qualification of staff, financial stability [1].

The basis of the formation of the competitiveness of product is the system of its competitive advantages. Based on the analysis of different approaches to classification of competitive advantage it is proposed to classify them according to the following criteria:

- attitude to the system;
- area of a benefits content;
- factor advantages;
- advantages of the time;
- the place of the advantages;
- type of the resulting outcomes.

The classification of these competitive advantages with their subsequent coding is needed to automate the process of recording and analysis of the competitiveness of objects [1].

The factors of competitive advantage of organizations are divided into external (independent of an organization) and internal (almost entirely determined by the management of an organization) [1].

There are signs that characterize competitiveness [1; 3]:

- authors do not always consider the competitiveness as the ability of the product to capture market share;
- signs characterizes the competitiveness and efficiency of the use of all its resources;
- competitiveness of the product evolves over time , its changes depend on both the external and internal factors;
- competitiveness is a relative indicator (it shows possibility to compete in comparison with similar products in this market);
- competitiveness of products shows the level of satisfaction of customer needs by the product in comparison with the level of satisfaction of customer needs by competitive products;
- ecological and social environments affects are a product competitiveness.

In his theory of competitive advantage M. Porter distinguishes two major sources of advantage: marketing and costs. The benefits of marketing are a competitive advantage in the goods and services that better meet consumer than competitor products. The advantage is cost – competitive advantage arising due to lower production and marketing costs than the cost of competitors, allowing the company to reduce prices or to use the savings on advertising and distribution [2].

Factors of increase the competitiveness of the product, taking into account the features of the modern market are [2]:

1) the introduction of innovative product policy. The purpose of innovation defines its focus on the creation of new or missing in the market of goods and services. Modern Innovation policy is a set of scientific, technical, production, administrative, financial and other measures aimed at the production and promotion of new or improved products to the market. Innovation is not just a novelty; it is a modern techno- economic process which, thanks to the use of new ideas and inventions that leads to the creation of the best in quality products, technologies, helps the company to take a competitive position in the market. The basic sense of innovation is to improve production methods of its distribution and manufacturing. Innovations are based on new ideas and technologies. It should be understood that as the scientific and technical progress needs to grow and mutate, the consumer brings more and more complex requirements of market

goods and services. The task of innovation policy is to meet these needs. For the company it is important to provide advance innovation featured by integrated management of all innovation cycle, which ensures its long-term competitiveness and efficiency;

2) availability of skilled labor, the relevant requirements of the international labor market. Human resources are one of the most important components of the company and the most important factor in increasing its competitiveness and competitiveness of its products in the global economy. The experience of foreign companies shows the strengthening of the role of human resource management in the system of the factors that ensure competitiveness of the product. According to modern concepts of management people are one of the most important economic resources of the product affecting its revenue, competitiveness and development. Unfortunately, today, this factor is the weakest link in the activities of domestic products. Very few domestic firms, including major corporations, develop and implement their programs of improvement of the working conditions and motivation of their employees. In this regard, we are lagging behind on the order of European countries, Japan and America. Product managers first need to pay attention to the motivation of their employees appropriate working conditions, leisure, high wages, as people are the overriding factor in the development of any product;

3) the quality of management system of a company. Today, when a consumer can choose from a huge number of products and services, one of the most important determinants of the existence and development of the product in the end market is the quality of the offered products or services. If the company wants to conquer the international market, its products have to comply with international quality standards and must have a certificate of quality system ISO 9001. Compliance of the quality management system of the product with the international standard ISO 9001 requires a change in organizational structure and in all stages of the production cycle: from product design to its marketing. The entity must certify all production as a whole .The company's products must also comply with generally accepted international standards of food safety – HACCP system [3].

In addition, the competitiveness of a product depends on the following conditions [3]:

- taking into account the cultural, social, political, technological, environmental and legal characteristics;
- a proper understanding of the preferences of foreign consumers;
- understanding the rules and the culture of doing business in a particular country;
- understanding the level of competition in the industry;
- changes and modifications of products in accordance with the tastes and traditions of the consumers of the country where the goods to be exported;
- taking into account the features of distribution channels;
- the right choice of method of market penetration.

It's impossible to achieve permanent stability in the competitive business environment without increasing competitiveness, not keeping pace with the times, not holding hands on the pulse of events of target markets and not paying attention to the own prospects and opportunities for product [4].

For achieving the improving of competitiveness it's necessary to realize competitive advantages by implementing and updating the product' competitiveness factors what are most attractive from the point of view of the target consumer. Competitiveness of the products can and should be managed, as it plays an important role in ensuring the competitiveness of product. Modeling of competitive performance is held on the stage of product design [5].

The base of the competitiveness of products in the market is the ratio of quality, service and price. Of course, the cause for success or failure can be influenced by other factors (advertising, brand prestige etc.). But competitiveness is laid on the stage of design and production, thus it is limited to being influenced by marketing activity [5].

So sustained improvement in the competitiveness of products can be achieved only by the long-term, continuous and sustained improvement of all the determinants of competitiveness.

Main factors what define the competitiveness of the product are quality of goods and level of customer service, practice of developing new products, effectiveness of communication policy, the effectiveness of distribution channels, appropriate pricing and so on.

Supervisor – Candidate of Sciences (Economics), Associate Professor Kotlik A. V.

Literature: 1. Азоев Г. Л. Конкуренция: анализ, стратегия и практика / Г. Л. Азоев. – М. : Центр экономики и маркетинга, 1996. – 208 с. **2.** Porter M. Competitive strategy / M. Porter. – New York : Free Press, 1980. – 396 p. **3.** Фатхутдинов Р. А. Конкурентоспособность организации в условиях кризиса: экономика, маркетинг, менеджмент / Р. А. Фатхутдинов. – М. : Маркетинг ; Дашков и К°, 2002. – 886 с. **4.** Серебренников Г. Г. Управление затратами на предприятии : учеб. пособие / Г. Г. Серебренников. – Тамбов : Изд-во Тамбовского ГТУ, 2007. – 80 с.

5. Коршунов В. І. Маркетинг та питання управління конкурентоспроможністю і матеріаломісткістю продукції : монографія / В. І. Коршунов, В. І. Савченко, І. Ю. Пасічник [та ін.] ; за ред. В. І. Коршунова. – Харків : Основа, 1999. – 188 с.

ЦИВИЛИЗАЦИОННЫЙ ПОДХОД ОСВАЛЬДА ШПЕНГЛЕРА

УДК 17.023.36

Селецкая Д. Н.

Студент 1 курса
финансового факультета ХНЭУ им. С. Кузнеца

Аннотация. *Рассмотрены основные положения философии культуры Освальда Шпенглера, прежде всего цивилизационный подход к объяснению развития культуры, являющийся противоположным по отношению к формационной теории.*

Ключевые слова: *культура, цивилизация, прогресс, общество.*

Анотація. *Розглянуто основні положення філософії культури Освальда Шпенглера, передусім цивілізаційний підхід до пояснення розвитку культури, що є протилежним до формаційної теорії.*

Ключові слова: *культура, цивілізація, прогрес, суспільство.*

Annotation. *The main provisions of the philosophy of culture Oswald Spengler, especially the civilizational approach to the explanation of the development of culture, which is opposite to the formational theory.*

Keywords: *culture, civilization, progress, society.*

Немецкий философ и культуролог Освальд Шпенглер – сторонник цивилизационного подхода к объяснению развития культуры и общества, противостоящего прогрессивизму и формационной теории. Классические учения в рамках этого методологического подхода были разработаны также Данилевским Н., Тойнби А., Сорокиным П.

В мировой истории Шпенглер О. выделял восемь культур, которые достигли вершины развития: египетскую, индийскую, арабо-византийскую, китайскую, греко-римскую, западноевропейскую и культуру майя. Также он выделял пробуждающуюся русско-сибирскую культуру. Их существование Шпенглер О. характеризует как единство проявлений жизни во всем ее многообразии. В понимании Шпенглера О. культура – это сложившаяся в веках историко-культурная целостность, цивилизация же – это исключительно поздний этап развития единой культуры. Шпенглер О. расценивает цивилизацию как «логическую стадию, завершение и исход культуры», отмирание целого как организма, затухание одушевлявшей его культуры [1, с. 14–16].

В целом можно выделить два основных положения философии культуры Шпенглера О. Во-первых, он выступал против концепции всемирного исторического процесса, единой линии эволюции человечества, проходящего последовательные этапы развития. Для Шпенглера понятие «человечество» является пустым словом. В его теории представлено разнообразие жизни, феномен множества мощных культур, вырастающих из глубин страны, которая их основала, картина постоянного и непрерывного образования и изменения, чудесного становления и умирания органических форм [1].

Согласно Шпенглеру О., логика развития каждой культуры сводится к прохождению стадий детства, юности, зрелости и увядания. Чередование этих стадий носит закономерный характер, периоды развития всех культур тождественны. Исходя из этого, Шпенглер О. выделяет следующие фазы развития: мифо-символическую раннюю культуру, метафизико-религиозную высокую культуру и позднюю, цивилизационную, культуру и показывает «параллельно-одновременный» характер прохождения культурами этих стадий. Вместе с тем развитие культур осуществляется обособленно, в уникальном пространстве и времени. Шпенглер уделяет особое внимание их индивидуальности и исключительности, акцентируя внимание на всем том, что не может быть унаследовано

© Селецкая Д. Н., 2015

и правильно воспринято другими культурами. Таким образом, концепция Шпенглера основана на отрицании идеи преемственности развития, прогресса [1, с. 22–25].

Во-вторых, как уже можно было видеть, концепция Шпенглера О. основана на противопоставлении таких понятий, как «культура» и «цивилизация». По словам Шпенглера, культура тождественна жизни, творческой деятельности и развитию. Цивилизацию же он сравнивает с бездушным интеллектом, связывает с отмиранием культурного мира.

Цивилизация, по словам Шпенглера, – неизбежная судьба культуры, крайнее состояние, на которое способен более высокий тип людей. Главными чертами цивилизации Шпенглер О. считал практический рационализм, холодную рассудительность, интеллектуальный голод, смену душевного бытия умственным, преклонение перед деньгами, нерелигиозность [2].

В цивилизационном подходе главной особенностью при анализе общественной жизни является характеристика преобладающего типа человека, главных черт личности, которые выражаются в мировоззрении и поведении типичного представителя конкретной цивилизации. Широко известна мысль Шпенглера О.: «У культурного человека энергия обращена вовнутрь, у цивилизованного – вовне» [3, с. 23–29]. Для культуры в целом характерна высокая духовность, которая подталкивает людей к самопожертвованию ради возвышенных целей и идей. Цивилизация же означает в каком-то смысле деградацию духа, его приземление, что снижает уровень героизма жизнедеятельности человека прошлых времен – периода формирования и расцвета особой культуры. Это знаменует собой начало конца этой культуры.

Подход Шпенглера О. был рассмотрен и проанализирован Бердяевым Н. А. Он пришел к выводу, что «в сущности, Шпенглера О. нельзя причислить ни к какому направлению. Ему совершенно чужда академическая философия, он ее презирает. Он, прежде всего, своеобразный интуитивист». Бердяев выражал согласие с основной мыслью Шпенглера, согласно которой любая культура неизбежно переходит в цивилизацию, цивилизация же кончается смертью. Она по сути уже является началом смерти, угасания творческих сил культуры. Мысль о завершении ведущей роли европейской культуры, противопоставление цивилизации культуре, которые обычно и связывают с книгой Шпенглера «Закат Европы», Бердяев не считал новой и оригинальной. Если для западноевропейского читателя само название «Закат Европы» было довольно провокационным, то в восточнохристианской культуре оно воспринималось по-другому. «Эти мысли выражены Шпенглером с изумительным блеском. Но новы ли эти мысли? Мы давно уже знаем различие между культурой и цивилизацией. Все русские религиозные мыслители утверждали это различие. Все они ощущали некий священный ужас от гибели культуры и надвигающегося торжества цивилизации», – писал Бердяев Н. [4].

Важнейшим недостатком анализа европейской культуры Шпенглером Бердяев Н. считает недооценку роли христианства. «Шпенглер – нерелигиозная натура. В этом его трагедия. У него как будто бы атрофировано религиозное чувство» [4].

В самом деле, религиозному сознанию чужды идеи Шпенглера относительно неизбежной гибели обособленных культур, отсутствие категорий человечества и общечеловеческой истории и судьбы. Шпенглер не видит ни общеисторической цели, ни общего смысла истории, ни надежды на спасение.

Очевидно, что с достижением технического прогресса великие достижения могут быть направлены как на служение человечеству, так и против него. Расчетливость и холодный рационализм вытесняют стремление к интеллектуальному и культурному развитию. Однако, у цивилизованного человека нет неизбежной деградации духа. Он также способен на самопожертвование и остается духовно развитым. А различные культуры не развиваются обособленно, они способны развиваться, взаимообогащаясь и дополняя друг друга.

Важным недостатком философии Шпенглера является то, что он игнорирует такие аспекты социальной жизни, как экономика, материально-технический прогресс, и считает, что они не являются движущей силой истории.

Отношение критиков к концепции Освальда Шпенглера неоднозначно. Но нельзя отрицать, что его труды отличаются индивидуальностью, неповторимостью и чувственно-эмоциональным видением мира.

Научный руководитель – доцент Потоцкая Ю. И.

Литература: 1. Тавризян Г. М. О. Шпенглер, Й. Хейзинга: две концепции кризиса культуры / Г. М. Тавризян. – М. : Искусство, 1989. – С. 14–27. **2.** Бердяев Н. А. Воля к жизни и воля к культуре / Н. А. Бердяев. – М. : Политиздат, 1990. – С. 54–67. **3.** Сергеева О. А. Становление цивилизационной концепции. Генезис и структура цивилизационной концепции общественного развития / О. А. Сергеева. – М. : МАТИ : РГТУ им. К. Э. Циолковского, 2000. – С. 23–49. **4.** Бердяев Н. А. Смысл истории. Новое средневековье / Н. А. Бердяев. – М. : Канон +, 2002. – С. 366–381.

СУЩНОСТЬ ДЕФИНИЦИЙ «КОНТРОЛЬ» И «РЕВИЗИЯ»

УДК 33. 025. 12: 005. 591

Семененко К. Э.
Филатова А. Е.

Студенты 3 курса
факультета учета и аудита ХНЭУ им. С. Кузнеца

Аннотация. *Рассмотрены современные определения категории «контроль», выделены ее основные черты. Предложено собственное определение категории «контроль». Проанализировано место ревизии в современном экономическом контроле.*

Ключевые слова: *контроль, ревизия, процесс, метод, форма.*

Анотація. *Розглянуто сучасні визначення категорії «контроль», виділено її загальні риси. Запропоновано власне визначення категорії «контроль». Проаналізовано місце ревізії в сучасному економічному контролі.*

Ключові слова: *контроль, ревізія, процес, метод, форма.*

Annotation. *The modern definition of «control» it highlighted common features, a proper definition of «control». Analyzes place the revision in the current economic control.*

Keywords: *control, audit, process, methods, forms.*

Современные условия хозяйствования характеризуются изменчивостью во всех сферах общественной жизни. Сегодня происходит реформирование действующей системы контроля, активно внедряются новые его формы, цель которых со временем заменить ревизию как основную форму контроля, происходит процесс постоянного заимствования и адаптации зарубежного опыта контроля и ревизии к отечественной практике. Такие революционные изменения не могут не влиять на теоретические основы вопроса. Именно поэтому необходимо изучить современное содержание понятий «контроль» и «ревизия».

Среди ученых, которые рассматривают вопросы сущности контроля и ревизии, Дикань Л., Голуб Ю., Синюгин Н., Витвицкий Н., Чумакова И., Фенченко М., Бутинец Ф., Поникаров В., Александров В., Усач Б., Сердюк В.и др.

Целью исследования является уточнение и обоснование понятий «контроль» и «ревизия».

Контроль в переводе с французского – это проверка или наблюдение с целью проверки. Его сущность заключается в осуществлении целенаправленного воздействия на объекты управления, который предусматривает систематический надзор, наблюдение за их деятельностью для выявления отклонений от установленных норм, правил или требований в процессе их выполнения [2].

Категорию «контроль» ученые-экономисты понимают и трактуют неоднозначно (табл. 1).

Таблица 1

Сущность категории «контроль»

Автор	Базовая категория или понятие			
	Процесс	Элемент или функция управления	Наблюдение или проверка	Возвращение к ранее рассмотренному вопросу
1	2	3	4	5
Витвицкая Н. С., Чумакова И. Ю., Коцупатрый М. М., Фенченко М. Т. [2]	+			
Дикань Л. В., Голуб Ю. О., Синюгина Н. В. [3]		+		
Дикань Л. В. [1]			+	
Бутинец Ф. Ф., Бардаш С. В., Малюга Н. М., Петренко Н. И. [4]			+	
Усач Б. Ф. [5]				+
Лушкин В. А., Поникаров В. Д., Ярдин И. В., Ачкасов А. Е. [6]			+	
1	2	3	4	5
Павлюк В. В, Сердюк В. М. [7]		+		

© Семененко К. Э., Филатова А. Е., 2015

Окончание табл. 1

Ярошенко С. П., Пинькас Г. И., Кобычева О. С. [8]			+	
Билуха М.Т., Микитенко Т. В. [9]			+	
Словарь украинско-российской грамматической терминологии [9]			+	
Финансово-экономический словарь [10]		+		
Экономическая энциклопедия [11]		+		

Таким образом, можно сформировать обобщающее определение, которое позволит сгруппировать различные определения этой категории. Контроль – это функция управления, предусматривающая использование общих и специфических методов с целью установления отклонений объекта контроля от заданных параметров. Такое определение контроля в полной мере отражает его характеристику, цель и место в управлении.

Наиболее распространенной формой экономического контроля является ревизия. Слово «ревизия» обозначает буквально просмотр, обзор. Важно понимание сущности понятия «ревизия», ведь от этого зависят перспективы развития ревизии как главной формы экономического контроля в пределах ее применения в практической деятельности. Надо заметить, что на сегодняшний день нет единого подхода к определению сущности ревизии, поэтому возникает потребность в исследовании понятия «ревизия».

Существует большое количество определений понятия «ревизия» (табл. 2).

Таблица 2

Сущность понятия «ревизия»

Автор	**Базовая категория или понятие**		
	Метод контроля	**Документальный способ проверки**	**Форма контроля**
Витвицкая Н. С., Чумакова И. Ю., Коцупатрый Н. Н., Фенченко М. Т. [2]			+
Дикань Л. В. [12]		+	
Ярошенко С. П., Пинькас Г. И., Кобычева А. С. [8]	+		
Белуха М.Т., Микитенко Т. В. [8]	+		
Германчук П. К., Стефанюк И. Б., Рубан Н. И., Александров В. Т., Назарчук А. И.			+
Словарь украинско-российской грамматической терминологии и слов [9]		+	
Ефимова Ф. Ф., Выговская Н. Г., Малюга Н. М., Петренко Н. И. [4]	+		
Корыстин А. Е., Клименко А. В. [6]			+
Закон Украины «Об основных принципах осуществления государственного финансового контроля в Украине» [13]		+	

Понятие «ревизия» как форма экономического контроля полностью отражает сущность и цель ревизии. Ревизия – это форма экономического контроля, содержанием которой является документальная и фактическая проверка финансово-хозяйственной деятельности подконтрольного учреждения с целью установления законности, достоверности и экономической целесообразности осуществленных хозяйственных операций и проверки состояния бухгалтерского учета.

Таким образом, контроль должен занимать важное место в сфере хозяйствования, так как он является необходимым условием выявления и устранения недостатков в деятельности объектов управления, а ревизия – главной формой контроля.

Научный руководитель – канд. экон. наук Кожушко О. В.

Литература: 1. Дікань Л. В. Фінансово-господарський контроль : навч. посіб. / Л. В. Дікань. – Київ : Знання, 2010. – 395 с. **2.** Вітвіцька Н. С. Державний фінансовий контроль : навч. посіб. / Н. С. Вітвіцька, І. Ю. Чумакова, М. М. Коцупатрий, М. Т. Фенченко. – Київ : КНЕУ, 2003. – С. 20–33. **3.** Дікань Л. В. Фінансовий контроль: теорія та методологія : монографія / Л. В. Дікань, Ю. О. Голуб, Н. В. Синюгіна. – Харків : ХНЕУ, 2009. – 92 с. **4.** Виговська Н. Г. Контроль і ревізія : навч. посіб. / Ф. Ф Ефімова, Н. Г. Виговська, Н. М. Малюга [та ін.] ; за ред. проф. Ф. Ф. Бутинця. – Житомир : Рута, 2002. – 544 с. **5.** Усач Б. Ф. Контроль і ревізія : підручник / Б. Ф. Усач. – Київ : Ін Юре, 1998. – 351 с. **6.** Ачкасов А. Є. Контроль і ревизия підприємств : навч. посіб. / А. Є. Ачкасов, В. А. Лушкін,

В. Д. Понікаров та ін. – Житомир, 2000. – 368 с. **7.** Павлюк В. В. Контроль і ревізія : навч. посіб. / В. В. Павлюк, В. М. Сердюк, Ш. М. Анаєв. – Київ : Центр навч. літ., 2006. – 196 с. **8.** Белуха Н. Т. Фінансовий контроль: теорія, ревізія, аудит : підручник / Н. Т. Белуха, Т. В. Микитенко. – Київ : Укр. акад. оригінальних ідей, 2005. – 887 с. **9.** Словник українсько-російської граматичної термінології і слів / Упоряд. В. М. Копоруліна. – Харків : Факт, 2005. – 400 с. **10.** Загородній А. Г. Фінансово-економічний словник / А. Г. Загородній, Г. Л. Вознюк. – Київ : Знання, 2007. – 1072 с. **11.** Мочерный С. В. Экономическая энциклопедия / Отв. редактор Мочерный С. В. – Киев : Академия, 2000. **12.** Дікань Л. В. Контроль і ревізія : навч. посіб. / Л. В. Дікань. – Київ : Знання, 2007. – 327 с. **13.** Про основні засади здійснення державного фінансового контролю в Україні [Электронный ресурс] : Закон України від 26.01.1993 № 2939-XII. – Режим доступа : http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/2939-12.

МОДЕЛИ УПРАВЛЕНИЯ ДЕМОГРАФИЧЕСКИМИ ИЗМЕНЕНИЯМИ В РЕГИОНЕ

УДК 314.015

Сивоконь Т. М.

Студент 3 курса
факультета экономической информатики ХНЭУ им. С. Кузнеца

Аннотация. *Раскрыта сущность демографических моделей управления и демографических прогнозов. Исследованы демографические проблемы современного украинского общества. Представлена характеристика Харьковского региона с построением демографических прогнозов.*

Ключевые слова: *демографические прогнозы, демографические модели, макромодель, непрерывные или дифференцируемые функции, дискретные, детерминистические макромодели, имитационная модель.*

Анотація. *Розкрито сутність демографічних моделей управління й демографічних прогнозів. Досліджено демографічні проблеми сучасного українського суспільства. Подано характеристику Харківського регіону із побудовою демографічних прогнозів.*

Ключові слова: *демографічні прогнози, демографічні моделі, макромодель, безперервні або диференційовані функції, дискретні, детерміністичні макромоделі, імітаційна модель.*

Annotation. *The essence of management of demographic patterns and demographic projections. Studied the demographic problems of modern Ukrainian society. The characteristics of the Kharkiv region with the construction of population projections.*

Keywords: *demographic projections, demographic models, macro model, continuous or differentiated function, discrete, deterministic macro model, simulation model.*

На сегодняшний день трудно найти какую-либо область экономики и социальной жизни, где бы при долгосрочном планировании не использовались данные демографических прогнозов. Демографические прогнозы позволяют не просто ограничиться определением будущих характеристик населения. Сравнивая полученные в результате перспективных исчислений величины и те параметры демографических процессов, например, численности и возрастно-полового состава населения в том или ином регионе, которые желательны для общества в перспективе с социально-экономических позиций, можно выявить степень расхождения желаемых и возможных характеристик демографических процессов.

Актуальность работы состоит в важности анализа вышеуказанных категорий для регулирования демографических процессов.

Демографический прогноз – научно обоснованная оценка будущей численности и состава населения. Демографический прогноз используется как база при составлении народно-хозяйственных планов. Фактически все показатели плана, касающиеся как производства, так и потребления, опираются на расчеты будущей численности и состава населения по полу, возрасту, брачно-семейному состоянию; численности и составу семей, трудовых ресурсов, школьных, военно-призывных и других половозрастных контингентов населения. На основе демогра-

© Сивоконь Т. М., 2015

фических прогнозов составляются также прогнозы спроса населения на предметы потребления и услуги, планы развития сферы обслуживания, здравоохранения, образования и социального обеспечения.

В зависимости от продолжительности периода, охватываемого прогнозом (периода упреждения), прогнозы делятся на краткосрочные (до 5 лет), среднесрочные (до 30 лет) и долгосрочные (30 и более лет). Чем короче период упреждения, тем выше возможная точность прогноза, тем более он пригоден для практических целей.

Начнем с самой обобщенной модели (рис. 1). Она образована двумя операторами: 1 – численность населения и 2 – темп прироста населения (положительная обратная связь). Начальные условия (НУ) на операторе-интеграторе 1 соответствуют численности населения в начале прогнозирования. Темпы прироста моделируются с помощью положительной обратной связи, коэффициент которой равен установившемуся приросту населения за последние годы. Например, K = 0,015(1,5 % в год). Тогда увеличение численности населения происходит по экспоненциальному закону и зависит только от времени: на него не оказывают влияние никакие социально-экономические изменения. Постановка задачи в таком виде не совсем корректна, поскольку неизвестна численность различных возрастных групп, не учтено влияние негативных и позитивных факторов на темпы демографических изменений и др.

На рис. 2 приведена уточненная демографическая модель, где уже выделены два потока: прирост и убыль. Причем прирост населения, или поток рождения (положительная обратная связь), формируется со сдвигом во времени (оператор 4), характеризующим наступление брачного возраста. На рис. 3 приведена более подробная модель (рис. 3). Все население поделено на пять возрастных групп: 0–6 лет, 7–16 лет, 17–40 лет, 41–60 и 61 год и старше, что необходимо для выделения дошкольников; учащихся общеобразовательных школ; трудоспособного и обеспечивающего основной прирост населения; трудоспособного населения нерепродуктивного возраста и, наконец, пенсионеров. Такая схема деления населения на возрастные группы иллюстрирует возможный путь уточнения демографической модели. Рассмотрим ее особенности.

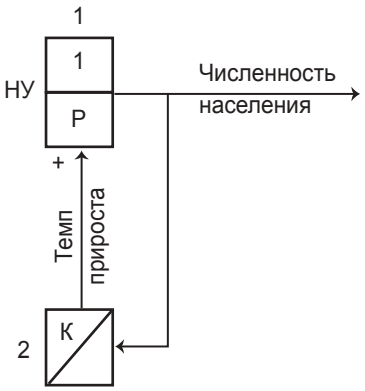

Рис. 1. **Структурная схема обобщенной демографической модели**

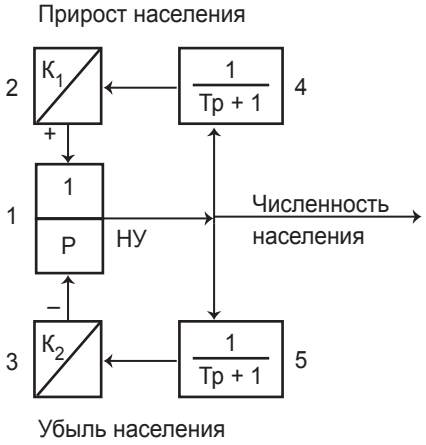

Рис. 2. **Структурная схема уточненной демографической модели**

Каждая возрастная группа характеризуется своей численностью (выход операторов-интеграторов 1, 4, 7, 10 и 14), а также двумя потоками: положительным входным (нижняя возрастная граница группы) и отрицательным выходным (верхняя возрастная граница группы). Причем выходной поток любой возрастной группы, за исключением последней, служит входным потоком следующей. Выходной поток отличается от входного наличием временного сдвига AT, равного разности возрастных границ этой группы.

Таким же образом моделируется влияние индекса условий труда на все возрастные группы, кроме детей и молодежи. Изменение условий жизни, помимо влияния на смертность, с помощью оператора 13 позволяет моделировать рождаемость. Ее поток пропорционален численности в данной возрастной группе, коэффициенту рождаемости (оператор 18) и условиям жизни. Численность занятых в народном хозяйстве определяется суммарной численностью взрослых возрастных групп. Количество пенсионеров (выход оператора 14) увеличивается при возрастании входного потока (оператор 12) и уменьшается при воздействии потока естественной убыли, который формируется отрицательной обратной связью (операторы 15, 23 и 24). Причем чем лучше были условия труда в годы трудовой деятельности пенсионеров (оператор 25), тем меньше их естественная убыль. Коэффициент смертности пенсионеров задается оператором 23.

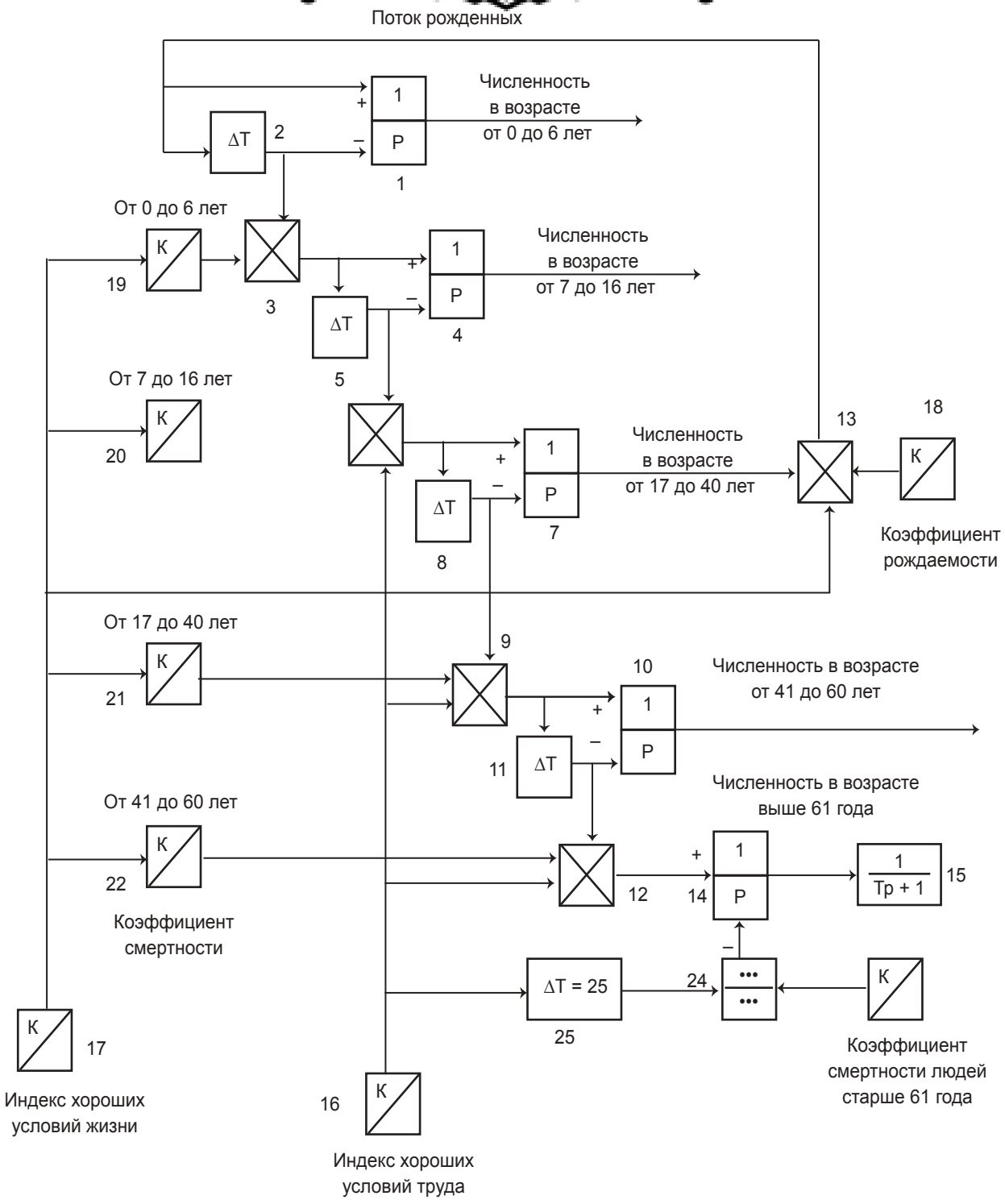

Рис. 3. **Структурная схема уточненной демографической модели с делением населения на возрастные группы**

Предложенный подход позволяет получать довольно достоверные прогнозные данные при большей детализации возрастных групп и при более тщательном учете влияния социально-экономических факторов.

Научный руководитель – канд. экон. наук, доцент Милевский С. В.

Литература: 1. Бахметова Г. Ш. Методы демографического прогнозирования / Г. Ш. Бахметова. – М. : Финансы и статистика, 1982. – 159 с. **2.** Рябцев В. М. Региональная статистика / Под ред. В. М. Рябцева, Г. И. Чудилина. – М., 2001. **3.** Черных И. В. Simulink: среда создания инженерных приложений / И. В. Черных ; под ред. Г. В. Потемкина. – М. : Диалог МИФИ, 2003. – 496 с. **4.** Кугаенко А. А. Экономическая кибернетика : учеб. пособие / А. А. Кугаенко. – М. : Вузовская книга, 2010. **5.** Дуброва Т. А. Статистические методы прогнозирования / Т. А. Дуброва. – М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2003. – 206 с. **6.** Getting started with MatLab [Электронный ресурс]. – Режим доступа : http://matlab.ru/.

КОНЦЕПЦІЇ ІНВЕСТИЦІЇ В ІСТОРІЇ ЕКОНОМІЧНОЇ ДУМКИ

УДК 330.8:330.322

Сирадоєва А. А.

Студент 2 курсу
факультету обліку і аудиту ХНЕУ ім. С. Кузнеця

Анотація. *Розглянуто походження терміна «інвестиція», особливості формування концепцій інвестиції з точки зору історії економічної думки, а також перспективи подальшого розвитку інвестицій та їх функціонування в економіці.*

Ключові слова: *інвестиції, інвестування, історія економічної думки, історичні концепції.*

Аннотация. *Рассмотрены происхождение термина «инвестиции», особенности формирования концепций инвестиций с точки зрения истории экономической мысли, а также перспективы дальнейшего развития инвестиций и их функционирования в экономике.*

Ключевые слова: *инвестиции, инвестирование, история экономической мысли, исторические концепции.*

Annotation. *Describes the origin of the term «investment» is defined peculiarities of investment concepts in the context of the history of economic thought. Studied the works of prominent scientists and economists on the concept of «investment» for their further development and functioning of the economy.*

Keywords: *investments, investment, history of economic thought, historical concept.*

Теорія інвестицій пройшла тривалий шлях еволюції, від епохи меркантилізму до неоліберальних інвестиційних теорій XX ст. Питання теорії і практики інвестицій, інвестиційної діяльності, формування джерел її фінансування та визначення напрямів інвестування вивчали зарубіжні вчені Г. Александер, Г. Бірман, Д. Бейлі, Л. Гітман, М. Джонк, Д. Норткотт, У. Шарп, С. Шмідт, М. Яхяєв та ін.

Нині інвестиції є однією з важливих рушійних сил економіки. Цей термін часто вживають у сучасній економічній літературі. Ефективна діяльність підприємств залежить від багатьох факторів, одним із яких є рівень інвестиційної активності та діапазон інвестиційної діяльності. Тому доцільно дослідити витоки цих термінів, їх зародження та застосування.

Інвестиція (від лат. invest – вкладення коштів) – господарська операція, що передбачає придбання основних фондів, нематеріальних активів, корпоративних прав та цінних паперів у обмін на кошти або майно.

У епоху феодалізму інвеститурою називали постановку феодалом свого васала в управління феодом (володінням). Цим самим словом позначали призначення настоятелів приходом, що отримували при цьому в управління церковні землі з їх населенням і право суду над ними. Інвеститура давала можливість інвеститору (чи, кажучи сучасною мовою, інвестору) залучати до себе нові території і брати участь в управлінні ними.

© Сирадоєва А. А., 2015

Із часом поняття «інвестиція» набуло низки нових значень і стало вживаним у різних сферах діяльності, а одне із значень (довгострокове вкладення капіталу в яке-небудь підприємство) через масовість стало загальновживаним. Саме із таким значенням (як із основним) це слово і з'явилося в нашій мові, визначаючи сенс і значення інших однокорінних слів.

Інвестиційна теорія зародилася в Європі у XV ст., що пов'язують із діяльністю школи меркантилістів. Ототожнюючи гроші й капітал, вони вважали, що єдиний засіб збагачення країни – це реальні гроші, що одночасно були основою як для розвитку виробництва, так і для збільшення обсягів торгівлі. Представники класичної школи перенесли дослідження із сфери обігу до сфери виробництва. Заслуга у формуванні нового методу пізнання, що докорінно змінив уявлення про роль держави у суспільній господарській системі, належить англійським економістам. А. Сміт та Д. Рикардо показали, що капіталізація, тобто нагромадження капіталу, відбувається за рахунок надлишку доходів, що не були спожитими, тобто є наслідком заощаджень.

Класичні доктрини набули розвитку в працях економістів нової хвилі, які висвітлювали проблеми відповідного етапу розвитку суспільства. Саме їм належить поряд із визнанням доктрини трудового походження багатства і капіталів пріоритет щодо зосередження уваги на проблемах обміну й розподілу, на їхній ролі у збагаченні суспільства. Французький економіст Ж. Б. Сей трансформував теорію про трудове походження багатства у теорію трьох факторів виробництва: людини, капіталу та землі, що забезпечують продуктивні послуги. Він визнавав можливість криз перевиробництва, але вважав, що попит на інвестиції та пропозиція таких урівноважують економіку. Отже, Ж. Б. Сей підійшов майже впритул до визначення інвестиційної теорії економічної рівноваги.

Синтез класичних теорій здійснив Дж. С. Мілль, який сформулював такі теореми:

1) промисловість обмежена наявними капіталами, а зайнятість є прямо пов'язаною з обсягами інвестицій;

2) капітали є результатом заощаджень;

3) хоч капітал і є результатом заощаджень, його можна споживати. Заощадження та інвестиції створюють ефективний попит, так само, як і витрати на споживання. Дж. С. Мілль критикує тих, хто вважає, що попит стимулюється тільки інвестуванням. Навпаки, навіть «непродуктивне споживання багатих є необхідним, щоб забезпечити зайнятість бідних» [1, с. 167].

Критичний напрям, на відміну від класичного, виправдовував регулююче втручання держави до процесу розподілу національного доходу, наголошуючи на необхідності формування ефективного попиту широких мас населення та управління інвестиціями задля контролю за економікою.

Усвідомлення необхідності державного регулювання інвестиційних процесів, активізація світової торгівлі сприяли виникненню альтернативних інвестиційних теорій. Науково обґрунтована теорія, спрямована проти доктрини вільної (без митниць і тарифів) міжнародної торгівлі, сформувалася у Німеччині та США.

К. Маркс запропонував теоретичну концепцію, згідно з якою капіталізм є системою, що виникає історично, тому основним завданням дослідження він вважав установлення таких законів, яким підкоряється виникнення цього соціально-економічного механізму. Велику увагу він приділяв проблемам соціальної справедливості й рівності. Згідно з його теорією, джерелом доходів є праця, а у створенні нової вартості бере участь лише один фактор – робітник.

Кризи капіталізму, обмеженість і низька віддача ресурсів, прояв циклічного розвитку економіки неможливо було пояснити з позиції трудової теорії вартості, яка базувалася на середніх величинах і враховувала лише матеріалізовані витрати праці.

Таку можливість дає теорія граничних величин: теорії «граничної схильності до заощаджень», «граничного капіталу». Завдяки новим маргінальним підходам було розширено межі аналізу інвестиційних процесів, уточнено економічну інвестиційну модель. Тепер об'єктом дослідження стають нові фактори інвестиційної діяльності: структура інвестицій для придбання факторів виробництва – засобів виробництва та робочої сили; оптимальні обсяги інвестицій з огляду на вичерпність ресурсів, проблема заміщення цих ресурсів; оптимальне поєднання факторів виробництва із урахуванням суспільно-економічної ефективності факторів; ціновий фактор споживання інвестиційних товарів. Уперше постає проблема свідомого регулювання розподілу інвестицій між матеріальними факторами виробництва та працею, а також доцільності інвестування виробництва.

У 20-х роках у США з'явилася активна група економістів – прихильників ідеї стабілізації економіки через регулювання інвестиційного циклу за допомогою виваженої кредитно-грошової політики. І. Фішер зосередився на проблемі побудови інвестиційної моделі економіки, саморегулювання якої здійснюється за допомогою норми доходу понад витрати та ставки процента.

Теорія маргіналізму описувала спосіб життєздатності економічної системи вільної конкуренції. Концентрація виробництва й капіталу істотно вплинула на розвиток інвестиційних економічних теорій.

Спираючись на марксистську концепцію, В. І. Ленін проаналізував закономірності інвестиційних процесів за умов монополізму та колоніальної експансії розвинених країн. Концепція В. І. Леніна збігається із концепцією

Й. Шумпетера [3, с. 417], який рушієм прогресивного розвитку визнав монополію, що створює можливість акумулювати величезні обсяги коштів для майбутніх інвестицій і впровадження інноваційних програм.

Спираючись на методологію неокласичної школи, Дж. Робінзон та Е. Чемберлін переглянули теоретичне уявлення про механізм функціонування ринку й розвитку суспільної економіки, про механізми формування витрат і цін, закономірності взаємодії попиту та пропозиції. Вони обґрунтували можливість досягнення економічної рівноваги за умов монополії, виходячи з того, що монополія не заперечує конкурентної боротьби, а лише змінює її форми [4; 5].

Зростання рівня концентрації та посилення процесів централізації капіталів суттєво вплинули на макроекономічне середовище ринкового розвитку. На зміну вільній конкуренції прийшла монополія, яка за своєю природою стала на заваді вільному переливанню інвестиційних капіталів, висунула нові вимоги до їх обсягів, обмежила сфери застосування. За цих обставин перед економічною теорією постала необхідність розробки концепції, яка б пояснювала механізми врівноважувальної дії економічних законів. Саме в цей час формуються основні принципи інвестиційної моделі економічної рівноваги, що, на думку багатьох авторів, за умов обмеженої конкуренції дає змогу створити механізм саморегулювання економіки.

Науковий керівник – канд. екон. наук, викладач Фадєєва Ю. В.

Література: 1. Милль Дж. С. Основы политической экономии : пер. с англ. / Дж. С. Милль. – М. : Прогресс, 1980. – 496 с. **2.** Маркс К. Капитал. Критика политической экономии. Процесс производства капитала / К. Маркс. – М.: Политиздат, 1978. – С. 89–97. **3.** Шумпетер Й. А. Капитализм, социализм и демократия / Й. А. Шумпетер ; пер. с англ., предисл. и общ. ред. В. С. Автономова. – М. : Экономика, 1995. – 540 с. **4.** Робинсон Дж. В. Экономическая теория несовершенной конкуренции / Дж. В. Робинсон ; пер. с англ., вступ. ст. и общ. ред. И. М. Осадчей. – М. : Прогресс, 1986. – 471 с. **5.** Чемберлин Э. Теория монополистической конкуренции. Реориентация теории стоимости // Э. Чемберлин ; пер. с англ. Э. Г. Лейкина и Л. Я. Розовского. – М. : Экономика, 1996. – 351 с.

ПРОБЛЕМЫ КОНКУРЕНЦИИ В МОНОПОЛИЗИРОВАННОЙ ЭКОНОМИКЕ УКРАИНЫ

УДК 339.137:338(477)

Слобода А. С.

Студент 1 курса
факультета экономики и права ХНЭУ им. С. Кузнеца

Аннотация. *Рассмотрены проблемы конкуренции и монополии в экономике Украины. Особое внимание уделено рынку олигополии и чистой монополии. Проанализирована деятельность основных субъектов различных рыночных структур в Украине.*

Ключевые слова: *монополия, конкуренция, олигополия, чистая монополия, Антимонопольный комитет.*

Анотація. *Розглянуто проблеми конкуренції та монополії в економіці України. Особливу увагу приділено ринку олігополії та чистої монополії. Проаналізовано діяльність основних суб'єктів різних ринкових структур в Україні.*

Ключові слова: *монополія, конкуренція, олігополія, чиста монополія, Антимонопольний комітет.*

Annotation. *Deals with the problems of competition and monopoly in the Ukrainian economy. Particular attention is paid to market oligopoly and pure monopoly. Also reviewed the activities of the main subjects of the different market structures in Ukraine.*

Keywords: *monopoly, competition, oligopoly, pure monopoly, the Antimonopoly Committee.*

© Слобода А. С., 2015

В настоящий период кризисного состояния экономики страны одной из центральных проблем является соотношение конкуренции и монополии в экономике Украины и ее отраслях. Актуальность темы обусловлена тем, что экономическая система Украины получила как наследие и преимущества, и недостатки административно-командной системы с ее социалистической собственностью на средства производства в форме государственной, носившей высокомонополизированный характер. Несмотря на наличие ценных ресурсов, прежде всего, человеческого и научно-технического потенциалов, не удалось сохранить и увеличить конкурентные преимущества Украины. Низкая конкурентоспособность страны является следствием экономической политики периода становления и преобразований. Слабыми сторонами конкурентоспособности Украины, по данным отчета за 2014 г., являются институциональная среда (115-е место), инфраструктура (79-е место), макроэкономическая стабильность (91-е место) и эффективность рынка товаров (103-е место). Занимая 63-е место среди 149 стран и анализируемых областей Украины, Украина уступает в рейтинге Хорватии и Венгрии, но в то же время опережает Турцию и Бразилию [8].

Проблемы развития конкуренции и монополии исследовали в своих работах Робинсон Дж. [1], Нуреев Р. [2], Пожуева Т. [3], Гордейчук Н. [4], Войтко С. [5], Филюк Г. [6]. Они сосредотачивали внимание на проблемах конкуренции и монополий на рынке в целом. Однако детальный анализ степени монополизации экономики Украины представлен недостаточно, что обусловило выбор именно этой темы.

Целью написания статьи является исследование степени монополизации экономики Украины.

Роль конкуренции сложно переоценить: она определяет структуру и объемы производства продукции в обществе и обеспечивает тем самым максимальный уровень благосостояния. В результате конкуренции экономические ресурсы концентрируются там, где они могут быть использованы с максимальной отдачей. Конкуренция заставляет производителей внедрять более эффективные технологии, осуществлять нововведения. Большие доходы получают те, кто владеет более эффективными и качественными факторами производства. При определенных условиях конкуренция может действовать как сила, ведущая к монополии, а следовательно, снижать эффективность рынка. Однако монополия, включая государственную, может стать важным дополнением к конкуренции.

Ограниченность совершенной конкуренции преодолевается в условиях различных типов рыночных структур. Конкуренция, при которой не наблюдается хотя бы один из признаков совершенной конкуренции, называется несовершенной. Крайним случаем является чистая монополия, когда в отрасли господствует только одна фирма и границы фирмы и отрасли совпадают. Когда в отрасли существует ограниченное число фирм, возникает ситуация олигополии. Противоположная ситуация складывается, когда фирм много, но каждая из них обладает хотя бы небольшой частью монопольной власти. Такую ситуацию называют монополистической конкуренцией. Монопольным называется рынок, на котором множеству покупателей противостоит один продавец. Объем производства обычно очень велик, что позволяет использовать эффект масштаба для снижения уровня средних издержек. Собственно говоря, монопольная власть – это потенциально очень опасное явление для страны. Отсутствие контроля над монополистами опасно не только для населения, но и для существования государства в принципе, поскольку создается питательная среда для коррупции и манипулирования политической властью [6], в особенности если монополии принадлежат частным структурам. Монополии существенно подавляют конкуренцию – важнейшую движущую силу экономического прогресса. Поэтому П. Самуэльсон называет монополию экономическим злом.

В Украине распространены такие типы рыночных структур несовершенной конкуренции, как олигополия и чистая монополия. Ни для кого не секрет, что в различных отраслях экономики Украины складывается разное состояние конкуренции. Образование той или иной конкурентной среды зависит от специфики товаров или услуг, которые нам предлагает то или иное предприятие. Например, предложение сахара, шоколада, картофеля, кофе исходит от большого количества продавцов, а обеспечение квартир водой, электроэнергией, газом – только со стороны одного субъекта. Такое явление, как олигополия существует, когда число фирм в той или иной отрасли настолько мало, что каждая из этих фирм в определении своей ценовой политики вынуждена принимать к сведению возможную реакцию своих конкурентов. Не секрет, что на рынке олигополии зачастую происходят заговоры между доминирующими фирмами. «Жесткость цен» определяется, прежде всего, желанием фирм олигополии избежать конкуренции цен. Только в тех случаях, когда конкуренция вообще не существует, образуется чистая монополия [2].

Примером общегосударственных товарных рынков с олигопольной структурой в Украине в настоящее время является рынок услуг мобильной связи. Следует отметить, что на большинстве рынков с олигопольной структурой наблюдаются высокие темпы роста. Например, объем услуг мобильной связи за 2001–2014 гг., по данным за 2014 г., увеличился в 5 раз. На рынке действуют три компании, доля которых приближается к 98 %. Присутствие на украинском рынке мобильной связи нескольких крупных участников говорит о формировании рынка с ярко выраженной ценовой и неценовой конкуренцией в области рекламы и качества [3]. Сегодня этот рынок характеризуется резким падением стоимости предоставляемых услуг связи и интернет-трафика, стремлением операторов всеми силами повысить лояльность абонентов запуском новых услуг, поиском новых рынков сбыта

и внедрением новых технологий. В значительной степени это связано с сочетанием на олигопольных рынках достаточно острой конкуренции между участниками с преимуществами масштаба производства.

Чистая монополия является вторым типом рынка, который существует в Украине. При такой модели монополист является производителем товара, который не имеет аналогичных заменителей. Поэтому он является чистым, или абсолютным монополистом. Продукт, поставляемый таким субъектом на рынок, является уникальным (безальтернативным). Конкурентов у субъекта чистой монополии нет, поэтому он диктует цены на товары, манипулируя количеством предложений поставляемых товаров и услуг на рынке, в том числе искусственно ограничивая его. В Украине монополизированы отрасли в сфере добычи и переработки нефти и газа, атомной энергетики, производства сельхозпродукции, почтового обслуживания, ЖКХ. Примерами предприятий – чистых монополистов в Украине являются Государственная организация железнодорожного транспорта Украины «Укрзалізниця», а также национальное предприятие «Укрпошта» и «Нафтогаз Україна». Деятельность этих компаний практически не регулируется, что позволяет им игнорировать интересы потребителя. Конечно, рано или поздно эти компании должны быть демонополизированы, но это процесс не такой быстрый и достаточно трудоемкий. Предприятия эти подлежат непосредственному прямому регулированию со стороны государства, и, в первую очередь, это касается ценовой политики монополии.

Существенной проблемой является то, что субъекты хозяйствования часто злоупотребляют своим доминирующим положением на рынке. Подавляющее большинство предприятий совершает противоправные действия, непосредственно направленные на получение выгоды от использования рыночной власти: установление завышенных цен, навязывание конкурентам сокращения производства и реализации товаров или других невыгодных условий договоров. Олигопольные рынки требуют повышенного внимания со стороны органов контроля по соблюдению законодательства о защите экономической конкуренции и одновременно всесторонней оценки перспектив своего развития в каждой конкретной ситуации.

В 90-х годах XX в. в Украине начала развиваться система антимонопольного регулирования. Антимонопольный комитет – центральный орган исполнительной власти со специальным статусом, контролирующий и регулирующий деятельность естественных государственных монополий. В 2005–2014 гг. органами Антимонопольного комитета Украины выявлено и пресечено множество правонарушений. Нарушения Закона «О защите экономической конкуренции» составляют почти половину их общего количества. При этом за последние шесть лет ежегодное количество выявленных и пресеченных органами Антимонопольного комитета Украины злоупотреблений монопольным положением значительно возросло. По имеющимся данным (табл. 1), в 2014 г. по сравнению с 2007 г. количество правонарушений возросло в 4 раза [7]. Убытки от нарушения законодательства несут как физические, так и юридические лица.

Таблица 1

Количество правонарушений антимонопольного законодательства [7]

Год	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014
Общее количество правонарушений	957	1711	1587	1595	1646	2010	3197	3801

Таким образом, несмотря на формирование рыночных отношений, децентрализацию управления, определенные шаги на пути перехода от административно-командных методов управления к организационно-правовым и экономическим с использованием различных инструментов антимонопольного регулирования в стране, экономическую среду нельзя считать высококонкурентной. В большинстве стран мира правительства пытаются поддержать конкуренцию и устранить монополистические тенденции, о чем свидетельствует антимонопольное законодательство. В Украине антимонопольное законодательство находится в стадии становления и не обеспечивает надлежащего предотвращения монопольных злоупотреблений. Кроме того, уровень абсолютного монополизма в Украине до сих пор остается крайне высоким. При этом можно прогнозировать, что даже в случае реформирования государство будет продолжать регулировать естественные монополии и смежные рынки до того момента, пока в полном объеме не заработают конкурентные рыночные механизмы.

Научный руководитель – Митрофанова А. С.

Литература: 1. Робинсон Дж. В. Экономическая теория несовершенной конкуренции / Дж. В. Робинсон ; пер. с англ. – М. : Прогресс, 1986. – 469 с. **2.** Нуреев Р. М. Курс микроэкономики : учебник для вузов / Р. М. Нуреев. – М. : Инфра-М, 2014. – 624 с. **3.** Пожуєва Т. О. Обмеження монополізму та проблеми розвитку конкуренції в Україні / Т. О. Пожуєва // Економіка промисловості. – 2010. – № 1. – С. 25–29. **4.** Півторак Я. І. Якість і конкурентноздатність продукції як важливі фактори інтенсифікації економіки [Электронный ресурс] / Я. І. Пів-

торак, Н. М. Гордійчук // Науковий вісник Львівського національного університету ветеринарної медицини та біотехнологій ім. Ґжицького. – 2011. – Т. 13. – № 1 (2). – С. 179–181. – Режим доступа : http://nbuv.gov.ua/j-pdf/nvlnu_2011_13_1(2)__32.pdf. **5.** Войтко С. В. Менеджмент у телекомунікаціях : навч. посіб. / С. В. Войтко, К. П. Ангелов. – Київ : Знання, 2008. – 296 с. **6.** Филюк Г. Соціально-економічні наслідки монополії : теоретичні і практичні аспекти / Г. Филюк // Економіка України. – 2008. – № 1. – С. 30–41. **7.** Антимонопольний комітет України [Электронный ресурс]. – Режим доступа : http://www.amc.gov.ua/amku/. **8.** Державна служба статистики України [Электронный ресурс]. – Режим доступа : http://www.ukrstat.gov.ua/.

СТРАТЕГІЇ УПРАВЛІННЯ ПРИБУТКОВІСТЮ БАНКІВ

УДК 336.717:005.21

Смирнова К. А.

Магістрант 1 року навчання
фінансового факультету ХНЕУ ім. С. Кузнеця

Анотація. *Запропоновано комплексний підхід до формування стратегій управління прибутковістю банків і факторів, що мають безпосередній визначальний вплив на стратегічні аспекти розвитку банківських установ. Розглянуто найважливіші елементи збалансованої системи показників. Обґрунтовано доцільність побудови стратегічних карт для управління прибутковістю та формування його конкурентних переваг.*

Ключові слова: *стратегії управління прибутковістю, кадрова політика, мотивація праці, стратегічні фактори.*

Аннотация. *Предложен комплексный подход к формированию стратегий управления прибыльностью банков и факторов, имеющих прямое определяющее влияние на стратегические аспекты развития банковских учреждений. Рассмотрены важнейшие элементы сбалансированной системы показателей. Обоснована целесообразность построения стратегических карт для управления доходностью банка и формирования его конкурентных преимуществ.*

Ключевые слова: *стратегия управления прибыльностью, кадровая политика, мотивация труда, стратегические факторы.*

Annotation. *Comprehensive approach to policy management the bank's profitability and factors not directly decisive influence on the strategic aspects of banking institutions. Considered the most important elements of the balanced scorecard and the expediency of building strategic maps for managing the profitability of banks and the formation of its competitive advantages*

Keywords: *profitability management strategy, personnel policy, labor motivation, strategic factors.*

Ефективна робота банківської системи за умов високої невизначеності макросередовища, лібералізації державного регулювання банківської діяльності, інтернаціоналізації та глобалізації фінансових ринків, посилення конкуренції між операторами фінансових послуг вимагає постійного вдосконалення методів управління, розробки й упровадження нових інструментів і критеріїв своєчасного діагностування найважливіших показників роботи банків, за допомогою яких можна забезпечити формування достатніх фінансових ресурсів і надійність кредитно-депозитних операцій за критерієм мінімальних ризиків вкладників і високої довіри до банків. Зарубіжна практика ведення банківської справи свідчить, що найбільш успішними банками є ті, що, крім забезпечення нормативних показників, приділяють належну увагу таким основним принципам управління, як наявність у банків стратегічних цілей із урахуванням потреб клієнтів, підтримка активів і капіталу банку на високому рівні, відповідність організаційної структури і системи внутрішнього контролю стратегії розвитку, постійна робота щодо підвищення професіоналізму персоналу і корпоративної культури. На жаль, банківський менеджмент в Україні поки що не приділяє належної уваги практичній реалізації цих принципів, віддаючи перевагу отриманню короткострокових, але максимальних доходів.

© Смирнова К. А., 2015

Питанням розробки та застосування стратегічних карт присвятили свої роботи зарубіжні та вітчизняні вчені: Каплан Р., Нортон Д., Барилюк І., Лісова Н., Поканевич Ю. та ін.

Метою статті є дослідження підходу до формування стратегії розвитку банку на основі моделі стратегічних карт задля підвищення його прибутковості.

Як відомо, управління банками в Україні засноване на моніторингу обов'язкових економічних нормативів регулювання їх діяльності, мінімального розміру регулятивного та основного капіталів залежно від спеціалізації банків, аналізі фінансового стану за допомогою рейтингових оцінок за системою CAMELS [1].

Фактично діяльність українських банків спрямована на виконання операцій відповідно до одержаної ліцензії. Чіткої програми стратегічного розвитку немає, а тому система управління потребує вдосконалення з урахуванням довгострокової перспективи і наявних змін зовнішнього фінансового середовища. Більшість успішних зарубіжних банків проводять свою діяльність на принципах стратегічного управління, застосовуючи при цьому систему збалансованих показників Balanced Scorecad (BSC) Нортона і Каплана.

BSC було розроблено у 1990 р. як систему, що всебічно оцінює діяльність корпорацій і банків за допомогою фінансової та нефінансової інформації і в основі якої лежать принципи стратегічного управління, після проведеного Інститутом Нортона дослідження на тему «Показники діяльності організації майбутнього» [2].

Ця система трансформує місію, бачення й загальну стратегію банку в систему взаємопов'язаних показників. BSC дає змогу на кожному рівні діяльності банку визначити кількісні показники, що дають можливість практично кожному співробітнику банку зрозуміти, що саме він має робити для досягнення загальної стратегічної мети.

Основу BSC формують такі чотири елементи: фінанси, клієнти (репутація банку для клієнтів), внутрішні бізнес-процеси (які саме з них необхідно оптимізувати) та навчання і розвиток (можливості зростання й розвитку банків та їх працівників).

Узгоджена взаємодія між складовими елементами збалансованої системи показників відображає послідовність процесу розробки BSC для стратегічного управління ресурсним потенціалом банківських установ (рис. 1) [3].

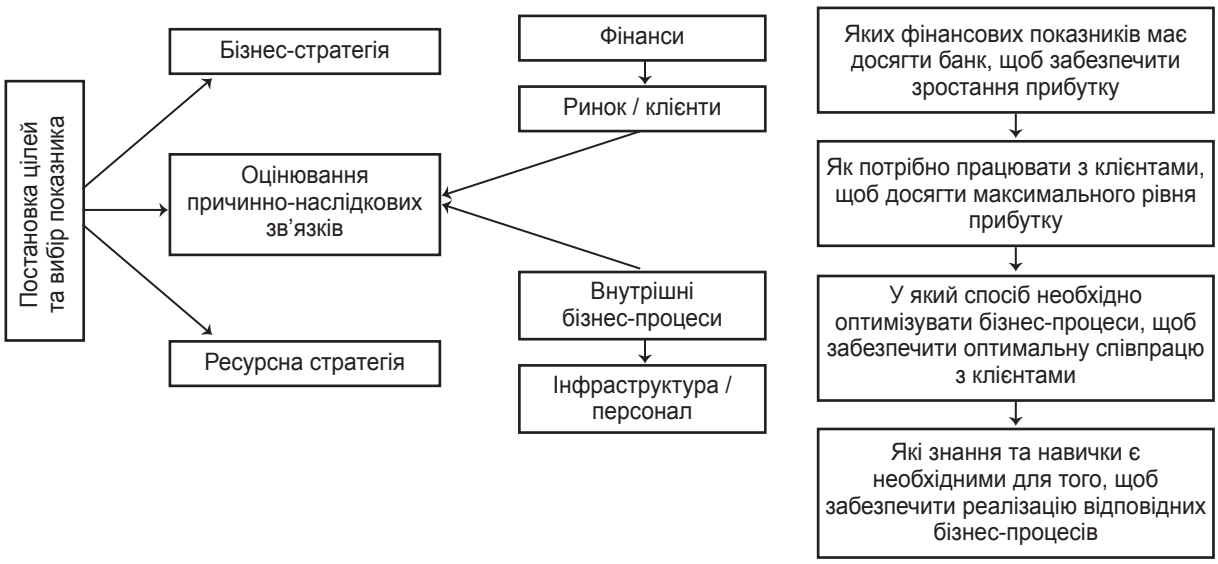

Рис 1. **Процес розробки BCS**

Таким чином, кожний показник, що є залученим до BSC, має бути складовою частиною в ланцюзі причинно-наслідкових зв'язків, що доводить до відома всіх співробітників банку сутність його стратегії. Реалізацію стратегії управління прибутком банку за допомогою BSC доцільно здійснювати поетапно у зворотному щодо постановки цілей порядку. На рис. 2 наведено стратегічну карту управління прибутком банку із визначенням ключових показників результативності для кожної мети. Фінансова складова є домінуючим елементом у структурі BSC, оскільки дає змогу оцінити ефективність вибраної стратегії. Поліпшити результати діяльності банківської установи можна двома шляхами: мінімізуючи витрати на формування ресурсів та максимізуючи приріст доходів від проведення активних операцій і виявляючи нові джерела збільшення прибутку.

У системі управління, орієнтованій на ринкову вартість, вважають, що вартість компанії визначається дисконтованою величиною майбутніх грошових потоків (Cash Flow), а додаткова вартість (Value Added) виникає у тому випадку, якщо рентабельність активів (Return on Assets, ROA) компанії перевищує середньозважені витрати на капітал (Weighted Average Cost of Capital, WACC). Різницю між рентабельністю активів та середньозваженими

витратами на капітал називають спредом (spread). Якщо ROA > WACC, то вартість компанії зростає, і зменшується, якщо ROA < WACC. На цьому принципі ґрунтується концепція економічної доданої вартості (Economic Value Added, EVA), розробленої консалтинговою фірмою Stern&Stewart.

Аналізуючи елементи фінансової складової BSC, варто зауважити, що в процесі управління керівництво зіткається з альтернативою: або отримувати прибутки у довгостроковій перспективі, що вимагає відповідних витрат, або оперувати показниками поточної ефективності, що дозволяє отримати доходи у короткостроковому періоді, однак це не забезпечить банківській установі конкурентні переваги у майбутньому.

Перспектива «Ринок / клієнти» містить інформацію, що відображає реакцію зовнішнього середовища на спроможність банківської установи задовольняти потреби клієнтів для досягнення своїх фінансових показників: задоволення клієнтів якістю обслуговування, збереження наявної клієнтської бази, розширення клієнтської бази, прибутковості клієнта, питомої ваги клієнта у портфелі банку.

Складові елементи BSC сполучені між собою причинно-наслідковими зв'язками: кваліфікований і мотивований персонал, використовуючи розвинену інфраструктуру (інформаційні, технічні, матеріальні ресурси), забезпечує відповідної якості бізнес-процеси, останні, у свою чергу, сприяють задоволенню потреб клієнтів, досягненню конкурентних переваг банку на ринку та забезпечують привабливі фінансові результати діяльності [3].

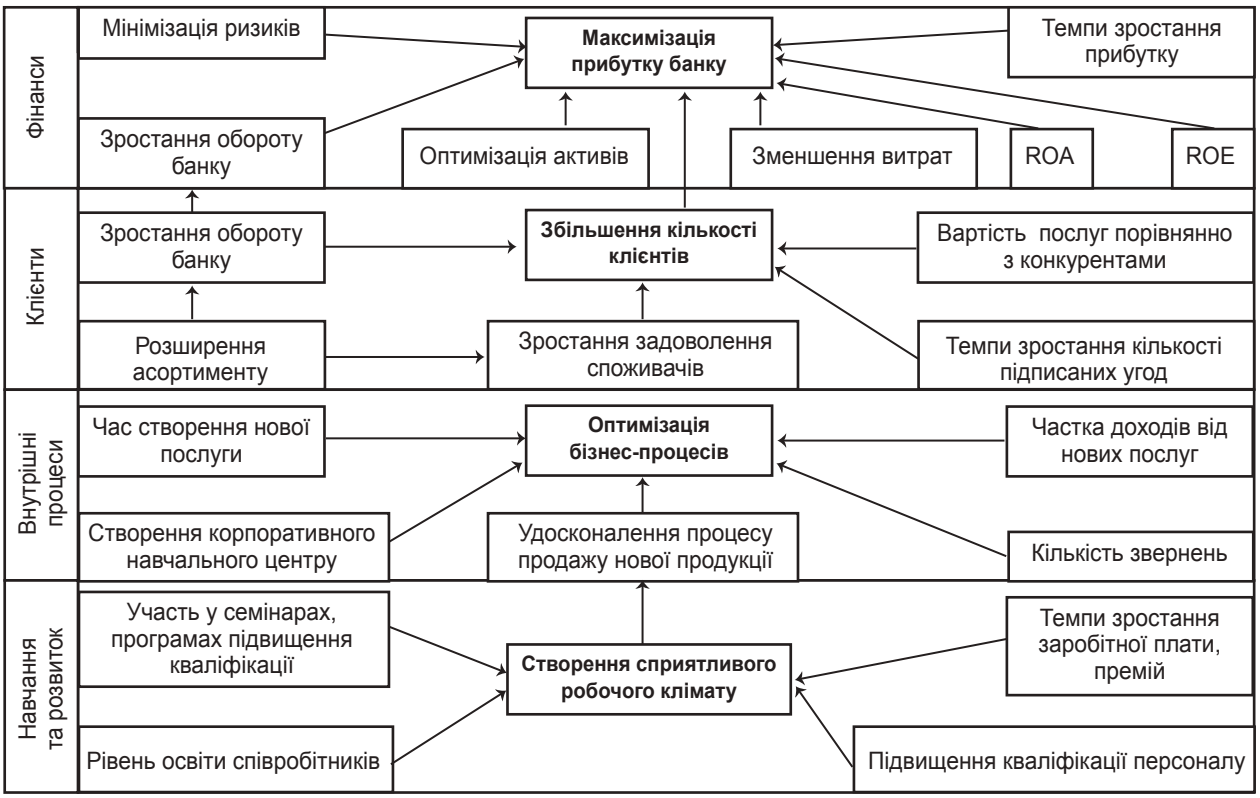

Рис. 2. **Стратегічна карта управління прибутком банку**

Цілі клієнтської складової описують відповідну стратегію вибору цільової групи споживачів та задоволення їх потреб, а цілі фінансової – економічні результати успішної стратегії (збільшення доходів, зростання ефективності). Інші елементи BSC – внутрішні бізнес-процеси та навчання і розвиток – формулюють, у який спосіб необхідно реалізувати відповідну вибрану стратегію.

Дві найважливіші компоненти стратегії залежать від перспективи «внутрішні бізнес-процеси», а саме: формулювання та подання клієнтам певної споживчої цінності та оптимізації процесів і мінімізації витрат як засобів підвищення ефективності у фінансовій складовій BSC. Серед сегментів перспективи «внутрішні бізнес-процеси» слід виділити процес управління клієнтами, інноваційні процеси, законодавчий і соціальний процеси та процес управління ресурсним потенціалом.

Пріоритети внутрішньої складової збалансованої системи показників указують на реалізацію стратегії відповідного типу. Очікуваний ефект від реалізації вибраних стратегій досягається у різні періоди часу. Найшвидше бажані фінансові результати можна отримати завдяки вдосконаленню оперативного управління ресурсним потенціалом та портфелем активних операцій (6–12 місяців). Від одного до двох років необхідно для того, щоб збільшити доходи банку від налагодження взаємовідносин із наявними та новими клієнтами. Найбільше витрат

часу та ресурсів потребують інноваційні процеси, результат від реалізації яких забезпечує банківській установі конкурентні переваги у майбутньому та очікуваний дохід через два–чотири роки [7].

Перспектива «інфраструктура / персонал» містить показники спроможності банківської установи забезпечувати ефективність пріоритетних бізнес-процесів за допомогою трудових, інформаційних, технічних та організаційних ресурсів (складові ресурсного потенціалу).

Таким чином, збалансована система показників забезпечує системний підхід до управління прибутком банківських установ за допомогою інтеграції та комбінування цілей чотирьох її складових, які у результаті забезпечують реалізацію та досягнення єдиної стратегії.

Схематичне зображення взаємозв'язків між елементами BSC (стратегічна карта) дозволяє встановити причинно-наслідкові відносини між досягненням бажаних показників стану клієнтської та фінансової складових, а також результатів, отриманих як наслідок ефективної організації внутрішніх бізнес-процесів та розвитку персоналу. Стратегічна карта у вигляді ілюстрованої моделі управління прибутком банку потребує розробки набору відповідних показників, реалізація та досягнення яких забезпечить банківській установі очікуваний ефект задля забезпечення конкурентних переваг у довгостроковому періоді.

Науковий керівник – канд. екон. наук, професор Журавльова І. В.

Література: 1. Єрьоміна Н. В. Банківські інформаційні системи : навч. посіб. / Н. В. Єрьоміна. – Київ : КНЕУ, 2000. – 220 с. **2.** Тютюнник А. В. Система сбалансированных показателей в банке – миф или необходимость? [Електронний ресурс] / А. В. Тютюнник, К. И. Машонская. – Режим доступу : http://www.reglament.net/bank/mng/2009_3_article.htm. **3.** Барилюк І. Збалансована система показників – основа стратегічного управління ресурсним потенціалом банківських установ [Електронний ресурс] / І. Барилюк. – Режим доступу : http://www.lnu.edu.ua/faculty/ekonom/Form_Rynk_Econ/2009_19/22_%D0%91%D0%- B0%D1%80% D0%B8%D0%BB%D1%8E%D0%BA.pdf. **4.** Лісова Н. О. Стратегічна карта BSC: теорія та практика / Н. О. Лісова, Г. С. Свірська // Вісник Хмельницького національного університету. – 2009. – № 4. – Т. 2. – С. 90–94. **5.** Новоселова Е. Г. Использование методов реинжиниринга бизнес-процессов для развития банковской деятельности [Електронний ресурс] / Е. Г. Новоселова // Проблемы современной экономики. – Режим доступу : http://www.m-economy.ru/art.php3?artid=22277. **6.** Поканевич Ю. В. Методологія та основні концепції розробки стратегічних карт розвитку компанії / Ю. В. Поканевич // Торгівля і ринок України. – 2009. – Вип. 28. – Т. 2. – С. 247–252. **7.** Каплан Р. Сбалансированная система показателей. От статегии к действию / Р. Каплан, Д. Нортон. – М. : Олимп-Бизнес, 2008. – 320 с.

ІНВЕСТИЦІЇ ЯК ЕЛЕМЕНТ РЕАЛІЗАЦІЇ СТРАТЕГІЇ РОЗВИТКУ НАЦІОНАЛЬНОЇ ЕКОНОМІКИ

УДК 330.322(477)

Сокирко Є.

Студент 2 курсу
факультету міжнародних економічних відносин ХНЕУ ім. С. Кузнеця

Анотація. *Проаналізовано сучасний стан інвестиційної діяльності в Україні, закономірності розвитку інвестиційної діяльності на вітчизняному ринку. Визначено роль інвестицій у процесі реалізації стратегії розвитку національної економіки.*

Ключові слова: *інвестиції, капітал, розвиток, економіка.*

Аннотация. *Проанализированы современное состояние инвестиционной деятельности в Украине, закономерности развития инвестиционной деятельности на отечественном рынке. Определена роль инвестиций в процессе реализации стратегии развития национальной экономики.*

Ключевые слова: *инвестиции, капитал, развитие, экономика.*

© Сокирко Є., 2015

Annotation. *Analysis of the current state of the investment activity in Ukraine has been held. Law of development of investment activity in the domestic rinke and defined the role of investment in the development strategy of the national economy was studied.*

Keywords: *investments, capital development, economy.*

Формування конкурентоспроможного народногосподарського комплексу потребує значних витрат усіх видів ресурсів. При цьому держава не завжди може самостійно забезпечити їх наявність. Саме для цього здійснюють залучення інвестиційних ресурсів, що дає змогу формувати необхідний обсяг ресурсного забезпечення, реалізувати виконання стратегічно важливих пріорітетних завдань та сприяти подальшому розвитку економіки, виходячи з реалій сьогодення.

Метою статті є аналіз сучасного стану інвестиційної діяльності в Україні, визначення основних форм інвестицій на вітчизняному ринку та їх значення для реалізації стратегії розвитку національної економічної системи.

Важливість інвестиційного розвитку для сучасної економіки України переоцінити неможливо, адже саме завдяки інвестиціям може бути досягнуто економічне зростання. Розвиток інвестицій як важливий фактор економічного підйому розглядали у своїх дослідженнях зарубіжні вчені: Р. Акофф, П. Друкер, Ф. Портер, Б. Санто та ін.

Але, незважаючи на значну кількість наукових робіт, що висвітлюють різноманітні аспекти інвестування як елемента реалізації стратегічного розвитку національної економіки, це питання потребує подальшого доопрацювання та дослідження.

Основний капітал підприємства є рушійною силою його розвитку і вимагає постійного оновлення на основі дії складного ринкового механізму. Проте забезпеченість вітчизняної економіки сучасною матеріально-технічною базою є вкрай низькою. У 2014 р. приблизно третина основних засобів України була зношеною [1], що свідчить про важкий технічний стан основних засобів вітчизняних підприємств, обумовлює необхідність їх модернізації, оновлення та заміни, що потребує залучення інвестицій. Якщо вдасться забезпечити вітчизняні підприємства необхідними коштами, обладнанням, сировиною, то й вдасться реформувати застарілу структуру економіки, посилити конкурентоспроможність українського виробника і подолати таким чином економічну залежність держави.

Розвиток сфери інвестиційної діяльності в Україні нині проходить етап активного становлення, у процесі якого відбувається формування засад акумулювання інвестиційних ресурсів і розробки методології інвестування відповідно до особливостей функціонування національного ринку.

За умов економічної кризи саме інвестиції сприяють вирішенню гострих проблем, стабілізації економіки, активізації її процесів та підвищенню активності, що відповідно підвищує загальний рівень привабливості економіки для інвесторів, а також визначає потенціальні можливості подальшого розвитку національної економіки.

Б. Санто характеризує інновацію як суспільний технічний економічний процес, який через практичне використання ідей і винаходів зумовлює створення кращих за своїми властивостями виробів і технологій [4]. Інновацію розглядають як оновлення основного капіталу або продукції, що виробляється, на основі упровадження досягнень науки, техніки та новітніх технологій.

В Україні найпоширенішими формами інвестицій є інвестиції в основний капітал та прямі іноземні інвестиції. Здійснення інвестицій в основний капітал може відбуватися за рахунок різноманітних джерел, серед яких слід виділити фінансування інвестицій за рахунок державного бюджету, за рахунок місцевих бюджетів та ін.

Нині економічні умови спонукають виробника переглянути технічні, технологічні, інноваційні та фінансові ресурси, систему оподаткування та процеси демонополізації [3, с. 48]. Перед українськими підприємствами постають питання відтворення основних фондів та виробничих потужностей. Дані про інвестиції в основний капітал подано в табл. 1 [2].

Таблиця 1

Інвестиції в основний капітал за період 2002–2014 рр.

Рік	Інвестиції в основний капітал	
	у фактичних цінах (млн грн)	у % до попереднього року
1	2	3
2002	32573	120,8
2003	37178	108,9
2004	51011	131,3
2005	75714	128,0
2006	93096	101,9
2007	125254	119,0

Закінчення табл. 1

1	2	3
2008	188486	129,8
2009	233081	97,4
2010	151777	58,5
2011	150667	99,4
2012	263727,7	108,3
2013	247891,6	88,9
2014	204061,7	75,9

Дані таблиці свідчать про те, що інвестиції в основний капітал щорічно зростали. Якщо в 2012 р. вони дорівнювали 209130 млн грн, то 2002 р. становили 32573 млн грн, тобто за 10 років інвестиції в основний капітал зросли на 176557 млн грн, або у 6,4 разу. Індекси інвестицій в основний капітал до попереднього року підтверджують вищезазначені висновки. Останніми роками спостерігалися вагомі вкладення інвестицій в економіку України. Так, 2012 р. порівняно з 2011 р. інвестиції збільшилися на 58463 млн грн, або на 23 %. Це можна пояснити проведенням Євро-2012 на території України. У 2014 р. спостерігалося, навпаки, зменшення обсягів інвестицій.

Велике значення у сучасному економічному становищі України має питання залучення інвестицій в основний капітал із різних джерел. Важливим джерелом фінансування інвестиційних вкладень у розвинених ринкових економіках є заощадження держави, що формуються за рахунок коштів державного та місцевих бюджетів. На частку цього джерела припадає приблизно третина інвестиційних ресурсів України (табл. 2) [2].

Таблиця 2

Капітальні інвестиції за джерелами фінансування

Складові	2010	2011	2012	2013
млн грн				
Усього	189061	259932	293692	267728
У тому числі за рахунок				
– коштів державного бюджету	10952,2	18394,6	17141,2	6497,8
– коштів місцевих бюджетів	6367,7	8801,3	9149,2	7219,2
– власних коштів підприємств та організацій	114964	152279	175424	170676
– кредитів банків та інших позик	23336,2	42324,4	50104,9	40878,3
– коштів іноземних інвесторів	4067,7	7196,1	5040,6	4881,2
– коштів населення				
на будівництво власних квартир	4654,2	4470	3651	6574,9
– коштів населення				
на індивідуальне житлове будівництво	16176	15102,9	21975,1	21770,1
– інших джерел фінансування	8543	11363,9	11206	9230,9

В Україні найбільшу питому вагу у загальній структурі фінансування основного капіталу посідають власні кошти підприємств та організацій, що коливаються у межах від 56 до 63 %, тоді як частка державних ресурсів є незначною. Найбільшого поширення в країні набуло залучення власних коштів підприємства для забезпечення досягнення основної мети інвестиційної діяльності, а саме: створення, розширення, а також реконструкції та модернізації виробничих потужностей.

Ще одним надзвичайно розповсюдженим видом інвестиційної діяльності в Україні є залучення прямих іноземних інвестицій – ресурсів міжнародних інвестиційних інституцій, зарубіжних корпорацій і фірм, спільних підприємств, здійснюваним без фінансових посередників, у виробничі фонди задля одержання доходу й участі в управлінні виробництвом [4]. В українській економічній системі залучення прямих іноземних інвестицій набуло надзвичайного розвитку, саме тому кількість інвестованих коштів зростає із кожним роком.

Що ж до останніх тенденцій, то в Україні відзначено значне відставання рівня інвестицій на душу населення: із 2010 р. в економіку було інвестовано в 11 разів менше, ніж у країни ЄС. Згідно з результатами опитування «Європейської бізнес-асоціації» (ЄБА) у 2013 р., 24 % підприємців вважають перешкодою інвестиційному про-

цесу посилення фіскального тиску, 15 % – посилення валютного регулювання і 5 % респондентів – торговельні війни з Росією.

Нині актуальним питанням є асоціація з Європейським Союзом. Євроінтеграційні процеси однозначно поліпшили б інвестиційний клімат в Україні у довгостроковій перспективі, але в короткостроковому періоді вигоди від асоціації з ЄС Україна не отримає. Переваги відкриття додаткових ринків збуту для української продукції і, на противагу, здешевлення імпорту (побутова техніка, текстиль та ін.) – це скоріше міф, ніж реальність.

Таким чином, низька ефективність використання інвестованих у основний капітал коштів є наслідком неефективної інвестиційної політики держави. Головним напрямом підвищення ефективності виробництва має стати інноваційний шлях розвитку вітчизняної економіки. Проблема стану основних засобів в Україні обумовлена не лише відсутністю необхідних коштів на їх придбання, але й наявним інвестиційним кліматом. Усунення зазначених проблем має взяти на себе держава. На макрорівні слід вжити заходів, спрямованих на покращення інвестиційного клімату країни: збалансування структурного розподілу інвестиційних потоків; збільшення частки інвестицій у реальний сектор; збільшення частки інвестицій у довгострокові проекти. Необхідно розробити регіональні плани підвищення інвестиційної привабливості областей із урахуванням особливостей їх поточних рейтингів інвестиційної привабливості, забезпечити державний моніторинг. Необхідно знизити рівень корупції, створити таку систему відносин органів влади та бізнесу, що мінімізуватиме можливості зловживання державними чиновниками.

Науковий керівник – канд. екон. наук, старший викладач Пивавар І. В.

Література: 1. Асмолова Г. Механізм регулювання відтворення основних засобів підприємств / Г. Асмолова // Економіст. – 2010. – № 7. – С. 24–27. **2.** Інвестиції в основний капітал [Електронний ресурс] // Державна служба статистики України. – Режим доступу : http://www.ukrstat.gov.ua/operativ/operativ2005/ibd/ibd_rik/ibd_u/iok_u.html. **3.** Пересада А. А. Управління інвестиційним процесом / А. А. Пересада. – Київ : Лібра, 2002. – 472 с. **4.** Санто Б. Инновация как средство экономического развития / Б. Санто ; пер. с венг. ; общ. ред. и вступ. ст. Б. В. Сазонова. – М. : Прогресс, 1990. – 295 с.

IMPACT OF SOCIAL NETWORKING ON E-BUSINESS

UDC 658.6:004.738.5

Soloviova N.

The 4th year student
Management and marketing department S. Kuznets KNUE

Annotation. *The term «e-business» was determined. Devoted to the problems of developing e-business using social media. The process and ways of successful e-business running, using social media for its development were considered.*

Keywords: *e-business, social media, technology, interaction, e-commerce.*

Анотація. *Визначено поняття електронного бізнесу. Розглянуто процес та шляхи ведення бізнесу із застосуванням соціальних мереж задля його просування й успішного розвитку.*

Ключові слова: *електронний бізнес, соціальні медіа, технології, взаємодія, електронна комерція.*

Аннотация. *Определено понятие электронного бизнеса. Рассмотрен процесс и пути ведения электронного бизнеса с использованием социальных сетей для его продвижения и успешного развития.*

Ключевые слова: *электронный бизнес, социальные медиа, технологии, взаимодействие, электронная коммерция.*

© Soloviova N. , 2015

On the plus side of things social networking is helping online enterprises become more focused on their customers than ever before. Businesses are finding out what people want and delivering those things much more quickly. Company executives believe they have more control over their businesses' reputations on the Internet because they can influence people's perceptions in cyberspace. This also applies to how an online company is viewed by suppliers and as a competitor to other companies. Social networking technology can help online businesses learn more about what their competition is doing and respond rapidly.

Customers who participate in social networks are feeling more empowered in their interactions with e-businesses. People are seeing businesses responding to the opinions people post online and that makes customers feel like they're having more influence on businesses' behavior.

The continued growth of social networking technology is helping more businesses achieve goals that had previously been almost unreachable. Before the advent of social networks, viral marketing, in which friends or associates recommended products and services to each other, was considered more of an ideal than a reality [3].

Today companies can call word-of-mouth marketing a proven phenomenon. Social networking is reducing e-businesses' communication expenses, especially for online businesses that maximize their use of the technology. Electronic business methods enable companies to link their internal and external data processing systems more efficiently and flexibly, to work more closely with suppliers and partners, and to better satisfy the needs and expectations of their customers. The internet is a public through way [1]. Direct messaging, chat rooms and blogs features on these networks have all lowered the cost of communicating within an online business. The savings are often greater for conversations with suppliers and customers, where businesses can replace long-distance phone calls with free online messaging. Employees are more quickly finding colleagues and partners who possess desired knowledge, and just as readily exchanging that data. Similarly, customers can find answers to their questions without the lengthy waits associated with telephone customer service.

To many in business, the rise of social media as an effective business tool might have been easily missed. A recent study showed that 54 % of Fortune 100 companies now have a presence on Twitter and 30 % are active on Facebook. Many of those businesses are extracting very real benefits from using social media. Like other businesses e-business also cannot afford to have only one media (i. e. its website) to engage with existing and potential users. Instead E-marketplaces need to be where their users are – and right now, that is on social media sites.

If you run an e-business, you should have a presence on the key social media sites in your region. Most of those sites are free to join and take minimal time or effort to create a profile and post information. In the US and Canada the key social media sites are Facebook, LinkedIn and Twitter. Facebook now has over 300 million users worldwide, LinkedIn has over 48 million users in 200 countries and Twitter is processing about 1 billion 'tweets' per month. In addition, consider local variants of those. In Spain, Tuenti has some 6,8 million users; in Germany, StudiVZGroup has about 13,8 million users; and in France, Skyrock dominates with 22,6 million users. These sites alone present unfathomable potential. In CIS countries there are Vkontakte and Odnoklassniki.

In addition to those key social media sites, there are a host of other social media avenues to consider, such as forums, blogs, industry social networking sites, video sharing sites and business review sites. Some familiar examples include MySpace, Wikipedia, YouTube, Flickr and Slideshare.

Social media includes many different forms of online communication, including Facebook, Twitter, blogs, forums and podcasts, just to name a few. Using social media will allow to increase your customer base. By creating an online presence, your marketing campaigns can include a population of people that you could never reach through local advertising. People now have the opportunity to grow their customer base by simply creating and maintaining an online presence [2].

Social media presence can be used to let the customers and followers know what the business is doing. And when you great things are done, your followers are more likely to share your business with their friends and family who may also be interested in what you have to offer. The more followers you have through your social media outlets, the more followers and exposure you can gain as people share your business with others.

By using social media, you can advertise specials that you are offering to your customers, increasing the reach of your special promotions. You can also use online content to let the public know more about the personal side of your business, like how you handle your customers. For example, a dressmaker might write a blog post about how she helped a customer and her daughter find that perfect prom dress at the last moment. Creating a connection with your potential customers can increase your customer base and brand loyalty. By using social media on a consistent basis, you are always adding fresh content, which will attract more visitors to your website.

Perhaps you own a shoe store and think you have the best selection available in your city. However, if you allow for customer comments via social media, you may discover there's a popular brand or size of show that you do not carry. By hearing what your customers want, you are able to meet their needs. When you find out what your customers truly desire and by fulfilling those needs, you will be increasing their trust in your company and creating repeat customers at the

same time. Additionally, when you please even one client, they will in turn recommend you to their friends, increasing your customer base [4].

With social media you can target specific demographics to get your name in front of the exact group people that you want to see your products. For example, if you place an ad on Facebook, you can select very specific criteria (say, men who like skydiving and who live in Ohio), and Facebook will show your ad to just the group you're targeting. By targeting narrow groups of potential customers, you get the most bang for your marketing buck.

Social networking is still a new enough phenomenon that enterprises that are not yet having success with the technology most likely will hit their stride in coming years. More of an impact of social networking on e-business will come as the technology matures and continues to attract more consumers.

Supervisor – Candidate of Sciences (Economics), Associate Professor Blyznyuk T. P.

Literature: 1. James E. H. Web Channels / E. H. James // Organizational Dynamics. – 2005. – Vol. 34. – P. 141. **2.** Roux-Dufort C. E-business features / C. Roux-Dufort // Review of Business. – 2000. – Vol. 21 (3 / 4). – P. 25. **3.** Perrow C. Computer Networks / C. Perrow. – New York : The Basic Books Print, 2009. – 168 p. **4.** Wooten L. P. Communications in ACM / L. P. Wooten // Advances in Developing Human Resources. – 2008. – Vol. 10 (3). – P. 352–379.

ВНЕСОК М. Х. БУНГЕ У РОЗВИТОК ТЕОРІЇ ГРОШЕЙ, КРЕДИТУ ТА КРЕДИТНО-ГРОШОВОГО ОБІГУ

УДК 330.1

Софеніна П. С.

Студент 2 курсу
факультету обліку та аудиту ХНЕУ ім. С. Кузнеця

Анотація. *Висвітлено погляди Бунге М. Х. на сутність, тенденції та перспективи розвитку категорій «гроші» і «кредит». Акцентовано увагу на новаторських підходах вченого до розробки загальної теорії грошей та практичних аспектах кредитно-грошової політики за умов становлення та розвитку ринкових відносин.*

Ключові слова: *гроші, кредит, кредитно-грошовий обіг, еволюційна концепція, ринкові відносини.*

Аннотация. *Освещены взгляды Бунге М. Х. на сущность, тенденции и перспективы развития категорий «деньги» и «кредит». Акцентировано внимание на новаторских подходах ученого к разработке общей теории денег и практических аспектах кредитно-денежной политики в условиях становления и развития рыночных отношений.*

Ключевые слова: *деньги, кредит, кредитно-денежный оборот, эволюционная концепция, рыночные отношения.*

Annotation. *Highlights the views of Bunge M. H. in essence, trends and prospects of categories of money and credit, attention is focused on innovative approaches to scientific development of the general theory of money and practical aspects of monetary policy under formation and development of market relations.*

Keywords: *money, credit, credit and currency, evolutionary concept, market relations.*

У роботах Миколи Християновича Бунге (1823–1895) – фундатора Київської школи, визначного вченого, педагога, реформатора та державного діяча знайшли відображення проблеми становлення та розвитку ринкових відносин, зокрема, перебудови грошово-кредитної сфери, оподаткування та державних фінансів, ролі суспільних інститутів у господарському житті. Це робить їх актуальними за умов сучасної ринкової трансформації суспільства. Дослідження вченим завдань економічної теорії та економічної політики «… містить цілу низку перспективних висновків щодо засобів сприяння держави становленню ринкової економіки, можливостей використання

© Софеніна П. С., 2015

продуктивних засад ринкового механізму та переважно економічних методів його регулювання, що не втратили для нас не тільки свого пізнавального, але й науково-практичного значення й дотепер…», – зазначає у своїй роботі Горкіна Л. [5, с. 77].

Сучасному осмисленню творчого доробку Бунге М. присвятили свої праці українські дослідники Злупко С., Корнійчук Л., Леоненко П., Супрун Н., Фещенко В., Ущаповський Ю. та ін. Науковці зосереджують увагу переважно на розробці методологічних проблем і ролі вченого у формуванні Київської школи політичної економії.

Метою статті є визначення змісту та ступеня новаторства Бунге М. Х. щодо розробки теорії грошей та кредиту.

Проблеми грошового обігу, кредитної та банківської політики, формування державного бюджету, оподаткування були центральними серед наукових інтересів ученого. Підкреслюючи вагомий творчий внесок Бунге М. Х. до розробки зазначених питань, Туган-Барановський М. писав, що головний здобуток Бунге М. Х. як ученого – розробка теорії кредиту і грошового обігу [6, с. 853].

Щоб дати науково достовірне тлумачення сутності грошей, потрібно насамперед дослідити їх походження. Між тим, світова економічна думка досі не дала вичерпного пояснення цьому процесу. Ймовірно, сам феномен грошей має неоднозначну природу, що й пояснює тривале протистояння в науці еволюційної та раціоналістичної концепцій, які по-різному трактують природу грошей.

Бунге М. Х. був послідовним прихильником еволюційної концепції: виникнення та розвиток грошей він розглядав як тривалий процес, зумовлений стихійним розвитком товарного виробництва та обміну. Зміни форм грошей, як стверджував учений, мають достатньо природний характер, а держава лише законодавчо закріплює правила їх функціонування.

Послідовно розглядаючи розвиток обміну, Бунге М. Х. з'ясовує обмеженість використання металевих грошей як засобу неперервного в часі здійснення купівлі-продажу. Звідси виникає необхідність кредитних угод і потреба в кредитних засобах. Роль таких засобів виконують кредитні зобов'язання, а саме: векселі, які видаються при здійсненні короткострокових угод; облігації, що випускаються при довгострокових угодах; банкові оборотні білети, розмінні на монету при поданні; чеки – накази про оплату за рахунок особи, яка має в банку кредит за поточним рахунком; нарешті, паперові гроші, що емітуються урядом (із розміном чи без розміну їх на монету).

Бунге М. Х. визначає гроші як «…результат потреби, створюваної обміном між приватними особами», а кредитні знаки – як результат обміну на довірі до майбутньої винагороди [3, с. 195]. Науковець стверджує, що кредит стосовно монети є тим самим, чим є монета стосовно обмінюваних продуктів. Подібно тому, як монета посідає місце одного з предметів, що обмінюються, кредит посідає місце монети. Єдина різниця між цими двома цінностями полягає в тому, що монета є реальною, наявною рівноцінністю, а кредит – тимчасовою, заснованою на вірі. Монета дає цінність в обміні, кредит її обіцяє [3, с. 235].

Це засвідчує новий підхід до пояснення суті економічних явищ як певних усталених норм між учасниками господарської діяльності У еволюції грошового господарства вирішального значення Бунге М. Х. надає потребам суспільства: вимогам зручності, швидкості обміну, дешевизни та надійності грошового матеріалу, необхідності забезпечити не лише споживання, а й виробниче відтворення (використання грошей як капіталу, продуктивної сили).

Суттєву відмінність між так званими повноцінними грішми та їх замінниками в обігу (кредитними знаками та банківськими білетами) більшість учених на той час бачили у відсутності внутрішньої вартості останніх. Бунге М. Х. назвав застосування теорії цінності до грошей одним із найцікавіших предметів політичної економії [4, с. 118]. Пояснення цінності грошей із металістичних позицій не задовольняло вченого, оскільки він спостерігав поширення кредитних засобів та інших замінників металу в обігу. Бунге М. Х. запропонував оригінальне вирішення цієї проблеми: «Цінність монети як грошей залежить від її придатності та рідкісності, а не від внутрішньої вартості. Цінність банківських білетів, що мають більшу придатність, ніж гроші металеві, залежить від капіталу, який вони представляють» [3, с. 243]. Такий підхід логічно випливав із притаманного Бунге М. Х. трактування цінності як суб'єктивного визнання придатності речі для задоволення певних потреб і виконання конкретних функцій [7].

Новаторство вченого виявилося у відході від традиційного ототожнення монети з металом і зведення цінності металевих грошей до витрат на їх виробництво. Не вартість, а придатність грошей до виконання своїх функцій, їх купівельна сила, на думку Бунге М. Х., визначає цінність грошей. Якщо учасники обміну погоджуються брати певні грошові знаки як відшкодування за свій товар чи надані послуги, відтак вони визнають їх загальним еквівалентом.

Конкретизуючи свою точку зору щодо різних засобів обміну, Бунге М. Х. зазначає: «Гроші та кредитні знаки не одне й те саме. Гроші мають цінність самостійну, що залежить від придатності їх в обігу; цінність кредитних знаків залежить від гарантії та страхування» [3, с. 191]. Наголошуючи на ролі праці як джерела багатства і добробуту, учений пропонує шукати гарантії для кредитних знаків у праці та майні приватних осіб, у приватній діяль-

ності, будувати добробут і могутність суспільства на господарській діяльності приватних осіб і шукати засобів для збагачення держави у пожвавленні приватної промисловості, у пробудженні енергії праці та інших економічних сил під впливом приватних інтересів, пов'язаних між собою взаємними вигодами [3, с. 195].

Бунге М. Х. розглядав гроші як важливу складову народного капіталу, адже вони слугують не лише засобом здійснення щоденних мінових угод, а й для накопичення народних заощаджень у формі вільного капіталу, що очікує на своє застосування. Цю форму вчений називає «капіталом народної заповзятливості». Гроші, призначені для споживчих витрат, спільно з тими, що задіяні на витрати промислових підприємств, складають купівельну силу. На його думку, купівельна сила грошей залежить від кількості грошей, що витрачаються на купівлю (незалежно від призначення товарів), та кількості виробів, які можуть бути придбані за гроші. Купівельна ж сила паперових грошей вимірюється їх цінністю відносно всіх інших виробів.

За своєю сутністю та механізмом впливу на процес суспільного відтворення кредит є однією з найскладніших економічних категорій. Тому в економічній теорії протягом кількох століть точаться дискусії навколо питань, пов'язаних із сутністю та роллю кредиту. До XIX ст. кредит був виключно державним, тому його теоретичне дослідження зводилося до вивчення державних фінансів. Бунге М. Х. критично оцінював погляди економістів, у творах яких кредит трактувався як функція держави: «У системі Ло державно-економічний напрям XVII і XVIII століть досяг вищого ступеня розвитку. Рушієм господарської діяльності є держава, а не приватні особи та їхні інтереси. Держава надає кредит приватним особам, а не приватні особи державі; держава може замінити одні гроші іншими; приватні особи чинять державний злочин, утримуючи у себе гроші, призначені для обігу. Учення Ло і в теорії, і на практиці є повним поглинанням приватних інтересів державними, перед якими приватні особи є зовсім безправними».

Кредит не тільки пробуджує господарську діяльність, примножує та підвищує продуктивну дію капіталів. М. Бунге вказав на значення грошей і кредиту в еволюції господарських систем. «Первісне нагромадження майна та утворення власності, – вважав він, – зобов'язані своїм швидким розвитком участі грошей в обігу». Однак успішність заощадження залежить і від інших умов. Кредитні заклади, беручи вклади і сплачуючи вкладникам певний відсоток, полегшують і для заможного, і для бідного корисне застосування здійснених заощаджень, скорочують час їх бездіяльності і слугують ринком, на якому відбувається пропозиція нагромаджених капіталів...» [3, с. 159]. Таким чином, Бунге М. задовго до Кейнса Дж. побачив зв'язок між заощадженням та інвестиціями і вказав на роль банківської системи у забезпеченні перетворення інертних і безплідних заощаджень на продуктивні й активні інвестиції.

Багато уваги приділяв Бунге М. дослідженню банківської системи; пізніше відповідні теоретичні напрацювання лягли в основу його реформаторської діяльності. У навчальному курсі «Поліційне право» професор Бунге М. характеризує банки у такий спосіб: «…зосереджуючи попит і пропозицію за кредитними угодами, врівноважують ціну цієї рушійної сили промисловості, розподіляють ризик на всю сукупність угод, надають кредитним зобов'язанням більш досконалої форми і забезпечують виконання усієї сукупності таких зобов'язань» [2, с. 11]. Із такого визначення сутності банків випливає, що держава не може змагатися у галузі кредиту з приватними особами так само, як і у галузі торгівлі.

Важливим є зауваження Бунге М. щодо ролі банків у економічних кризах: вони є не їх причиною, а швидше барометром стану справ: «Гостра криза, що супроводжує їх падіння, значно легше сприймається суспільством і менше шкодить народному господарству, аніж криза хронічна, що є притаманною привілейованим банкам, які завдяки могутньому заступництву держави продовжують діяти, не виконуючи своїх зобов'язань…» [2, с. 15]. Це спостереження Бунге М. Х. залишається актуальним і нині, адже дії уряду, спрямовані на штучне підтримання економічної стабільності, нерідко перешкоджають відновленню ринкової рівноваги з урахуванням змін кон'юнктури.

У кредитній сфері Бунге М. Х. спочатку надавав перевагу акціонерним банкам. У статті «Значення промислових товариств і умови їх поширення» (1858) він висловив думку про те, що акції створюють найбільш розвинуту форму приватної власності. Акціонерні ж товариства, на його думку, це – щасливе поєднання діяльності особистої з діяльністю суспільною. Незважаючи на деяку ідеалізацію діяльності акціонерних товариств, притаманну тогочасним поглядам вченого, Бунге М. Х. правильно передбачив, що «… поява акціонерних банківських товариств звільнила б наше виробництво від застою. Акціонерні банки дали б прибуткове застосування тим засобам, для яких наш уряд ледве знаходить застосування, між тим як ми чуємо скарги на брак капіталу та кредиту» [1, с. 16; 2, с. 39].

Пізніше, у зв'язку зі зростанням біржового ажіотажу та розгулом банківських спекуляцій, Бунге М. Х. переглянув свою позицію. У роки міністерської діяльності він вживав заходів для посилення урядового контролю над операціями комерційних банків заради захисту інтересів вкладників. Визнаючи необхідність регулюючого законодавства і нагляду адміністративних органів за функціонуванням приватних банків, він водночас указував на небезпеку надмірної регламентації і всіляко наголошував на значенні особистої ініціативи в цій галузі народного господарства, вважаючи приватний кредит одним із найважливіших стимулів економічного життя. Для такої аграрної країни, якою була в другій половині XIX ст. Російська імперія, успіх ринкових реформ значною мірою

залежав від фінансової підтримки села, ефективної політики кредитування сільського господарства. На думку Бунге М. Х., вирішальну роль у цій справі мав відіграти іпотечний кредит. Вчений-реформатор наголошував, що реальними клієнтами іпотечних закладів мають стати селяни, дрібні власники: «Іпотечний кредит, – писав він, – досягає суспільного значення тоді, коли він проникає в дрібні селянські господарства» [1, с. 24].

Таким чином, аналіз фінансово-кредитних інститутів, здійснений у працях Бунге М. Х., розкриває їх роль та можливості як впливових чинників модернізації економіки на ринкових засадах, підвищення її народногосподарської ефективності. Бунге М. Х. по суті відкрив нову сторінку в економічній теорії та політиці, запропонувавши замість протекціонізму утвердження капіталістичних відносин, регулювання ринку в епоху його зрілості. Важливу роль в узгодженні приватнокапіталістичних та народногосподарських інтересів він надавав банківській системі та організації кредиту. Ідеї видатного державного діяча та економіста Бунге М. Х. залишаються донині джерелом роздумів, пошуків і знахідок.

Науковий керівник – канд. екон. наук, викладач Фадєєва Ю. В.

Література: 1. Бунге Н. Х. Значение промышленных товариществ и условия их распространения / Н. Х. Бунге // Журнал для акционеров. – 1857. – № 25, 26. – Ч. 1, 2. – С. 31–39. **2.** Бунге Н. Х. Полицейское право : курс лекций / Н. Х. Бунге. – Т. 2. – Киев, 1873. – 273 с. **3.** Бунге Н. Х. Теория кредита / Н. Х. Бунге. – Киев, 1852. – 310 с. **4.** Вагнер А. Русские бумажные деньги: исследование народно-экономическое и финансовое с приложением проекта восстановления металлического обращения / А. Вагнер ; пер. Н. Бунге, с доп. и примеч. переводчика. – Киев, 1871. – 392 с. **5.** Горкіна Л. П. Наука і управління: феномен М. Х. Бунге / Л. П. Горкіна ; за ред. В. Д. Базилевича // М. Х. Бунге : сучасний дискурс. – Київ, 2005. – С. 70–81. **6.** Ущаповський Ю. В. Теорія цінності у науковій спадщині Миколи Бунге / Ю. В. Ущаповський ; за ред. В. Д. Базилевича // М. Х. Бунге : сучасний дискурс. – Київ, 2005. – С. 119–128.

ПИТАННЯ КОНКУРЕНЦІЇ В ЕКОНОМІЧНІЙ ДУМЦІ XX СТ.

УДК 330.83:339.137.2

Стешкіна Н. В.

Студент 2 курсу
факультету обліку та аудиту ХНЕУ ім. С. Кузнеця

Анотація. *Проаналізовано розвиток наукових ідей з питань конкуренції в економічній думці XX ст., а також думки провідних науковців-економістів щодо оптимального поєднання конкуренції та співробітництва.*

Ключові слова: *конкуренція, співробітництво, економічна думка, економічна свобода.*

Аннотация. *Проанализированы научные идеи по вопросам конкуренции в экономической мысли XX в., а также мнения ведущих ученых-экономистов относительно оптимального сочетания конкуренции и сотрудничества.*

Ключевые слова: *конкуренция, сотрудничество, экономическая мысль, экономическая свобода.*

Annotation. *Describes the development of scientific ideas on the issue of competition in the economic thought of the 20-th century. Analyzes the views of leading scientists and economists to optimize the combination of competition and cooperation.*

Keywords: *competition, cooperation, economic thought, economic freedom.*

Із ранніх етапів становлення цивілізації і донині одним із найважливіших факторів розвитку економіки на рівні окремих фірм і цілих країн є змагання, суперництво між економічними суб'єктами з приводу залучення та

© Стешкіна Н. В., 2015

використання виробничих факторів, підвищення результатів економічної діяльності, посилення впливу на ринках. Це суперництво, яке отримало назву конкурентної боротьби чи конкуренції, у зв'язку з її особливо важливою роллю і функціями в економіці і суспільстві здавна є об'єктом досліджень економістів. Ті чи інші аспекти, пов'язані з конкуренцією, розглядаються практично всіма економічними школами, від меркантилістів до провідних представників сучасного неоінституціонального напряму.

Метою статті є розгляд еволюції поглядів економістів на питання конкурентної боротьби в економічній думці XX ст.

Відображення питань конкуренції почнемо з А. Маршалла, основний твір якого «Принципи економічної науки» з'явився наприкінці XIX ст. і багато в чому визначив розвиток економічної науки XX ст. Науковець велику увагу приділяє поняттю і ролі конкуренції. Він зазначає, що термін «конкуренція» має занадто відчутний присмак зла, вважає, що коли «… конкуренція виноситься на суд, передусім підкреслюються її антигромадські форми, які настільки важливі для підтримки енергії і саморуху, що припинення їх дії може порушити стабільність суспільного добробуту; конкуренція буває двох видів – творча та руйнівна» [1, с. 98].

Якщо про творчу роль конкуренції говорили передусім представники класичної школи політекономії, то про руйнівну – представники соціалістичних навчань. Одним із соціалістичних ідеалів є альтруїстична співпраця людей в їх повсякденній діяльності. І навіть А. Маршалл підкреслював, що «творча конкуренція є менш благотворною, ніж ідеальне альтруїстичне співробітництво» [1, с. 103].

Але що ж змушує співіснувати конкуренцію і співробітництво, чому більш ефективна форма – співпраця – не витісняє менш ефективну – конкуренцію? Сам А. Маршалл пояснює це властивостями людської природи. Він пише: «У світі, де всі люди були б цілком доброчесними, конкуренції не було б місця, але те ж стосується і приватної власності, і всіх форм приватного права. Люди думали б тільки про свої обов'язки, і ніхто не прагнув би отримати більшу, ніж у його сусідів, частку життєвих зручностей і розкоші. Але якщо тверезо підходити до справи, то більш ніж безглуздо ігнорувати недосконалість, яка все ще є властивою людській натурі» [1, с. 126].

Те, що А. Маршалл називає «недосконалістю людської натури», у сучасній економічній теорії називають опортунізмом. Цей термін ввів до наукового обігу О. Вільямсон. Він визначає його як досягнення власних цілей із використанням підступності. Саме для обмеження опортунізму та мінімізації її наслідків існують інститути. О. Вільямсон вважав, що інститути потрібні обмежено розумним істотам небездоганної моральності. Якщо небездоганна моральність виявляється в опортунізмі, то обмежена розумність – у обмеженій раціональності, що має зовнішні та внутрішні джерела. Зовнішніми джерелами є принципово непізнавана до кінця навколишня реальність, а внутрішніми – обмежені когнітивні можливості людини. Перше і друге породжує неусувну невизначеність, яка може бути більшою чи меншою, але існує завжди. Саме для зменшення невизначеності і створюються та підтримуються інститути.

Якщо інститути існують завдяки обмеженій раціональності та опортунізму, за природою властивими всім людям, то конкуренція виникає і підтримується завдяки наявності обмеженості ресурсів і того ж опортунізму. Це судження виникло як результат осмислення ідей трьох авторів: А. Маршалла, О. Вільямсона і К. Менгера. Саме К. Менгер переконливо показав зв'язок власності та конкуренції з обмеженістю ресурсів.

К. Менгер (лідер австрійської школи політекономії) зазначає, що якщо більшій потребі суспільства відповідає менш доступна за розпорядженням кількість благ, то немає сумніву в тому, що потреби частини членів цього товариства зовсім не будуть задоволені або ж будуть задоволені лише неповно. У цьому криється спонукання до прояву людського егоїзму, і кожний індивід там, де доступної розпорядженням кількості благ вистачає не всім, прагне покрити власну потребу шляхом усунення інших» [2, с. 53].

Із цього випливає розуміння неможливості усунення приватної власності: «Усунення інституту приватної власності неможливе без знищення причин, тобто без збільшення водночас кількості всіх економічних благ до межі, за якої потреба всіх членів суспільства була б цілком задоволеною, або ж без обмеження потреб людей настільки, щоб для повного задоволення їх вистачило б доступних благ» [2, с. 78].

Таким чином, разом із власністю існуватиме конкуренція. Наявність проблеми обмеженості ресурсів визначає нині і наявність конкуренції.

Водночас Й. Шумпетер звертає увагу на те, що А. Маршалл сформулював свої загальні висновки для випадку досконалої конкуренції. Ні Маршалл, ні класики не бачили, що насправді досконала конкуренція є винятком [3, с. 135]. Й. Шумпетер пише: «Перш за все слід переглянути традиційну концепцію конкуренції. У центрі уваги економістів все ще перебуває конкуренція, що протікає в рамках незмінних умов, зокрема, незмінних методів виробництва і організаційних форм. Але в капіталістичній дійсності переважне значення має інша конкуренція, заснована на відкритті нового товару, нової технології, нового джерела сировини, нового типу організації (наприклад, найбільших фірм). Ця конкуренція забезпечує рішуче скорочення витрат або підвищення якості, вона загрожує існуючим фірмам не значним скороченням прибутків і випуску, а повним банкрутством. За своїми наслідками така конкуренція належить до традиційної. За цих умов ступінь розвитку традиційної конкуренції не

є таким важливим: потужний механізм, що забезпечує приріст виробництва і зниження цін, все одно має іншу природу» [3, с. 179].

Й. Шумпетер детально розробляв ті аспекти змін у конкуренції, що є пов'язаними з появою нових комбінацій. Новатор, що забезпечує запровадження інновацій, тимчасово, до поширення нововведення, є монополістом. Але ця монополія є ефективною, оскільки стимулює інших економічних агентів залучатися до конкурентної боротьби, виходити на новий рівень у прагненні отримати більший прибуток. Така монополія, така конкуренція є ефективними і взаємодоповнюючими, а не протистоять один одному, як вважали класики.

Й. Шумпетер наводить приклад із роздрібною торгівлею: «… справжня, відчутна конкуренція виникає не від появи нових магазинів того ж типу, а з боку універмагів, мереж магазинів, що торгують по пошті, і супермаркетів, які рано чи пізно зруйнують стару галузеву структуру» [3].

Теорія досконалої конкуренції протистоїть і теорії монополістичної конкуренції Е. Чемберліна, і недосконалої конкуренції Дж. Робінсона. В основі теорії Е. Чемберліна лежить ідея диференціації продукту, що дозволяє переходити від дослідження ринку до аналізу ринків. Диференційований товар спричиняє співіснування безлічі ринків. Володар диференційованого товару стає монополістом незалежно від масштабів виробництва. Конкуренція здійснюється цими монополістами за споживача, акцент робиться на якісні характеристики товару. Влада монополіста над ціною є обмеженою наявністю товарів-субститутів і еластичністю попиту. Велику роль починають відігравати витрати збуту, насамперед витрати на рекламу.

Е. Чемберлін термін «монополістична конкуренція» вживає не тільки у зв'язку з диференціацією продукту, але і зі ситуацією олігополії, коли на стороні пропозиції виступає невелика група компаній і фактор диференціації продукту не відіграє суттєвої ролі.

За умов олігополістичного ринку існує проблема взаємозалежності компаній, кожна з яких прагне до максимізації власного прибутку. Тобто тут кожний економічний агент не може надходити тільки за власним бажанням, не враховуючи поведінку інших учасників ринку. Виникає необхідність взаємного пристосування конкурентів до обсягів поставок продукції, цін. Так, якщо йдеться про підвищення цін, то воно можливе тільки за умови, що готовність до цього проявляють усі фірми, інакше ініціатор підвищення цін може позбутися частини свого ринку. Е. Чемберлін робить висновок, що на таких ринках існує тенденція «паралелізму цінових дій» [4, с. 90].

Дж. Робінсон в теорії недосконалої конкуренції звертає увагу на ринкову поведінку великих компаній. Якщо Е. Чемберлін робить акцент на об'єкті монополізації, то Дж. Робінсон – на масштабі компаній. Розглядаючи ситуацію на ринку в перші десятиліття XX ст., вона відзначає високий рівень концентрації виробництва, що істотно змінює ситуацію на ринку: досконала конкуренція змінюється недосконалою. Дж. Робінсон аналізує нове положення, коли велика компанія через великі розміри може своєю поведінкою впливати на ринковий процес.

Дж. Робінсона робить висновок, що зростання концентрації є неминучим, воно пов'язане із перевагами великого виробництва. Ці переваги зводяться насамперед до можливості зниження витрат на одиницю продукції за збільшення обсягів випуску (для більшості галузей це є справедливим). Можливість економії на масштабах діяльності спричиняє зосередження більшої частини галузевого виробництва в обмеженому числі великих компаній, які здатні здійснювати регулюючий вплив на ринкове співвідношення пропозиції і попиту. Таким чином, ринкова рівновага є результатом не якихось спонтанних дій, а цілеспрямованих дій великих компаній.

Для впливу на попит і регулювання збуту великі компанії застосовують політику дискримінації в цінах, що припускає продаж одного і того ж виду продукції різним категоріям покупців за різними цінами, а також маневрування цінами в часі і на різних географічних ринках.

Ідеї Дж. Робінсон про можливість монополістичного регулювання цін та обсягів виробництва зумовили нові висновки щодо ринкового механізму в цілому. Дж. Робінсон оспорює основні постулати неокласичної теорії, які зводяться до визнання автоматичного процесу ціноутворення та розподілу ресурсів через ціновий механізм.

Велика увага конкуренції приділяється в рамках неоліберальної традиції. Основоположником економічного неолібералізму вважають Л. фон Мізес, який більшу частину своєї творчості присвятив обґрунтуванню ролі економічної свободи, конкуренції, ринку. Конкуренцію біологічну Л. Мізес протиставляє конкуренції соціальній, під якою розуміє прагнення індивідів посісти найбільш сприятливе положення в системі суспільного співробітництва. Соціальна конкуренція існує в будь-якому способі громадської організації, але якщо в ринковій системі вона спрямована на пошук більш успішних форм участі в суспільному виробництві, то в тоталітарних системах соціальна конкуренція проявляється у пошуках розташування можновладців [6, с. 315].

Фридрих фон Хайек у багатьох творах розвиває ідеї Мізеса про конкуренцію і свободу. Йому доводиться пояснювати суть ліберальної доктрини, розвіюючи міф про невтручання держави в економічне життя як її центральну ідею. Хайєк пише: «Ліберали говорять про необхідність максимального використання потенціалу конкуренції для координації діяльності, а не закликають пускати речі на самоплив. Їхні аргументи засновані на переконанні, що конкуренція, якщо її вдасться створити, є кращим способом управління діяльністю індивідів. І вони зовсім не заперечують, а навпаки, всіляко підкреслюють, що для створення ефективної конкуренції потрібна добре продумана система законів. Не заперечують вони і того, що там, де не вдається створити умов для

ефективної конкуренції, слід використовувати інші методи управління економічною діяльністю. Але ліберали рішуче заперечують заміну конкуренції координацією зверху» [7, с. 141].

У чому ж переваги конкуренції? Саме Хайєк довів, що конкуренція є найкращим способом координації в складній системі. Конкуренція – це суть механізму координації, розповсюдження та засвоєння знання. Конкуренція являє собою процедуру відкриття, пізнавання нового – процедуру, притаманну еволюції у всіх її формах, що змушує людину, крім власної волі, вписуватися в нові ситуації. Конкуренція є соціальним процесом, що сприяє виявленню та виправленню помилок: завдяки їй індивідууми дізнаються, чи сумісні їх цілі як із наявними у них засобами, так і з цілями інших людей, і отримують можливість коригувати свої рішення. Не менш важливо, що конкуренція дозволяє індивідуальним агентам дізнаватися щось нове і про самих себе, отримувати більш повне уявлення про власні можливості та вподобання.

Ф. Хайек у ході розгляду конкуренції, розвитку економіки і суспільства в цілому величезну увагу приділяє інститутам. Він зазначає: «Дія конкуренції вимагає не тільки правильної організації таких інститутів як гроші, ринок і канали інформації (причому в деяких випадках приватне підприємництво в принципі не може цього забезпечити), але й насамперед відповідної правової системи. Законодавство має бути спеціально сконструйоване для охорони та розвитку конкуренції. Недостатньо, щоб закон просто визнавав приватну власність і свободу контрактів. Важливо, щоб права власності отримали диференційоване визначення стосовно різних її видів. Ми досі дуже мало знаємо про вплив на ефективність конкуренції різних форм правових інститутів. Питання це вимагає пильного вивчення, бо серйозні недоліки в цій галузі не тільки знижують ефективність конкуренції, але і спричиняють її повне згасання в багатьох сферах» [7, с. 215]. Ф. Хайєк не ставить питання, конкурувати або регулювати: «наша готовність застосовувати владу там, де не можна створити умов для конкуренції, зовсім не є рівнозначною заклику придушувати конкуренцію в тих випадках, коли вона може бути ефективною». Ф. Хайєк підтримує зусилля держави щодо розвитку конкуренції та заміни її іншими методами регуляції там, де це є необхідним. Такі міркування показують, що Ф. Хайек бачить проблему, яку пізніше О. Вільямсон позначить як опортунізм («обман і шахрайство» – переслідування власних цілей із використанням підступності. Саме обмежена раціональність і опортунізм є найважливішими поведінковими передумовами інституційного аналізу.

Інституційні аспекти конкуренції – самостійна велика тема, розгляд якої не входить у завдання цього дослідження. Конкуренція є настільки складною і глибоко інтегрованою в економічну систему, що її розгляд неможливий у відриві від таких принципових характеристик економіки і суспільства, як інституційне середовище, правова система, права власності, раціональність, невизначеність, політика держави, суспільна система цінностей і індивідуальні системи переваг, легальність і легітимність.

Історія економічної думки дозволяє через призму поглядів представників різних шкіл і напрямів економічної думки розглянути будь-яке економічне явище не тільки в його історичному розвитку, але і в різних проекціях, що забезпечує більш об'ємне його бачення. Розгляд різних аспектів конкуренції в спадщині кращих економістів минулого дозволяє побачити її принципову роль в економічній системі країни.

Науковий керівник – канд. екон. наук, викладач Фадєєва Ю. В.

Література: 1. Маршалл А. Принципы экономической науки / А. Маршалл. – М. : Прогресс, 1993. **2.** Менгер К. Основания политической экономии / К. Менгер, Е. Бем-Баверк, Ф. Визер ; пер. с нем. ; под ред. В. С. Автономова. – М. : Экономика, 1992. – С. 31–102. **3.** Шумпетер Й. А. Капитализм, социализм и демократия / Й. А. Шумпетер ; пер. с англ. ; предисл. и общ. ред. В. С. Автономова. – М. : Экономика, 1995. – 540 с. **4.** Чемберлин Э. Теория монополистической конкуренции. Реориентация теории стоимости / Э. Чемберлен ; пер. с англ. Э. Г. Лейкина и Л. Я. Розовского. – М. : Экономика, 1996. – 351 с. **5.** Робинсон Дж. В. Экономическая теория несовершенной конкуренции / Дж. В. Робинсон ; пер. с англ., вступ. ст. и общ. ред. И. М. Осадчей. – М. : Прогресс, 1986. – 471 с. **6.** Мизес Л. Человеческая деятельность : трактат по экономической теории / Л. Мизес. – Челябинск : Социум, 2005. – 878 с. **7.** Хайек Ф. Дорога к рабству / Ф. Хайек. – М. : АСТ; Астрель, 2012.

ОСНОВНІ КОНЦЕПЦІЇ ІНФОРМАЦІЙНОГО СУСПІЛЬСТВА У СУЧАСНІЙ ФІЛОСОФІЇ

УДК 316.324.8:1

Ткаченко М. О.

Студент 1 курсу
фінансового факультету ХНЕУ ім. С. Кузнеця

Анотація. *Розглянуто основні концепції інформаційного суспільства та їхнє значення для характеристики сучасної стадії суспільного розвитку.*

Ключові слова: *інформаційне суспільство, постіндустріальне суспільство, технологічний детермінізм, інформація.*

Аннотация. *Рассмотрены основные концепции информационного общества и их значение для характеристики современной стадии общественного развития.*

Ключевые слова: *информационное общество, постиндустриальное общество, технологический детерминизм, информация.*

Annotation. *Deals with the basic theories of information society and their importance for the characterizing of the modern stage of social development. The author pays attention not only to substantive points but also to disadvantages of the theories of information society, such as utopianism and reductionism.*

Keywords: *information society, post-industrial society, technological determinism, information.*

Сучасна фаза розвитку західної цивілізації – результат науково-технічної революції, що тривала все XX століття, і глобалізації сучасної економіки, культури та політики. Ознаками сучасної ситуації є інформаційний характер високих технологій, утворення єдиного інформаційного простору і наднаціональної світової ринкової економічної системи, розповсюдження культурних стандартів суспільства масового споживання на весь світ, якісні трансформації природи соціального ризику, обумовленого практичною діяльністю людини і розвитком науки і технології, що нині ставить під питання само існування людини та цивілізації.

Концепція інформаційного суспільства є різновидом теорії постіндустріального суспільства. Дослідження в цій галузі породили величезну кількість різноманітних назв і визначень нового суспільства: постбуржуазне, посткапіталістичне, постмодерністське, постцивілізаційне, постекономічне, постісторичне та ін. [1].

Поняття «інформаційне суспільство» було запропоновано на початку 70-х років минулого сторіччя Ю. Хаяші, професором Токійського технологічного університету. Він мав на увазі суспільство, де більшість працюючих зайнято виробництвом, зберіганням, переробкою і реалізацією інформації, зокрема знань. Таким чином, ідеологи інформаційного суспільства пов'язують його становлення із домінуванням четвертого – інформаційного – сектора економіки, наступного за сільським господарством, промисловістю та сферою послуг.

Особливий внесок у розвиток концепції інформаційного суспільства зробив Е. Тоффлер. Він обґрунтував існування трьох стадій (хвиль) розвитку людства: аграрної, індустріальної, постіндустріальної. Хвиля у Е. Тоффлера – це ривок в науці і техніці, який призводить до глибинних зрушень у житті суспільства. Він вважав, що в суспільстві взаємодіють техно-, соціо-, інфо- та психосфера. Але саме технологічні революції є джерелом нових тенденцій. Науковець виділив три такі революції. У результаті аграрної з'явилася цивілізація, для якої характерним є авторитаризм і децентралізована економіка (натуральне господарство). Потім відбулася індустріальна революція та нарешті революція третьої хвилі. У результаті останньої народилося постіндустріальне суспільство. Постіндустріальна цивілізація формується з розвитком інфосфери. На зміну пролетаріату, зайнятому в машинному виробництві, приходять інтелектуальні працівники – когнітаріат. Багато коштів вкладається в розвиток робітників, їх соціальну реабілітацію та освіту.

Канадський мислитель Х. М. Маклюен у 60-х роках минулого століття писав про нове суспільство як про глобальне село, у якому інформаційні технології будуть головним фактором формування соціально-економічної основи суспільства. Значення концепції Маклюена полягає у тому, що він був одним із перших авторів у історії західної думки, хто передбачив так звану конвергенцію електронно-обчислювальної техніки з технологіями засобів зв'язку, тобто фактично ще не винайденим тоді Інтернетом.

Однією з філософських концепцій інформаційного суспільства є теорія японського вченого Й. Масуди. Фундаментом нового суспільства, на його думку, стане комп'ютерна технологія, головну функцію якої він вбачає у значному посиленні розумової праці людини.

© Ткаченко М. О., 2015

Нині критика інформаційного підходу відповідає за своїм обсягом теоретичним надбанням авторів концепції. Основними недоліками теорії визнано технологічний детермінізм, оскільки він зводить багатофакторність розвитку до однієї засади; європоцентризм, утопічність [3].

На думку І. Мелюхіна, наслідки переходу до інформаційного суспільства виявляються далеко не настільки райдужними, як вони вбачалися кілька десятиліть тому. Дослідник відзначає, що технологічний детермінізм як концептуальна основа інформаційного суспільства є привабливим простотою і зрозумілістю пояснення історичного процесу. Проте він небезпечний тим, що породжує утопії й ілюзії з приводу реалізації технологічних проектів, які далеко не завжди є соціально прийнятними і політично виправданими [2].

Слід зауважити, що теорія інформаційного суспільства є й досі єдиною системною методологією осмислення ролі інформаційних технологій у суспільному житті.

Інформаційне суспільство дійсно є раціоналізованою моделлю технологічної утопії, яка активно насаджувалася в західному суспільстві в середині XX століття, але так досі і не є реалізованою вповні на практиці. Разом із тим, за низкою показників людство наблизилося до загальновизнаних стандартів інформаційного суспільства.

Науковий керівник – доцент Потоцька Ю. І.

Література: 1. Дайзард У. Наступление информационного века. Новая технократическая волна на Западе / У. Дайзард ; под ред. П. С. Гуревича. – М. : Прогресс, 1986. **2.** Мелюхин И. С. Информационное общество: истоки, проблемы, тенденции развития / И. С. Мелюхин. – М. : Изд-во МГУ, 1999. – 208 с. **3.** Чернова Е. Н. Концепция информационного общества в современном социальном познании [Електронний ресурс] / Е. Н. Чернова. – Режим доступу : http://hses-online.ru/2010/06/09_00_11/12.pdf.

THE IMPORTANCE OF MARKETING TOOLS IN COMPETITIVENESS IMPROVEMENT OF AN ENTERPRISE

UDC 339.137

Tolok D. O.

The 5th year Student
Management and marketing department S. Kuznets KNUE

Annotation. *The main marketing tools, their roles in competitiveness improvement in a long-term development and main complications and problems of balanced marketing management implementation are considered.*

Keywords: *marketing, marketing tools, marketing mix, e-commerce.*

Анотація. *Розглянуто основні маркетингові інструменти, їх роль у підвищенні конкурентоспроможності підприємства з точки зору розвитку у довгостроковому періоді, а також основні складності та проблеми запровадження збалансованого маркетингового управління.*

Ключові слова: *маркетинг, маркетингові інструменти, маркетинг-мікс, електронна комерція.*

Аннотация. *Рассмотрены основные маркетинговые инструменты, их роль в повышении конкурентоспособности предприятия с точки зрения развития в долгосрочном периоде, а также основные сложности и проблемы внедрения сбалансированного маркетингового управления.*

Ключевые слова: *маркетинг, маркетинговые инструменты, маркетинг-микс, электронная коммерция.*

The use of marketing tools is rather crucial point in managing the activity of enterprise nowadays, especially in highly competitive market. Today more and more companies face the situation, which supposes the value of the products or services provided by many enterprises of the same industry is almost the same. This problem is particularly obvious

© Tolok D. O., 2015

and important for trading companies, which are not capable to influence the quality of a product they provide. The importance of such problems rises year by year with the rising amount of enterprises entering the highly competitive markets.

The problem of marketing tools usage in modern economy, theoretical suggestions and practical recommendations were considered by P. Kotler, L. Kevin, H. McGraw, E. Schultz, K. Stolley, V. Raja, D. Hochbaum and many others.

The purpose of this article is to consider the problem of today's highly competitive economy on an example of small trading companies, to give theoretical and practical recommendations on improvement of enterprises management and to forecast the possible outcomes of the implemented measures.

The problem comes from the original producers, which are the only suppliers for those trading companies, which are struggling year by year in order to compete with each other in internal market. The good example is the companies, which are using e-commerce for trading in countries, where such dominating brands as eBay and Amazon are still not represented. These small trading companies should add some additional value to the service they provide when selling the product and compete by cutting costs in order to gain the cost leadership in a market.

In this article, the reader will face the proposition to consider the basic points, which are crucial to build a survival strategy for a short term, and then a strategy of success in a long run. This concept will be built basing on the marketing mix, each point of which will be considered.

The marketing mixes a theory, based on four main coordinates of marketing planning, which are the following:

– product;

– price;

– promotion;

– place [1].

The product. This point is rather constant, as we consider the conditions of selling the same product as the competitor sells, as the seller is not the producer. The difficulty is to create an assortment, which is very sophisticated to define; bigger assortment means bigger customer interest, but bigger costs. In order to define the assortment, the first marketing tool comes as a help. The tool is the initial marketing research, which is a form of business research, targeted to understanding of customer behavior, their desires and preferences, the behavior of competitors and markets in a particular economy. Such marketing research takes investments, but this measure should be taken in order to achieve the basic knowledge of conditions, in which the enterprise is going to operate. The recommendation is actual for such markets, where the product proposed is rather the same, and its innovation is not the responsibility of a seller. Many companies do not study markets, in which they operate, carefully. That is the reason of logistics costs increase and challenges in pricing, the marketing mix points generate big problems for an enterprise, as the costs grow [2]. Here is the first question is answered: «What to sell?».

Price. This point is the key one for the conditions of high competitiveness. The price is an outcome of the internal costs, which are generated inside the enterprise. The new challenge for pricing is added by e-commerce, which is rather good for cost cuttings, but makes big challenges in profit generating. Today with the development of internet services the potential customers are able to compare the prices for the same product in a certain area. More and more companies start to compete just via cost minimization, and less and less pay attention to creating an additional service value. The value takes investments and makes the costs higher, but it is rather crucial for succeeding in a long run. This point is tightly connected to the place and promotion, which are the main «cost drivers». Here the important question is answered: «What price is appropriate enough to satisfy the seller and the customer?».

Promotion. The promotion is the most flexible point in comparison to the other three, as it takes the most part of seller's imagination, when the other point are mostly driven by the obstacles and conditions given by market. Promoting the business is very important nowadays, but more important is to promote the quality of service provided when selling the product [3]. The increase in loyal customers generates the results in a long-term. Today it is important to establish the customer relationship management, which gives a possibility to play with discounts for loyal clients, and, therefore, creates a possibility to regulate the pricing on certain products. The well-performed CRM helps to hold the same customers even when the competitor proposes the lower initial price, as in most cases it stimulates to buy more and more from the same seller.

Place. The new era has given a challenge for hodiernal resellers. The more recognizable and simple product takes more and more challenges in selling in usual shops. The e-commerce had already taken its place in marketing and sales strategies of numerous enterprises. Especially the B2C sphere seems incapable without usage of such popular internet platforms. Of course, the physical place of selling the product is still important, but the war of advertising has gone in internet, where the best e-proposition wins the challenge. Most companies in high competitive markets should pay their attention to aspect. The place point always interacted rather tightly with promotion and still the development of one point has no sense without the right development of another. The e-commerce takes the world, therefore, the sellers should be present in both coordinates, physical and virtual one [4].

The right cost balance and the right strategy, which is the outcome of consideration these four main coordinates will make a possibility for a seller to, gain its stable place in the market. There are less and less opportunities for growth through the innovations in selling and marketing, therefore, the management takes the first place in achieving of success. The management in its turn is based on an accurate planning, the most challenging aspect of today's businesses.

Supervisor – Candidate of Sciences (Economics), Associate Professor Blyznyuk T. P.

Literature: 1. Marketing Mix Definition [Electronic resource] // The Economic Times. – Access of mode : http: //economictimes.indiatimes.com/definition/marketing-mix. **2.** The Importance of marketing [Electronic resource] // HubPages. – Access of mode : http://hubpages.com/business/importance-of-marketing. **3.** Importance of Marketing [Electronic resource] // Exforsys Inc. – Access of mode : http://www.exforsys.com/career-center/marketing-management/importance-of-marketing.html. **4.** Конышева М. В. Управление маркетингом: теория, практика, информационные технологии : учеб. пособие / М. В. Конышева, М. К. Моисеева ; под ред. М. К. Моисеевой. – М. : Финансы и статистика, 2002. – 304 с. **5.** Котлер Ф. Маркетинг и менеджмент / Ф. Котлер. – СПб. : Питер, 1999. – 896 с.

ГЕРМЕНЕВТИЧНА ФІЛОСОФІЯ ПРАВА ТА ЗДІЙСНЕННЯ ПРАВОСУДДЯ В СУЧАСНОМУ СВІТІ

УДК 172:347(477)

Тороєва В. О.

Студент 1 курсу
фінансового факультету ХНЕУ ім. С. Кузнеця

Анотація. *Розглянуто деякі фактори, що перешкоджають розвитку судової системи в Україні, зокрема, недостатньо ефективний вплив юридичної теорії на практику. Доведено необхідність системного вивчення судової інтерпретації за допомогою юридичної герменевтики, що має витоки у філософській герменевтичній думці.*

Ключові слова: *герменевтика, право, правосуддя, демократія.*

Аннотация. *Рассмотрены некоторые факторы, препятствующие развитию судебной системы в Украине, в частности, недостаточно эффективное влияние юридической теории на практику. Доказана необходимость системного изучения судебной интерпретации с помощью юридической герменевтики, имеющей истоки в философской герменевтической мысли.*

Ключевые слова: *герменевтика, право, правосудие, демократия.*

Annotation. *Deals with some of the factors hindering the development of the judicial system in Ukraine. In particular it pays attention to the methodological crisis and lack of effective influence of legal theory to practice. The author justifies the need for a systematic study of judicial interpretation by a legal hermeneutics, which has roots in the philosophical hermeneutic thought.*

Keywords: *hermeneutics, law, justice, democracy.*

Нині безперечним є факт, що найголовнішим засобом забезпечення реалізації та захисту прав і свобод людини є суд. Рівень демократії в кожному суспільстві визначається місцем цієї установи в системі органів державної влади та реальною спроможністю судді об'єктивно й неупереджено, на основі власного внутрішнього переконання прийняти вірне рішення, здійснивши правильну інтерпретацію фактичних обставин справи та права, і тим самим відновити порушені права та захистити законні інтереси особи [4, с. 35].

© Тороєва В. О., 2015

Конституція України піднесла статус суду на принципово новий рівень, закріпивши принцип незалежності суддів і самостійності судової влади, що, у свою чергу, надало більше можливостей для реального гарантування захисту людини. Юрисдикція цього державного органу поширилася на всі правовідносини, що виникають в країні. Однак авторитет суду в суспільстві перш за все залежить від ефективності правосуддя, тобто професіоналізму і моральності суддів, їх спроможності встановити правду та відновити справедливість.

Разом із тим, існуючий механізм здійснення правосуддя в багатьох аспектах характеризується відсутністю єдності та системних зв'язків. Однією з головних причин цього є недостатньо ефективний вплив юридичної теорії на практику, наслідком чого стала безсистемність, численні помилки всупереч основним закономірностям, розробленим офіційною наукою. Криза в сфері правосуддя є здебільшого зумовленою розпливчастістю та нечіткістю сучасних теоретичних конструкцій щодо концепції праворозуміння, методології судочинства, механізму взаємозв'язку розуміння правової реальності та фактичних обставин справи суддею тощо.

Необхідно також зважати і на те, що початок XXI століття в країні ознаменувався методологічною кризою у сфері юриспруденції. Під впливом демократичних перетворень було визначено нові орієнтири розбудови правової системи України, але існуючі старі наукові підходи, породжені майже сторічним пануванням догматичної парадигми в сфері держави та права, стримують процес розвитку теорії та практики в країні. Ситуація невизначеності в цій сфері ускладнюється і процесом світового переосмислення соціальної дійсності, у якому юснатуралізм все більше витісняє позитивізм.

Створення правової держави та громадянського суспільства як центральний та провідний орієнтир реформування владного механізму в світі формулює нині нову парадигму розуміння правової реальності. Сучасна загальна тенденція перетворення постіндустріальної держави на соціальну набуває все реальніших обрисів [6]. За таких умов найбільшої актуальності та гостроти набувають питання визначення сутності та змісту демократичного режиму правління, взаємної відповідальності влади й особистості, захисту прав людини, нормативного забезпечення розвитку кожного індивіда в системі суспільних відносин, пошуки оптимальної моделі правової системи взагалі. Стає все очевидніше, що методи, які використовувалися дотепер у цій сфері теоретичного знання, уже не задовольняють потреби людства.

Необхідно зауважити, що у кризових ситуаціях існування соціуму, за неоднозначних моментів у виборі подальшого руху, що характеризуються, як правило, методологічною кризою, на допомогу завжди приходило філософське осмислення дійсності.

Нині все більше усвідомлюваною є необхідність упровадження методів, які до цього часу перебували на узбіччі офіційності. Одним із таких перспективних напрямів є, безумовно, герменевтика. Це унікальна універсальна методологія гуманітарних наук як мистецтво інтерпретування суспільних явищ спроможна надати нового імпульсу розвитку наукової думки для розв'язання нагальних сучасних питань [2, с. 349].

Розвиток юридичної герменевтики в світі набув дійсно широких масштабів. У наукових колах все більше стверджується теза про потребу застосування герменевтики як засобу розуміння дійсності. Так, у західній академічній юриспруденції ця тенденція відобразилася у масовому зверненні поглядів науковців на це вчення, що у сучасному варіанті дає бачення комплексного розв'язання всього спектра соціальних проблем, у тому числі правових. Найкраще осягнути глибинний зміст можна за допомогою філософії, а усвідомити саме розуміння, яким просякнута уся професійна діяльність судді, можна лише за допомогою юридичної герменевтики, що наводить на думку про необхідність дослідження правосуддя крізь призму цієї методології. Недостатнє обґрунтування необхідності розробки системного вивчення судової інтерпретації свідчить про актуальність даних досліджень.

Очевидно, що погляд на правосуддя крізь призму юридичної герменевтики дозволить більш повно з'ясувати справжню природу судочинства як суспільного феномена та знайти нові напрями для покращення судової практики й викорінення негативних явищ у цій сфері. Важливість запропонованої тематики зростає й через те, що визначення глибинної суті судочинства нині не було на порядку денному філософсько-правової наукової думки. Досі вповні так і не було з'ясовано справжній зміст суддівської інтерпретації. Розкриття цієї проблеми дозволяє знайти шляхи оптимізації діяльності судді. Тому це питання є життєво важливим як для судової влади, так і суспільства взагалі [1, с. 192].

На практиці значущий розрив змісту дозволяє використовувати правовий «зазор» для того, щоб реалізувати свої наміри. Це не дивно, якщо мати на увазі, що текст закону сприймається різними читачами по-різному вже через те, що сприйняття будь-якого тексту пов'язане з декодуванням змісту на основі здібностей сприймаючого, які є унікальними. Результат сприйняття може відрізнятися від сприйняття того ж тексту іншим суб'єктом, оскільки текст (як і мовлення, як способи передачі інформації, її носії) споконвічно припускає наявність двозначності. Пошук змісту правової норми як основна тенденція, що поєднує всіх юристів, є не чим іншим, як змістом їх професійної діяльності, що припускає, крім абсолютних знань, які осягаються за допомогою логіко-формальних процедур у ході вивчення закону, уміння використовувати значущі розриви змісту правової норми, щоб реалізувати свої наміри, повернувши правову ситуацію на свою користь.

Своєрідність логіко-філософського методу вивчення суб'єктивного в праві полягає в тезі, відповідно до якої пізнання правового явища як соціального феномена можливе за допомогою вивчення суб'єкта, який у цьому

процесі бере участь. Таким чином, існує різкий порівняно з наявними в юриспруденції підходами поворот проблематики. Питання, за яких умов суб'єкт вчинить так чи інакше, заміняється питанням, хто цей суб'єкт і що це за істота, буття якої полягає в процесуальній або іншій юридично значущій діяльності (наприклад цивільно-правовій).

Фундаментальною проблемою дослідження є неможливість повної формалізації змістовного потенціалу норми, яку й має подолати герменевтичний підхід. Концепція герменевтичного потенціалу норми права дозволяє об'єднати розрізнені загальнотеоретичні та конкретно-наукові дослідження нормативності в єдине поле нормативної герменевтики й систематизувати розрізнені контексти нормативних систем.

Підвищення соціальної значущості правознавства вимагає врахування можливості втручання норм права в усталені етичні та світоглядні структури суспільного буття. Важливим знаряддям контролю за гуманістичними наслідками розростання інформаційних технологій є врахування герменевтичного потенціалу норми права.

Відтак на часі розгляд юридичної герменевтики як дієвої сучасної методології здійснення правосуддя.

Науковий керівник – доцент Потоцька Ю. І.

Література: 1. Барак А. Судейское усмотрение / А. Барак ; пер. с англ. – М. : Норма, 1999. – 376 с. **2.** Гадамер Х.-Г. Истина и метод. Основы философской герменевтики / Х.-Г. Гадамер ; пер. с нем. – М. : Прогресс, 1988. – 704 с. **3.** Данільян О. Г. Філософія права : навч. посіб. / О. Г. Данільян, Л. Д. Байрачна, С. І. Максимов [та ін.] ; за заг. ред. О. Г. Данільяна. – Київ : Юрінком Інтер, 2002. – С. 5–27. **4.** Маляренко В. Актуальні проблеми становлення судової влади в Україні / В. Маляренко // Право України. – 1996. – № 1. – С. 31–36. **5.** Роман І. О. Герменевтична парадигма норми в лінгвістиці / І. О. Роман // Науковий вісник Чернівецького національного університету. – Вип. 101. – 2001. – С. 63–66. **6.** Честнов И. Л. Диалогическая онтология права в ситуации постмодерна / И. Л. Честнов // Правоведение. – 2001. – № 3. – С. 45–52.

ІМІДЖ ТОРГОВЕЛЬНОГО ПІДПРИЄМСТВА ЯК ФАКТОР ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ

УДК 17.022.1

Треус К. А.

Студент 4 курсу
факультету менеджменту та маркетингу ХНЕУ ім. С. Кузнеця

Анотація. *Проаналізовано поняття іміджу й іміджу торговельного підприємства. Обґрунтовано необхідність формування іміджу торговельного підприємства Визначено інструменти, що є застосовуваними для створення іміджу підприємства.*

Ключові слова: *імідж, імідж організації, імідж торговельного підприємства, бренд торговельного закладу.*

Аннотация. *Проанализированы понятия имиджа и имиджа торгового предприятия. Обоснована необходимость формирования имиджа торгового предприятия. Определены инструменты, используемые для создания имиджа предприятия.*

Ключевые слова: *имидж, имидж организации, имидж торгового предприятия, бренд торгового заведения.*

Annotation. *Analysis of the concepts of image, image of organization was performed. The necessity of forming the image of a trading enterprise has been proved. Important instruments when creating the image of the company were highlighted.*

Keywords: *image, image organization, commercial enterprise image, brand commercial establishment.*

© Треус К. А., 2015

За умов невизначеності зовнішнього середовища, швидких змін та посилення конкуренції на ринку роздрібної торгівлі імідж торговельного підприємства стає одним із найважливіших інструментів боротьби за споживачів. Основними тенденціями, що зумовили підвищення значущості іміджу як інструменту конкурентної боротьби, є постійне збільшення кількості роздрібних торговельних точок і зміна структури ринку роздрібних торговельних послуг на користь більш сильних гравців. Конкурентоспроможність торговельного підприємства визначається рівнем прихильності до нього покупців, а лояльність покупців залежить від суб'єктивної оцінки магазину, яка формується в їх свідомості. Гарний імідж слугує для споживачів певним орієнтиром у разі вибору роздрібної точки, що, на їх думку, дозволяє зекономити, знизити витрати часу, зменшити ризики придбати недоброякісний продукт або зіпсувати настрій спілкуванням із некваліфікованим персоналом. Таким чином, позитивний імідж є невід'ємним елементом конкурентоспроможності торговельного підприємства за умов конкурентного середовища.

Проблеми іміджу організації розглядали в наукових працях такі вітчизняні та зарубіжні автори: Діброва Т., Нестерова Ю., Попова Є., Муромкіна І., Горбаткін Д., Нікольська І., Перелигіна О., Почепцов Г., Феофанов О., Джи Б., Ламбен Ж.-Ж., Котлер Ф., Дороті Д., Енджел Е. та ін. Проте фундаментальних праць, які б висвітлювали процес формування іміджу торговельної організації, методи та інструменти формування іміджу, небагато. Відтак існує необхідність вивчення проблематики формування іміджу торговельної організації, тож метою статті є аналіз і систематизація визначень понять «імідж» та «імідж торговельного підприємства», інструментів формування іміджу торговельного підприємства.

Поняття «імідж» походить від латинського «imago», що означає «імітувати», і часто вживається фахівцями з етикету, дизайну, психології, соціології, брендингу, реклами. Необхідно зазначити, що представники різних наук або сфер діяльності наділяють явище іміджу різними характеристиками.

Котлер Ф. розглядає імідж як набір уявлень, ідей і вражень індивіда про той чи інший об'єкт [5]. Імідж об'єкта, на думку Віханського О. С., – це стійке уявлення про особливості, специфічні властивості й риси, характерні для певного об'єкта [1]. Бурстін Д. бачить призначення іміджу в досягненні певних цілей, визначає його як засіб для досягнення чого-небудь [8]. Імідж можна направлено формувати, уточнювати чи змінювати за допомогою модифікації дій [1]. Адаптуючи поняття іміджу до комерційної діяльності, його можна визначити як сукупне суспільне сприйняття організації споживачами.

На думку Котлера Ф., організаційний імідж – це сприйняття компанії або її товарів суспільством [5]. Апьошина І. та Кох Р. розглядають організаційний імідж як образ організації в уявленні груп суспільства. Відтак імідж організації слід розглядати як сформований образ, наділений додатковими властивостями або заснований на реальних характеристиках організації, що має соціальну значущість для людини, яка його сприймає. Імідж організації розглядають як існуючу у свідомості людей систему уявлень (образів) і оцінок, об'єктом яких вона є [3]. Невід'ємним атрибутом будь-якої системи є структура (сукупність стійких елементів, пов'язаних у єдине ціле). Ця структура визначається сукупністю характеристик, що надають уявлення про її діяльність.

Існують базові характеристики, що належать будь-якому типу організації і є тлумачуваними залежно від специфіки тієї чи іншої організації. Для іміджу важливою є не сама характеристика, а те уявлення, яке можна створити про неї професійними засобами, і які забезпечать організації позитивний імідж.

Імідж організації поділяють на зовнішній і внутрішній, що є тісно пов'язаними між собою. Зовнішній імідж складають зовнішня атрибутика, образ персоналу, імідж продукції / послуг, бізнес-імідж, соціальний імідж організації. До внутрішнього іміджу належать образ керівника організації, ділова культура організації, образ персоналу, стиль організації, бізнес-імідж [6].

Будь-яка організація існує в конкретному середовищі, що є зовнішнім або внутрішнім для цієї організації. До зовнішнього середовища прямого впливу належить те, із чим вона безпосередньо зіткається: конкуренти, споживачі, громадські організації, ЗМІ, закони, державні органи тощо. На імідж організації впливає зовнішнє середовище непрямого впливу, до якого належать стан економіки, рівень розвитку науки і технічного прогресу, різні політичні фактори, соціально-культурні фактори і традиції, ситуація в світі в цілому. Ці елементи накладають свій відбиток на імідж, але жодна організація не має можливості серйозно вплинути на них. Їх слід неодмінно враховувати їх у ході роботи над іміджем.

Крім зовнішніх факторів, існує ще внутрішнє середовище організації, основними елементами якого є цілі (стратегія), завдання (план, тактика), кадри, технологія, організаційна структура. Саме ці елементи є найбільш важливими для іміджу організації.

Іміджем торговельної організації є цілеспрямовано сформований образ у свідомості споживача, що має емоційно та психологічно впливати на нього шляхом єдиного спрямованого вираження цінності образу через атрибути іміджу торговельної організації.

Якщо в процесі формування іміджу торговельної організації вдається створити позитивний імідж, то процес формування іміджу торговельної організації переростає в процес брендингу.

Брендом торговельного закладу є торговельна марка, яку використовують для його ідентифікації. Її асоціюють із певними перевагами торговельної послуги. Бренд несе в собі цілісний імідж як торговельної послуги, так і всього асортименту.

Формування іміджу роздрібних торговельних фірм є визначуваним певними факторами: характеристиками покупців / споживачів, кількістю марок у асортименті, типом товарів, широтою та специфікою асортименту, місцем розташування, рівнем націнки за бренд, кількістю магазинів під однією маркою, кількістю торговельних підприємств під одним дахом [6].

Традиційно для формування іміджу торговельні підприємства використовують такі інструменти:

1) фірмовий стиль є основою іміджу, головним засобом його формування;

2) візуальні засоби – дизайнерські прийоми формування іміджу;

3) вербальні (словесні) засоби – спеціально підібрана стилістика, орієнтована на потреби споживача (внутрішнього й зовнішнього);

4) рекламні засоби, що сприяють формуванню позитивного ставлення;

5) PP-заходи – спланованні постійні зусилля щодо встановлення й розвитку взаєморозуміння між підприємством і громадськістю: виставки, презентації, прес-конференції, спонсорські заходи.

Нині з'явилися нові інструменти формування іміджу: створення сайту, застосування соціальних медіа тощо. Ці інструменти дозволяють швидко отримувати інформацію про проблеми з іміджем і ефективно коригувати його.

Соціальні мережі відіграють важливу роль як PR-інструмент, що працює на формування іміджу компанії як експерта в певній галузі. На сторінці в Facebook, ВКонтакте, Twitter публікується інформація, у першу чергу, про те, чим живуть співробітники, які події відбуваються у компанії, які ініціативи вона підтримує. Через величезну кількість зареєстрованих користувачів у соціальних мережах створення співтовариств і публічних сторінок є надзвичайно дієвим інструментом формування позитивного іміджу компанії. Основною метою управління репутацією за допомогою соціальних медіа є формування потрібної думки та відгуків клієнта про продукт через прямий і непрямий контакт з цільовою аудиторією, зворотний зв'язок, використання спрямованого впливу громадської думки на бренд тощо.

Таким чином, імідж торговельної організації відіграє значну роль в конкурентній боротьбі на ринку та допомагає підвищити конкурентоспроможність торговельного підприємства. Щоб правильно сформувати імідж, компаніям необхідно враховувати інтереси споживачів, що, у свою чергу, допоможе оминути та подолати бар'єри сприйняття, диференціювати себе у свідомості споживачів для досягнення цілей бізнесу.

Науковий керівник – канд. екон. наук, викладач Гронь О. В.

Література: 1. Виханский О. С. Менеджмент : учебник / О. С. Виханский, А. И. Наумов. – М. : Экономистъ, 2006. – 670 с. **2.** Горбаткин Д. А. Имидж организации: структура, механизмы функционирования, подходы к формированию : дис. … канд. психол. наук : 19.00.05 / Горбаткин Денис Александрович. – М., 2002. – 169 с. **3.** Джи Б. Имидж фирмы. Планирование, формирование, продвижение / Б. Джи ; пер. с англ. – СПб. : Питер, 2000. – 224 с. **4.** Зозульов О. В. Ринкове позиціонування: з чого починається створення успішних брендів / О. В. Зозульов, Н. Л. Писаренко. – Київ : Знання-Прес, 2004. – 199 с. **5.** Котлер Ф. Маркетинг менеджмент / Ф. Котлер, К. Келлер. – СПб. : Питер, 2006. – 466 с. **6.** Никольская И. Ю. Структура имиджа предприятия и факторы его формирования : автореф. дис. … канд. психол. наук : 19.00.05 / Никольская Инна Юрьевна. – Ярославль, ЯрГУ, 1998. – 22 с. **7.** Энджел Д. Поведение потребителей : учебник / Р. Блэкуэлл, П. Миниард, Д. Энджел. – СПб. : Питер Ком, 1999. – 768 с. **8.** Шестаков В. П. Мифология XX века. Критика теории и практики буржуазной массовой культуры : монография / В. П. Шестаков. – М. : Искусство, 1988. – С. 57–68.

АНАЛІЗ ФІНАНСОВОЇ БЕЗПЕКИ БАНКУ ІЗ ЗАСТОСУВАННЯМ ТАКСОНОМІЧНОГО МЕТОДУ

УДК 336.71:005.915

Трояченко М. В.

Студент 4 курсу
фінансового факультету ХНЕУ ім. С. Кузнеця

Анотація. *Проаналізовано підходи до оцінювання фінансової безпеки акціонерного товариства «Ощадбанк». Виявлено фактори негативного впливу на рівень фінансової безпеки, запропоновано шляхи удосконалення фінансової безпеки банку.*

Ключові слова: *фінансова безпека, таксономічний аналіз.*

Аннотация. *Проанализированы подходы к оценке финансовой безопасности акционерного общества «Ощадбанк». Определены факторы, негативно влияющие на уровень финансовой безопасности акционерного общества «Ощадбанк», предложены пути совершенствования финансовой безопасности банка.*

Ключевые слова: *финансовая безопасность, таксономический анализ.*

Annotation. *Analysis one of approaches to assessing the financial security of Joint Stock Company «Oschadbank», namely taxonomic method, identified factors that adversely affect the level of financial security JSC «Oschadbank». In conclusion are ways to improve the financial security of the bank.*

Keywords: *financial security, taxonomic analysis.*

У більшості банків України фінансовій безпеці не приділяється достатньо уваги. Проте після того, як почалася їх активна співпраця із зарубіжними інвесторами та партнерами, які розглядають стан фінансової безпеки як один із головних показників стабільності банку, більшість банків почали звертати на нього більше уваги. Але визначення рівня фінансової безпеки є ще недостатньо розглянутим, відтак ця тема потребує подальшого дослідження.

Значний внесок у дослідження проблем забезпечення та визначення стану фінансової безпеки банку зробили такі вчені: Барановський О. І., Зубок М. І., Васильченко С. В., Штаєр О. М., Губарєва І. О. та ін.

Метою статті є визначення факторів впливу на рівень фінансової безпеки.

На основі даних, а саме звіту про фінансовий стан (баланс); звіту про прибутки і збитки та інший сукупний дохід (звіту про фінансові результати); приміток, потенційних зобов'язань банку; окремих показників діяльності банку розраховують показники, що якісно та в повному обсязі розкривають фінансову безпеку АТ «Ощадбанк».

Подані у табл. 1 відомості свідчать, що фінансова ситуація в банку із кожним роком погіршується.

Ліквідність за аналізований період (2012–2014 рр.) знизилися. Показники не відповідають рівню НБУ за визначенням показника поточної ліквідності. Цей показник у 2012 р. складав 127 %, а у 2014 р. знизився до 122 % (нормою потрібно вважати понад 60 %). Показник миттєвої ліквідності у 2012 р. мав значення 23 % при нормі не менше 20 %, а вже у 2013–2014 рр. цей показник опустився за межі норми.

Рентабельність АТ «Ощадбанк» також має негативну тенденцію. У 2012–2013 рр. рентабельність мала позитивне значення, що підтверджується отриманням прибутку. Але у 2014 р. рентабельність має негативне значення; це означає, що банк у 2014 р. мав збитки. Така тенденція є неприпустимою, адже будь-яка фінансова установа зацікавлена в отриманні прибутку, оскільки саме прибуток дозволяє банку розвиватися.

Розрахунок коефіцієнтів здійснюють за допомогою таких груп показників: показники фінансової стійкості банку; показники, що характеризують ділову активність банку; показники ліквідності; а також показники ефективності управління (рентабельність банку за чистим прибутком).

Таблиця 1

Система показників фінансового стану банку

№ з/п	Назва показника	Алгоритм розрахунку	2012	2013	2014
1	2	3	4	5	6
Показники фінансової стійкості банків					
1	Коефіцієнт мультиплікатора капіталу	$K_{мк} = A / K_a$	0,99	0,44	0,75
2	Коефіцієнт надійності	$K_н = K / З_к$	0,27	0,22	0,22

© Трояченко М. В., 2015

Закінчення табл. 1

1	2	3	4	5	6
3	Коефіцієнт фінансового важеля	$K_{фв} = З_к / К$	3,75	4,06	4,63
4	Коефіцієнт участі власного капіталу у формуванні активів (достатність капіталу)	$K_{ук} = К / А_{заг}$	0,21	0,20	0,18
Показники ділової активності					
1	Коефіцієнт активності залучення запозичених та залучених коштів	$K_{зк} = З_к / П_{заг}$	0,68	0,68	0,64
2	Коефіцієнт активності використання залучених коштів у кредитний портфель	$K_{зкр} = КР / Зк$	0,87	0,73	0,85
3	Коефіцієнт кредитної активності інвестицій у кредитний портфель	$K_{кра} = КР / А_з$	0,6	0,5	0,54
4	Коефіцієнт загальної інвестиційної активності у цінні папери та пайову участь	$K_{іа} = ЦПП / А_з$	0,15	0,34	0,31
Показники ліквідності					
1	Коефіцієнт миттєвої ліквідності	$K_м = (К_п – К_р) / П \cdot 100\%$	0,23	0,08	0,13
2	Коефіцієнт поточної ліквідності банку	$K_п = (А / З) \cdot 100\%$	1,27	1,25	0,54
3	Коефіцієнт короткострокової ліквідності	$K_{кр} = (Ап / Зк) \cdot 100\%$	0,39	0,15	0,25
Показники ефективності управління банком					
1	Рентабельність активів, %	$K_7 = ЧП / А_з$	0,01	0,01	–0,07
2	Рентабельність загального капіталу	$K_9 = ЧП / К_{заг}$	0,03	0,03	–0,38
3	Рентабельність статутного фонду (акціонерного капіталу)	$K_{10} = ЧП / К_а$	0,04	0,04	–0,47

Таким чином, спочатку дані показники маємо визначити як $X_1 \ldots X_{14}$.

Наступною дією є визначення середнього арифметичного та середньоквадратичного, що виконують із застосуванням програми Microsoft Excel. Для розрахунку середнього арифметичного використовують функцію Microsoft Excel СРЗНАЧ, для розрахунку середнього квадратичного – функцію СТАНДОТКЛОН. Отримані дані наведено в табл. 2. Наступним кроком є побудова таблиці стандартизованих значень.

Дані таблиці розраховували за формулою:

$$X_1 = (0{,}99–0{,}73) / 0{,}28 = 0{,}96. \quad (1)$$

Наступні показники розраховували так само. Надалі слід визначити показники-стимулятори та показники-дестимулятори. Як показники-стимулятори визначено коефіцієнт мультиплікатора капіталу, коефіцієнт активності використання залучених коштів у кредитний портфель, коефіцієнт кредитної активності інвестицій у кредитний портфель, коефіцієнт загальної інвестиційної активності у цінні папери і пайову участь, коефіцієнт кредитної активності інвестицій у кредитний портфель, коефіцієнт миттєвої ліквідності, коефіцієнт короткострокової ліквідності, рентабельність активів, рентабельність загального капіталу, рентабельність статутного фонду (акціонерного капіталу). Як показники-дестимулятори визначено коефіцієнт активності використання залучених коштів у кредитний портфель, коефіцієнт загальної інвестиційної активності у цінні папери і пайову участь, коефіцієнт поточної ліквідності банку [1].

Наступним етапом є розрахунок точки еталона. Точка еталона в цьому дослідженні – це штучний банк, що характеризується найкращими значеннями за кожним із показників $X_1 \ldots X_{14}$ серед усіх інших банків. Відтак якщо показники $X_{1, 2, 3, 4, 5, 7, 9, 11, 12, 13, 14}$ є стимуляторами, точку еталона для таких показників розраховують за допомогою функції Microsoft Excel «max». Якщо показники $X_{6, 8, 10}$ є дестимуляторами, точку еталона розраховують за допомогою функції «min» [3].

Передостаннім етапом аналізу фінансової безпеки банку за допомогою таксономічного аналізу було визначення відстані між окремими точками, що характеризують показники аналізу, і точкою-еталоном [1]. Наступною дією був розрахунок евклідової відстані (Сіо) (табл. 3). Цей показник розраховують як суму показника відстані від еталона [1]; показник «d» є результатом оцінювання. Саме такі значення фінансової безпеки має АТ «Ощадбанк» [1] (рис. 1).

Останнім етапом розрахунку фінансової безпеки банку є розрахунок інтегрального таксономічного показника.

Таблиця 2

Вихідні дані для розрахунку таксономічного показника

Показники		Коефіцієнт мультиплікатора капіталу	Коефіцієнт надійності	Коефіцієнт фінансового важеля	Коефіцієнт участі власного капіталу у формуванні активів	Коефіцієнт активності залучення коштів	Коефіцієнт активності використання коштів	Коефіцієнт кредитної активності інвестицій у кредитний портфель	Коефіцієнт загальної інвестиційної активності	Коефіцієнт миттєвої ліквідності	Коефіцієнт поточної ліквідності	Коефіцієнт короткострокової ліквідності	Рентабельність активів	Рентабельність загального капіталу	Рентабельність акціонерного капіталу
		X1	*X2*	X_3	X_4	X_5	X_6	X_7	X_8	X_9	X_{10}	X_{11}	X_{12}	X_{13}	X_{14}
АТ «Ощадбанк»	Роки														
	2012	0,99	0,27	3,75	0,21	0,68	0,87	0,60	0,15	0,23	1,27	0,39	0,01	0,03	0,04
	2013	0,44	0,22	4,06	0,20	0,68	0,73	0,50	0,34	0,08	1,25	0,15	0,01	0,03	0,04
	2014	0,75	0,22	4,63	0,18	0,64	0,85	0,54	0,31	0,13	1,22	0,25	-0,07	-0,38	-0,47
СРЗНАЧ		0,73	0,24	4,15	0,20	0,67	0,82	0,55	0,27	0,15	1,25	0,26	-0,02	-0,11	-0,13
СТАНДОТКЛОН		0,28	0,03	0,45	0,02	0,02	0,08	0,05	0,10	0,08	0,03	0,12	0,05	0,24	0,29
Точка еталона		0,96	1,15	1,08	0,87	0,58	−1,14	1,06	−1,14	1,09	-1,06	1,05	0,58	0,58	0,58

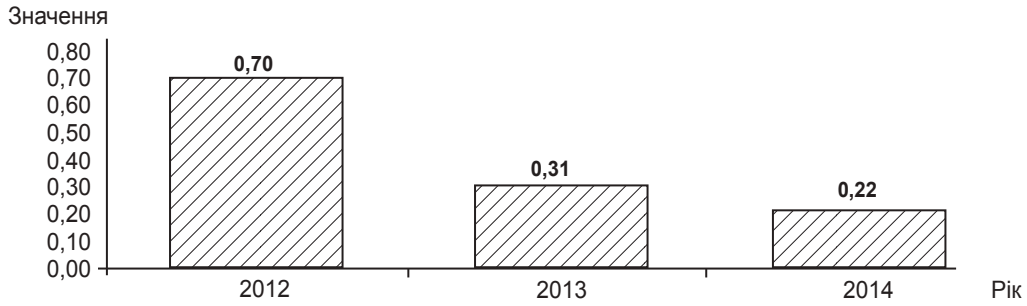

Рис. 1. **Динаміка інтегрального таксономічного показника акціонерного товариства «Ощадбанк»**

Таблиця 3

Розрахунок таксономічного показника

Період	Cio	S	Co	d
2012	11,25	7,72	37,45	0,70
2013	25,69	–	–	0,31
2014	29,06	–	–	0,22
СРЗНАЧ	22,00	–	–	–

Таким чином, можна зробити висновок, що фінансова безпека банку знизилась. Як було зазначено, чим ближче значення до 1, тим вищою є фінансова безпека банку. Таким був результат у 2012 р. (0,7). Починаючи з 2013 р., цей показник почав знижуватися і вже у 2013 р. він становив 0,31. Таке зниження спричинили спад ліквідності банку та ділової активності. Але попри те, що керівництво знало про зниження показників, воно не змогло втрутитися в деструктивні зміни зовнішнього середовища, і в 2014 р. стан фінансової безпеки продовжував погіршуватися. У 2014 р. таксономічний інтегральний коефіцієнт фінансової безпеки становив 0,22, хоча банк все-таки трохи покращив ситуацію щодо ділової активності й ліквідності. Головним фактором зниження рівня фінансової безпеки можна вважати отримання збитку. Фінансова, політична та соціальна криза не могла не вплинути на зниження активності банківської діяльності та отримання фінансовою установою збитку, що й спричинило зниження фінансової безпеки банку.

Основними рекомендаціями для банку є залучення клієнтів, які можуть отримувати в банку заробітну плату, а також пропонувати клієнтам залишати кошти на депозитний рахунок під короткостроковий термін. Такі послуги допоможуть збільшити ліквідність банку, а саме короткострокову та миттєву ліквідність. Для запобігання отримання в 2015 р. збитку банку потрібно оптимізувати кредитний портфель, який матиме більшу прибутковість, ніж той кредитний портфель, що є нині. Керівництву АТ «Ощадбанк» слід покращити процес оцінювання кредитоспроможності позичальника задля зниження частки безнадійних і сумнівних кредитів.

Науковий керівник – канд. екон. наук, професор Журавльова І. В.

Література: 1. Губарєва І. О. Забезпечення управління економічною безпекою банку : монографія / І. О. Губарєва, О. М. Штаєр. – Харків : ІНЖЕК, 2013. – 312 с. **2.** Бєлай С. Застосування таксономічного методу для оцінювання соціально-економічної безпеки регіонів України [Електронний ресурс] / С. Бєлай. – Режим доступу : http://archive.nbuv.gov.ua/portal/soc_gum/Dums/2011_4/11 bsvbru.pdf. **3.** Васильченко З. М. Моделювання інтегрального показника економічної безпеки банку / З. М. Васильченко, І. П. Васильченко // Банківська справа. – 2006. – № 5. – С. 44–56.

ОРГАНІЗАЦІЯ АУДИТУ ФІНАНСОВОЇ ЗВІТНОСТІ

УДК 657.6:657.37

Усатий А. В.

Магістрант 1 року навчання
факультету обліку та аудиту ХНЕУ ім. С. Кузнеця

Анотація. *Розглянуто поняття організації аудиту фінансової звітності, а також етапи організації процесу аудиту фінансової звітності.*

Ключові слова: *аудит, організація аудиту, фінансова звітність, стадії та етапи аудиту.*

Аннотация. *Рассмотрено понятие организации аудита финансовой отчетности, а также этапы организации аудита финансовой отчетности.*

Ключевые слова: *аудит, организация аудита, финансовая отчетность, стадии и этапы аудита.*

Annotation. *Analysis the theoretical substantiation and the definition of organization of audit of financial statements in terms of different authors and discussed the organization of stages and phases of the process audit financial statements.*

Keywords: *audit, auditing, organization, financial reporting, audit stage steps.*

Розширення зовнішніх економічних зв'язків підприємства, швидкі темпи глобалізації, збільшення прямих іноземних інвестицій надає актуальності проблемі достовірності інформації фінансових звітів.

Основною метою аудиту фінансової звітності є підвищення рівня довіри користувачів до фінансової звітності через висловлення незалежної думки аудитором щодо її достовірності в усіх її важливих аспектах, а також відповідності її чинному законодавству. Достовірність усіх об'єктів, що є відображеними в обліку, є необхідною умовою облікової та звітної інформації як про майновий стан підприємства, так і про фінансові результати. Ось чому питання теоретичного обґрунтування організації аудиту фінансової звітності є нині актуальним та вимагає поглибленого дослідження.

Значний внесок у вивчення теорії організації аудиту фінансової звітності зробили такі провідні вітчизняні та зарубіжні науковці: Бодюк А. В., Ефімова Ф. Ф., Білуха М. Т., Гончарук Я. А., Дорош Н. І., Усач Б. Ф., Гутцайт Е. Н., Дженик Г. Р., Маутц Р. К. та ін. Однак для подальшого розвитку необхідно вдосконалювати теоретичні засади організації аудиту фінансової звітності. Відтак метою написання статті є розкриття сутності аудиту фінансової звітності та розробка рекомендацій щодо вдосконалення організації процесу аудиту фінансової звітності.

Фінансова звітність – це бухгалтерська звітність, що містить інформацію про фінансове становище, результати діяльності та рух грошових коштів підприємства за звітний період [1]. Аудит фінансової звітності – це аудиторська перевірка фінансових звітів, що має на меті надання можливості аудитору висловити думку про те, чи складено ці фінансові звіти відповідно до визначеної концептуальної основи звітності [2].

Уніфікація та формалізація підходів до забезпечення точності отриманих результатів та якості проведеного аудиту, оцінювання аудиторського ризику та визначення рівня суттєвості потребує дотримання єдиної організації проведення процесу аудиту.

Розглянемо поняття організації аудиту фінансової звітності з точки зору різних вітчизняних авторів (табл. 1).

Таблиця 1

Основні визначення поняття організації аудиту фінансової звітності

Автор	Визначення
Білуха М. Т. [3, с. 31]	Упорядкованість, взаємодія окремих елементів, що є функціонально залежними
Дікань Л. В. [4, с. 89]	Система заходів, що забезпечує раціональне використання наявних ресурсів
Пилипенко А. А. [5, с. 42]	Процес, пов'язаний зі свідомим впливом на об'єкт, а відтак із наявністю організатора та контингенту суб'єктів, що підлягають організації

Згідно із Законом України «Про аудиторську діяльність» аудит здійснюють незалежні особи (аудитори), аудиторські фірми, що є уповноваженими суб'єктами господарювання на його проведення. Тому під організаційною формою аудиторського процесу слід розуміти систему заходів, спрямованих на координацію та функціону-

© Усатий А. В., 2015

вання дій, взаємопов'язаних і взаємозалежних окремих частин системи задля оцінювання достовірності звітності [6, с. 68].

Для ефективної організації процесу аудиту фінансових звітів аудиторам необхідно чітко визначити дії, які потрібно виконувати та в якій послідовності; визначити завдання, які потрібно вирішити для досягнення поставленої мети; визначити значущість досягнення мети та виконання поставлених завдань.

На підставі МСА 300 планування аудиторської діяльності здійснюють задля надання ефективних економічних послуг у визначений проміжок часу, зосередження уваги аудитора на найважливіших напрямах аудиту та виявлення питань, які слід перевірити найретельніше. Планування аудиту пов'язане із визначенням його цілей і завдань, відповідальності й обов'язків аудиторів.

Кожна аудиторська перевірка складається з етапів і частин, які називають стадіями. У МСА описано шість стадій організації аудиторського процесу [7, с. 128].

1. До стадії організації аудиторської фірми належать:

– організація створення аудиторської фірми;

– організація структури керування аудиторської фірми;

– організація контролю роботи аудиторської фірми і роботи аудиторів;

– формування звітності аудиторської фірми.

2. До стадії планування й розробки аудиторського підходу належать:

– попереднє планування, визначення суттєвості, проведення аудиторської вибірки та визначення аудиторського ризику;

– дослідження бізнесу клієнта, отримання та оцінювання аудиторських доказів;

– уточнення й коригування плану аудиту, вивчення елементів системи внутрішнього контролю та складання робочих документів аудитора.

3. До стадії тестування засобів контролю і процедур перевірки на суттєвість господарських операцій належать:

– складання тестового контролю з перевірки системи внутрішнього аудиту;

– організація контролю якості роботи співробітників аудиторської фірми.

4. До стадії здійснення аналітичних процедур та тестування сальдо рахунків належать:

– аудиторські процедури за суттєвістю;

– зіставлення залишків рахунків із фактичними даними, отриманими в результаті перевірки (інвентаризація залишків рахунків).

5. До стадії завершення аудиту та складання аудиторського висновку належать:

– оцінювання отриманих результатів аудиту;

– оглядова перевірка фінансової звітності;

– підготовка узагальнюючого меморандуму (аудиторського звіту);

– складання аудиторського висновку.

6. До стадії подальшої співпраці з клієнтом після завершення аудиту належать:

– огляд подальших дій після завершення аудиту;

– надання необхідної інформації після завершення аудиту.

Усвідомивши процедуру організації аудиторського процесу та послідовність її етапів в комплексі, аудитори можуть системно узагальнити свої знання задля подальшого застосування. Кожна з процедур потребує детального оформлення робочими документами аудитора із обґрунтуванням рішення аудитора з того чи іншого питання.

Таким чином, у практиці аудиторської діяльності не отримала достатнього розвитку проблема висвітлення аудиторського процесу як системи визначених дій і процедур, необхідних для оцінювання достовірності фінансових звітів клієнтів. Розробка нової схеми організації аудиторського процесу дозволить аудиторській фірмі зменшити витрати та час на складання програми та плану в кожній конкретній ситуації.

Науковий керівник – канд. екон. наук, доцент Мултановська Т. В.

Література: 1. Про затвердження Національного положення (стандарту) бухгалтерського обліку 1 «Загальні вимоги до фінансової звітності» [Електронний ресурс] : Закон України від 31.03.1999 № 87. – Режим доступу :

http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/z0391-99. **2.** Петрик О. А. Аудит: методологія і організація : монографія / О. А. Петрик. – Київ : КНЕУ, 2003. – С. 68. **3.** Белуха Н. Т. Аудит : учебник / Н. Т. Белуха. – Київ : Знания ; КОО, 2000. – 769 с. **4.** Дікань Л. В. Аудит : посібник / Л. В. Дікань, Н. Ф. Чечетова, Ю. О. Голуб [та ін.] ; за заг. ред. Л. В. Дікань. – Харків : ІНЖЕК, 2009. – 276 с. **5.** Пилипенко А. А. Організація обліку і контролю : підручник / А. А. Пилипенко, В. І. Отенко. – Харків : ІНЖЕК, 2002. – 288 с. **6.** Про аудиторську діяльність [Електронний ресурс] : Закон України від 22.04.1993 № 3125-XII. – Режим доступу : http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/3125-12. **7.** Міжнародні стандарти контролю якості, аудиту, огляду, іншого надання впевненості та супутніх послуг : видання 2010 року / О. Л. Ольховікова, О. В. Селезньов, О. О. Зєніна [та ін.] ; пер. з англ. О. В. Гик, С. Г. Біндер. – Ч. 1. – Київ : МФБ і АПУ, 2010. – 841 с.

СОСТАВЛЯЮЩИЕ МАРКЕТИНГОВОЙ ПОЛИТИКИ ПРЕДПРИЯТИЯ И ПРОБЛЕМЫ ЕЕ РАЗРАБОТКИ

УДК 658.8

Федорченко Е. Ю.

Студент 4 курса
факультета менежмента и маркетинга ХНЭУ им. С Кузнеца

Аннотация. *Проанализированы составляющие маркетинговой политики, цель и проблемы ее формирования. Доказана необходимость формирования маркетинговой политики для успешной деятельности предприятия в современных условиях.*

Ключевые слова: *маркетинг, комплекс маркетинга, маркетинговая политика, составляющие маркетинговой политики.*

Анотація. *Проаналізовано складові маркетингової політики, мета і проблеми її формування. Доведено необхідність формування маркетингової політики для успішної діяльності підприємства за сучасних умов.*

Ключові слова: *маркетинг, комплекс маркетингу, маркетингова політика, складові маркетингової політики.*

Annotation. *Discusses issues relating to marketing policy, as well as its importance in the operation and development of the enterprise in modern conditions. The characteristic components of the marketing policy and purpose of their development.*

Keywords: *marketing, marketing mix, marketing strategy, marketing strategy components.*

Обеспечение эффективного развития и функционирования как больших, так и малых предприятий в условиях рыночной системы хозяйствования является сложной комплексной задачей. В первую очередь, это касается таких ее сторон, как менеджмент и маркетинг. Современное состояние отечественного рынка характеризуется высокой степенью динамизма, изменчивости условий и требует от предприятий применения таких концепций управления, которые позволят с успехом конкурировать и реализовывать свой потенциал. Такой концепцией является маркетинг, обеспечивающий комплексный подход к управлению предприятием. Но отечественная практика показывает, что на уровне малых и средних предприятий существуют серьезные проблемы, связанные с неэффективностью маркетинга, обусловленные недостаточно проработанной маркетинговой политикой.

Маркетинг включает в себя комплекс средств, которые необходимо гармонично увязать друг с другом, чтобы добиться максимального воздействия на рынок. Маркетинг – это вид человеческой деятельности, направленный на удовлетворение нужд и потребностей посредством обмена. Основу маркетинговой деятельности на предприятии составляют такие ее направления, как разработка товара, исследования, налаживание коммуникации, организация распределения, установление цен, организация службы сервиса. Наличие грамотной и эффективной маркетинговой политики имеет огромное значение для функционирования и развития предприятий. Сущность маркетинговой политики состоит в определении ее целей и элементов структуры.

© Федорченко Е. Ю., 2015

Вопросами исследования и разработки маркетинговой политики предприятий занимались как зарубежные, так и отечественные ученые. Среди них Крипак Е., Бурцева Т., Сизов В., Цень О., Ламбен Ж.-Ж., Хруцкий В. Е., Дойл П. и др. Однако развитие рыночных отношений, глобализация рынков, а также специфика развития отдельных отраслей требуют постоянного изучения вопросов маркетинга в целом и маркетинговой политики в частности.

Целью работы является исследование составляющих маркетинговой политики предприятия и поиск путей решения проблем, которые могут возникнуть при ее формировании.

Маркетинговая политика представляет собой план, по которому строится вся работа компании по продвижению товаров и услуг, позволяющая определить основные направления в продвижении товаров (услуг), а также разработать для этого конкретные программы [2].

Разработка маркетинговой политики необходима для того, чтобы обеспечить эффективность мероприятий, проводимых предприятием, а формирование маркетинговой политики как процесса зависит от организации маркетинга на предприятии, его целей и задач.

Структура формирования маркетинговой политики представлена на рис. 1.

Рис. 1. **Структура формирования маркетинговой политики**

Маркетинговая политика базируется на основных элементах комплекса маркетинга (маркетинг-микс), к которым относятся:

– товар: компания обязана постоянно расширять ассортимент предлагаемой продукции из-за растущих потребностей покупателей, а также для поддержания конкурентоспособности;

– цена: поиск оптимального соотношения цена–качество для предприятия и потребителя;

– сбыт: деятельность по доведению продукции до потребителя. Предприятие определяет для себя, какую сбытовую схему выбрать: пользоваться услугами дилеров, открыть филиал для сбыта, рассчитывать на мелких клиентов;

– продвижение: поиск путей для мотивации к покупке; политика увеличения продаж; выделение средств на рекламу; осуществление поиска необычного торгового предложения для товара, который не обладает уникальными качествами.

Исходя из элементов комплекса маркетинга, формируются составляющие маркетинговой политики (табл. 1).

Таблица 1

Характеристика составляющих маркетинговой политики

Составляющие маркетиновой политики	Характеристика	Цель разработки
1	2	3
Товарная политика	Товарная политика предполагает определенный набор действий или заранее обдуманных методов и принципов деятельности, благодаря которым обеспечивается преемственность и целенаправленность мер по формированию и управлению ассортиментом товаров. Отсутствие таких действий приводит к неустойчивости ассортимента предприятия, провалам, подверженности ассортимента чрезмерному воздействию случайных конъюнктурных факторов. Текущие решения руководства в таких случаях нередко носят половинчатый, малообоснованный характер, основывающийся на интуиции, а не на расчете, учитывающем долговременные интересы	Товарная политика не только позволяет оптимизировать процесс обновления ассортимента, но и служит для руководства предприятия своего рода ориентиром общей направленности действий, позволяющим корректировать текущие ситуации коммуникации для продвижения товара. Коммуникационные средства, которые для этого используют: реклама, стимулирование сбыта, персональная продажа, паблик рилейшнз, прямой маркетинг, спонсорство, выставки, интегрированная маркетинговая коммуникация
Сбытовая политика	Сбытовая политика направлена на создание системы распределения товаров, обеспечивающей доступность про-	Основная цель сбытовой политики предприятия – обеспечение доступности това-

Закінчення табл. 1

1	2	3
	дукта для целевых потребителей. Определение сбытовой политики предприятия предполагает анализ возможных вариантов ведения сбытовой деятельности и выбор оптимальных, Обеспечивающих наилучшее удовлетворение потребительских требований и предпочтений и вместе с тем – максимальные результаты хозяйственной деятельности предприятия	ров для потребителей. Задачи сбытовой политики: – выявить потребность целевого рынка и рассчитать его емкость; – определить эффективные каналы распределения; – довести как можно быстрее товары до потребителей
Ценовая политика	Суть ценовой политики предприятия заключается в том, чтобы устанавливать на товары (услуги) такие цены и так варьировать ими в зависимости от положения на рынке, чтобы обеспечить намеченный объем прибыли и решать другие задачи предприятия. Цена на продукт для предприятия является не только важным фактором, определяющим его прибыль, но и условием успешной реализации товаров	Обычно выделяют три основные цели ценовой политики: обеспечение сбыта (выживаемости), максимизация прибыли, удержание рынка. Так же выделяют краткосрочные цели: – стабилизация рыночной ситуации; – снижение влияния изменения цен на спрос; – сохранение существующего лидерства в ценах; – ограничение потенциальной конкуренции; – повышение имиджа предприятия или продукта; – стимулирование сбыта тех товаров, которые занимают слабые позиции на рынке
Коммуникативная политика	Свод правил коммуникативного поведения компании и коммуникативного взаимодействия торговых марок, товаров и компании с рынком, определяющий набор маркетинговых средств, используемых для достижения определенной коммуникативной цели	Цели маркетинговой коммуникационной политики, можно разделить на две группы: – коммуникации с целью создания товаров, которые будут пользоваться спросом на рынке; – коммуникации для продвижения товара. Коммуникационные средства, которые для этого используют: реклама, стимулирование сбыта, персональная продажа, паблик рилейшнз, прямой маркетинг, спонсорство, выставки, интегрированная маркетинговая коммуникация
Сбытовая политика	Сбытовая политика направлена на создание системы распределения товаров, обеспечивающей доступность продукта для целевых потребителей. Определение сбытовой политики предприятия предполагает анализ возможных вариантов ведения сбытовой деятельности и выбор оптимальных, обеспечивающих наилучшее удовлетворение потребительских требований и предпочтений и вместе с тем – максимальные результаты хозяйственной деятельности предприятия	Основная цель сбытовой политики предприятия – обеспечение доступности товаров для потребителей. Задачи сбытовой политики: – выявить потребность целевого рынка и рассчитать его емкость; – определить эффективные каналы распределения; – довести как можно быстрее товары до потребителей

Маркетинговая политика предприятия должна подвергаться постоянному мониторингу. Результаты мониторинга могут использоваться предприятием для следующих целей:

– при разработке маркетинговой стратегии предприятия, принятии решения об ее изменении или корректировке;

– при составлении краткосрочных планов маркетинговой и производственной деятельности, оценке их выполнения;

– при принятии решения относительно товаров, товарных групп, цен, отдельных клиентов (в рамках существующей маркетинговой стратегии);

– при оценке руководителем текущего состояния дел предприятия.

При разработке и реализации маркетинговой политики предприятия зачастую сталкиваются с:

– проблемами оптимизации продукта, когда сложно выбрать методику разработки и оптимизации, поскольку исследование потребительских предпочтений ведется далеко не на всех рынках. В нынешних условиях

потребитель получает огромное количество предложений. Если раньше он выбирал из двух вариантов, то сегодня – из десятков. Определить предпочтения в такой ситуации довольно сложно;

– проблемами сегментирования рынка. Зачастую отсутствует четкое сегментирование целевой аудитории потребителя. Целевые группы обозначаются номинально: пол, возраст, доход, состав семьи, место проживания. Однако с усложнением рынков такие проверенные временем варианты сегментирования уже не дают полной картины. Новшества же в виде психографического, поведенческого или ценностного сегментирования пока не востребованы практиками, поскольку их теоретическая разработка не опирается на конкретные проекты;

– проблемами коммуникации с рынком. Если отсутствует четкая сегментация рынка и не выявлены потребительские предпочтения, то крайне сложно оказывается изучить целевую группу и построить эффективную коммуникацию. Как следствие – низкая эффективность коммуникации, высокие рекламные издержки; реклама зачастую превращается в демонстрацию творческой фантазии создателей, а не в инструмент продвижения товаров. Значимость коммуникации в современных условиях значительно возросла, что привело к существенному насыщению рынков товарами, разнообразию форм и методов конкуренции, все более совершенным средствам сбора, хранения, обработки, передачи информации. Отлаженность внутренней системы коммуникаций позволяет предприятию не только оперативно решать внутренние проблемы, но и своевременно реагировать на обратные сигналы системы внешней коммуникации;

– проблемами продвижения – информирования потребителей о товарах, услугах и деятельности компании. Важнейшими функциями продвижения с точки зрения комплекса маркетинга являются создание образа престижности фирмы, ее продукции и услуг; формирование образа инновационности для фирмы и ее продукции; информирование о характеристиках товара; обоснование цены товара; внедрение в сознание потребителей отличительных черт товара; информирование о месте приобретения товаров и услуг; информирование о распродажах; создание благоприятной информации о фирме [4].

Существующие проблемы формируют понятие кризиса маркетинга, что вызвано отсутствием взаимосвязи понятий и работоспособных концепций, позволяющих корректно сегментировать аудиторию, выявлять доминирующие предпочтения и эффективно влиять на них. Таким образом, необходимо искать новые способы, методы и пути решения проблем.

Для обеспечения эффективности деятельности предприятия, достижения поставленных стратегических целей крайне необходима обоснованная маркетинговая политика. При ее разработке и реализации следует учитывать те проблемы, с которыми может столкнуться предприятие в процессе своей маркетинговой деятельности.

Научный руководитель – канд. экон. наук, доцент Притыченко Т. И.

Литература: 1. Орлов П. А. Маркетинг : навч. посіб. / П. А. Орлов, С. І. Косенков, Т. П. Прохорова [та ін.]. – Харків : ІНЖЕК, 2012. – 528 с. **2.** Бурцева Т. А. Управление маркетингом : учебное пособие / Т. А. Бурцева, В. С. Сизов, О. А. Цень. – М. : Экономистъ, 2003. – 271 с. **3.** Годин А. М. Маркетинг : учебник / А. М. Годин. – М. : Дашков и К°, 2003. – 604 с. **4.** Скачко О. А. Стратегия маркетинга и ее роль в деятельности предприятия / О. А. Скачко, А. В. Кендюхов // Экономика и маркетинг в 21 веке : Материалы 2-й Международной научной конференции студентов и молодых ученых. – 2001. – С. 139–140. **5.** Тамберг В. Новая рыночная ниша. От идеи к созданию востребованного продукта / В. Тамберг, А. Бадьин. – М. : Эксмо, 2012. **6.** Бронникова Т. С. Маркетинг : учеб. пособие / Т. С. Бронникова, А. Г. Чернявский. – Таганрог : Изд-во ТРТУ, 1999.

МЕТОДИЧНИЙ ПІДХІД ДО ІНТЕГРАЛЬНОГО ОЦІНЮВАННЯ ФІНАНСОВОЇ БЕЗПЕКИ БАНКУ

УДК 336.71:005.915

Филиппських О. С.

Студент 4 курсу
фінансового факультету ХНЕУ ім. С. Кузнеця

Анотація. *Використано метод визначення інтегрального показника фінансової безпеки банку задля встановлення фактичного рівня фінансової безпеки та аналізу основних факторів, що на неї впливають, із подальшою розробкою та формулюванням практичних рекомендацій щодо підвищення її рівня.*

Ключові слова: *інтегральний показник фінансової безпеки банку, причини зниження рівня фінансової безпеки, аналіз фінансової безпеки.*

Аннотация. *Использован метод определения интегрального показателя финансовой безопасности банка с целью установления фактического уровня финансовой безопасности и анализа основных факторов, которые на нее влияют, с последующей разработкой и формулировкой практических рекомендаций по повышению ее уровня.*

Ключевые слова: *интегральный показатель финансовой безопасности банка, причины снижения уровня финансовой безопасности, анализ финансовой безопасности.*

Annotation. *Used the method of determining the integral index of financial security bank to determine the actual level of financial security and analysis of the major factors that affect it, and then develop and formulate practical recommendations to improve its level.*

Keywords: *integral indicator of financial security bank, causes reduction of financial security, analysis of financial security.*

За умов значної мінливості та непередбачуваності зовнішнього середовища, у якому функціонують сучасні банки, значної конкуренції на вітчизняному ринку банківських послуг та важкої економіко-політичної ситуації в країні виникає потреба в забезпеченні високого рівня фінансової безпеки окремого банку, що в подальшому позитивно впливатиме на весь банківський сектор у цілому.

Дослідженням фінансової безпеки займалися такі вчені: Барановський О. І., Кузенко Т. Б., Погосова М. Ю. та ін. [1–3].

Метою статті є розрахунок фактичного рівня інтегрального показника фінансової безпеки банку за три роки на прикладі розрахунків у ПАТ «Дочірній банк Сбербанку Росії» та визначення факторів, що негативно впливають на цей показник.

Методичним забезпеченням для проведення аналізу фінансової безпеки є Інструкція НБУ № 368 «Про порядок регулювання діяльності банків в Україні» від 28.08.2001 та стаття Дубини М. В. «Експрес-діагностика рівня фінансової безпеки комерційного банку» [5]. Визначення інтегрального показника фінансової безпеки банку складатиметься із шести етапів: обчислення показників фінансової стійкості банку; розрахунку показників ліквідності; розрахунку показників ділової активності; визначення показників ефективності діяльності; присудження коригувальних коефіцієнтів; обчислення ІПФББ та визначення фактичного рівня ФББ. За результатами проведених розрахунків перших чотирьох блоків необхідно присудити бали для обчислення ІПФББ (табл. 1).

Таблиця 1

Присудження балів для розрахунку інтегрального показника фінансової безпеки банку

Показник	Рік					
	2012		2013		2014	
	значення	бал	значення	бал	значення	бал
1	2	3	4	5	6	7
Аналіз фінансової стійкості банку						
Рівень капіталізації банку, *Кркб*	35,58	3	56,50	3	27,80	3
Коефіцієнт адекватності РК, *Карк*	0,12	3	0,15	3	0,12	3
Коефіцієнт відношення РК до сукупних активів, *Крка*	11,82	2	0,00	1	12,29	2

© Филиппських О. С., 2015

Закінчення табл. 1

1	2	3	4	5	6	7
Коефіцієнт надійності, *Кн*	0,12	2	0,09	1	0,13	3
Мультиплікатор акціонерного капіталу, *Кмк*	10,34	2	13,78	3	7,97	2
Коефіцієнт захищеності власного капіталу, *Кзвк*	0,24	2	0,27	2	0,25	2
Коефіцієнт знецінення активів банку, *Кзн*	0,00	3	0,00	3	0,00	3
Аналіз ділової активності банку						
Коефіцієнт активності залучення коштів ЮО і ФО, *Кзд*	0,60	1	0,88	2	0,56	1
Коефіцієнт активності залучення коштів банків, *Кзкб*	0,35	1	0,35	1	0,35	1
Коефіцієнт інвестицій у кредитний портфель, *Кікп*	0,74	2	0,52	1	0,75	2
Коефіцієнт інвестицій у ЦП та спільну господарську діяльність, *Кін*	0,00	1	0,00	1	0,00	1
Аналіз ліквідності банку						
Коефіцієнт високоліквідних активів, *Ква*	0,23	2	0,22	2	0,24	2
Коефіцієнт загальної ліквідності зобов'язань банку	1,12	3	1,09	3	1,13	3
Коефіцієнт ліквідного співвідношення кредитів і депозитів, *Клкд*	1,37	2	1,62	2	1,52	2
Аналіз ефективності діяльності банку						
Загальний рівень прибутковості, Кзрп	1,41	3	0,63	3	1,54	3
Окупність витрат доходами, *Ковд*	2,00	3	2,67	3	2,00	3
Рентабельність капіталу, *ROE*	0,04	1	0,02	1	0,01	1
Рентабельність активів, *ROA*	0,00	1	0,00	1	0,01	1
Чиста процентна маржа, *ЧПМ*	0,01	1	0,02	1	0,01	1

П'ятим етапом методики є призначення коригувальних коефіцієнтів відповідно до табл. 2.

Таблиця 2

Умови визначення коригувальних коефіцієнтів

Характеристика (показник)	Коригувальний коефіцієнт		
	Умови визначення	Назва	Значення
Власний капітал банку відносно статутного капіталу	Є значно більшим	K_1	1,1
	Наближується		1,0
	Є значно меншим		0,9
Співвідношення проблемних кредитів до кредитного портфеля банку	Зменшується	K_2	1,1
	Майже не змінюється		1,0
	Збільшується		0,9
Збалансованість активів і пасивів банку за термінами	Є збалансованими	K_3	1,2
	У середньому збалансовані		1,0
	Є незбалансованими		0,8
ЧП банку порівняно із середнім за відповідною групою банків	Є значно вищими	K_4	1,05
	На рівні середніх		1,0
	Є значно нижчими		0,95

Останнім етапом аналізу фінансової безпеки є розрахунок інтегрального показника фінансової безпеки банку:

*ІПФББ*2012 = 18 · 0,9 + 5 · 1,0 + 7 · 1,0 + 9 · 1,0 = 37,2 балів;

*ІПФББ*2013 = 17 · 1,1 + 5 · 1,0 + 7 · 1,0 + 9 · 1,0 = 39,7 балів;

*ІПФББ*2014 = 16 · 1,1 + 5 · 1,0 + 7 · 1,0 + 9 · 1,0 = 38,6 балів.

Для більш наочного сприйняття викладених відомостей доцільно подати їх у вигляді графіка із лінією, що показує притаманну тенденцію. Динаміку ІПФББ подано на рис. 1.

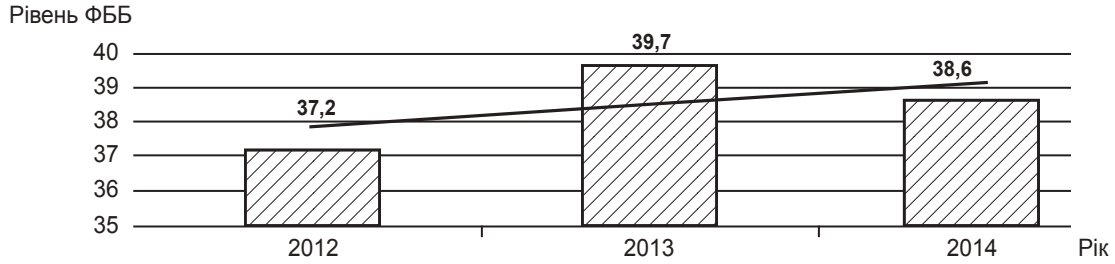

Рис. 1. **Динаміка інтегрованого показника фінансової безпеки для ПАТ «Дочірній банк Сбербанку Росії»**

Як видно з рис. 1, найкраще значення інтегрований показник фінансової безпеки АТ «Сбербанк Росії» мав у 2013 р. Це свідчить про те, що протягом 2012–2013 рр. спостерігалася позитивна тенденція зростання, що вказує на правильне планування та ведення діяльності банку. Але у 2014 р інтегральний показник фінансової безпеки АТ «Сбербанк Росії» скоротився порівняно із попереднім роком на 1,1 бала, що є негативною спадною тенденцією щодо цього показника. Стосовно фінансової безпеки банку було виявлено основні недоліки ліквідності, ділової активності та ефективності діяльності.

Науковий керівник – канд. екон. наук, професор Журавльова І. В.

Література: 1. Кузенко Т. Б. Управление финансовой безопасностью на предприятии / Т. Б. Кузенко, В. В. Прохорова, Н. В. Саблина // Бизнес Информ. – 2007. – № 12 (1). – С. 27–29. **2.** Барановський О. І. Фінансова безпека в Україні: методологія оцінки та механізми забезпечення : монографія / О. І. Барановський. – Київ : КНТЕУ, 2004. – 780 с. **3.** Погосова М. Ю. Структурно-логічний аналіз поняття «фінансова безпека підприємства» / М. Ю. Погосова // Наука й економіка. – 2008. – Вип. 3 (11). – С. 258–265. **4.** Про затвердження Інструкції про порядок регулювання діяльності банків в Україні [Електронний ресурс] : Закон України від 28.08.2001 № 368. – Режим доступу : http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/z0841-01. **5.** Дубина М. В. Експрес-діагностика рівня фінансової безпеки комерційного банку / Я. В. Жарій, М. В. Дубина // Вісник Чернігівського державного технологічного університету. Економічні науки. – 2012. – № 4. – С. 260–269.

ВИЗНАЧЕННЯ НОВИХ РИНКІВ ЗБУТУ ЯК СКЛАДОВОЇ ПІДВИЩЕННЯ МІЖНАРОДНОЇ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПАТ «ЛИСИЧАНСЬКИЙ СКЛОЗАВОД «ПРОЛЕТАРІЙ»

УДК 338.45:666.163:339.13(477)

Фімушкіна В. А.

Студент 5 курсу
факультету міжнародних економічних відносин ХНЕУ ім. С. Кузнеця

Анотація. *Проаналізовано основні тенденції та особливості виробництва флоат-скла в Україні та світі. Обґрунтовано доцільність пошуку ПАТ «Лисичанський склозавод «Пролетарій» зовнішніх ринків, зокрема виходу на ринок Білорусі. Запропоновано рекомендації щодо отримання стійких конкурентних переваг на цьому ринку із урахуванням можливостей підприємства та його конкурентів.*

Ключові слова: *зовнішній ринок, конкурентоспроможність, конкурентна стратегія, флоат-скло.*

Аннотация. *Проанализированы основные тенденции и особенности производства флоат-стекла в Украине и мире. Обоснована целесообразность поиска внешних рынков для «ПАТ «Лисичанский стеклозавод «Пролетарий», в частности выхода на рынок Беларуси. Предложены рекомендации относительно получения устойчивых конкурентных преимуществ на этом рынке с учетом возможностей предприятия и его конкурентов.*

Ключевые слова: *внешний рынок, конкурентоспособность, конкурентная стратегия, флоат-стекло.*

Annotation. *The world's and Ukrainian basic trends and characteristics of the float glass production are analyzed in this article. The practicability of searching new international markets for Public Joint-Stock Company «Lisichansk glass factory «Proletary» particularly entering the market of Belarus is justified. The recommendations on getting strong competitive advantages with the possibilities of the enterprise and its rivals considered are presented.*

Keywords: *foreign market, competitiveness, competitive strategy, float glass.*

Посилення глобалізації економіки спричиняє зростання інформаційних та технологічних потоків через державні кордони, уніфікацію національних інфраструктур, усунення торговельних та інвестиційних бар'єрів. Це зумовлює розвиток стратегічного напряму діяльності конкуруючих підприємств на світових ринках. Важливим питанням нині є підвищення конкурентоспроможності підприємства шляхом формування такої конкурентної стратегії, що могла б забезпечити довгостроковий успіх не тільки на національному, але й на міжнародному ринку.

Вивченням питання управління міжнародною конкурентоспроможністю підприємства займалися такі вітчизняні і зарубіжні науковці: Азоєв Г., Ансофф І., Іванов Ю., Книш М., Котлер Ф., Портер М., Твісс Б., Томпсон А., Спіріна М., Стрикленд А. та ін. Проте дослідження цього питання є завжди актуальним, а відтак потребує подальшої розробки.

Метою статті є обґрунтування доцільності виходу ПАТ «Лисичанський склозавод «Пролетарій» на ринок Білорусі та розробка відповідної конкурентної стратегії.

Нині ПАТ «Лисичанський склозавод «Пролетарій» є єдиним в Україні виробником високоякісного листового скла за флоат-технологією. Технологія виробництва флоат-скла, що є спеціалізацією «Лисичанського склозаводу «Пролетарій», є досить розповсюдженою: сьогодні в світі працює понад 250 флоат-ліній. Річний обсяг світового виробництва флоат-скла становить приблизно 52 млн тонн, що у грошовому вираженні дорівнює приблизно 22,8 млрд євро. Доля України при цьому складає 0,008 %. 70 % цього обсягу становить виробництво будівельного скла, 10 % – автомобільного, а 20 % споживають виробники меблів та інтер'єрів.

Протягом останнього року споживання продукції ПАТ «Пролетарій» на внутрішньому ринку значно скоротилося. Причиною цього є економічна та політична нестабільність у країні, що спричинило суттєве зменшення обсягів будівництва, а саме воно є основним споживачем флоат-скла.

Слід мати на увазі, що виробництво флоат-скла має низку особливостей:

1) процес виробництва флоат-скла має бути безперервним. Це пояснюється тим, що зупинка виробництва передбачає вимикання скловарної печі, яка здійснює плавлення сировини для подальшого виготовлення скла. Після її вимикання від газового опалення скловарна піч поступово охолоджується і стає непридатною для виробництва матеріалу. Повторний запуск скловарної печі потребує значних капіталовкладень та витрат енергії, а отже, є економічно невигідним;

© Фімушкіна В. А., 2015

2) характерною особливістю скла є те, що його не можна тривалий час зберігати на складах, оскільки воно втрачає свої фізико-технічні та якісні характеристики. Як наслідок, підприємству необхідно в якомога короткий термін реалізувати продукцію. Таким чином, якщо необхідний обсяг продукції неможна реалізувати на внутрішньому ринку, доцільно шукати перспективні зовнішні ринки. У процесі виборі ринку слід звертати увагу на державне регулювання експорту, рівень попиту на продукцію, наявність власних виробників, рівень якості продукції, складність транспортування [1, с. 41]. Проаналізувавши можливі зовнішні ринки за такими критеріями, можна розглянути ринок Білорусі як придатний варіант.

Ринок Білорусі характеризується наявністю Гомельського склозаводу, якому належить приблизно 40 % виробництва скла, і невеликою кількістю російських та європейських компаній, серед яких немає очевидних лідерів. Незважаючи на те, що продукція національного виробника є високоякісною, споживачі віддають перевагу іншим компаніям; деякі з них випускають менш якісне скло. Причиною цього є складність придбання скла: Гомельський склозавод реалізує продукцію через велику кількість посередників, що значно збільшує її ціну.

Продукція Лисичанського виробника нині не представлена в Білорусі, проте проведений прогнозний аналіз конкурентоспроможності підприємства за умови виходу на ринок цієї країни свідчить про те, що воно має всі шанси посісти лідерські позиції (табл. 1). У Білорусі флоат-скло реалізують за ціною 3200 дол. за кв. м. Лисичанський виробник може запропонувати продукцію відповідної якості за ціною 2800 дол. за кв. м. Ураховуючи, що з 19 серпня 2014 року мито на ввіз скла з України до Білорусі є нульовим, ціна є важливою конкурентною перевагою підприємства [3; 4].

Таблиця 1

Порівняльний аналіз конкурентоспроможності ПАТ «Лисичанський склозавод «Пролетарій» та ВАТ «Гомельскло» за методом експертних оцінок

Показник	Оцінка за п'ятибальною шкалою	
	ПАТ «Лисичанський склозавод «Пролетарій»	ВАТ «Гомельскло»
Якість продукції	5	5
Термін доставки	3	5
Ступінь інформованості споживачів про продукцію	2	5
Ціна продукції	5	3
Складність доставки	5	3
Сума	19	21

Розраховано автором на основі [4; 5]

Для цього ринку доцільно використовувати стратегію послідовника за Котлером Ф., яка передбачає завоювання стійкої позиції без завоювання позиції лідера [2, с. 124]. Це пояснюється тим, що в країні розвивається власне виробництво, яке держава зацікавлена підтримувати. Агресивна наступальна стратегія може спричинити відповідну реакцію держави у вигляді підвищення мита, посилення вимог до якості та встановлення квот на імпорт скла.

Для реалізації цієї стратегії необхідно вжити певних заходів. Для отримання стійких конкурентних позицій окрему увагу слід приділити підвищенню якості продукції. Хоча нині за якістю українське флоат-скло не поступається білоруському, слід безперервно досліджувати технічні вимоги до продукції провідних виробників флоат-скла та вживати заходів задля досягнення відповідного рівня.

Ураховуючи, що основною проблемою ОАО «Гомельскло» є складність придбання скла, необхідним кроком є формування ефективних каналів збуту. При цьому варто оцінювати ефективність кожного збутового каналу шляхом урахування його перспективності, прибутковості, витрат на його обслуговування, урахування обсягів реалізації за цим каналом, ступеня керованості та контролю, спроможності впливати на кінцеву ціну товару.

Важливим фактором є зниження собівартості продукції, адже це може стати істотною конкурентною перевагою підприємства. Для цього потрібна модернізація основних виробничих фондів на менш енергомісткі та екологічні. Придбати нове обладнання доцільно на умовах фінансового лізингу: це сприятиме зменшенню відволікання коштів. Крім заходів, які підприємство може здійснити самостійно, слід звернутися до держави задля введення пільг на придбання природного газу та зменшення мита на імпортоване обладнання для скляної промисловості.

Розробка ефективної рекламної стратегії потрібна для підвищення ступеня інформованості зарубіжних партнерів про продукцію ПАТ «Лисичанський склозавод «Пролетарій». Нині, за умов посилених комунікацій,

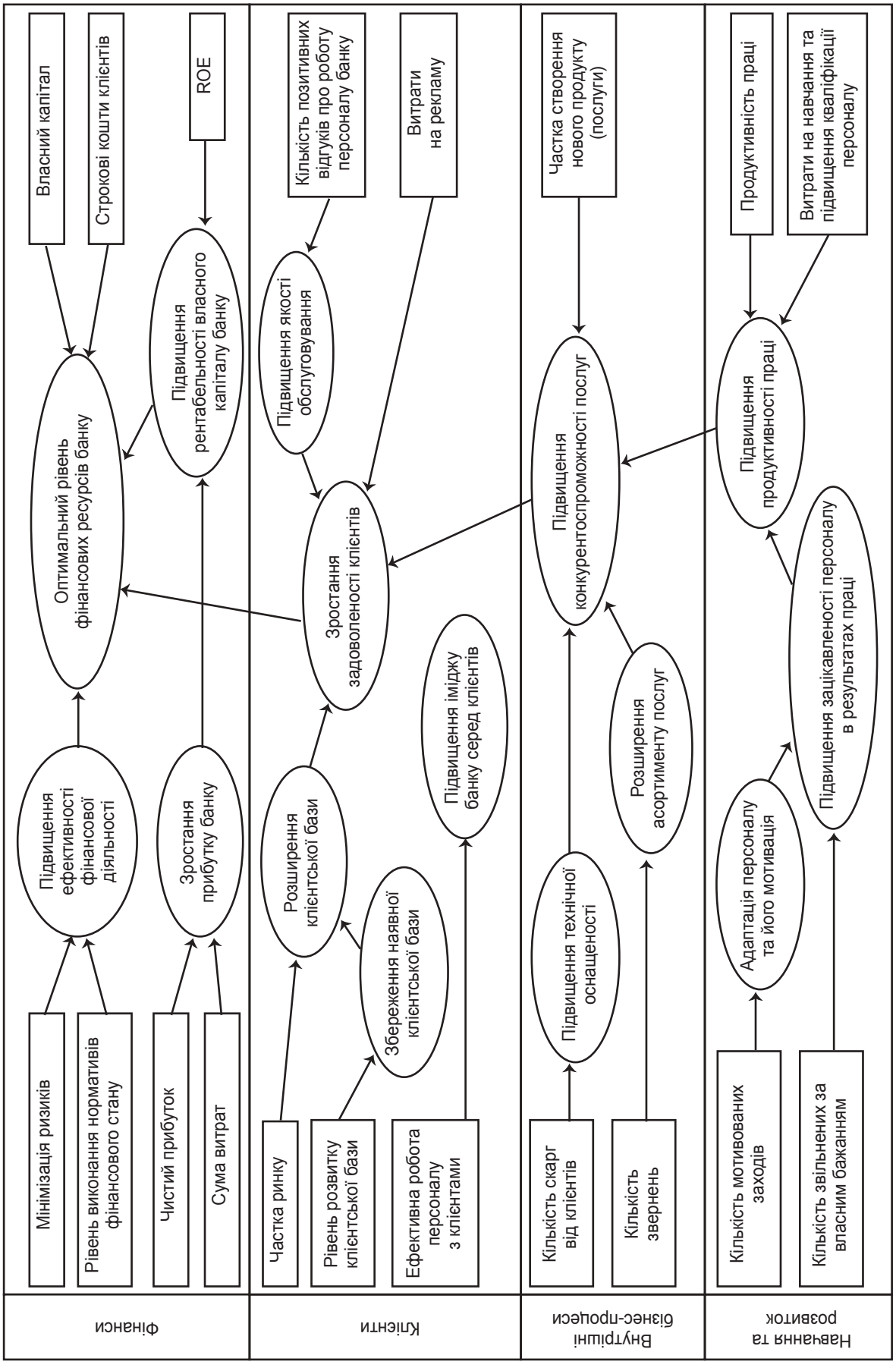

Рис. 1. **Стратегічна карта управління фінансовими ресурсами банку**

перш за все необхідно створити якісний сайт підприємства українською, англійською та російською мовами. Ефективним засобом є участь у діючих міжнародних виставках.

Таким чином, кризове становище української економіки та занепад вітчизняної будівельної промисловості, що є основним споживачем флоат-скла, зумовлюють необхідність пошуку нових ринків збуту для ПАТ «Лисичанський склозавод «Пролетарій». Перспективним є ринок Білорусі, що характеризується наявністю одного національного виробника. Як показав проведений аналіз конкурентоспроможності підприємства, Лисичанський склозавод може стати гідним конкурентом ВАТ «Гомельскло». Для виходу на цей ринок доцільно використовувати стратегію послідовника. Важливими для цього є підвищення якості продукції, формування ефективних каналів збуту, розробка маркетингової стратегії та зниження собівартості продукції. Ці заходи сприятимуть підвищенню як конкурентоспроможності підприємства взагалі, так і підвищенню міжнародної конкурентоспроможності та отриманню стійких позицій у світі.

Науковий керівник – докт. екон. наук, професор Піддубна Л. І.

Література: 1. Безтелесна Л. Механізм забезпечення сталої конкурентоспроможності великого промислового підприємства / Л. Безтелесна, Н. Чигир // Економіст. – 2004. – № 12. – С. 40–44. **2.** Котлер Ф. Маркетинг и менеджмент / Ф. Котлер. – СПб. : Питер, 1999. – 896 с. **3.** Государственный таможенный комитет Республики Беларусь [Електронний ресурс]. – Режим доступу : www.customs.gov.by. **4.** Офіційний сайт ПАТ «Лисичанський склозавод «Пролетарій» [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://www.proletary.ua/prod/ListGlass.html. **5.** Офіційний сайт ВАТ «Гомельскло» [Електронний ресурс]. Режим доступу : www.gomelglass.by.

ПІДХОДИ ТА МЕТОДИ ОЦІНЮВАННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ МАЛИХ ПІДПРИЄМСТВ

УДК 338.24

Фомкін А. А.

Студент 4 курсу
факультету економічної інформатики ХНЕУ ім. С. Кузнеця

Анотація. *Проаналізовано основні підходи та методи оцінювання конкурентоспроможності підприємства. Обґрунтовано важливість управління конкурентоспроможністю малих підприємств для покращення стану економіки України. Запропоновано актуальні методи оцінювання конкурентоспроможності малих підприємств.*

Ключові слова: *конкуренція, конкурентоспроможність, мале підприємство, підходи до оцінювання.*

Аннотация. *Проанализированы основные подходы и методы оценки конкурентоспособности предприятия. Обоснована необходимость управления конкурентоспособностью малых предприятий для улучшения состояния экономики Украины. Предложены актуальные методы оценки конкурентоспособности малых предприятий.*

Ключевые слова: *конкуренция, конкурентоспособность, малое предприятие, подходы к оценке.*

Annotation. *The basic approaches and methods for assessing competitiveness were analyzed. The importance of management of competitiveness of small enterprises for improving the economy of Ukraine was proved. The most current assessment methods competitiveness of small enterprises were considered and offered.*

Keywords: *competition, competitiveness, small business, approaches to evaluation.*

© Фомкін А. А., 2015

Відомо, що конкурентоспроможність підприємств має прямий вплив на розвиток економіки. Більшість економістів визначають конкурентоспроможність як спроможність підприємства до реалізації конкурентних переваг, які дають йому змогу ефективно розвиватися порівняно з іншими підприємствами на внутрішньому та зовнішньому ринках. Нині розвиток малого бізнесу в Україні проходить досить повільно та є ускладненим через нестабільне економічне та політичне становище в країні. Тому оцінювання конкурентоспроможності малого підприємства є необхідним для покращення його становища на ринку, адже дасть змогу з'ясувати його потенціал. У процесі оцінювання виявлятимуться проблеми функціонування підприємства, на які слід звернути увагу керівництву.

Дослідження питання оцінювання конкурентоспроможності підприємств висвітлювали у своїх працях такі зарубіжні та вітчизняні вчені: Іванов Ю., Кларк Дж., Круглов М., Маршалл А., Моісєєва Н., Соколова Л., Фатхутдінов Р. та ін.

Мале підприємництво відіграє важливу роль у розвитку економіки України. Належне теоретичне та науково-методичне забезпечення оцінювання конкурентоспроможності має сприяти його ефективній діяльності. Однак це питання є недостатньо розглянутим, тож потребує подальшого поглибленого вивчення.

Метою дослідження є аналіз наявних підходів та методів оцінювання конкурентоспроможності підприємств, а також визначення найбільш сприятливих і результативних для оцінювання конкурентоспроможності малих підприємств.

Конкурентоспроможність малого бізнесу (підприємництва) – це багатофакторна узагальнююча економічна категорія, що характеризує спроможність його суб'єктів досягати цільових ринкових позицій завдяки компаративній і / або конкурентній перевазі стосовно інших учасників ринкової гри. Вона забезпечується виробництвом комерційно перспективної продукції (робіт, послуг) та ефективною діловою стратегією [2].

Розглянемо загальні методи оцінювання рівня конкурентоспроможності підприємств. До таких методів належать здебільшого ті, що не потребують великих математичних розрахунків. Показники, за якими здійснюватиметься дослідження, обирають самостійно залежно від поставленої мети.

Ряд економістів-науковців на чолі із Маршаллом А., Ушаковою Н. та Лігоненко Л. пропонують визначати рівень конкурентоспроможності за методом різниць. Цей метод базується на порівнянні показників сукупності підприємств, що з різних боків характеризують різні аспекти діяльності досліджуваних підприємств і демонструють переваги та недоліки, залежно від знака різниці між відповідними показниками. Недоліком цього методу є відсутність узагальнюючого показника, за яким можна було б точно встановити рівень конкурентоспроможності та зробити висновок про конкурентні переваги та / або відставання від конкурентів [3].

Такими, що підходять для оцінювання рівня конкурентоспроможності малих підприємств і дають змогу отримати узагальнюючу оцінку рівня конкурентоспроможності, є методи сум, добутків та матричний метод. Ці методи допомагають оцінити лише фінансову складову конкурентоспроможності підприємства, проте дають можливість уповні подати ситуацію в сфері фінансів, що безпосередньо впливає на рівень конкурентоспроможності.

Рівень конкурентоспроможності методом сум визначають шляхом сумування результатів діяльності кожного досліджуваного підприємства за порівняльними показниками. Чим вищим є показник, тим вищим є рівень конкурентоспроможності підприємства. Недоліком методу є можливість отримання високої оцінки рівня конкурентоспроможності для підприємства, яке відстає за багатьма параметрами від інших за рахунок того, що відставання за одними показниками компенсується високими значеннями за іншим показником чи показниками.

Аналогічним є метод добутків, який передбачає отримання показника рівня конкурентоспроможності шляхом множення вибраних показників.

Метод рангів можна розглядати окремо, а можна вважати одним із етапів методу бенчмаркінгу, залежно від мети дослідження. За допомогою цього методу можна визначити позицію підприємства у конкурентній боротьбі серед порівнюваних підприємств-конкурентів. Сутність методу полягає у присвоєнні відповідного місця кожному вибраному показнику досліджуваної сукупності підприємств. Рівень конкурентоспроможності визначають сумуванням місць підприємства за окремими показниками. Найкращим вважатиметься найменший отриманий результат. Перевагою цього методу є можливість визначення показників, за якими підприємство випереджає підприємства-конкуренти, а за якими відстає від них. Недоліком є неможливість урахування абсолютної величини показника конкурентоспроможності.

Найбільш економічно обґрунтованим методом оцінювання рівня конкурентоспроможності є матричний метод, перевагою якого є те, що він ураховує не тільки абсолютне значення порівнюваних показників, але й їх близькість до найкращого (еталонного) значення. Підприємством-еталоном вважають підприємство, у якого всі показники є ідеальними. Отримані за цим методом результати дають можливість одержати комплексний результат оцінювання рівня конкурентоспроможності підприємства та визначити його конкурентний статус. До етапів матричного методу належать складання матриці одиничних показників для проведення порівняння із

конкурентами, виділення найкращого значення окремого оцінюючого показника із сукупності підприємств та присвоєння йому еталонного значення, визначення відхилення від еталонного значення показника по всіх досліджуваних підприємствах, визначення місця підприємства у конкурентній боротьбі. Найвищий рівень конкурентоспроможності матиме підприємство із найвищим значенням узагальнюючого показника [4].

Отримати відомості про відставання від лідерів ринку можна за допомогою використання методу багатовимірних середніх, що базується на визначенні середнього значення за кожною досліджуваною ознакою всієї сукупності підприємств. Це дозволяє врахувати абсолютне відхилення значення показників від середнього значення за всіма оцінюваними параметрами [5].

У загальному вигляді до алгоритму оцінювання конкурентоспроможності малих підприємств належать:

– визначення мети оцінювання конкурентоспроможності (обґрунтування претензій на зовнішні інвестиційні ресурси, виявлення резервів економічного зростання, інші цілі поточного управління);

– збір інформації про групу підприємств-конкурентів;

– визначення із групою показників-індикаторів, які б задовольнили мету оцінювання конкурентоспроможності (індикаторами-показниками для малих підприємств можуть бути конкурентоспроможність продукції; якість, надійність продукції; відмітні властивості товарів; імідж підприємства; відносна частка ринку; рівень витрат; методи продажу; рентабельність реалізації; темпи зростання виручки від реалізації; фінансові коефіцієнти; компетенція та досвід персоналу; рівень плинності кадрового складу; ефективність обслуговування тощо); зробити розрахунок обраних показників конкурентоспроможності для кожного підприємства;

– формулювання висновків про рівень конкурентоспроможності підприємства та розробка заходів, що спрямовано на поліпшення або утримання конкурентних позицій.

Таким чином, оцінювання конкурентоспроможності є обов'язковою умовою успішного функціонування підприємства. Результати проведеного оцінювання мають бути інформаційною основою управлінських рішень, планування подальшої діяльності та пошуку резервів і потенціалу для посилення конкурентних позицій підприємства на конкретному ринку.

Науковий керівник – докт. екон. наук, професор Клебанова Т. С.

Література: 1. Клименко С. М. Управління конкурентоспроможністю підприємства : навч. посіб. / С. М. Клименко, О. С. Дуброва, Д. О. Барабань [та ін.]. – Київ : КНЕУ, 2006. – 527 с. **2.** Дмитренко Н. М. Конкурентоспроможність переробних підприємств малого бізнесу в АПК : автореф. дис. … канд. екон. наук : 08.00.04 / Дмитренко Надія Миколаївна. – Дніпропетровськ, 2008. – 21 с. **3.** Маршалл А. Принципы экономической науки / А. Маршалл. – М. : Прогресс, 1993. – 594 с. **4.** Кухарук А. Д. Класифікація та аналіз методів оцінки конкурентоспроможності промислових підприємств / А. Д. Кухарук // Формування ринкових відносин в Україні. – 2011. – № 8. – С. 136–140. **5.** Чепурна О. П. Деякі аспекти оцінки конкурентоспроможності суб'єктів господарювання / О. П. Чепурна // Вісник СевНТУ «Економіка і фінанси». – 2009. – Вип. 98. – С. 180–185.

АНАЛІЗ КРЕДИТОСПРОМОЖНОСТІ НА ОСНОВІ ІНТЕГРАЛЬНОГО ПОКАЗНИКА ФІНАНСОВОГО СТАНУ ПОЗИЧАЛЬНИКА

УДК 336.774

Хаврюта Д. В.

Студент 4 курсу
фінансового факультету ХНЕУ ім. С. Кузнеця

Анотація. *Розглянуто один із підходів до аналізу кредитоспроможності позичальників – юридичних осіб торговельної галузі. Виявлено моменти, що негативно впливають на точність отриманих результатів. Запропоновано шляхи вдосконалення цієї методики.*

Ключові слова: *банк, кредитоспроможність, фінансовій стан, інтегральний показник, ймовірність банкрутства.*

Аннотация. *Рассмотрен один из подходов к анализу кредитоспособности заемщиков – юридических лиц торговой отрасли. Определены момонты, негативно влияющие на точность полученных результатов. Предложены пути совершенствования методики.*

Ключевые слова: *банк, кредитоспособность, финансовое состояние, интегральный показатель, вероятность банкротства.*

Annotation. *Deals with an approach to analysis of solvency of borrowers - legal entities of trade industry. According to the analysis identified shortcomings that negatively influence on exactness of the got results. Presented ways of perfection of this methodology.*

Keywords: *creditworthiness, financial condition, integral index, probability of bankruptcy, bank.*

Загальновідомо, що у банківських установах кредитні операції приносять основну частину прибутку, однак такі операції є найризикованішими. Зменшити кредитний ризик банку допомагає грамотно розроблена методика оцінювання кредитоспроможності позичальників. Пошуком сучасних методів оцінювання кредитоспроможності позичальників займається велика кількість банківських управлінців. За умов фінансово-політичної кризи в банках зростає проблема неплатежів позичальників, оскільки їх фінансовий стан погіршується. Відтак оцінити їх кредитоспроможність досить складно, особливо на довгостроковий період, тому ця проблема потребує вирішення.

Значний внесок у дослідження сутності та методики оцінювання кредитоспроможності позичальників зробили такі вчені: Гапенські Л., Роуз П., Вітлінський В., Пернарівський О., Дзюблюк О. та ін.

Метою статті є удосконалення методики оцінювання кредитоспроможності позичальників із використанням дискримінантної моделі на основі розрахунку інтегрального показника фінансового стану за даними фінансової звітності підприємства-позичальника.

Банківські установи використовують різні методи оцінювання кредитоспроможності позичальників. Оцінювання кредитоспроможності позичальника передбачає аналіз фінансової спроможності позичальника за конкретних умов кредитування у повному обсязі та у визначений кредитною угодою термін розрахуватися за своїми борговими зобов'язаннями.

Раніше працівники банків самостійно розробляли власні методики оцінювання кредитоспроможності позичальників, спираючись на особливості кредитної політики, технологічний потенціал, спеціалізацію, конкретні умови кредитного договору тощо. Однак Національним банком України було розроблено «Положення про порядок формування та використання банками України резервів для відшкодування можливих втрат за активними банківськими операціями» (від 25 січня 2012 р.), що визначає методику оцінювання кредитоспроможності позичальників за допомогою окремих показників та визначення інтегрального показника фінансового стану [1].

Інтегральним показником фінансового стану позичальника є показник, обчислюваний як результат зважування визначеної комбінації фінансових коефіцієнтів. Він комплексно характеризує фінансовий стан позичальника на основі фінансової звітності [2].

Одним із найважливіших інструментів визначення інтегрального показника є дискримінантний аналіз (Multiple-discriminant analysis, MDA). Під дискримінантним аналізом розуміють комплекс методів математичної статистики, за допомогою яких здійснюється класифікація досліджуваних підприємств залежно від значень вибраної сукупності показників відповідно до побудованої метричної шкали. Таку шкалу будують на основі ем-

© Хаврюта Д. В., 2015

піричного дослідження фінансових показників великої кількості підприємств задля розрахунку інтегрального показника, на підставі чого можна із достатньою вірогідністю передбачити банкрутство суб'єкта господарювання [4].

За допомогою дискримінантної функції всі компанії залежно від фінансового стану можна поділити на дві групи: із високою та із низькою вірогідністю банкрутства у перспективі. Параметри дискримінантної функції та значення вільного члена визначають емпіричним шляхом.

Методика оцінювання кредитоспроможності позичальників, визначувана Положенням № 23, побудована на основі дискримінантної моделі. Алгоритм розрахунку інтегрального показника фінансового стану позичальника є таким:

$$Z = a_1 \cdot K_1 + a_2 \cdot K_2 + a_3 \cdot K_3 + a_4 \cdot K_4 + a_5 \cdot K_5 + a_n \cdot K_n - a_0, \quad (1)$$

де Z – інтегральний показник;

$K_1, K_2 \ldots K_n$ – фінансові коефіцієнти, визначувані на підставі даних фінансової звітності боржника – юридичної особи для великого підприємства;

$a_1, a_2, \ldots, a_n$ – параметри, визначувані з урахуванням вагомості та розрядності фінансових коефіцієнтів. Щорічно вони актуалізуються Національним банком України на підставі даних фінансової звітності боржників – юридичних осіб;

a – вільний член дискримінантної моделі, значення якого щорічно актуалізується Національним банком України [1].

Положенням передбачено 18 моделей розрахунку інтегрального показника стосовно позичальників, які належать до суб'єктів малого бізнесу, та до великих і середніх підприємств. Залежно від значення отриманого показника визначають клас кредитоспроможності позичальника.

Банк розраховує інтегральний показник із урахуванням пояснень щодо визначення моделі розрахунку інтегрального показника боржника – юридичної особи, виходячи із належності підприємства та його класифікації.

Розрахуємо інтегральний показник оцінювання фінансового стану на прикладі великого підприємства торговельної галузі, оскільки саме ця галузь відіграє провідну роль у кредитному портфелі ПАТ «Мегабанк». Згідно із Положенням № 23 модель розрахунку інтегрального показника для досліджуваного підприємства є такою:

$$Z = 2{,}346 \cdot K_3 + 0{,}001 \cdot K_4 + 0{,}001 \cdot K_6 + 2{,}452 \cdot K_8 + 0{,}002 \cdot K_9 - 0{,}416,$$

де K_3 – коефіцієнт фінансової незалежності;

K_4 – коефіцієнт покриття необоротних активів власним капіталом;

K_6 – коефіцієнт рентабельності продажів за EBIT (EBIT-Margin);

K_8 – коефіцієнт рентабельності активів за вільним грошовим потоком;

K_9 – коефіцієнт оборотності оборотних активів [1].

Формули та алгоритми розрахунків цих показників наведено в табл. 1.

Таблиця 1

Формули та алгоритми розрахунків інтегрального показника оцінювання фінансового стану позичальника – юридичної особи

Фінансовий коефіцієнт	Формула розрахунку	Алгоритм розрахунку
K_3 – коефіцієнт фінансової незалежності	(Власний капітал) (Валюта балансу (пасив))	(ф.1 р.1495) (ф.1 р.1900)
K_4 – коефіцієнт покриття необоротних активів власним капіталом	(Власний капітал) (Необоротні активи)	(ф.1 р.1495) (ф.1 р.1095)
K_6 – коефіцієнт рентабельності продажу за фінансовими результатами від операційної діяльності (EBIT)	(Фінансові результати від операційної діяльності) (EBIT)) (Чистий прибуток від реалізації продукції)	(ф.2 р.2190—р.2195) (ф.2 р.2000)
K_8 – коефіцієнт рентабельності активів за чистим прибутком	(Чистий прибуток) (Валюта балансу (актив))	(ф.2 р.2350—р.2355) (ф.1 р.1300 ;2)
K_9 – коефіцієнт оборотності оборотних активів	Чиста виручка від реалізації Середні залишки оборотних активів	ф2. р.2000 ф1 р. 1195 : 2

За результатами розрахунків визначають інтегральний показник оцінювання фінансового стану і клас позичальника. У Положенні № 23 подано класи та їх значення для всіх підприємств за видами економічної діяльності. У табл. 2. подано класи та значення для великих підприємств торговельної галузі (КВЕД: секція G).

Таблиця 2

Класи та значення для середніх і великих підприємств торговельної галузі (КВЕД; секція G)

Види економічної діяльності	Рейтингові класи та ризик кредитної заборгованості							
	Клас 1	Клас 2	Клас 3	Клас 4	Клас 5	Клас 6	Клас 7	Клас 8
Оптова та роздрібна торгівля (КВЕД; секція G)	Понад + 1,9	Від +1,9 до +0,22	Від +0,22 до –0,04	Від –0,04 до – 0,24	Від –0,24 до –0,6	Від–0,6 до – 1,03	Від –1,03 до – 1,83	Менше за – 1,83

На прикладі річної фінансової звітності позичальника ПАТ «АІСЕ Україна», зокрема форми 1 Баланс (Звіт про фінансовий стан) та форми 2 (Звіт про фінансові результати) за 2012–2014 рр., визначаємо показники фінансового стану позичальника – підприємства торговельної галузі. Отримані результати подано в табл. 3.

Таблиця 3

Показники фінансового стану ПАТ «АІСЕ Україна» за 2012–2014 рр.

Показники	2012	2013	2014
K_3 – коефіцієнт фінансової незалежності	0,097	0,129	0,068
K_4 – коефіцієнт покриття необоротних активів власним капіталом	0,097	0,129	0,068
K_6 – коефіцієнт рентабельності продажу за фінансовими результатами від операційної діяльності (EBIT)	0,408	0,923	0,343
K_8 – коефіцієнт рентабельності активів за чистим прибутком	0,054	0,075	0,014
K_9 – коефіцієнт оборотності оборотних активів	0,162	0,113	0,080

За даними табл. 3 визначаємо інтегральний показник Z оцінювання фінансового стану підприємства торговельної галузі у 2012–2014 рр. Отримані результати подано в табл. 4.

Таблиця 4

Інтегральні показники Z оцінювання фінансового стану підприємства торговельної галузі за 2012–2014 рр.

Роки	Z	Клас позичальника	Характеристика класу
2012	–0,05666	4	Спекулятивні вкладення. Помірна спроможність виконання зобов'язань. Високий рівень залежності від актуальних тенденцій економічного розвитку
2013	0,071891	3	
2014	–0,22228	4	

Отже, у 2012 р. показник Z = –0,057, що відповідає 4 класу; у 2013 р. показник Z = 0,07 – піднявся до 3 класу, що означає, що підприємство стало менш уразливим до впливу несприятливих зовнішніх умов, ніж у 2012 р. Однак у 2014 р. показник Z = –0,22, тобто підприємство знову відповідає 4 класу, отже, його фінансовий стан погіршився.

Після проведених розрахунків можна зробити висновки, що окреслена методика оцінювання кредитоспроможності позичальників має свої переваги й недоліки. До переваг належать:

– наявність формул та алгоритмів розрахунку показників, використовуваних для розрахунку інтегрального показника фінансового стану позичальника;

– можливість оцінювання кредитоспроможності позичальників для великих (середніх) і малих за обсягами підприємств;

– можливість розрахунку інтегрального показника за видами економічної діяльності.

До недоліків належать:

– недостатність характеристики класів позичальників – юридичних осіб за видами економічної діяльності;

- відсутність інтерпретації показника Z;
- переоцінка ролі кількісних і недооцінка якісних факторів;
- неконтрольованість вибору системи базових кількісних показників;
- висока чутливість до недостовірності вихідних даних фінансової звітності;
- вплив окремих факторів визнання фірми банкрутом, що не піддаються обліку.

Задля усунення першого недоліку пропонується сформувати характеристику класів позичальників – великих (середніх) підприємств торговельної галузі. Звернемо увагу, що спочатку було розроблено Проект методики інтегрального оцінювання фінансового стану позичальників – юридичних осіб, у якому наведено загальну характеристику класів для всіх позичальників – юридичних осіб. Однак кожне підприємство має свій інтегральний показник за видами економічної діяльності, тому неможливо створювати характеристику класів, спираючись на Проект, у зв'язку із чим запропоновано визначати характеристику та рівень кредитного ризику, що відповідають кожному із класів позичальників для великих (середніх) підприємств торговельної галузі у такий спосіб (табл. 5).

Таблиця 5

Характеристика класів позичальників для великих (середніх) підприємств торговельної галузі

Клас позичальника	Характеристика	Рівень кредитного ризику
1. Понад + 1,9	Фінансовий стан є високим: високий рівень спроможності виконувати зобов'язання, зокрема можливість погашення основної заборгованості та відсотків за кредитом відповідно до умов кредитного договору. Показники фінансової незалежності та рентабельності мають оптимальні значення	Мінімальний
2. Від +1,9 до +0,22	Фінансовий стан є вищим за середній: середній рівень спроможності виконувати зобов'язання, існують окремі недоліки в економічному розвитку, недостатній рівень захисту щодо можливих ризиків економічної діяльності. Показники фінансової незалежності та рентабельності є нижчими за їх оптимальні значення	Допустимий
3. Від +0,22 до –0,04	Фінансовий стан є помірним (задовільним): помірний рівень спроможності виконувати зобов'язання, високий рівень залежності від актуальних тенденцій економічного розвитку. Показники фінансової незалежності та рентабельності є нижчими за їх оптимальні значення	Середній
4. Від –0,04 до – 0,24	Фінансовий стан є незадовільним: недостатній рівень спроможності виконувати зобов'язання, особливо у довгостроковому періоді	Високий
6. Від –0,6 до – 1,03	Фінансовий стан є критичним: спроможність виконувати зобов'язання відсутня	Недопустимий
7. Від –1,03 до – 1,83		
8. Менше за – 1,83		

Застосування такої характеристики допоможе оперативно усвідомлювати та приймати правильні рішення щодо оцінювання спроможності позичальників виконувати свої фінансові зобов'язання, а також реальної можливості погашення основної заборгованості та відсотків за кредитом відповідно до умов кредитного договору у поточному періоді та надалі.

Серед зарубіжних моделей оцінювання ймовірності банкрутства (Z-рахунку) найбільш широкого розповсюдження набули такі моделі: Альтмана Е. (1968, 1983) [5], Тоффлера Дж. і Тішоу Г. (1977) [6], Спрінгейта Г. (1978).

Модель Альтмана Е. – п'ятифакторна модель оцінювання вірогідності банкрутства, де $Z < 1,8$ означає дуже високу вірогідність банкрутства; якщо $1,9 < Z < 2,7$ – вірогідність є середньою; якщо $2,8 < Z < 2,9$ – вірогідність є невисокою; якщо $Z > 3$ – вірогідність є дуже низькою [5].

Модель Тоффлера Дж. і Тішоу Г. – чотирифакторна модель оцінювання вірогідності банкрутства, де $Z > 0,3$ означає високий рівень фінансового стану і невисоку вірогідність банкрутства, за $Z < 0,3$ рівень фінансового стану вважають низьким, а вірогідність банкрутства – високою [6].

Модель Спрінгейта Г. – чотирифакторна модель оцінювання вірогідності банкрутства, де $Z < 0,862$ означає високу ймовірність банкрутства; а $Z > 2,45$ – мінімальну.

Перевагами згадуваних зарубіжних моделей є максимальна точність, однак питання про застосування моделей для економіки України залишається відкритим, оскільки воно ускладнене через нестачу інформації в аналітичному блоці.

Найбільш застосовуваною серед моделей оцінювання вірогідності банкрутства є Іркутська модель R (1997–1998) [4] та модель Терещенка О. (2003) [3].

Іркутська модель (R) – чотирифакторна модель оцінювання вірогідності банкрутства. Значення моделі R визначають у такий спосіб (табл. 6).

Таблиця 6

Інтерпретація значення R (коефіцієнта ймовірності банкрутства)

Значення R (коефіцієнта ймовірності банкрутства)	Ймовірність банкрутства, %
Менше за 0	Максимальна (90–100)
0–0,18	Висока (60–80)
0,18–0,32	Середня (35–50)
0,32–0,42	Низька (15–20)
Понад 0,42	Мінімальна (до 10)

Перевагою застосування цієї моделі є подібні умови становлення ринкової економіки та вплив факторів макросередовища.

Модель Терещенка О. – семифакторна модель оцінювання вірогідності банкрутства, де $Z < 0,8$ означає фінансову кризу і високу ймовірність банкрутства; $Z > 0,51$ означає фінансову стійкість і низьку ймовірність банкрутства, у інших випадках необхідним є додатковий аналіз [3]. Ця модель має певні недоліки: відсутність поглибленої класифікації стійкості фінансового стану (існує лише задовільний та незадовільний фінансовий стан); отримання значень у межах від –0,9 до 0,9 змушує проводити додатковий аналіз для ідентифікації стійкості фінансового стану.

Відтак для оцінювання вірогідності банкрутства для великих (середніх) підприємств торговельної галузі запропоновано розмежовувати отримане значення Z таким чином (табл. 7). Саме така інтерпретація дає можливість зрозуміти спроможність позичальника у майбутньому повністю і в термін, передбачений у кредитному договорі, розрахуватися за своїми борговими зобов'язаннями перед банком, а також визначити ступінь ризику банку при кредитуванні конкретного позичальника.

Таблиця 7

Інтерпретація значення Z (інтегральний показник оцінювання фінансового стану, ймовірності банкрутства позичальників та рівня кредитного ризику)

Значення Z	Оцінювання фінансового стану	Стадії вірогідності банкрутства	Рівень кредитного ризику
1. Понад + 1,9	Є високим	Загрози немає	Є мінімальним
2. Від +1,9 до +0,22	Є вищим за середній	Є мінімальною	Є допустимим
3. Від +0,22 до –0,04	Є помірним (задовільним)	Є низькою	Є середнім
4. Від –0,04 до – 0,24	Є незадовільним	Є середньою	Є високим
5. Від –0,24 до –0,6	Є збитковим	Є високою	Є максимальним
6. Від –0,6 до – 1,03	Є критичним	Є максимальною	Є недопустимим
7. Від –1,03 до – 1,83			
8. Менше за – 1,83			

Використовуючи розроблену інтерпретацію значень інтегрального показника Z, можна більш точно та коректно оцінити рівень фінансового стану позичальників – великих (середніх) підприємств торговельної галузі, стадію ймовірності банкрутства та рівень кредитного ризику. Це дозволить підтримувати загальний рівень ризику кредитного портфеля у встановлених допустимих межах і забезпечити запланований рівень дохідності кредитної діяльності банку.

Науковий керівник – канд. екон. наук, доцент Берест М. М.

Література: 1. Положення про порядок формування та використання банками України резервів для відшкодування можливих втрат за активними банківськими операціями [Електронний ресурс] : Закон України від 25.01.2012 № 23. – Режим доступу : http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/z0231-12. **2.** Про внесення змін до Порядку проведення оцінки фінансового стану бенефіціара та визначення виду [...] [Електронний ресурс] : Закон України від 20.07.2012 № 859. – Режим доступу : http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/z1632-12. **3.** Терещенко.О. Дискримінантна модель інтегральної оцінки фінансового стану підприємства / О. О. Терещенко // Економіка України. –

2003. – № 8. – С. 38–45. **4.** Рзаєва Т. Г. Зарубіжні методики визначення ймовірності банкрутства підприємства / Т. Г. Рзаєва, І. В. Стасюк // Вісник Хмельницького національного університету. – 2010. – № 3. – Т. 1. – С. 177–181. **5.** Altman E. Financial ratios. Discriminant analysis and the prediction of corporate bankruptcy / E. I. Altman // The Journal of Finance. –1968. – Sept. – P. 589–599. **6.** Toffler R. Going, going, gone – four factors which predict / R. Toffler, H. Tishaw // Accountan. – 1977. – March. – P. 50–54.

СУЩНОСТЬ И ЗНАЧЕНИЕ МАЛОГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА ДЛЯ ЭКОНОМИКИ УКРАИНЫ

УДК 334.012.64(477)

Харченко А. Ю.

Студент 1 курса
факультета менежмента и маркетинга ХНЭУ им. С. Кузнеца

Аннотация. *Проанализированы основные особенности малого предпринимательства, его проблемы, трудности и преимущества.*

Ключевые слова: *малый бизнес, малое предпринимательство, преимущества, проблемы.*

Анотація. *Проаналізовано основні особливості малого підприємництва, його проблеми, труднощі та переваги.*

Ключові слова: *малий бізнес, мале підприємництво, переваги, проблеми.*

Annotation. *A big role in accelerating economic development belongs to small business. Small business has its advantages, but at the same time there are problems and difficulties.*

Keywords: *small business, benefits, challenges.*

Как показывает мировая практика, предприятия малого бизнеса более устойчивы к внешним изменениям и быстрее адаптируются к новым рыночным условиям.

Субъектами малого предпринимательства в Украине являются зарегистрированные физические лица, а также юридические лица – субъекты предпринимательства любой организационно-правовой формы и формы собственности, в которых средняя численность работающих за отчетный период не превышает 50 лиц и объем выручки от реализации продукции (товаров, работ, услуг) за год не превышает 1000000 грн [1].

К основным преимуществам малого бизнеса относят:

– близость к клиенту. В отличие от предприятий крупного бизнеса, малые предприятия практически всегда находятся в тесном, почти повседневном, контакте с клиентом. Это позволяет этим предприятиям быстрее адаптироваться и проявлять гибкость в зависимости от желаний клиентов. Они могут добиться того, что именно их продукции потребитель в итоге отдаст свое предпочтение;

– способность постоянно изменяться и адаптироваться. Предприятиям малого бизнеса в процессе осуществления своей деятельности приходится постоянно бороться за выживание, поскольку велика вероятность вытеснения со стороны крупных и средних предприятий. Помимо этого, они сильно зависят от своей клиентуры и поставщиков, так что вынуждены постоянно искать различные новые способы снижения издержек;

– инновационный потенциал. Предприятиям малого бизнеса необходимо постоянно адаптироваться к изменениям в бизнес-среде, в технологиях производства, а также в потребностях потребителей. Более того, малыми организациями зачастую руководят предприниматели, которые являются новаторами в своей сфере, вполне готовы к риску, если это обеспечит им рост прибыли и эффективность работы организации;

– возможность объединять усилия. Для того, чтобы предприятия малого бизнеса были способны сопротивляться своим крупным и средним конкурентам, им следует образовывать различного рода объединения как краткосрочного, так и долгосрочного характера.

© Харченко А. Ю., 2015

Рис. 1. **Удельный вес малых предприятий в Украине по видам экономической деятельности** (в % к итогу) [2]

Малый бизнес играет большую роль в развитии экономики Украины:

1) оказывает огромное влияние в сфере создания робочих мест для населения: предприятия повышают уровень занятости населения, уменьшая при этом уровень безработицы. Малые предприятия обеспечивают работой социально нестабильные слои населения: молодежь, женщин, иммигрантов и др.;

2) малый бизнес – один из основных источников налоговых поступлений, принимает большое участие в формировании государственного бюджета благодаря прибыли различных организаций и физических лиц;

3) является источником доходов для населения.

Когда в Украине в начале 90-х годов начался экономический спад, именно предприятия малого бизнеса помогли экономике Украины подстроиться под новую рыночную конъюнктуру. Это демонстрирует гибкость и большую мобильность предприятий малого бизнеса, а также то, что они могут значительно помочь в укреплении рыночной экономики.

Однако для того, чтобы понять сущность малых предприятий, необходимо рассмотреть не только преимущества, но и принципиальные проблемы. Главной проблемой, характеризующей малый бизнес, является нехватка для организации собственного дела денежных средств. К причинам этой проблемы относятся:

1) малодоступность кредитов. Это связано с тем, что у начинающих предпринимателей в большинстве случаев нет имущества, которым можно было бы обеспечить кредиты, поэтому банкам не интересно кредитовать такие предприятия;

2) проблемы инвестирования со стороны государства. Государство, конечно, оказывает поддержку малым предприятиям посредством различных программ, однако государственные структуры, у которых имеются на это необходимые средства, скорее вложат их в предприятия, являющиеся лидерами на рынках. Понятно, что чаще всего ими оказываются отнюдь не малые предприятия, а крупные организации.

Таким образом, для малого предпринимательства как экономического явления характерны как положительные, так и отрицательные моменты. Лавирование между ними, умение превращать недостатки в достоинства, а достоинства – в успех помогут бизнесменам в среде малого предпринимательства адекватно действовать на рынке, приближая свою пусть небольшую, но стабильную компанию к успеху.

Научный руководитель – канд. экон. наук, доцент Бережная Н. И.

Литература: 1. Акимов О. Ю. Малый и средний бизнес: эволюция понятий, рыночная среда, проблемы развития / О. Ю. Акимов. – М. : Финансы и статистика, 2004. – 192 с. **2.** Державна служба статистики України [Электронный

ресурс]. – Режим доступа : http://www.ukrstat.gov.ua/. **3.** Теребова С. В. Предпринимательство в регионе: состояние, перспективы / С. В. Теребова, О. В. Подолякин, В. С. Усков, С. Ю. Егорихина // Бизнес и экономика. – 2011. – № 12. – С.140–142. **4.** Бизнес-идеи [Электронный ресурс] // Идеи малого бизнеса. – Режим доступа : http://ideimalogobiznesa.com.ua/biznes-idei.html. **5.** Воробей Е. К. Современная оценка экономического и налогового потенциала малого предпринимательства: региональный аспект / Е. К. Воробей, Т. А. Волкова-Гончарова, С. В. Сивкова [и др.] ; под ред. проф. Т. Е. Гварлиани. – М. : Финансы и статистика, 2010. – 320 с.

УДОСКОНАЛЕННЯ КОМУНІКАЦІЙНОЇ ПОЛІТИКИ ПІДПРИЄМСТВА

УДК 316.776

Хоміченко С. Є.

Студент 4 курсу
факультету менеджменту та маркетингу ХНЕУ ім. С. Кузнеця

Анотація. *Проаналізовано поняття комунікації та комунікаційної політики. Розкрито сутність поняття комунікації в маркетингу. Запропоновано власне визначення поняття маркетингових комунікацій. Розглянуто комплекс маркетингових комунікацій, їх переваги та недоліки. Наведено рекомендації для підприємств щодо вдосконалення комунікаційної політики.*

Ключові слова: *комунікації, комунікаційна політика, комплекс маркетингових комунікацій, реклама, PR, персональний продаж, стимулювання збуту.*

Аннотация. *Проанализированы понятия коммуникации и коммуникационной политики. Раскрыта сущность понятия коммуникаций в маркетинге. Предложено собственное определение понятия маркетинговых коммуникаций. Рассмотрен комплекс маркетинговых коммуникаций, их преимущества и недостатки. Приведены рекомендации для предприятий по совершенствованию коммуникационной политики.*

Ключевые слова: *коммуникации, коммуникационная политика, комплекс маркетинговых коммуникаций, реклама, PR, персональные продажи, стимулирование сбыта.*

Annotation. *Analysis of the concepts of communication and communication policy. The proposed own definition of marketing communication. The complex of marketing communications and the allocation of their advantages and disadvantages. Recommendations for enterprises to improve the communication policy.*

Keywords: *communication, communication policy, a complex of marketing communications, advertising, PR, personal selling, sales promotion.*

Сучасний маркетинг вимагає набагато більше, ніж просто створити якісний товар, встановити на нього вигідні ціни і задовольнити ним цільових споживачів. Саме через це й існують маркетингові комунікації. Застосування комунікаційної політики є необхідним для кожного підприємства незалежно від сфери діяльності. Тому для підвищення ефективності діяльності підприємства необхідно застосовувати повний комплекс комунікаційної політики: рекламу, персональні продажі, прямий маркетинг, стимулювання збуту та зв'язки із громадськістю, а також багато іншого.

Вивченням питань, пов'язаних із комунікаційною політикою, займалися такі зарубіжні вчені: Бернет Дж., Беррі К., Котлер Ф., Моріарті С., Персі Л., Росситер Дж. та ін. У вітчизняній науці питаннями комунікаційної політики займалися такі автори: Арланцев О., Багієв Г., Баженов Ю., Голубкова Е., Гончаренко М., Губіна Г., Земляк С., Панкратов Ф., Синяєва І., Синяєв В., Прохорова Т., Гронь О. та ін.

Метою дослідження є аналіз та систематизація теоретико-методичних підходів і методів управління маркетинговими комунікаціями на підприємстві.

Для того щоб розкрити сутність і поняття комунікацій у маркетингу, потрібно визначити, що таке комунікація. Комунікацією є процес обміну інформацією за допомогою різних комунікаційних засобів за різними каналами. Процес обміну інформацією відбувається постійно, як між людьми, так і між підприємствами.

© Хоміченко С. Є., 2015

Маркетинг має на меті забезпечення підприємства та організації інформацією про доцільні напрями діяльності з точки зору сьогоднішніх і майбутніх потреб ринку. Одним із інструментів, що дає змогу застосовувати в єдності та взаємозв'язку стратегію і тактику активного просування до потреб потенційних покупців, є маркетингова політика комунікацій. Якщо маркетинг є різновидом людської діяльності, спрямованим на задоволення потреб споживачів за допомогою обміну, то маркетингові комунікації забезпечують взаємозв'язок між виробниками та споживачами товарів у процесі цього обміну. Під маркетинговими комунікаціями підприємства розуміють систематичне і комбіноване застосування сукупності інформаційних зв'язків, від пошуку ринкової інформації, вибору цілей діяльності, ринкового сегмента, визначення оптимальних умов реалізації продукції до власно маркетингових комунікацій.

Комплекс комунікаційної політики об'єднує учасників, канали розповсюдження та засоби комунікацій підприємств і організацій. Аналіз понять подано в табл. 1.

Таблиця 1

Аналіз поняття «комунікаційна політика»

№ з / п	Автори	Назва	Визначення
1	Прохорова Т., Гронь О.	Комунікаційна політика організації	Цілеспрямована діяльність організації щодо регулювання інформаційних повідомлень та потоків, які здійснюють планування та взаємодію з усіма суб'єктами маркетингової системи на основі обґрунтованої стратегії використання комплексу комунікаційних засобів [1]
2	Романов А., Панько О.	Маркетингові комунікації	Зв'язки, утворені фірмою із контактними аудиторіями за допомогою різних засобів впливу, до яких належать реклама, піар, стимулювання збуту, пропаганда, особистий продаж, а також неформальних джерел інформації у вигляді чуток [2]
3	Нуар М.	Маркетингові комунікації	Процес обміну повідомленнями між керівниками і керованими [3]
4	Ламбен Ж.-Ж.	Маркетингові комунікації	Сукупність сигналів від фірми на адресу різних аудиторій, у тому числі клієнтів, збутовиків, постачальників, акціонерів, органів управління та власного персоналу [4]
5	Котлер Ф.	Маркетингові комунікації	Процес управління рухом товару (послуги, ідеї, образу) на всіх етапах: перед продажем, у момент купівлі, під час споживання, після завершення процесу споживання [5]
6	Синяєв В., Земляк С., Синяєва І.	Маркетингові комунікації	Комплексна система ринкової взаємодії із громадськими колами, що є пов'язаною із рухом товару, обміном інформацією, технологіями, знаннями, досвідом [6]
7	Габінська О., Дмитрієва Н.	Маркетингові комунікації	Створення та підтримка постійних зв'язків підприємства з ринком для стимулювання продажів і формування іміджу [6]

Таким чином, маркетингові комунікації – це комплексна система взаємодії із внутрішнім та зовнішнім середовищем підприємства, що є пов'язаною із процесом управління рухом товару (послуги) на всіх етапах існування.

Підприємства постійно удосконалюють свою діяльність, намагаючись реалізувати свої цілі, що досягаються за допомогою реклами, назв магазинів, оформлення вітрин, розсилання літератури, роздавання безкоштовних зразків, купонів, прес-релізів та інших комунікаційних видів діяльності. Сукупність цих засобів досягнення цілей є управлінням просуванням, або маркетинговими комунікаціями.

Процес розробки комунікаційної стратегії у загальному вигляді є низкою послідовних етапів (рис. 1).

Рис 1. **Етапи розробки комунікаційної стратегії**

Метою комунікаційної стратегії є стимулювання попиту, тобто збільшення чи збереження попиту на колишньому рівні у разі його падіння. Основи теорії комунікації було закладено американським політологом Лассуеллом Х. (табл. 2). Вони знайшли свій розвиток у працях представників школи наукового управління (Тейлора Ф.) і соціальних систем (Берталанфі Л., Рапопорта А.), зарубіжних маркетологів (Котлера Ф., Асселя Г., Діхтля Е., Хершгена Х. та ін.), а також російських фахівців (Багієва Г., Голубкова Е., Соловйова Б. та ін.). Однак формула Лассуелла ними тільки доповнюється, а її суть, «золота серцевина», залишається без змін.

Таблиця 2

Модель Лассуелла

Хто повідомляє	Комунікатор	Аналіз управління
Що	Повідомлення (інформація)	Аналіз змісту
За яким каналом	Канал передачі	Аналіз засобів та каналів
Кому	Комунікант (аудиторія)	Аналіз аудиторії
Із яким ефектом	Зворотний зв'язок	Аналіз результатів

Виділяють чотири засоби впливу, що застосовують із засобами комунікації для стимулювання попиту на товар. Тому іноді комплекс маркетингової комунікації називають комплексом стимулювання, або просто комунікаційним комплексом. До цих засобів належать: реклама, стимулювання збуту, зв'язки із громадськістю.

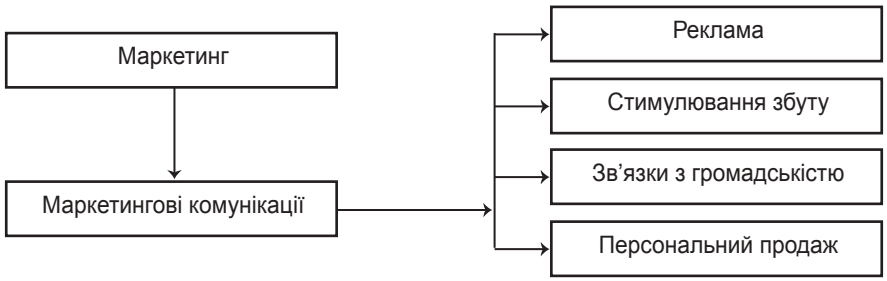

Рис. 2. **Система маркетингових комунікацій** [1]

Ці засоби застосовують для підтримки контактів із усіма учасниками процесу просування товару: посередниками, споживачами, контактною аудиторією. Кожний із засобів відрізняється від іншого характером впливу, методом впливу та фінансовими витратами, відтак підприємства мають вибирати найбільш придатну стратегію комунікацій. Під рекламою розуміють будь-яку платну форму неособистого передавання та просування ідей, товарів, послуг від імені замовника. Реклама може бути витратно-ефективним методом взаємодії із великими масовими аудиторіями. Витрати на виробництво та розміщення реклами можуть бути достатньо високими. У більшості рекламних повідомлень відсутній зворотний зв'язок, що ускладнює процес оцінювання, чи отримала цільова аудиторія повідомлення належним чином, чи є воно ефективним. Стимулювання збуту – це короткочасні заходи щодо стимулювання, заохочення до купівлі або продажу товару. Стимулювання продажу змушує споживачів до купівлі, тобто стимулює короткострокові продажі. Зразки, купони, зниження цін або пропозиції премій можуть переконати покупця випробувати нову марку або виявити лояльність до наявної. Під зв'язками із громадськістю розуміють неособисте не оплачуване спонсорами стимулювання попиту шляхом поширення відомостей про товар або фірму в засобах масової інформації. До переваг зв'язків із громадськістю відносять довіру публіки, бо споживачі зазвичай є менш скептичними щодо сприятливої інформації про продукт / послугу, якщо отримують її з об'єктивного та неупередженого джерела – ЗМІ або від публічної персони. Рекламі та відділу маркетингу споживач довіряє менше. Проте немає гарантії, що історія про продукт з'явиться в газеті взагалі або буде транслюватися в той час, коли її побачить цільова аудиторія компанії. Більше того, інформація про продукт може бути подана невірно або певні важливі деталі пропущені.

Персональний продаж полягає в усному поданні товару одному або декільком покупцям з боку продавця чи посередника [1]. У такому разі існує безпосередній контакт між покупцем і продавцем, чого немає в рекламі. Особиста взаємодія забезпечує комунікативну гнучкість: продавець бачить або чує реакцію потенційного покупця на повідомлення і може модифікувати повідомлення в процесі його передачі відповідно до реакції. Але така комунікація має високу вартість. Охоплення великих аудиторій персональними продажами може виявитися дорогим.

Таким чином, підприємствам із невеликим бюджетом слід застосовувати такі засоби маркетингових комунікацій, як зв'язки із громадськістю та стимулювання збуту. Стимулювання збуту допоможе підприємству швидко отримати прибуток, а зв'язки із громадськістю збільшать кількість споживачів. Підприємствам із більшим бюджетом слід застосовувати рекламу. Реклама має низьку вартість контакту і може охопити максимальну за кількістю аудиторію. Персональний продаж є найбільш дорогим засобом впливу. Його слід застосовувати у разі виробництва ексклюзивних товарів та послуг, щоб прибуток перевищив витрати на виробництво та комунікації.

Науковий керівник – канд. екон. наук, доцент Рожко В. І.

Література: 1. Прохорова Т. П. Маркетингова політика комунікацій : навч. посіб. / Т. П. Прохорова, О. В. Гронь. – Харків : ВД «ІНЖЕК», 2005. – 224 с. **2.** Романов А. А. Маркетинговые коммуникации / А. А. Романов, А. В. Панько. – М. : Эксмо, 2006. – 432 с. **3.** Норіцина Н. І. Маркетингова політика комунікацій : курс лекцій / Н. І. Норіцина. – Київ : МАУП, 2003. – 120 с. **4.** Ламбен Ж.-Ж. Стратегический маркетинг. Европейская перспектива / Ж.-Ж. Ламбен. – СПб. : Наука, 1996. – 508 с. **5.** Котлер Ф. Основы маркетинга / Ф. Котлер. – М. : Прогресс, 1991. – 394 с. **6.** Синяева И. М. Маркетинговые коммуникации : учебник / И. М. Синяева ; под ред. проф. Л. П. Дашкова. – М. : Дашков и К°, 2005. – 304 с. **7.** Грачева М. В. Анализ проектных рисков / М. В. Грачева. – М.: Фантастин-Форм, 1999. – 199 с. **8.** Тургаев А. С. Политология : учеб. пособие / Под ред. А. С. Тургаева, А. Е. Хренова. – СПб. : Питер, 2005. – 560 с.

МЕТОДИКА АУДИТУ ОПЕРАЦІЙ ІЗ ОСНОВНИМИ ЗАСОБАМИ

УДК 657.6:657.42

Хомюк А. В.

Магістрант 1 року навчання
факультету обліку та аудиту ХНЕУ ім. С. Кузнеця

Анотація. *Розглянуто підходи до визначення поняття «основні засоби», окреслено характеристики основних засобів. Обґрунтовано методику аудиту операцій із основними засобами.*

Ключові слова: *основні засоби, методика аудиту, сутність аудиту, організація, аудиторські докази.*

Аннотация. *Рассмотрены подходы к определению понятия «основные средства», обозначены характеристики основных средств. Обоснована методика аудита операций с основными средствами.*

Ключевые слова: *основные средства, методика аудита, сущность аудита, организация, аудиторские доказательства.*

Annotation. *The approaches to the definition of «fixed assets», outlines the main characteristics of property. Grounded methodology of audit operations with fixed assets.*

Keywords: *basic tools, methods of audit, materiality of audit, organization, audit evidence.*

Нині аудит як вид контролю є необхідним та обґрунтованим, оскільки володіння достовірною інформацією є передумовою успішного функціонування суб'єктів господарювання.

Перехід до ринкової системи господарювання неможливий без вирішення питання підвищення ефективності використання основних фондів і виробничих потужностей. Від вирішення цієї проблеми залежить місце підприємства в економіці, його фінансовий стан, конкурентоспроможність на ринку. Технічний рівень, якість, надійність, довговічність продукції залежать від якісного стану техніки й ефективного її використання, що визначає ефективність виробництва. Це обумовлює актуальність теми роботи.

Питання аудиту операцій із основними засобами досліджували у своїх працях такі науковці: Бутинець Ф. Ф., Кулаковська Л. П., Піча Ю. В., Усач Б. Ф. та ін. У науковій літературі багато уваги приділено теоретичному обґрунтуванню поняття «основні засоби», проте не вироблено єдиного підходу.

Метою написання статті є визначення поняття «основні засоби» та виявлення особливостей методики операцій із основними засобами.

Методичну основу дослідження склали загальнонаукові та спеціальні методи: логічні, методи синтезу, методи аналізу, порівняння, що використовувалися для виявлення спільних та відмінних рис між підходами науковців до тлумачення основних понять. Під час формування висновків було узагальнено інформацію та результати дослідження за допомогою використання таких методів, як індукція та дедукція.

© Хомюк А. В., 2015

Об'єктом дослідження є методика аудиту основних засобів. Предметом дослідження є господарські процеси та операції, пов'язані із придбанням, переміщенням та збутом основних засобів та інших необоротних активів, а також відносини, що виникають при цьому на підприємстві та за його межами.

Аналіз робіт вітчизняних та зарубіжних авторів дозволяє дослідити різні теоретичні підходи до визначення поняття «основні засоби». Дані аналізу наведено у табл. 1.

Таблиця 1

Дефініції поняття «основні засоби»

Джерело, автор	Визначення	Джерело
П(С)БО 7 «Основні засоби»	Основні засоби – це матеріальні активи, які підприємство утримує для використання їх у процесі виробництва або постачання товарів, надання послуг, надання в оренду іншим особам або для здійснення адміністративних і соціально-культурних функцій, очікуваний термін корисного використання (експлуатації) яких перевищує один рік (або операційний цикл, якщо він є довшим за рік)	[1]
МСБО 16 «Основні засоби»	Основні засоби – це матеріальні об'єкти, що їх: а) утримують для використання у виробництві або постачання товарів чи надання послуг для передавання в оренду або для адміністративних цілей; б) використовуватимуть, за очікуванням, понад один період	[2]
Черненко С. К.	Основні засоби – це засоби праці виробничого і невиробничого призначення (будівлі, споруди, машини, передавальні пристрої, інвентар та ін.), що беруть участь у процесі виробництва впродовж багатьох циклів, зберігаючи свою натуральну форму, і поступово (по мірі зношення) переносять свою вартість на вироблену продукцію	[3]
Бутинець Ф. Ф.	Основні засоби – це матеріальні активи, що утримуються для виробництва або постачання товарів, надання послуг, надання в оренду іншим особам або для здійснення адміністративних і соціально-культурних функцій, очікуваний термін корисного використання яких перевищує один рік (або операційний цикл, якщо він є довшим за рік)	[4, с. 89]
Ковальов Д. М.	Основні засоби – це матеріальні активи, які підприємство формує для використання їх у процесі виробництва чи постачання товарів, надання послуг, надання в оренду іншим особам або для здійснення адміністративних та соціально-культурних функцій, очікуваний термін корисного застосування яких перевищує рік	[5, с. 13]
Бондар О. М.	Основні засоби – це сукупність матеріальних активів у формі засобів праці, які багаторазово беруть участь у процесі виробничо-комерційної діяльності та переносять на продукцію свою вартість частинами	[6, с. 23]

Таким чином, з наведених у табл. 1 визначень можна виділити головні особливості основних засобів:

1) застосовують понад один операційний цикл;

2) поступово переносять свою вартість на вироблену продукцію;

3) безпосередньо беруть участь у процесі виробництва.

Метою аудиту основних засобів є висловлення аудитором незалежної професійної думки щодо правильності відображення у звітності підприємства інформації щодо основних засобів, а також ефективності їх використання для підвищення ступеня довіри користувачів.

До завдань аудиту основних засобів належать:

1) проведення факторного аналізу фондовіддачі для визначення резервів більш ефективного використання основних засобів;

2) аналіз структури основних засобів та її вплив на діяльність підприємства;

3) надання рекомендацій щодо доцільності вибраного методу амортизації.

Завдання аудиту основних засобів зумовлюють застосування різних методичних прийомів (рис. 1).

Для якісного проведення аудиту основних засобів необхідним є ефективне його планування та поділ перевірки на певні етапи із досягненням на кожному визначених цілей аудиту.

Методика аудиту основних засобів включає три етапи: 1) підготовчий; 2) основний; 3) кінцевий. Етапи аудиту операцій з основними засобами деталізовано в табл. 2.

У ході дослідження встановлено, що нині аудит як вид контролю є необхідним та обґрунтованим, оскільки володіння достовірною інформацією є передумовою успішного функціонування промислових підприємств. Основні засоби є значною частиною загальної майнової номенклатури більшості суб'єктів господарювання. На сучасному етапі розвитку важливого значення набувають питання їх ефективного використання та збереження.

Цьому значною мірою сприяє здійснення дієвого незалежного контролю за станом та використанням об'єктів основних засобів.

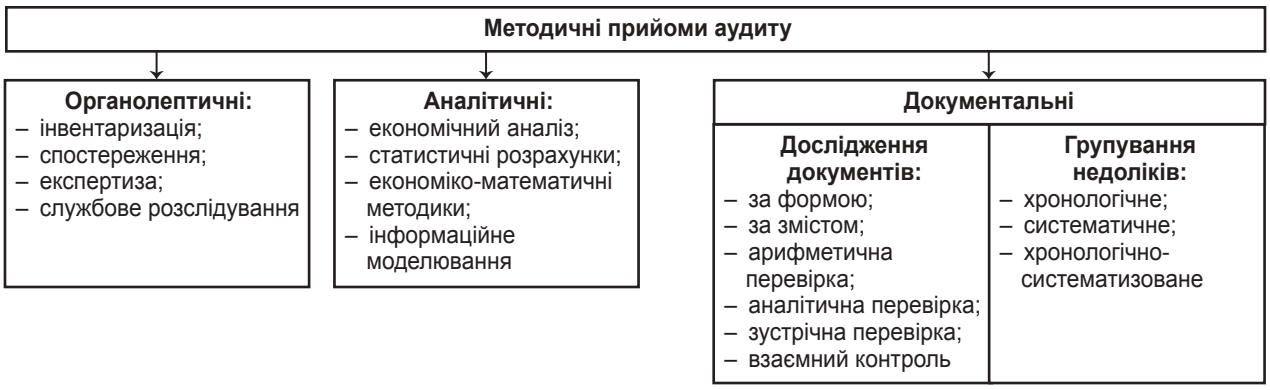

Рис. 1. **Методичні прийоми аудиту основних засобів**

Таблиця 2

Методика аудиту операцій із основними засобами

№ з / п	Назва етапу	Стадії	Аудиторські методи	Інформаційна база
1	Підготовчий	1) попереднє ознайомлення з підприємством-клієнтом; 2) оцінювання систем контролю і бухгалтерського обліку; 3) визначення аудиторського ризику; 4) визначення аудиторської вибірки; 5) планування аудиту основних засобів	Опитування й анкетування керівництва підприємства та персоналу, вивчення матеріалів попередньої аудиторської перевірки, документальна перевірка, спостереження	Статут підприємства, накази, звіт про попередню аудиторську перевірку, інвентарні картки, дані синтетичного й аналітичного обліку основних засобів
2	Основний	1) контроль оцінювання основних засобів; 2) встановлення їх належності, перевірка достовірності облікових записів і залишків у балансі; 3) перевірка пра-вильності нарахування зношення і визначення витрат на ремонт основних засобів	Зіставлення даних інвентаризації, синтетичного й аналітичного обліку, запит до постачальників (підрядників), документальна вибіркова перевірка, перевірка арифметичних підрахунків, аналіз	Акти інвентаризації, первинна документація на основні засоби, облікові регістри синтетичного й аналітичного обліку, відповіді на запит, баланс
3	Кінцевий	Складання розділу аудиторського звіту про аудит основних засобів підприємства-клієнта	Систематизація й обґрунтування отриманої на попередніх етапах інформації, аналіз, висловлення думки	Робоча документація, складена на попередніх етапах перевірки

Описані вище етапи та запропоновані методи проведення аудиту дають можливість своєчасно виявити та попередити порушення ведення обліку основних засобів, а також внести необхідні зміни в облікову політику підприємства. Таким чином, аудит основних засобів є складним процесом, а з огляду на постійні зміни в нормативних актах стосовно амортизації, класифікації та ін. він є дуже важливою частиною загального аудиту підприємства.

Науковий керівник – канд. екон. наук, доцент Мултанівська Т. В.

Література: 1. Про затвердження Положення (стандарту) бухгалтерського обліку 7 «Основні засоби» [Електронний ресурс] : Закон України від 27.04.2000 № 92. – Режим доступу : http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/z0288-00. **2.** Міжнародний стандарт бухгалтерського обліку 16 (МСБО 16). Основні засоби IASB [Електронний ресурс] : Закон України від 01.01.2012. – Режим доступу : http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/929_014. **3.** Черненко С. К. Природа основних фондів : монографія / С. К. Черненко. – Рівне, 2006. – 84 с. **4.** Бутинець Ф. Ф. Теорія бухгалтерського обліку : підручник / Ф. Ф. Бутинець. – Житомир : ЖІТУ, 2000. – 640 с. **5.** Ковальов Д. М. Два ремонти в один день: як використати 10 %-й ремонтний ліміт / Д. М. Ковальов // Все про бухгалтерський облік. – 2012. – № 108, 28 листопада. – С. 13–14. **6.** Бондар О. Проблеми визнання основних засобів у бухгалтерському та податковому обліку / О. Бондар // Бухгалтерський облік і аудит. – 2004. – № 3. – С. 23–27. **7.** Усач Б. Ф. Організація та методика аудиту : підручник / Б. Ф. Усач, З. О. Душко, М. М. Колос. – Київ, 2006. – 295 с.

СТРАТЕГІЧНА КАРТА ЯК ІНСТРУМЕНТ ПРОЦЕСУ УПРАВЛІННЯ ФІНАНСОВИМИ РЕСУРСАМИ БАНКУ

УДК 005.21:336

Хохлова К. С.

Магістрант 1 року навчання
фінансового факультету ХНЕУ ім. С. Кузнеця

Анотація. *Розглянуто особливості побудови стратегічної карти як інструмента вдосконалення процесу управління фінансовими ресурсами банківської установи. Наведено результати дослідження щодо теоретичних аспектів побудови стратегічної карти банку на основі збалансованої системи показників, а також сформовано стратегію управління фінансовими ресурсами аналізованого банку. Обґрунтовано доцільність розробки збалансованої системи показників для досягнення стратегічних цілей аналізованого банку.*

Ключові слова: *управління фінансовими ресурсами банку, стратегічне управління, стратегія, стратегічна карта.*

Аннотация. *Рассмотрены особенности построения стратегической карты как инструмента совершенствования процесса управления финансовыми ресурсами банковского учреждения. Приведены результаты исследования теоретических аспектов построения стратегической карты банка на основе сбалансированной системы показателей, а также сформирована стратегия управления финансовыми ресурсами анализируемого банка. Обоснована целесообразность разработки сбалансированной системы показателей для достижения стратегических целей анализируемого банка.*

Ключевые слова: *управление финансовыми ресурсами банка, стратегическое управление, стратегия, стратегическая карта.*

Annotation. *Peculiarities of constructing a strategy map as a tool for improving the financial management of banking institutions. The results of a study of the theoretical aspects of the construction of the strategic map of the Bank on the basis of the balanced system of indicators, and developed a strategy to manage the financial resources of the analyzed bank. The expediency of developing a balanced scorecard for the strategic goals of the Bank is analyzed.*

Keywords: *bank financial management, strategic management, strategy, strategy map.*

Управління фінансовими ресурсами має важливе значення, особливо нині, коли в економіці спостерігається найгостріша нестача оборотних коштів. Щоб банк міг успішно функціонувати за таких умов, його оборотний капітал має бути максимально ліквідним, у будь-який момент банку слід мати досить готівки для оплати рахунків. Це досягається продуманим фінансовим плануванням та управлінням фінансовими ресурсами відповідно до плану. Таким планом може бути стратегічна карта процесу управління фінансовими ресурсами, що обумовлює актуальність вибраної теми.

Існує багато праць вітчизняних та зарубіжних вчених, присвячених стратегічному управлінню фінансовими ресурсами банку. Питанням розробки та застосування стратегічних карт займалися такі зарубіжні та вітчизняні вчені: Каплан Р., Нортон Д., Нівен П., Сталінська О., Пилипенко А. та ін.

Метою статті є побудова стратегії управління фінансовими ресурсами банку на основі програмного продукту Business Studio.

Банки як суб'єкти фінансової системи країни в процесі здійснення своєї діяльності потребують пошуку нових підходів до організації управління. Більшість існуючих нині концепцій управління розглядає організацію як відкриту систему, що постійно взаємодіє з окремими елементами зовнішнього середовища. Концепцією, що базується на вивченні відносин у системі «середовище–організація», є стратегічне управління, одним із інструментів якого є використання збалансованої системи показників [4].

Збалансована система показників – джерело інформації як стосовно внутрішніх процесів в установі, так і стосовно їх зовнішніх наслідків. Збалансовану систему показників розроблено на початку 1990-х років Капланом Р. і Нортоном Д. Її призначенням є забезпечення чіткішого формулювання стратегічних планів та їх реалізації, воно є ширшим за призначення систем, які лише вимірюють фінансові показники [6].

Основу BSC формують такі чотири елементи або перспективи, як фінанси (уявлення про банківську установу в очах акціонерів та інвесторів), клієнти (репутація банку в очах клієнтів), внутрішні бізнес-процеси (які саме з них необхідно оптимізувати) та навчання і розвиток (можливості зростання й розвитку банків та їх працівни-

© Хохлова К. С., 2015

ків) [1]. Для побудови та ефективної реалізації управління фінансовими ресурсами банку як стратегії необхідним є використання компонентів збалансованої системи показників.

Фінансова складова є домінуючим елементом у структурі BSC, оскільки дає змогу оцінити ефективність вибраної стратегії, описує матеріальні результати реалізації стратегії за допомогою традиційних фінансових понять. Метою фінансової складової є економічні підсумки успішної стратегії (оптимальний рівень фінансових ресурсів банку, підвищення ефективності фінансової діяльності, зростання прибутку, підвищення рентабельності власного капіталу).

Перспектива «Клієнти» містить інформацію, що відображає реакцію зовнішнього середовища на спроможність банківської установи задовольняти потреби клієнтів для досягнення своїх фінансових показників: задоволення клієнтів якістю обслуговування, збереження наявної клієнтської бази, розширення клієнтської бази, підвищення якості обслуговування, підвищення іміджу банку серед клієнтів.

Цілі клієнтської складової описують відповідну стратегію вибору цільової групи споживачів та задоволення їх потреб, а цілі фінансової – економічні результати успішної стратегії. Інші елементи BSC – внутрішні бізнес-процеси та навчання і розвиток – формулюють, у який спосіб необхідно реалізувати відповідну стратегію.

Дві найважливіші компоненти стратегії залежать від перспективи «внутрішні бізнес-процеси», а саме: формулювання та надання клієнтам певної споживчої цінності та оптимізації процесів і мінімізації витрат як способів підвищення ефективності у фінансовій складовій BSC.

Серед сегментів перспективи «внутрішні бізнес-процеси» виділяють: підвищення конкурентоспроможності послуг; підвищення технічної оснащеності; розширення асортименту послуг.

Очікуваний ефект від реалізації вибраних стратегій досягають у різні періоди часу: найшвидше бажані фінансові результати можна отримати завдяки удосконаленню оперативного управління ресурсним потенціалом та портфелем активних операцій (6–12 місяців), від одного до двох років необхідно для того, щоб збільшити доходи банку від налагодження взаємовідносин з наявними та новими клієнтами; найбільше затрат часу та ресурсів потребують інноваційні процеси, результат від реалізації яких забезпечує банківській установі конкурентні переваги у майбутньому та очікуваний дохід через два–чотири роки [3].

Перспектива «Навчання та розвиток» містить показники спроможності банківської установи забезпечувати ефективність пріоритетних бізнес-процесів за допомогою трудових, інформаційних, технічних та організаційних ресурсів [5].

Складові елементи BSC сполучені між собою причинно-наслідковими зв'язками: кваліфікований та мотивований персонал, використовуючи розвинену інфраструктуру, забезпечує відповідної якості бізнес-процеси, останні, у свою чергу, сприяють задоволенню потреб клієнтів, досягненню конкурентних переваг банку на ринку.

Збалансована система показників забезпечує системний підхід до управління фінансовими ресурсами банківської установи за допомогою інтеграції та комбінування цілей чотирьох її складових, які у результаті забезпечують реалізацію та досягнення єдиної стратегії. Схематичне зображення взаємозв'язків між елементами BSC (рис. 1) дозволяє встановити причинно-наслідкові відносини між досягненням бажаних показників стану клієнтської та фінансової складових, а також результатів, отриманих унаслідок ефективної організації внутрішніх бізнес-процесів та розвитку персоналу. Стратегічна карта у вигляді ілюстрованої моделі управління фінансовими ресурсами потребує розробки набору відповідних показників, реалізація та досягнення яких забезпечить банку очікуваний ефект від використання збалансованого підходу до управління наявними та потенційно можливими ресурсами для забезпечення конкурентних переваг у довгостроковому періоді.

Таким чином, якісна розробка та чітке формулювання фінансової стратегії банку не є гарантом досягнення декларованих у ній цілей. Для того щоб досягти цілей, зазначених у стратегії, необхідно сфокусуватися одночасно на процесах перетворення декларованих цілей у реальні дії та на використанні комплексних і взаємопов'язаних показників для оцінювання ефективності діяльності банку.

У іншому разі запровадження системи стратегічного управління банку може лише зашкодити його діяльності, зокрема затрати, пов'язані із цим процесом, можуть не окупити себе, а структурні зміни у банку разом із некомпетентністю відповідальних співробітників можуть спричинити втрату ним існуючого положення і навіть до припинення функціонування налагоджених механізмів управління.

Науковий керівник – канд. екон. наук, професор Журавльова І. В.

Література: 1. Барилюк І. Збалансована система показників – основа стратегічного управління ресурсним потенціалом банківських установ / І. Барилюк // Формування ринкової економіки в Україні. – 2009. – № 19. – С. 147–153. **2.** Каплан Р. Стратегические карты. Трансформация нематериальных активов в материальные результаты

/ Р. Каплан, Д. Нортон ; пер. с англ. – М. : Олимп-Бизнес, 2007. – 512 с. **3.** Поканевич Ю. В. Методологія та основні концепції розробки стратегічних карт розвитку компанії / Ю. В. Поканевич // Торгівля і ринок України. – 2009. – С. 247–252. **4.** Савченко Т. Г. Використання маркетингових інструментів у процесі оцінки клієнтської складової депозитної політики [Електронний ресурс] / Т. Г. Савченко, В. О. Розгон. – Режим доступу : http://me.fem.sumdu.edu.ua/docs/d013.pdf. **5.** Стрельцова Н. Т. Методологические аспекты формирования стратегии коммерческого банка / Н. Т. Стрельцова, И. Н. Демчук // Банковское дело. – 2011. – № 6. – С. 195–202. **6.** Тарасюк Г. Ключові показники ефективності та оцінка логістичної стратегії підприємства / Г. Тарасюк, О. Рудківський, О. Погайдак // Соціально-економічні проблеми і держава. – 2013. – Вип. 2 (9). – С. 223–231.

СТРАТЕГІЧНИЙ АНАЛІЗ ВНУТРІШНЬОГО СЕРЕДОВИЩА ПІДПРИЄМСТВА БУДІВЕЛЬНОЇ ГАЛУЗІ

УДК 658.15

Хрумало А. Ю.

Магістрант 1 року навчання
фінансового факультету ХНЕУ ім. С. Кузнеця

Анотація. *Розглянуто підходи до здійснення внутрішнього стратегічного аналізу підприємства будівельної галузі з використанням методів стратегічного аналізу. Запропоновано механізм проведення і стратегічні управлінські рішення щодо покращення фінансового стану підприємства.*

Ключові слова: *стратегічний аналіз, SWOT-аналіз, SNW-аналіз, інтегральне бальне оцінювання.*

Аннотация. *Рассмотрены подходы к осуществлению внутреннего стратегического анализа предприятия строительной отрасли с использованием методов стратегического анализа. Предложен механизм проведения и стратегические управленческие решения по улучшению финансового состояния предприятия.*

Ключевые слова: *стратегический анализ, SWOT-анализ, SNW-анализ, интегральная балльная оценка.*

Annotation. *The approaches to the implementation of internal enterprise strategic analysis of the construction industry using methods of strategic analysis of the mechanism are strategic and management decisions to improve the financial condition of the company.*

Keywords: *strategic analysis, SWOT-analysis, SNW-analysis, integrated scoring.*

Успішний розвиток підприємництва в Україні потребує формування та використання системи управління, що відповідає сучасним ринковим відносинам, яка дозволить максимально використовувати всі наявні ресурси, своєчасно пристосовуватися до змін внутрішнього та зовнішнього середовища, запроваджувати відповідні стратегії функціонування. Правильно вибрана стратегічна політика не тільки допоможе зміцнити позиції на ринку, але й сприятиме розвитку підприємства в цілому.

Метою написання статті є дослідження інструментів стратегічного аналізу внутрішнього середовища підприємства будівельної галузі та прийняття стратегічних управлінських рішень.

Серед наукових праць щодо розробки методики запровадження стратегічних змін можна виділити роботи Віханського О., Друкера П., Котлера Ф., Бланка А. [2], Лукіна Ю. [3], Солодова О. [4] та ін. Але нині питання запровадження стратегічних змін до сфери будівельних послуг є недостатньо розробленим і потребує подальшого дослідження.

Несприятлива сучасна економічна ситуація негативно позначилася на фінансовому стані підприємств і організацій будівельної галузі. Частка збиткових підприємств у загальній кількості будівельних організацій за останні роки становить майже половину. Відтак критична кількість підприємств галузі є нерентабельними, до того ж існує тенденція до збільшення цього показника. Така ситуація найбільшою мірою є пов'язаною зі збитковістю інвестиційних проектів, пропонованих будівельних послуг та високою зношуваністю основних фондів.

Для того щоб одержати якісну оцінку стратегічних сил підприємства і ситуації на ринку, провели SWOT-аналіз ТОВ «Будівельна компанія «Укртехносфера» (табл. 1).

© Хрумало А. Ю., 2015

Таблиця 1

SWOT-аналіз ТОВ «Будівельна компанія «Укртехносфера»

Сильні сторони	**Слабкі сторони**
Можливості	**Загрози**
1. Ринок, що зростає. 2. Можливості швидкого зростання. 3. Наявність нових привабливих географічних ринків. 4. Поява нових можливостей для входження до дорогого сегмента ринку. 5. Залучення приватного та іноземного капіталу до будівельної галузі	1. Висока конкуренція за превалювання цінових показників. 2. Розвиток альтернативних технологій (аналогів), поява на ринку аналогів обладнання. 3. Зміна системи контролю в будівництві. 4. Високий ступінь контролю бізнесу з боку держави. 5. Відсутність нормативів зі стандартизації технологій
Переваги	**Недоліки**
1. Відомий бренд. 2. Команда висококваліфікованих фахівців. 3. Висока компетентність. 4. Наявність системи професійного навчання та підвищення кваліфікації. 5. Програма соціальної відповідальності. 6. Сильна маркетингова політика	1. Нестача фінансових коштів (обігових, для фінансування необхідних стратегічних ініціатив). 2. Низька рентабельність виробничої діяльності (основний недолік) через слабку організацію постачання і технічного сервісу механізмів. 3. Високі витрати виробництва. 4. Недоліки організації виробничого процесу

Виходячи із сучасної ринкової ситуації, необхідно розвивати власну присутність у стратегічній зоні господарювання на ринку нерухомості; розширювати частку компанії в найбільш перспективних сегментах житлового будівництва, комерційного будівництва та будівництва торговельно-розважальних комплексів; скористатися передовими технологіями та напрацьованою професійною компетенцією для просування компанії в інші регіони України.

Після SWOT-аналізу зовнішнього середовища слід провести стратегічний SNW. На відміну від аналізу слабких та сильних сторін, SNW-аналіз пропонує середнє положення організації будівельного комплексу на ринку. У результаті аналізу можна зробити висновок, що підприємство має безліч сильних сторін у галузі виробництва, якості продукції та наданих послуг, має сильну репутацію на ринку та технічне оснащення. Слабкими сторонами є відсутність активної стратегії розвитку підприємства, дилерської мережі. Тому підприємству необхідно розробляти методи переходу стратегій організації зі слабких сторін у сильні. Крім того, слід звернути увагу на кваліфікацію і навчання персоналу та маркетинг.

Наступним етапом аналізу внутрішнього середовища є аналіз фінансових коефіцієнтів. Цей аналіз здійснюватиметься за методикою бального оцінювання фінансового стану підприємства. Сутність вибраної методики полягає у класифікації підприємств за рівнем фінансового ризику залежно від отриманої кількості балів із урахуванням фактичних значень його фінансових коефіцієнтів.

За даними фінансової звітності підприємства ТОВ «Будівельна компанія «Укртехносфера» необхідно провести оцінювання ризику втрати ліквідності підприємства в динаміці. Аналіз здійснюється за 2012–2014 рр.

Перевіримо виконання нерівностей на цьому підприємстві. На кінець 2013 р. А1 (1) ≤ П1 (14289), А2 (3720) ≥ П2 (0), А3 (4143) ≤ П3 (9827), А4 (4732) ≥ П4 (1232). На кінець 2014 р. ситуація дещо змінилася. А1(11) ≤ П1 (8572), А2 (4279) ≥ П2 (1138), А3 (9149) ≥ П3 (0), А4 (4736) ≤ П4 (6322). Тобто не виконується тільки перша нерівність. Це свідчить про те, що у підприємства немає достатньої кількості високоліквідних активів, щоб покрити термінові забов'язання. Тому, ймовірно, підприємство покриває їх за рахунок активів, що швидко реалізуються, або за рахунок кредиту. При цьому нестача коштів за однією групою активів компенсується їх надлишком за іншою групою лише теоретично, оскільки при цьому має місце компенсація за вартісною величиною.

Після проведення оцінювання ліквідності виконаємо оцінювання ризику втрати фінансової незалежності. Для цього використаємо таблицю «Розрахунок величини джерел коштів і величини запасів і витрат» та «Оцінювання ризику втрати фінансової стійкості та незалежності». Аналіз здійснюється за 2013–2014 рр.

Аналіз фінансової стійкості показав, що у підприємства кризовий фінансовий стан. Спостерігається нестача власних оборотних коштів за весь аналізований період, проте існує тенденція до зменшення нестачі. У 2014 р. порівняно із 2013 р. нестача ВОК зменшилась на 1059 тис. грн. Нестача ВОК та довгострокової заборгованості у 2013 р. склала 2103 тис. грн, проте у 2014 р. нестача збільшилася до 7096 тис. грн через те, що компанія не мала довгострокових забов'язань. Нестача ВОК та основних джерел фінансування у 2013 р. становила –1677 тис. грн, проте у 2014 р. зросла до –5958 тис. грн, хоча й сума запозичених коштів через користування короткостроковими кредитами досягла максимального значення за період.

За даними фінансової звітності підприємства визначимо загальний рівень фінансового ризику для підприємства, використовуючи методику комплексного (бального) оцінювання фінансового стану підприємства. На

основі проведеного аналізу та фінансової звітності розрахуємо показники фінансового стану підприємства та надамо інтегральну бальну оцінку фінансового стану (табл. 2).

Таблиця 2

Інтегральне бальне оцінювання фінансового стану підприємства

Показник фінансового стану	Значення		Бальна оцінка	
	2013	2014	2013	2014
Коефіцієнт абсолютної ліквідності	0,0003	0,001	0	0
Коефіцієнт критичної оцінки	0,67	0,27	0	0
Коефіцієнт поточної ліквідності	1,38	1,16	8,5	4
Коефіцієнт автономії	0,09	0,40	0	1
Коефіцієнт забезпеченості власними коштами	0,5	0,54	15	15
Коефіцієнт фінансової стійкості	0,07	0,12	0	0
Разом			23,5	20

Найбільш жорстким критерієм ліквідності є коефіцієнт абсолютної ліквідності, який складав у 2013 р. – 0,0003, на кінець 2014 – 0,001. Тобто у підприємства така незначна кількість найбільш ліквідних активів, що за їх допомогою воно не зможе негайно погасити короткострокову заборгованість. Значення коефіцієнта критичної оцінки на кінець 2013 р. – 0,68; на кінець 2014 – 0,27. Оскільки значення цього коефіцієнта досягає 0,5, це свідчить про достатність протилежних активів підприємства для погашення своїх боргів.

Коефіцієнт поточної ліквідності (коефіцієнт покриття) на кінець 2013 р. досягнув нормативного значення – 1,38 од., а на кінець 2014 р. – 1,16 од., тобто на кожну грошову одиницю короткострокових зобов'язань припадало 1,38 та 1,16 грошових одиниць оборотних активів відповідно. У підприємства спостерігається недостатність оборотних активів для погашення своїх боргів за весь аналізований період. Оборотні кошти підприємства слабко фінансуються за рахунок власних коштів. Це свідчить про низький рівень платоспроможності та кредитоспроможності підприємства.

У 2013–2014 рр. підприємство отримало оцінку 23,5 та 20 балів відповідно, що свідчить про його нестійкий фінансовий стан, тобто вірогідність фінансової кризи є небезпечно високою.

Відтак для покращення фінансового стану, забезпечення успішної діяльності, покращення ліквідності та підвищення рівня прибутковості підприємству ТОВ «Будівельна компанія «Укртехносфера» необхідно розробити ефективну стратегію розвитку.

Науковий керівник – канд. екон. наук, професор Журавльова І. В.

Література: 1. Наливайко А. П. Теорія стратегії підприємства. Сучасний стан та напрямки розвитку : монографія / А. П. Наливайко. – Київ : КНЕУ, 2011. – 227 с. **2.** Бланк И. А. Финансовая стратегия предприятия / И. А. Бланк. – Киев : Ника-Центр ; Эльга, 2004. – 720 с. **3.** Лукіна Ю. В. Формування та реалізація стратегії управління фінансами підприємства / Ю. В. Лукіна // Фінанси України. – 2006. – № 6. – С. 113–118. **4.** Солодова О. А. Модели прогнозирования прибыли предприятия в условиях риска / О. А. Солодова // Наукові праці Донецького національного технічного університету. – 2013. – № 60. – С. 85–91.

БАНКІВСЬКА СИСТЕМА УКРАЇНИ: ОСОБЛИВОСТІ РОЗВИТКУ ТА МЕХАНІЗМ РЕГУЛЮВАННЯ

УДК 336.71(477)

Хрякова О. В.

Студент 4 курсу
фінансового факультету ХНЕУ ім. С. Кузнеця

Анотація. *Проаналізовано сучасний стан банківської системи України. Виокремлено проблеми та специфічні риси функціонування вітчизняних банків. Розглянуто проблеми розвитку банківської системи, запропоновано шляхи їх вирішення.*

Ключові слова: *банківська система, стабільність, доходи, витрати.*

Аннотация. *Проанализировано состояние банковской системы Украины. Выделены проблемы и специфические черты функционирования отечественных банков. Рассмотрены проблемы развития банковской системы, предложены пути их решения.*

Ключевые слова: *банковская система, стабильность, доходы, расходы.*

Annotation. *The characteristics of banking system of Ukraine are analyzed, problems of its development are considered and the ways of improving it are proposed. The problems and the specific features of national banking system are singled out in this article.*

Keywords: *banking system, stability, income, expenses.*

У будь-якій державі, незалежно від економічної системи та способу організації суспільних відносин, банківська система відіграє визначальну роль. Саме тому банківську систему нерідко порівнюють із кровоносною системою економіки держави, бо саме вона забезпечує економіку потрібним обсягом фінансових ресурсів, уможливлює вільний рух капіталу, розрахунки суб'єктів господарювання, кредитування економіки, а також реалізацію цілої низки інших функцій та завдань. Без розвиненої банківської системи неможливо навіть уявити собі розвинену економіку держави.

Світова фінансова криза негативно впливає на економічний розвиток України. Особливо гостро переживає її наслідки банківська система країни. Тому зараз нагальною є потреба у глибинному аналізі основних показників стану банківської системи та пошуку шляхів виходу з кризи і ліквідації її негативних наслідків.

Сучасний розвиток банківської системи характеризується як тенденціями диверсифікації, так і об'єднанням окремих банків, що створює передумови конкурентоспроможної банківської системи, спроможної адекватно реагувати на внутрішні та зовнішні загрози.

Питання особливостей функціонування банківської системи України, перспектив її розвитку вивчають такі дослідники: Д'яконова І. І., Шараєвський Д. В. [3], Кравченко І. Н. [4], Колобов Ю. В. [5] та ін. У працях цих учених розглянуто тільки окремі аспекти регулювання банківської діяльності, що переважно стосуються банківського нагляду. Але недостатньо наукових праць присвячено дослідженню правового регулювання банківської системи та особливостям функціонування банківської системи України за сучасних умов.

Метою написання статті є аналіз основних показників діяльності банківської системи України на сучасному етапі та визначення першочергових завдань для подолання банківської кризи.

Банківська система України і НБУ створювалися протягом 1991 р. Правовою основою банківської системи нашої держави став Закон України «Про банки і банківську діяльність», ухвалений Верховною Радою України 20 березня 1991 р. [1].

Відповідно до чинного законодавства банківська система є законодавчо визначеною, чітко структурованою сукупністю різних за організаційно-правовою формою та спеціалізацією кредитно-фінансових установ. Вона є складовою фінансової системи країни. Банківська система України складається з Національного банку України (НБУ) та інших банків, а також філій іноземних банків, що створені і діють на території України відповідно до положень банківського законодавства. Станом на 1 березня 2015 р. в Україні функціонував 151 комерційний банків. Два з них є повністю державними: Український експортно-імпортний банк та Ощадний банк України. Решта мають статус акціонерних товариств [2, с. 36].

Аналіз сучасного стану банківської системи показав, що нині настав найскладніший період у діяльності вітчизняних банків: у 2014 р. збитки склали 52,966 млрд грн, тоді як у 2012–2013 рр. банківські доходи перевищили витрати, що давало надію на вихід банківської системи з кризи (табл. 1).

© Хрякова О. В., 2015

Таблиця 1

Результати діяльності банків у динаміці (млн грн)

Показники	01.01.2010	01.01.2011	01.01.2012	01.01.2013	01.01.2014	01.03.2015
Доходи	122580	142995	142778	150449	168888	210201
Витрати	115276	181445	150486	145550	167452	263167
Результат діяльності	7304	–38450	–7708	4899	1436	–52966

Причиною такої ситуації є зростання проблемних кредитів у період фінансової кризи, а також неготовність банків ліквідувати наслідки падіння курсу гривні. Через фінансову кризу реальні доходи населення зменшилися більш ніж на третину, тому спостерігається несвоєчасне виконання зобов'язань за кредитами.

Дані табл. 1 демонструють збільшення витратності функціонування банків України, що спричинило збиткову діяльність у 2011 р. у розмірі 38,45 млрд грн, у 2012 р. – 7,7 млрд грн. Незважаючи на зростання доходів у 3,4 разу, витрати збільшились у 4 рази.

Негативні результати банківської діяльності зумовлені також неякісними кредитними портфелями банків, неповерненням споживчих кредитів, особливо валютного характеру, значними обсягами іпотечних і довготермінових позик, вкладеннями в інвестиційні портфелі та цінні папери. Проблемні активи трансформуються у недостатній обсяг отриманих процентних доходів, що не покриває процентні витрати із залучення та запозичення ресурсів [3]. У поточному році спостерігався значний спад у банківській системі, пов'язаний із анексією АР Крим та бойовими діями на території Донбасу. Чимало банків призупинили діяльність через неможливість здійснювати операції з клієнтами. Ускладнило ситуацію те, що більшість іноземних банків надавали перевагу швидкому кредитуванню порівняно з якісною перевіркою позичальника. При цьому вони не враховували ситуацію, що в країні відсутні кредитні бюро та база кредитної історії. Щоб якось покращити ситуацію, банкіри можуть збільшити відсоткові ставки за кредитами, що зумовить формування проблемних кредитів, або зменшити відсоток за депозитами [4].

Надійність функціонування банківської системи та довіри до неї є визначуваними також прозорістю діяльності банківських установ. Наразі згідно із законодавством України банки зобов'язані оприлюднювати річну консолідовану фінансову звітність, доповнену висновками зовнішнього аудитора. Але, за оцінкою фахівців, розкриття інформації щодо ризиків банківської діяльності не повною мірою відповідає вимогам Міжнародних стандартів фінансової звітності. Тому повне оцінювання стабільності, оперативне виявлення й своєчасна санація проблемних банків сприятимуть зміцненню банківської системи, забезпечуватимуть надійні основи для підвищення ефективності її розвитку.

Серед позитивних тенденцій, що склалися у банківській системі України за аналізований період, можна виокремити збільшення частки іноземного капіталу у структурі зростаючого статутного капіталу українських банків та зростання частки власного капіталу у структурі банківських пасивів.

Негативними тенденціями є різке збільшення простроченої заборгованості за наданими банками кредитами, обмеженість ресурсної бази, недостатність коштів, залучених від юридичних осіб для здійснення довгострокового кредитування розвитку економіки [5].

Слід відзначити, що стабільне й ефективне функціонування банківської системи значною мірою залежить від поєднання в державному регулюванні економіки стратегії розвитку банківської системи з прогнозованою ситуацією на грошово-кредитному ринку. Остання залежить від темпів та якості економічного зростання і політики доходів населення, розбудови внутрішнього товарного ринку. Банкам слід підвищувати якість активів, удосконалювати структуру ресурсної бази в напрямі переважання дешевих і надійних залучених коштів.

Перспективи подальших наукових досліджень пов'язані із з'ясуванням можливих шляхів розвитку банківської системи України із урахуванням досвіду розвинених країн світу та перевірки його на конкурентоспроможність у вітчизняній практиці.

Науковий керівник – канд. екон. наук, доцент Омельченко О. І.

Література: 1. Про банки і банківську діяльність [Електронний ресурс] : Закон України від 07.12.2000 № 2121-III. – Режим доступу : http://zakon0.rada.gov.ua/laws/show/2121-14. **2.** Д'яконова І. І. Адаптивність банківської системи та її прояв у динаміці економічного розвитку України / І. І. Д'яконова // Вісник Сумського державного університету. – 2011. – № 4. – С. 118–126. **3.** Шараєвський Д. В. Ефективність діяльності банківської системи як

запорука сталого економічного розвитку / Д. В. Шараєвський // Економіка та держава. – 2011. – № 7. – С. 83–85. **4.** Кравченко І. Банківська система та проблеми стратегічного розвитку / І. Кравченко, Г. Багратян, Є. Мазіна // Вісник Національного банку України. – 2012. – № 1. – С. 7–10. **5.** Колобов Ю. В. Проблеми і перспективи розвитку банківської системи України / Ю. В. Колобов // Вісник Університету банківської справи Національного банку України. – 2011. – № 3 (12). – С. 163–169.

ТЕХНОЛОГІЯ АНАЛІЗУ ВЛАСНОГО КАПІТАЛУ БАНКУ

УДК 336.71:658.147

Цибулько А. С.

Студент 4 курсу
фінасового факультету ХНЕУ ім. С. Кузнеця

Анотація. *Розглянуто склад, основні етапи, джерела формування власного капіталу банку за допомогою якісного аналізу. На основі проведеного аналізу методом коефіцієнтів визначено ефективність використання власного капіталу банку.*

Ключові слова: *власний капітал, аналіз формування власного капіталу, коефіцієнти власного капіталу, кількісний аналіз, складові власного капіталу, достатність власного капіталу.*

Аннотация. *Рассмотрены состав, основные этапы, источники формирования собственного капитала банка с помощью качественного анализа. На основе проведенного анализа методом коэффициентов определена эффективность использования собственного капитала банка.*

Ключевые слова: *собственный капитал, анализ формирования собственного капитала, коэффициенты собственного капитала, количественный анализ, составляющие собственного капитала, достаточность собственного капитала.*

Annotation. *Deals with the composition, milestones, source forming equity bank through qualitative was analysis. Based on the analysis coefficients were determined by efficiency of the bank's equity.*

Keywords: *equity analysis formation equity ratios of equity, quantitative analysis, equity, sufficiency of equity.*

У практичній діяльності банківських установ одним з основних показників їх розвитку та стабільної роботи на ринку фінансових послуг є саме обсяг і структура власного капіталу. Обсяг власного капіталу забезпечує достатню суму грошових коштів, яку в разі необхідності можна використати для повернення депозитів, сформувати резерв для погашення непередбачених збитків чи боргів. Через це виникає необхідність створення у банку технології аналізу власного капіталу, що полягає у пошуку підходів до вибору методів і способів цілеспрямованої дії на процес максимізації власного капіталу в ході діяльності банку. Відтак проблеми розробки ефективної моделі управління формуванням власного капіталу банку є надзвичайно актуальними для банківських установ України.

Дослідженню власного капіталу присвячено праці багатьох провідних вітчизняних вчених: Алексєєнка М. Д. [5], Бондаренка В. В. [6], Лаврушина О. І., Савлук М. І., Шелудько Н. М. та ін. Серед зарубіжних вчених це питання досліджували Бригхем Є. Ф., Долан Е. Дж., Кох Т. У., Кембелл К. Дж., Міллер Л. Р., Роуз П. С. та ін.

Метою написання статті є проведення комплексного аналізу власного капіталу банку, його технологічний аналіз, виявлення проблем формування власного капіталу банку.

Формування власного капіталу банку – дуже складний процес, що залежить від можливостей банківської установи і є зумовленим її організаційно-правовою формою та наявністю відповідних джерел коштів.

Сума власного капіталу складається з органічно поєднаних елементів: статутного капіталу, резервного капіталу, нерозподіленого прибутку (непокритого збитку) минулих років, прибутку (збитку) звітного року й іншого капіталу. Під час формування власного капіталу одним з головних завдань банку є забезпечення його діяльності стабільною універсальною ресурсною базою, а також вибір найкращих елементів цього капіталу.

© Цибулько А. С., 2015

Розгляд власного капіталу банку починається з його якісного аналізу, це дає змогу виділити джерела формування, з'ясувати склад власного капіталу банку. Кількісний аналіз структури власного капіталу банку необхідно проводити в динаміці. Це дасть змогу простежити зміни в його структурі за певний період і визначити тенденції розвитку.

Аналіз власного капіталу банку є регульованим такими документами: НП(С)БО № 1, НП(С)БО № 6, Законом України «Про банки і банківську діяльність» від 07.12.2000 № 2121 III [1], Інструкцією НБУ «Про порядок регулювання діяльності банків в Україні» від 26.10.2001 № 841/6032 [2] та «Про затвердження Інструкції про порядок регулювання діяльності банків в Україні» від 28.08.2001 № 368 [3], Законом України «Про бухгалтерський облік та фінансову звітність в Україні» від 22.06.2000 № 1829 [4].

У процесі аналізу власного капіталу ПАТ «Райффайзен Банк Аваль» задіяні такі трудові ресурси: фінансовий аналітик, головний бухгалтер та керівник банку. Для процесу формування та максимізації прибутку у банку необхідно розподілити обов'язки між особами, які приймають рішення.

До технології аналізу власного капіталу ПАТ «Райффайзен Банк Аваль» належать перелічені нижче етапи.

1. Якісний аналіз власного капіталу:
   а) проведення якісного аналізу власного капіталу банку;
   б) формування висновків щодо якісного аналізу власного капіталу банку.
2. Кількісний аналіз структури власного капіталу банку:
   а) розрахунок структури власного капіталу ПАТ «Райффайзен Банк Аваль»;
   б) аналіз динаміки власного капіталу ПАТ «Райффайзен Банк Аваль»;
   в) формування висновків щодо кількісного аналізу структури власного капіталу банку.
3. Аналіз власного капіталу банку за допомогою методу коефіцієнтів:
   а) визначення достатності власного капіталу ПАТ «Райффайзен Банк Аваль»;
   б) знаходження коефіцієнтів ефективності власного капіталу банку;
   в) формування висновків щодо аналізу власного капіталу банку за допомогою методу коефіцієнтів.

Після аналізу формування власного капіталу за допомогою діаграми Ганта (рис. 1; 2) було визначено, що загальні витрати для проведення аналізу власного капіталу ПАТ «Райффайзен Банк Аваль» складають 1000 тис. грн, враховуючи те, що стандартна заробітна ставка складає 25 грн / год. Ставка понаднормових робіт для фінансового аналітика складає 26 грн / год., а для бухгалтера – 23 грн / год. У цілому для виконання аналізу потрібно п'ять днів.

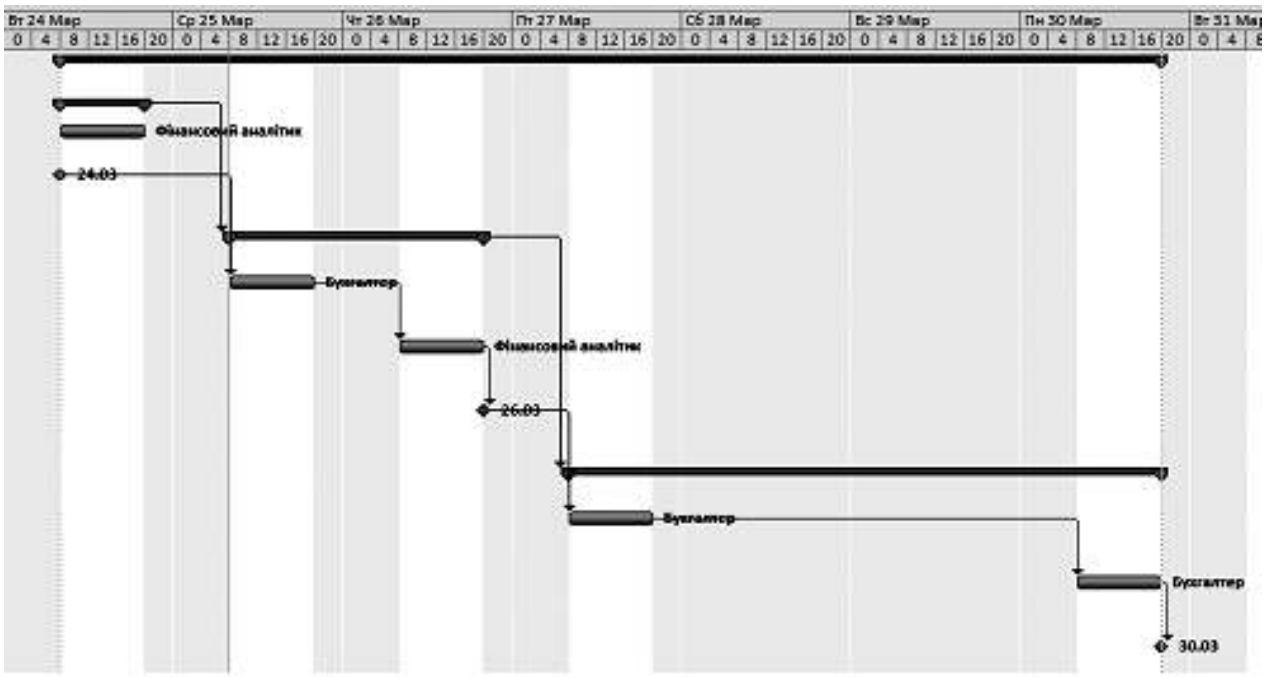

Рис 1. **Технологія аналізу власного капіталу ПАТ «Райффайзен Банк Аваль» за допомогою діаграми Ганта**

Діаграма Ганта складається з відрізків, що розміщені на горизонтальній шкалі часу. Кожний відрізок являє собою певне завдання чи підзавдання. Початок, кінець і довжина відрізка відповідають початку, завершенню та тривалості завдання.

Завдання можуть виконуватися як паралельно, так і послідовно. Якщо завдання виконуються послідовно, то існує зв'язок із попереднім завданням. Наступне завдання виконують тільки після завершення попереднього.

Назва завдання	Трудовитрати	Тривалість	Витрати
– Аналіз власного капіталу банку ПАТ «Райффазен Банк Аваль»	**40 год**	**5 днів**	**1000,00 крб.**
+ Якісний аналіз власного капіталу	**8 год**	**1 день**	**200,00 крб.**
– Кількісний аналіз структури власного капіталу банку	**16 год**	**2 дні**	**400,00 крб.**
– Розрахунок структури власного капіталу ПАТ «Райффазен банк Аваль»	8 год	1 день	200,00 крб.
Бухгалтер	*8 год*		*200,00 крб.*
– Аналіз динаміки власного капіталу ПАТ «Райффазен банк Аваль»	8 год	1 день	200,00 крб.
Фінансовий аналітик	*8 год*		*200,00 крб.*
– Формування висновків щодо кількісного аналізу структури	0 год	0 днів	0,00 крб.
Фінансовий аналітик	*8 год*		*200,00 крб.*
+ Аналіз власного капіталу банку за допомогою методу	**16 год**	**2 дні**	**400,00 крб.**
– Визначення достатності власного капіталу ПАТ «Райффазен банк Аваль»	8 год	1 день	200,00 крб.
Бухгалтер	*8 год*		*200,00 крб.*
– Формування висновків щодо висновків аналізу власного капіталу	0 год	0 днів	0,00 крб.
Фінансовий аналітик	*0 год*		*0,00 крб.*

Рис. 2. **Витрати для проведення аналізу власного капіталу ПАТ «Райффайзен Банк Аваль»**

Заштрихована область показує процент виконання конкретного завдання. У такий спосіб здійснюють контроль.

Результати аналізу власного капіталу банку відображають оцінку фактичних змін у величині капіталу банку, дають змогу порівняти обсяги власного капіталу із показниками попередніх періодів, охарактеризувати тенденції змін, що відбулися, та оцінити оптимальність структури власного капіталу.

Після проведення аналізу фінансово-господарської діяльності ПАТ «Райффайзен Банк Аваль» з'ясовано технологію аналізу власного капіталу банку. Наступним кроком є проведення аналізу власного капіталу банку ПАТ «Райффайзен Банк Аваль» за 2012–2014 рр.

Передусім було розглянуто кількісний аналіз структури власного капіталу банку у динаміці, а саме за 2012–2014 рр., що дало змогу відстежити зміну в його структурі за аналізований період та визначити тенденції розвитку (табл. 1).

Таблиця 1

Структура власного капіталу банку ПАТ «Райффайзен Банк Аваль»

Показники	01.01.2012 (млн грн)	Питома вага, %	01.01.2013 (млн грн)	Питома вага, %	01.01.2014 (млн грн)	Питома вага, %
Статутний капітал	3 002 366	5,85	3 002 574	6,30	3 002 775	6,91
Емісійні різниці	3 032 086	5,91	3 032 707	6,36	3 033 306	6,98
Резерви переоцінки	1 187 719	2,31	872 234	1,83	1 008 371	2,32
Резервні та інші фонди	277 093	0,54	278 625	0,58	280 318	0,65
Нерозподілений прибуток	-1 027403	-2,00	-840 113	-1,76	-88 032	-0,20
Незареєстровані внески до статутного капіталу	0	0	0	0	0	0
Разом	6 471 861	12,60	6 346 028	13,31	7 236 738	16,65

Результати аналізу свідчать про те, що протягом 2012–2014 рр. переважна частка в структурі власних коштів банку припадала на статутний капітал та емісійні різниці (додатково сплачений капітал). Найменшу частку станом на 01.01.2014 р. становили резерви та інші фонди (лише 0,65 %) Це наочно продемонстровано діаграмою на рис. 3.

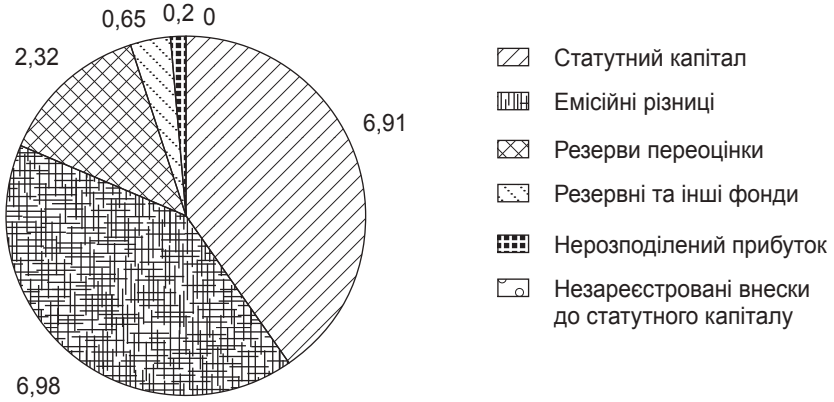

Рис. 3. **Структура власних коштів банку ПАТ «Райффайзен Банк Аваль» станом на 2014 р.**

У табл. 2 подано аналіз динаміки власного капіталу ПАТ «Райффайзен Банк Аваль» протягом 2012–2014 рр.

Таблиця 2

Динаміка складових власного капіталу банку ПАТ «Райффайзен Банк Аваль» 2012–2014 рр.

Показники	01.01. 2012 (млн грн)	01.01. 2013 (млн грн)	01.01. 2014 (млн грн)	Темпи приросту, %		
				2013–2012	2014–2013	2014–2012
Статутний капітал	3002366	3 002574	3002775	0,01	409	0,01
Емісійні різниці	3032086	3 032707	3033306	0,02	1220	0,04
Резерви переоцінки	1187719	872 234	1008371	-26,56	-179 348	-15,1
Резервні та інші фонди	277 093	278 625	280 318	0,55	3 225	1,16
Нерозподілений прибуток	-1027403	-840 113	-88 032	-18,23	939 371	91,43
Незареєстровані внески до статутного капіталу	0	0	0	0	0	0
Усього	6 471861	6346028	7236738	-1,94	764877,1	11,82

Дослідження даних табл. 2 показали, що в динаміці власний капітал банку ПАТ «Райффайзен Банк Аваль» має позитивний приріст, і це позитивно характеризує його розвиток. На зростання власного капіталу найбільше вплинув нерозподілений прибуток, у 2012 р. він складав –1027403 млн грн, у 2014 р –88032 млн грн, тобто темп приросту склав 91,43 %.

Частка статутного капіталу незначно збільшилася (на 0,01 %), протягом аналізованих років він зріс на 409 тис. грн. У ці роки додатково сплачений капітал (емісійні різниці) залишився майже без змін, його частка зросла лише на 0,04 %.

Аналізуючи показники, що зменшують величину капіталу ПАТ «Райффайзен Банк Аваль», а саме резерви переоцінки, можна сказати, що їх частка знизилася на 15,1 %. Ця сума призначена для покриття непередбачених збитків за всіма статтями активів і позабалансовими зобов'язаннями. Оскільки протягом 2012–2014 рр. він зменшувався, то це свідчить про те, що збільшуються ризики щодо покриття непередбачених збитків.

Аналізуючи нерозподілений прибуток як джерело формування власного капіталу, необхідно відзначити, що ПАТ «Райффайзен Банк Аваль» має на 01.01.2014 р. нерозподілений прибуток у розмірі 88 032 млн грн. Це пояснюється тим, що банк давно здійснює ефективну діяльність на ринку, у результаті чого і було сформовано прибуток.

Наступним етапом було проведення аналізу власного капіталу за допомогою методу коефіцієнтів. Він дав змогу виявити кількісний взаємозв'язок між різними статтями, класами чи групами статей балансу, а також визначити ефективність використання власного капіталу та його достатність. Динаміку зміни достатності власного капіталу подано на рис. 4.

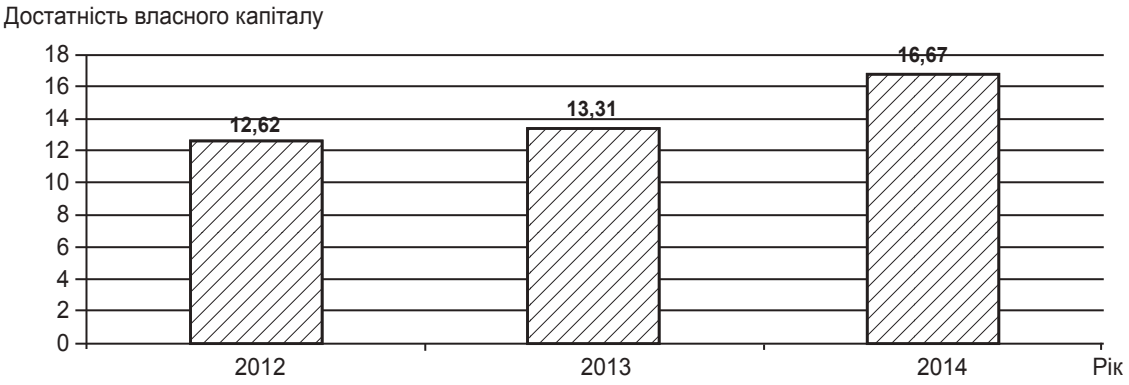

Рис. 4. **Достатність власного капіталу ПАТ «Райффайзен Банк Аваль» протягом 2012–2014 рр.**

Однак питання регулювання рівня достатності власного капіталу банку є дуже складними і багатогранними: низькі значення цих нормативів можуть спровокувати небезпеку зростання ризиків і негативно вплинути на фінансову стійкість банку, а висока нормативна достатність капіталу, перш за все, обмежить обсяги залучення та розміщення ресурсів банком, що згодом вплине на фінансовий результат.

Таким чином, показник достатності власного капіталу має тенденцію зростання, оскільки у 2012 р. він складав 12,62 %, на кінець аналізованих років виріс до 16,67 %, тобто збільшився на 4,05 %. Це свідчить про те, що ПАТ «Райффайзен Банк Аваль» здатний покривати витрати і непередбачені втрати від своєї діяльності виключно за рахунок власного капіталу, адже норматив становить 4 %.

Наступний етап аналізу власного капіталу – розрахунок коефіцієнтів, що визначають ефективність використання власного капіталу. Розрахунки подано у табл. 3.

Таблиця 3

Коефіцієнти ефективності використання власного капіталу ПАТ «Райффайзен Банк Аваль» 2012–14 рр.

Найменування показника	Формула розрахунку	2012	2013	2014
Прибутковість власного капіталу (ВК), де ЧП – чистий прибуток банку	ЧП / ВК	0,005	0,01	0,1
Прибутковість статутного капіталу	ЧП / СК	0,01	0,01	0,24
Розмір кредитних вкладень (КВ) на 1 грн власного капіталу	КВ / ВК	6,6	4,11	3,74
Рентабельність статутного капіталу	(ЧП / СК) ×100 %	1,02	0,53	24,31
Коефіцієнт співвідношення власного капіталу та залучених коштів (ЗК)	(ВК/ ЗК) × 100 %	11,58	6,78	22,31
Мультиплікатор капіталу	ЗА / ВК	7,93	7,52	6,01
Коефіцієнт концентрації власного капіталу	ВК/ П	0,005	0,01	0,1

За даними табл. 3 можна зробити висновок, що показники прибутковості є досить високими протягом усього аналізованого періоду, тобто ефективність використання власного капіталу ПАТ «Райффайзен Банк Аваль» має достатній рівень.

Коефіцієнт прибутковості статутного капіталу визначає ефективність використання коштів власників та доцільність їх вкладання до банку. За розрахованими даними, цей коефіцієнт протягом 2012–2014 рр. збільшився і складає 0,23.

Розмір кредитних вкладень на 1 грн власного капіталу показує, що у 2014 р. 3,74 % власних коштів вистачало для забезпечення кредитних вкладень. Протягом 2012–2014 р. показник мав тенденціє спаду, у 2012 р. складав 6,6 %, у 2014 зменшився до 3,74 %.

Рентабельність статутного капіталу визначає ефективність використання коштів власників та доцільність їх вкладання до банку. Протягом аналізованого періоду простежується тенденція високого зростання цього показника, адже за аналізований період він збільшився на 23,29.

Коефіцієнт співвідношення власного капіталу та залучених коштів показує, скільки власних коштів вистачить для забезпечення надійного зберігання коштів вкладників і кредиторів. Цей коефіцієнт за аналізований період збільшився, що має негативний характер. Так, у 2012 р. для забезпечення надійного зберігання коштів вкладників та кредиторів достатньо було 11,58 % власних коштів, а у 2014 р. – 22,31 %.

Мультиплікатор капіталу як показник фінансового важеля банку показує, яку кількість гривні активів має забезпечувати кожна гривня власного капіталу (тобто коштів власників банку) і відповідно яка частка банківських ресурсів може бути сформована у формі боргових зобов'язань. Оскільки власний капітал має покривати збитки за активами банку, то чим вищим є рівень мультиплікатора, тим вищим є ступінь ризику банкрутства банку. Оскільки показник мав тенденцію спаду (за аналізований період зменшився на 1,92 %), то вірогідність банкрутства банку також зменшилася. Водночас знизився потенціал банку для більш високих виплат своїм власникам (акціонерам).

Таким чином, результати аналізу власного капіталу банку відображають оцінку фактичних змін у величині капіталу банку, дають змогу порівняти обсяги власного капіталу із показниками попередніх періодів, охарактеризувати тенденції змін, що відбулися, та оцінити оптимальність структури власного капіталу. У цілому у 2014 р. ефективність використання власного капіталу ПАТ «Райффайзен Банк Аваль» значно збільшилась порівняно з 2012 р., при цьому сума його в балансі також зросла.

Подальші розробки мають бути спрямовані на дослідження складових механізму процесу управління формуванням власного капіталу банку. Основні висновки та отримані результати можуть бути застосовані у ході розробки механізму управління формуванням власного капіталу банку.

Науковий керівник – канд. екон. наук, професор Журавльова І. В.

Література: 1. Про банки і банківську діяльність [Електронний ресурс] : Закон України від 07.12.2000 № 2121-III. – Режим доступу : http://zakon0.rada.gov.ua/laws/show/2121-14. **2.** Про затвердження Інструкції про порядок регулювання діяльності банків в Україні [Електронний ресурс] : Закон України від 28.08.2001 № 368. – Режим доступу : http://zakon5.rada.gov.ua/laws/show/z0841-01. **3.** Про бухгалтерський облік та фінансову звітність в Україні [Електронний ресурс] : Закон України від 16.07.1999 № 996-XIV. – Режим доступу : http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/996-14. **4.** Алексеєнко М. Д. Капітал банку: питання теорії і практики : монографія / М. Д. Алексеєнко. – Київ : КНЕУ, 2002. – 276 с. **5.** Бондаренко В. В. Управління формуванням власного капіталу банку : автореф. дис. … канд. екон. наук : 08.00.08 / Бондаренко Віталій Володимирович. – Київ, 2007. – 22 с. **6.** Вовканич А. І. Особливості формування ресурсів комерційних банків / А. І. Вовканич // Вісник Східноєвропейського університету економіки і менеджменту. – 2010. – № 2 (8). – С. 157–164. **7.** Коваль С. Л. Власний капітал у системі фінансових ресурсів банку : автореф. дис. … канд. екон. наук : 08.00.08 / Коваль Світлана Любомирівна. – Тернопіль, 2007. – 22 с. **8.** Лаврушин О. И. Банковское дело : учебник / Под ред. О. И. Лаврушина. – М. : Финансы и статистика, 2005. – 672 с. **9.** Долан Э. Дж. Деньги, банковское дело и денежно-кредитная политика / Э. Дж. Долан ; пер. с англ. – СПб., 1994. – 496 с. **10.** Герасимович А. М. Аналіз банківської діяльності : підручник / А. М. Герасимович, М. Д. Алексеєнко, І. М. Парасій-Вергуненко [та ін.] ; за ред. А. М. Герасимовича. – Київ : КНЕУ, 2004. – 599 с.

КЛАСИФІКАЦІЯ ФАКТОРІВ ВИНИКНЕННЯ ПРОБЛЕМНИХ КРЕДИТІВ

УДК 336.774

Чабанова Л. О.

Студент 4 курсу
фінансового факультету ХНЕУ ім. С. Кузнеця

Анотація. *Проаналізовано підходи вчених до класифікації факторів виникнення проблемних кредитів. На підставі наукових підходів запропоновано оптимальну класифікацію факторів виникнення проблемних кредитів.*

© Чабанова Л. О., 2015

Ключові слова: *банк, банківська система, класифікація факторів виникнення проблемних кредитів, проблемний кредит, фактори виникнення проблемних кредитів.*

Аннотация. *Проанализированы подходы ученых к классификации факторов возникновения проблемных кредитов. На основании изученных научных подходов предложена оптимальная классификация факторов возникновения проблемных кредитов.*

Ключевые слова: *банк, банковская система, классификация факторов возникновения проблемных кредитов, проблемный кредит, факторы возникновения проблемных кредитов.*

Annotation. *Analyses the scientific approaches regarding classification of factors of problem loans. Based on the reviewed scientific approaches determined the optimal classification factors of problem loans.*

Keywords: *bank, banking, classification factor of problem loans, problem loans, factors of problem loans.*

Стійка та надійна банківська система, безумовно, є атрибутом суверенної держави, основою її фінансової безпеки та благополуччя населення держави. Водночас на банківську систему можуть справляти надзвичайний вплив кризові явища, що відбуваються в світовій економіці чи в економіці держави. За останні кілька років банківська система України зіткнулася зі світовою фінансовою кризою, що призупинила розвиток банків та підірвала довіру до банківської системи в цілому.

Події 2013–2014 рр. та їх наслідки ще більше поглибили кризу, у якій опинилася банківська система України, призвели до фінансової неспроможності низки досить великих банків, що відігравали істотну роль у банківській системі країни. Нині фінансовий стан багатьох українських банків негативно впливає на економіку України, поглиблюючи кризове становище. Низька якість кредитних портфелів банків держави не дозволяє їм здійснювати кредитні операції в необхідних обсягах, що призвело до фактичного призупинення кредитування виробництва, зокрема інвестиційного кредитування.

За умов, що склалися, проблема підвищення якості кредитних портфелів банків набуває особливого значення. Погіршення якості кредитних портфелів банків не лише ускладнює їх кредитну діяльність, а й суттєво впливає на фінансову стійкість банків, знижує їх конкурентоспроможність та довіру до вітчизняної банківської системи.

Одним із істотних показників фінансової стійкості банківської системи України є портфель банківських проблемних кредитів.

Незважаючи на заходи, що здійснюють банки з управління кредитним ризиком, за кожним кредитом існує ризик непогашення. Тому питання дослідження проблемних кредитів є надзвичайно актуальним. Однією з основних проблем є визначення факторів виникнення проблемних кредитів, оскільки знання про це є основою для запровадження банківськими установами превентивних заходів щодо запобігання зростанню обсягу портфеля проблемних кредитів.

Фактори виникнення проблемних кредитів розглядали в своїх дослідженнях різні вчені, зокрема Болгар Т. М., Дмитренко М. Г., Криклій О. А., Маслак Н. Г., Потлатюк В. С. та ін. Однак, незважаючи на значну кількість досліджень, не існує однозначного підходу до класифікації цих факторів.

Метою дослідження є аналіз наукових підходів до класифікації факторів виникнення проблемних кредитів та визначення оптимальної класифікації проблемних кредитів. Об'єктом дослідження є фактори виникнення проблемних кредитів у банківських установах. Предметом дослідження є теоретичні та практичні положення, методичні підходи до класифікації факторів виникнення проблемних кредитів.

Аналіз літературних джерел показує, що погляди вчених на фактори виникнення проблемних кредитів в банках є досить різноманітними та неоднозначними. Так, Болгар Т. М., досліджуючи питання проблемних кредитів банків, розглядає їх як результат реалізації кредитного ризику і пропонує причини (фактори) виникнення заборгованості за проблемними кредитами умовно поділити на такі групи:

– зовнішні стосовно банку та контрагентів;

– внутрішньобанківські;

– пов'язані з діяльністю позичальника.

Зовнішні стосовно банку та контрагентів фактори впливають на можливість виникнення проблемної заборгованості та не піддаються контролю ні з боку банку, ні з боку позичальника. До цієї групи належать:

– зміни у законодавстві;

– політична, економічна ситуація в країні (рівень безробіття, рівень інфляції);

– розвиток галузі;

– форс-мажорні обставини тощо.

До групи внутрішньобанківських факторів виникнення проблемної заборгованості належать ті фактори, що є безпосередньо пов'язаними з кредитною політикою банку. Особливістю цієї групи факторів, на відміну від попередньої, є можливість впливу та контролю з боку банківської установи. До цієї групи належать:

– недостатньо продумана кредитна політика банку;

– кваліфікаційний рівень, відсутність чи недостатність досвіду роботи працівників кредитного відділу;

– ліберальне ставлення до позичальника;

– кредитування пов'язаних із банком осіб (інсайдерів) на пільгових умовах та самокредитування;

– недостатність та неточність інформації про позичальника, його кредитоспроможність;

– прагнення отримати прибуток, кредитуючи надто ризиковані проекти;

– погане структурування кредиту;

– помилки в оцінюванні забезпечення за кредитом та неналежний моніторинг наявності або зміни якості чи вартості забезпечення;

– неналежний контроль виконання умов кредитного договору;

– зловживання працівників кредитного відділу;

– надання кредиту для погашення іншого кредиту, інноваційних проектів, нових сфер діяльності тощо.

Практика показує, що найчастіше проблемна заборгованість виникає через фактори, пов'язані з діяльністю позичальника, до яких належать:

– недостатній рівень управління на підприємстві позичальника;

– неочікувані обставини, що є пов'язаними із забезпеченням за кредитом (втрата чи погіршення якості майна);

– зміна фінансового стану позичальника у бік погіршення;

– відсутність досвіду ведення бізнесу;

– зниження якості продукції позичальника;

– морально-етичні якості позичальника;

– неефективність реалізації та неокупність кредитного проекту тощо.

Дзюблюк О. В. та Михайлик Р. В. [2] пропонують фактори, що призводять до виникнення проблемних кредитів, умовно групувати у такий спосіб:

– зовнішні (некеровані);

– внутрішні (керовані).

Зовнішні (некеровані) фактори, що призводять до виникнення проблемних кредитів, учені пропонують поділяти на фактори прямого та непрямого впливу.

До зовнішніх (некерованих) факторів прямого впливу належать:

– зміни у законодавстві;

– конкуренція між банками;

– погіршення репутації керівника компанії-позичальника;

– зменшення частки ринку позичальника;

– неефективність управління компанії-позичальника.

До зовнішніх (некерованих) факторів непрямого впливу належать:

– економічних спад у країні;

– політична нестабільність;

– підвищення рівня безробіття;

– підвищення рівня інфляції.

До внутрішніх (керованих) факторів належать:

– некомпетентність працівників кредитного відділу;

– помилки у ході структурування кредиту;

– помилки у ході оцінювання забезпечення;

– низький рівень проведення кредитного моніторингу банком;

– використання неперевіреної усної інформації про позичальника.

Як можна помітити, зовнішні (некеровані) фактори є пов'язаними з вірогідністю виникнення проблемних кредитів через дії, що не залежать від діяльності персоналу кредитного підрозділу банку. Позичальник може не

повернути кредит, незважаючи на сумлінне виконання обов'язків співробітниками банку. Водночас внутрішні (керовані) фактори є насамперед пов'язаними із помилками персоналу, що допущені під час оформлення кредитної документації, у ході оцінювання кредитоспроможності позичальника, із порушеннями вимог посадових інструкцій, помилками під час процесу кредитування.

Досить детальною та цікавою є класифікація факторів виникнення проблемних кредитів Дмитренка М. Г. та Потлатюка В. С. [3].

Ці вчені виділяють такі групи факторів:

– пов'язані з діяльністю позичальника;

– пов'язані з діяльністю банку;

– ті, що не перебувають під контролем банку.

До факторів, пов'язаних із діяльністю позичальника, належать:

– слабкий менеджмент на підприємстві;

– нездатність боржника створити у визначений час адекватний грошовий потік у зв'язку із непередбаченими змінами в діловому, економічному та політичному оточенні;

– зниження якості продукції, роботи, прорахунки у маркетинговій політиці;

– помилки в оцінюванні ринків збуту;

– послаблення контролю за станом фінансів, що виявляється у зростанні дебіторської заборгованості, невиробничих витрат;

– недостатній операційний доход, що може бути результатом повільної реалізації оплати за рахунками;

– проблеми, пов'язані із розвитком фірми, чи проблеми ринкового характеру, наприклад, втрата основного орендаря або ризики зміни попиту на продукцію чи пропоновані послуги;

– псування незастрахованої власності, пов'язане із пожежею, повінню та іншими природними явищами;

– функціонально чи економічно застарілий об'єкт;

– смерть або хвороба основного платника чи партнера.

До факторів, що залежать від кредитної діяльності банку та відображають його кредитну політику, належать:

– відсутність налагодженої системи інформації й досвіду роботи з нею;

– прагнення мати прибуток за будь-яку ціну. Якщо банк намагається мати прибуток за будь-яку ціну, це призводить до виникнення в його портфелі кредитів, що є пов'язаними із занадто високим ризиком та невигідними умовами погашення;

– недостатньо продумана і розроблена кредитна політика банку;

– необґрунтовано ліберальне ставлення до позичальника у ході розгляду заявки на кредит;

– неякісно проведене оцінювання кредитоспроможності позичальника;

– неякісне структурування кредиту;

– помилки в оцінюванні забезпечення кредиту;

– надання кредиту на спекулятивні цілі;

– надання кредитів без забезпечення;

– недостатня інформація в кредитній справі;

– відсутність перевірки гарантів та поручителів;

– видача кредитів на погашення інших кредитів;

– порушення принципів кредитування;

– кредитування, що базується на подіях у майбутньому.

До факторів, що не перебувають під контролем банку, належать:

– погіршення економічної кон'юнктури;

– зміна політичної ситуації;

– зміна законодавства тощо.

Криклій А. О., Маслак Н. Г. сформували більш деталізовану класифікацію факторів, що обумовлюють появу проблемних кредитів банку [4]. Вони виділяють зовнішні (некеровані) фактори і внутрішні (керовані) фактори.

До зовнішніх (некерованих) факторів належать:

– пов'язані із зовнішнім щодо банку середовищем (погіршення макроекономічної кон'юнктури й ділової активності в галузях, де клієнтом здійснюються ділові операції; негативні для боржника зміни економічного законодавства й політичної ситуації);

– пов'язані з позичальником (слабкий менеджмент на підприємстві; нездатність боржника створити у визначений час адекватний грошовий потік через непередбачені зміни в діловому, економічному і політичному оточенні; зниження якості продукції, роботи, прорахунки в маркетинговій політиці; послаблення контролю за станом фінансів, що виявляється у зростанні дебіторської заборгованості, невиробничих витрат).

Внутрішні фактори (керовані) – група факторів, що залежать від кредитної діяльності банку та відображають його кредитну політику. До них належать:

– неправильне оцінювання ризиків, пов'язаних із позичальником;

– кредитування інсайдерів та самокредитування;

– прагнення заробити прибуток будь-якою ціною;

– недостатня інформованість у кредитній справі;

– відсутність задокументовано визначених умов надання, виплати кредитів та стягнення боргів;

– відсутність належного нагляду за давніми, добре відомими позичальниками;

– покладання на усну інформацію, яку надає позичальник, замість письмових фінансових даних;

– відсутність належного контролю за процесом кредитування;

– ігнорування можливого негативного впливу стадій ділового циклу;

– надання кредиту на спекулятивні цілі;

– надання кредитів під заставу, яку важко реалізувати;

– надання кредитів без забезпечення;

– відсутність перевірки гарантів та поручителів;

– надання кредитів на погашення інших кредитів;

– порушення принципів кредитування;

– кредитування, що базується на майбутніх подіях;

– надання значних сум одному позичальнику, одній галузі, спорідненим позичальникам;

– занадто оптимістичний підхід до пояснення недоліків на підставі успішного подолання важких ситуацій у минулому.

Окрім того, вищезгадані автори окремо виділяють фактори на стадії надання кредиту та на стадії виконання кредитної угоди, які, у свою чергу, поділяють на фінансові та нефінансові:

1) нефінансові:

– затримка надання позичальникам звітності;

– уникнення контактів із банком;

– переговори про зміни в деяких пунктах кредитної угоди;

– погіршення якості забезпечення;

– зниження кредитного рейтингу клієнта;

– хвороба або смерть позичальника;

2) фінансові:

– нерегулярні та прострочені платежі за кредитом, порушення строку повернення основного боргу і процентів;

– раптові і незрозумілі зміни в розмірах залишків на рахунках;

– зменшення обсягів реалізації;

– зростання кредиторської заборгованості;

– зменшення доходів;

– зменшення рівня грошових статей балансу;

– різке збільшення дебіторської заборгованості;

– погіршення коефіцієнта ліквідності;

– зростання прострочених боргів;

– зростання частки основного капіталу в сумі активів.

Велика частка проблемних кредитів на балансах банківських установ призводить до погіршення якості активів банку, збільшення навантаження на капітал, зростання рівня ризику девальвації, тому наявність проблемних кредитів у банках є вкрай небажаним явищем.

Таким чином, усі фактори, що спричиняють виникнення проблемних кредитів, доцільно поділити на внутрішні (керовані) та зовнішні (некеровані). Зовнішні фактори доцільно поділити на фактори прямого впливу та фактори непрямого впливу.

Зовнішні фактори прямого впливу визначаються взаємодією банку з іншими банками-партнерами, конкурентами, клієнтами та державою. Зовнішні фактори непрямого впливу стосуються змін економічного, соціального, політичного характеру (зокрема, економічний спад, політична нестабільність у країні, підвищення рівня безробіття, інфляції, зниження доходів позичальників тощо).

Внутрішні фактори, які визначають проблемні кредити банку, стосуються некомпетентності кредитних працівників банку у спеціальних питаннях (оцінювання кредитоспроможності позичальника, структурування кредиту та оцінювання його забезпечення, здійснення кредитного моніторингу працівниками банку тощо).

Науковий керівник – д-р екон. наук, професор Колодізєв О. М.

Література: 1. Болгар Т. М. Проблемні кредити банків як результат реалізації кредитного ризику / Т. М. Болгар // Економічний нобелівський вісник. – 2014. – № 1 (7). – С. 50–58. **2.** Дзюблюк О. В. Фінансова стійкість банків як основа ефективного фінансування кредитної системи : монографія / О. В. Дзюблюк, Р. В. Михайлюк. – Тернопіль : Терно-граф, 2009. – 316 с. **3.** Дмитренко М. Г. Кредитування і контроль : навч.-метод. посіб. / М. Г. Дмитренко, В. С. Потлатюк. – Київ : Кондор, 2005. – 272 с. **4.** Єпіфанов А. О. Операції комерційних банків : навч. посіб. А. О. Єпіфанов, Н. Г. Маслак, І. В. Сало. – Суми : Університетська книга, 2007. – 523 с.

THE CONCEPT OF INNOVATION AND THE PROCESS OF ITS DEVELOPMENT

UDC 005.591.6:005.332.4

Chainikova H. A.

The 3th-year student
Management and marketing department S. Kuznets KNUE

Annotation. *Identifies innovation efforts as a tool in formulating business strategies aimed at attaining desirable competitive position. The innovation funnel was studied as it provides a solution for effectively managing innovation in organizations.*

Keywords: *innovation, innovation activity, innovation process, R&D, funnel.*

Анотація. *Розглянуто інноваційні заходи як засіб розробки бізнес-стратегій, спрямованих на покращення конкурентоспроможності. Проаналізовано роль інноваційної воронки, що забезпечує ефективний менеджмент інновацій в організаціях.*

Ключові слова: *інновації, інноваційна діяльність, інноваційний процес, НДДКР, воронка.*

Аннотация. *Рассмотрены инновационные мероприятия как инструмент разработки бизнес-стратегий, направленных на повышение конкурентоспособности. Проанализирована роль инновационной воронки, обеспечивающей эффективный менеджмент инноваций в организациях.*

Ключевые слова: *инновации, инновационная деятельность, инновационный процесс, НИОКР, воронка.*

With a modern society that is seeing fast changing economic, political and cultural developments never before has innovation more important for enterprise. As a consequence the study of innovation is a fast developing idea with publication of number of leading texts. The context of innovation research of Boden M., Bessant J., Trott P. and others

© Chainikova H. A., 2015

reveals the unity of researches' opinions stating that innovation is manifested in the interaction of the scientific research base, technology development and market needs.

More often the innovation process is chosen as the scientific research object and is fairly enlightened in researches of Porter M., Hoffman K., Blyznyuk T.

In the context of contemporary market changes if enterprises seek to stay in the competitive environment and to ensure constant growth prediction of consumer needs is not enough. It is important to create new offers and to find new ways of satisfying them.

Main research aims of the article are: to define the concept of innovation, to reveal factors influencing innovation activity; to substantiate theoretically the effectiveness of the funnel system in developing innovation and to suggest recommendations on creating R&D.

After the morphological analysis carried out in the process of research, innovation can be defined as the implementation of a new or significantly improved product (good or service), or process, a new marketing method, or a new organizational method in business practices, workplace organization or external relations [1].

By definition, all innovations must contain a degree of novelty. Three concepts for the novelty are distinguished: new to the firm, new to the market, and new to the world. A product, process, marketing method or organisational method may already have been implemented by other firms, but if it is new to the firm (or in case of products and processes: significantly improved), then it is an innovation for that firm. Innovations are new to the market when the firm is the first to introduce the innovation on its market. Finally, an innovation is new to the world when the firm is the first to introduce the innovation for all markets and industries, domestic and international. New to the world therefore implies a qualitatively greater degree of novelty than new to the market.

Another fundamental concept of the work is 'innovation activities'. Analysis of scientific literature shows that specialists who research innovation agree upon the following definition of the term «innovation activities». It is stated that innovation activities are all scientific, technological, organisational, financial and commercial steps which actually, or are intended to, lead to the implementation of innovations.

The innovative activities of an enterprise influenced in part by the variety and structure of its links to sources of information, knowledge, technologies, practices and human and financial resources. Each linkage connects the innovating enterprise to other actors in the innovation system: government laboratories, universities, policy departments, regulators, competitors, suppliers and customers. A lot of scientific attention was given to the factors hindering innovation development by researchers Bessant J., Porter M. There may be reasons for not starting innovation activities at all or factors that slow innovation activity or have a negative effect on expected results.

Much innovation knowledge is embodied in people and their skills, and appropriate skills are needed to make intelligent use of external sources or codified knowledge. The role of human capital in innovation is important at both the firm and the aggregate level. Some issues of interest here are the quality of the education system and how well it matches the needs of innovative firms and other organisations; what efforts firms make to invest in the human capital of their employees; whether innovation activity is hampered by shortages of qualified personnel; whether there are sufficient opportunities for worker training; and how adaptive the workforce is in terms of the structure of the labour market and mobility across regions and sectors.

A lack of infrastructure may be an important barrier to innovation, in particular outside of large cities. Other reasons may be that the enterprise lacks knowledge relating to technologies or markets that would be needed to develop an innovation, or that the enterprise is unable to find suitable partners for joint innovation projects.

Well-designed regulations and standards can provide a strong signal to support and guide innovative activities as well as unfavourable legal factors do not favour the development of one sector or another. They affect access to information, property rights, tax and administrative burdens and environmental standards [2; 3].

Funnel system provokes much interest. The process of selection and transforming ideas into the end product (innovation process itself) may be presented with the Funnel model developed by Wheelwright S. and Clark K. While studying the process of new production development, they focused their attention on the selection process (or screening) of innovative ideas. The model describes the process of movement from great amount of immature ideas to the limited amount of production options showing great promise [4].

This model is typical for large technology intensive companies. Various ideas, usually developed by R&D departments, enter into competition for resources within such firms. On the contrary, not big firms with limited resources are built on the single idea.

According to the research of O'Sullivan and Dooley L. the innovation funnel provides a solution for effectively managing innovation by controlling the interaction of goals, actions, teams, and results used in the innovation process. The funnel promotes interaction of goals, actions, teams, and results with each other so they deliver innovation through any organization. It is stated that an important aspect of the innovation funnel is the relationships between goals, actions,

teams and results. For instance, ideas that cannot easily be related to goals will find it difficult to proceed into the funnel. This has two effects. First, the individuals or teams generating the ideas will study the goals more closely in order to generate an idea that matches better. Second, good ideas that are not easily associated with goals will begin to affect the definition of goals, perhaps ultimately leading to a redefinition of goals in order to allow the good ideas through. This is a natural learning process in an innovation community. When goals change, the generation of ideas that meet these goals increases because the innovation community is now tuned to having new ideas meet the organizational goals. The process offers the innovation community the ability to change the innovation activities in response to changing demands of stakeholders [5].

The innovation funnel offers organizations a structured approach to managing innovation that reduces the effects of some of the key causes of failure while simultaneously facilitating goal attainment. As the organization operates the innovation funnel, it identifies areas for improvement and thus can enhance its ability to innovate.

Innovation has always been and will always be at the heart of the development of a company. Though, it is a difficult concept to understand and implement. Given the current understanding of the innovation activity, establishing an adequate and accurate innovation selection and management system is the best approach. Likewise, funnelling must be considered as prioritisation process as those innovations that are most likely to succeed are not starved of resources from those that are most likely to fail. Moreover, the rewards for adopting such a simple yet effective system can be significant not only in terms of costs and benefits but, more important, in terms of morale and skill development among participants in the innovation process.

Supervisor – Candidate of Sciences (Economics), Associate Professor Mazorenko O. V.

Literature: 1. Bessant J. Challenges in innovation management / J. Bessant. – London : Pergamon, 2003. – 1200 p. **2.** Porter M. The international handbook on innovation / M. Porter. – London : Pergamon, 2003. **3.** Wheelwright S. C. Revolutionizing Product Development : Quantum Leaps in Speed, Efficiency and Quality / S. C. Wheelwright. – London : FreePress, 2011. – 392 p. **4.** O'Sullivan D. Applying Innovation / D. O'Sullivan, L. Dooley. – Sydney : SAGE, 2009. – 424 p.

СТАНОВЛЕНИЕ МОНЕТАРИЗМА КАК ОТДЕЛЬНОЙ ШКОЛЫ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ МЫСЛИ

УДК 330.88

Челпанов И. А.

Студент 2 курса
факультета учета и аудита ХНЭУ им. С. Кузнеца

Аннотация. *Рассмотрена сущность монетаристской школы экономической мысли, история ее становления, а также вклад теории в развитие экономической жизни общества.*

Ключевые слова: *монетаризм, рейганомика, школа экономической мысли.*

Анотація. *Розглянуто сутність монетаристської школи економічної думки, історію її становлення, а також внесок теорії у розвиток економічного життя суспільства.*

Ключові слова: *монетаризм, рейганоміка, школа економічної думки.*

Annotation. *Analysis a monertarist school of economical view, about it's history and aspects. Considers the investment of this theory to the development of economic life of society and explains methods and tools used by monetarists..*

Keywords: *monetarism, reyganomics, economical school.*

© Челпанов И. А., 2015

Экономическую систему мира сегодня трудно представить без монетаристской теории. Монетаристская школа внесла ключевые понятия в экономическую науку. Эти понятия сейчас являются краеугольным камнем существующих валютных систем, денежных отношений и экономической политики государств.

Многие положения, которые легли в основу монетаризма, были рассмотрены задолго до основания самой школы. Так, например, понятие инфляции рассматривали как античные, так и средневековые ученые. Например, Юм утверждал, что увеличение предложения денег на рынке ведет к увеличению цен на товары до достижения первоначальной пропорции. Многие эти взгляды были присущи и школе классической политической экономии. Важную роль в становлении монетаризма сыграла количественная теория денег.

Становление монетаризма как отдельной школы началось в 1951 г., после публикации Милтоном Фридманом статьи «Количественная теория денег: новая версия» и статьи 1963 г. «Монетарная история Соединенных штатов, 1867–1960». Господствующая на тот момент кейнсианская теория получила сильный удар. Завершающим этапом формирования монетаризма стал труд Фридмена «Роль монетарной политики», положивший начало доминирующей роли монетаризма в экономическом учении. Представителями монетаризма являются Фридман М., Шварц А., Бруннер К. и Мельтцер А.

Какой путь прошел монетаризм от зарождающейся теории до господствующей школы экономической мысли? Прежде всего, следует отметить, что монетарная концепция зародилась еще в 30–40-е гг. XX века, но не развивалась, так как доминирующая на тот момент кейнсианская теория давала эффективные результаты, а постулаты монетаристов считались неэффективными. Кейнсианские методы применялись в 30–50-е годы XX века, однако пренебрежение монетаристскими концепциями, а именно денежными рычагами, привели к чрезмерному спросу, усилению инфляции и росту безработицы, углублялись диспропорции в экономике, наблюдался хронический дефицит бюджета.

Борьба с инфляцией стала основной задачей государства. Именно это и подвигло Фридмана на разработку монетарной теории, основанной на количественной теории денег. Эта теория гласит о том, что покупательная стоимость денежной единицы и уровень цен зависят от количества денег в обращении. Позднее Фридман и его помощница Шварц А. провели масштабное исследование. Они проанализировали зависимость между стоимостью денег, а именно процентной ставкой и количеством денег в обращении, в 1867–1960 гг., чтобы опровергнуть кейнсианскую теорию о предопределенности экономического цикла колебаний инвестиций в пользу теории о несоответствии равенства спроса и предложения на деньги. Была обнаружена зависимость между процентной ставкой Федеральной резервной системы и количеством денег в обращении, причем количество денег в обращении обратно пропорционально влияло на объем производства.

Так, в 30-х гг. XX в, когда процентная ставка Федеральной резервной системы поднялась до 4,5 %, объем денег в экономике снизился приблизительно на 10 %, что привело к падению производства на 30 %. При уменьшении процентной ставки количество денег увеличивалось, соответственно, увеличивался и объем производства. Фридман сделал вывод об опережении спроса на деньги, пояснив это тем, что спрос на деньги, который, по мнению монетаристов, является стабильным, стремится к саморегулированию. Это саморегулирование динамики цен на все активы, а денежное предложение, которое для удобства приспособления денежного спроса должно также являться стабильным, является хаотичным из-за вмешательства государства и политики банков. Как следствие, из-за естественной задержки (8–14 месяцев) неграмотная монетарная политика может привести к таким результатам, что придется делать все с точностью наоборот. Фридман предлагает банкам ежегодно увеличивать денежную массу на 3–4 %, независимо от экономического цикла и объема национального дохода. По мнению монетаристов, в долгосрочном периоде реальный ВВП прекратит свой рост. Любое изменение денежного предложения со стороны государства приведет лишь к тому, что будет изменяться только инфляция. Это совпадает с кейнсианской концепцией инфляции, которая утверждает, что настоящая инфляция наступает при полной занятости.

Глобальную картину монетаризма раскрывают определенные идеи.

1. Экономика способна к саморегуляции, а вмешательство может только навредить.

2. Для выхода из кризиса нужна четкая и контролированная эмиссия денег, направленная на решение существующих проблем и влекущая за собой рост денег на финансовом рынке. Денежная масса влияет на величину расходов потребителей и фирм. Увеличение массы денег приводит к росту производства, а после полной загрузки мощностей – к росту цен и инфляции.

3. Комплексный показатель ВВП является неэффективным, поэтому следует использовать в качестве анализа денежные агрегаты.

4. Регулировать стоимость денег на финансовом рынке следует с помощью ценных бумаг.

5. Скорость обращения денег является стабильной функцией. Рекомендована лишь планируемая эмиссия денег (денежные импульсы), чтобы это увеличение было оглашено и доступно для всех заинтересованных лиц (расширение денежного предложения со скоростью расширения ВВП).

6. Налоговая политика государства должна вестись по принципу: «Чем больше прибыль, тем меньше налог». Объясняют это стимулом к получению сверхприбыли; государство же, в свою очередь, с этой прибыли получит больший процент.

7. Предлагают использовать денежно-кредитные инструменты для сглаживания колебаний уровня безработицы.

8. Инфляция – главный враг государства, она должна быть преодолена любой ценой.

9. Отказ от краткосрочной денежной политики. Поскольку изменение денежной массы сказывается на экономике с некоторым опозданием, следует кратковременные методы экономического регулирования, предложенные Кейнсом, заменить долгосрочной политикой, рассчитанной на длительное постоянное воздействие на экономику.

Распад Бреттон-вудской системы повлек за собой распространение монетаристской концепции на денежно-кредитную сферу. С появлением в научном обороте понятия денежных агрегатов центральные банки многих крупных стран перешли к таргетированию денежного предложения, например, Федеральная резервная система США таргетировала для этого агрегат М1, а в макроэкономике появился такой показатель, как монетизация экономики, представляющий собой отношение агрегата М2 к ВВП и отражающий достаточность денег в обороте страны.

После 1975 г. большинство развитых стран мира перестало обращать внимание на стабильность курса валюты, переключив внимание на инфляционные процессы в стране. Политика рейганомики, способствовавшая выходу США из кризиса, использовала исключительно монетарные инструменты: уменьшение налогов и стимулирование бизнеса, сокращение вмешательства в экономику, уменьшение госрасходов и снижение инфляции путем сокращения денежной массы. Эффект был очевидным: благодаря политике рейганомики снизился уровень безработицы и инфляции, возросли темпы роста экономики.

Таким образом, можно сказать, что теория монетаризма стала краеугольным камнем экономики второй половины 20-го века. Множество ее инструментов используются и в настоящее время. Использование инструментов монетаризма привело к экономическому росту во многих странах мира, к переходу в новую денежную эпоху, где внимание уделяется не стабильности курса, а стабильности экономики.

Научный руководитель – канд. экон. наук, преподаватель Фадеева Ю. В.

Литература: 1. Моисеев С. Р. Взлет и падение монетаризма / С. Р. Моисеев // Вопросы экономики. – 2002. – № 9. – С. 92–104. **2.** Охрименко А. Кейнсианство или монетаризм. Кто прав? [Электронный ресурс] / А. Охрименко. // Учебники онлайн. – Режим доступа : http://uchebnikionline.com/. **3.** Мочерний С. В. Монетаризм [Электронный ресурс] / С. В. Мочерний. – Режим доступа : http://westudents.com.ua/glavy/17297-monetarizm-html.

ВИКОРИСТАННЯ ІНВЕСТИЦІЙНИХ ФОРМ МІЖНАРОДНОГО БІЗНЕСУ ЯК ФАКТОР ПІДВИЩЕННЯ МІЖНАРОДНОЇ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ УКРАЇНСЬКИХ МАШИНОБУДІВНИХ ПІДПРИЄМСТВ НА ТЕРИТОРІЇ РОСІЙСЬКОЇ ФЕДЕРАЦІЇ

УДК [005.332.4:621](477)

Чердаков С. Ю.

Магістрант 1 року навчання
факультету міжнародних економічних відносин ХНЕУ ім. С. Кузнеця

Анотація. *Досліджено особливості участі українських машинобудівних підприємств у міжнародному бізнесі на території Російської Федерації за неможливості здійснення експортної діяльності. Розглянуто законодавчу базу Російської Федерації стосовно здійснення інвестиційної діяльності. Запропоновано найбільш ефективні форми участі українських суб'єктів господарювання в міжнародному бізнесі на території Російської Федерації.*

Ключові слова: *міжнародний бізнес, міжнародна конкурентоспроможність підприємства, інвестиційна діяльність, іноземний інвестор, дочірнє підприємство, філіал.*

Аннотация. *Исследованы особенности участия украинских предприятий машиностроения в международном бизнесе на территории Российской Федерации в условиях невозможности осуществлять экспортную деятельность. Рассмотрена законодательная база Российской Федерации в части осуществления инвестиционной деятельности. Предложены наиболее эффективные формы участия украинских субъектов хозяйствования в международном бизнесе на территории Российской Федерации.*

Ключевые слова: *международный бизнес, международная конкурентоспособность предприятия, инвестиционная деятельность, иностранный инвестор, дочернее предприятие, филиал.*

Annotation. *The features of the participation of Ukrainian engineering enterprises in international business in the territory of the Russian Federation are considered when it is impossible to export. The legal framework of the Russian Federation concerning the investment activity is considered, and the most effective forms of participation of Ukrainian economic entities in international business in the territory of the Russian Federation are suggested.*

Keywords: *international business, international competitiveness, investment activity, a foreign investor, subsidiary, branch.*

Нині нетарифні методи регулювання зовнішньої торгівлі з боку Російської федерації негативно вплинули на міжнародну конкурентоспроможність українських підприємств, які раніше активно здійснювали експортну діяльність на території Росії. Найбільш негативні наслідки це мало для підприємств комплексу машинобудування. Їх продукція через давні сталі кооперaційні зв'язки ще з часів СРСР є підігнаною під потреби саме російського ринку. Навіть європейський вектор розвитку, який вибрала Україна, у цьому випадку не позбавить вітчизняного виробника значних збитків. Водночас галузі російської промисловості, діяльність яких є тісно пов'язаною з використанням продукції українських машинобудівних підприємств, також не можуть обійтися без якісного та відносно дешевого вітчизняного обладнання. Тобто існує ситуація, за якої є значний попит на українську продукцію на ринках Російської Федерації, але для його задоволення вітчизняним підприємствам необхідно знайти шлях виходу на російський ринок.

Проблемами виходу підприємств на зарубіжні ринки шляхом участі в міжнародному бізнесі займалося багато українських та зарубіжних вчених, серед яких можна виділити праці Конюшенка О. Л., Циганкової Т. М, Дашкової Л. П., Бакієева Г. П. та ін.

Метою написання статті є аналіз процесу підвищення міжнародної конкурентоспроможності українських машинобудівних підприємств шляхом участі останніх у міжнародному бізнесі для входження на російський ринок. Об'єктом дослідження є рівень міжнародної конкурентоспроможності українських суб'єктів господарювання на ринку Російської Федерації. Предметом дослідження є економіко-правові відносини, що виникають у процесі участі вітчизняних машинобудівних підприємств у міжнародному бізнесі на території Росії як фактора підвищення їх міжнародної конкурентоспроможності.

Як зазначалося, ринок Російської Федерації є дуже важливим для більшості українських виробників продукції комплексу електротехнічного машинобудування, оскільки історично вітчизняна та російська промисловість створювалися та співіснували як єдине ціле.

© Чердаков С. Ю., 2015

Несприятливі політичні фактори та розпорядження уряду Російської Федерації від 8 листопада 2011 р. про стратегію інноваційного розвитку країни на період до 2020 р., суть якого полягає в здійсненні державної підтримки інноваційного розвитку галузей промисловості та регіонів, значно ускладнило експорт української продукції машинобудівного комплексу до Росії. Яскравим прикладом негативних наслідків упровадження цієї програми для українських машинобудівних підприємств є обмеження участі в тендерах на право поставки обладнання для нафтогазової промисловості. У цьому випадку право брати участь у тендерах мають лише російські суб'єкти господарювання.

Відтак можна стверджувати, що вітчизняні підприємства є майже неконкурентоспроможними, виходячи на ринок Росії шляхом використання контрактних форм міжнародного бізнесу. Отже, для українських машинобудівних підприємств виникають об'єктивні причини використання інвестиційних форм міжнародного бізнесу для підвищення міжнародної конкурентоспроможності останніх у разі виходу на ринок Російської Федерації [1, с. 4].

До основних інвестиційних форм міжнародного бізнесу належать спільні підприємства та повне володіння. Проаналізуємо законодавство Російської Федерації у сфері здійснення інвестиційної діяльності. Інвестиційна діяльність у Росії є регламентованою Федеральним Законом «Об инвестиционной деятельности в Российской Федерации, осуществляемой в форме капитальных вложений», а також Законом «Об иностранных инвестициях в Российской Федерации».

У Федеральному Законі «Об инвестиционной деятельности в Российской Федерации, осуществляемой в форме капитальных вложений» визначено правові та економічні основи інвестиційної діяльності, що здійснюється у формі капітальних вкладень на території Російської Федерації, а також, що є особливо важливим, встановлено гарантії захисту прав, інтересів та майна суб'єктів інвестиційної діяльності, незалежно від форм власності [2].

Законом «Об иностранных инвестициях в Российской Федерации» визначено основні гарантії прав іноземних інвесторів на інвестиції та дохід, що з них отримується, а також умови підприємницької діяльності іноземних інвесторів на території Російської Федерації. До основних умов належать:

1) гарантія використання іноземним інвестором різних форм здійснення інвестиційної діяльності;

2) гарантія компенсації у разі націоналізації майна іноземного інвестора чи організації з іноземними інвестиціями;

3) гарантія у разі несприятливої зміни законодавства Російської Федерації для іноземного інвестора та підприємства з іноземними інвестиціями;

4) гарантія використання на території Російської Федерації та переведення за межі країни доходів, прибутку та інших правомірно отриманих сум;

5) пільги іноземним інвесторам та підприємствам із іноземними інвестиціями у разі сплати мита при здійсненні ними пріоритетних інвестиційних проектів [3].

Пріоритетним інвестиційним проектом є проект, що передбачає об'єм інвестицій в обсязі не меншим за 1 мільярд карбованців, при цьому йдеться про підприємства, частка іноземного інвестора у яких є не меншою за 100 млн крб.

Цей Закон визначає основні форми здійснення іноземного інвестування, такі як: філіал іноземного юридичного суб'єкта господарювання, створений на територій Російської Федерації, дочірні підприємства та іноземний інвестор. Важливою особливістю є те, що дочірні підприємства не підпадають під правовий захист, гарантії та пільги, встановлені Федеральним законом, при здійсненні ними підприємницької діяльності на території Російської Федерації [4].

Іноземним інвестором є суб'єкт підприємницької діяльності з іноземними інвестиціями, створений на території Російської Федерації. При цьому іноземний інвестор володіє не менше ніж 10 відсотками уставного капіталу організації. На відміну від дочірніх підприємств, іноземний інвестор має повний правовий захист, гарантії та пільги, встановлені цим Законом.

Як бачимо, згідно із законодавством Російської Федерації, при здійсненні інвестиційної діяльності на її території можливе використання філіалів, дочірніх підприємства та спільних підприємств. Законом «Об иностранных инвестициях в Российской Федерации» передбачено велику кількість гарантій захисту прав, інтересів та пільг для іноземних інвесторів, що значно зменшує ризики при виході українських підприємств на ринок Російської Федерації. Майно українських інвесторів є юридично захищеним від націоналізації, а при реквізиції іноземному інвестору або організації із іноземними інвестиціями виплачують вартість реквізованого майна. У випадку, коли набувають сили нові Федеральні закони, що змінюють величину федеральних податків або погіршують стабільність іноземного інвестора при здійсненні пріоритетних інвестиційних проектів, такі закони не застосовують протягом періоду окупності інвестицій, але не більше 7 років з початку фінансування. Також передбачено гарантії щодо вільного використання прибутків та грошових сум, отриманих від інвестиційної діяльності на території Російської Федерації, що можуть бути використані для реінвестування, на інші дозволені російським законодавством цілі, а також на вільний переказ грошей за територію Російської Федерації [5].

Таким чином, як фактор підвищення міжнародної конкурентоспроможності українських підприємств машинобудівної галузі на ринку Російської Федерації запропоновано використання інвестиційних форм міжнародного бізнесу. Здійснення міжнародної підприємницької діяльності на території Російської Федерації за російським законодавством можливе із використанням таких форм здійснення інвестиційної діяльності як дочірні підприємства, філіали та спільні підприємства. Особливістю використання дочірніх підприємств і філіалів є те, щ, на відміну від підприємств із іноземними інвестиціями, вони не мають повного правового захисту, гарантій та пільг, що передбачені законодавством Російської Федерації. Тобто для підвищення міжнародної конкурентоспроможності вітчизняних машинобудівних підприємств найдоцільнішою формою участі останніх у міжнародному бізнесі є створення спільного підприємства із російським партнером. Актуальним підґрунтям для цього є наявність тісних коопераційних зв'язків між промисловими підприємствами Російської Федерації та українськими підприємствами комплексу машинобудування.

Науковий керівник – докт. екон. наук, професор Піддубна Л. І.

Література: 1. Климанова А. П. Роль инноваций в обеспечении конкурентоспособности предприятий машиностроения / А. П. Климанова // Молодой ученый. – 2014. – № 3. – С. 441– 443. **2.** Об иностранных инвестициях в Российской Федерации [Електронний ресурс] : Федеральный закон от 09.07.1999 № 160-ФЗ. – Режим доступу : https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_16283/. **3.** Романченко С. В. Новшества, нововведения, инновации: определения и сущность / С. В. Романченко // Молодой ученый. – 2012. – № 4. – С. 166–168. **4.** Про режим іноземного інвестування [Електронний ресурс] : Закон України від 19.03.1996 № 93/96-ВР. – Режим доступу : http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/93/96-%D0%B2%D1%80.

МОДЕЛЬ ОПТИМАЛЬНОГО РАСПРЕДЕЛЕНИЯ ДОХОДА ПРЕДПРИЯТИЯ ПОСРЕДСТВОМ ИНТЕРНЕТ-РЕКЛАМЫ

УДК 330.44:[659.111:004.738.5]

Черенкова И. С.

Студент 4 курса
факультета экономической информатики ХНЭУ им. С. Кузнеца

Аннотация. *Рассмотрены вопросы оптимизации доходной части предприятия, модели оптимального распределения дохода предприятия посредством интернет-рекламы с использованием пакета прикладных программ Mathcad.*

Ключевые слова: *доход, реклама, Интернет, экономика, модель.*

Анотація. *Розглянуто питання оптимізації доходної частини підприємства, моделі оптимального розподілу доходу підприємства через інтернет-рекламу із застосуванням пакета прикладних програм Mathcad.*

Ключові слова: *дохід, реклама, Інтернет, економіка, модель.*

Annotation. *Deals with the optimization of the revenue of the enterprise by means of the Internet. The model of optimal allocation of income of the enterprise by means of online advertising with application package Mathcad was provided.*

Keywords: *income, advertising, Internet, economics, model.*

Сегодня невозможно представить мир без разнообразной рекламы. Каждый день мы смотрим видеоролики, читаем различные плакаты (в метро, автобусах, в прессе). И, конечно, излюбленным местом обитания рекламы

© Черенкова И. С. , 2015

является Интернет. Ведь именно здесь информацию, которую стремятся донести потребителю, видят миллионы людей.

Интернет-реклама становится самым популярным и эффективным сегментом рекламного рынка. Это единственный вид рекламы в средствах массовой информации, показавший в условиях мирового экономического кризиса рост объема рынка. Кроме того, на сегодняшний день интернет-реклама, бесспорно, является самым выгодным вложением средств для компаний любой направленности [1].

Эффективным средством исследования задач оптимального управления является принцип максимума Понтрягина, представляющий собой необходимое условие оптимальности в таких задачах.

Важной задачей является оптимизация дохода от реализации товаров и услуг:

$$D = Pr + R,$$

где Pr – прибыль;

R – общие затраты;

D – доход.

Постановка задачи оптимального управления [2]:

$$\int_0^T D(t) - R(t)dt \to \max,$$

$$\begin{cases} \dfrac{dD}{dt} = \dfrac{R(t)}{B} \\ 0 \le R(t) \le D(t), \\ D(0) = D_0 \end{cases}$$

где $R(t)$ – затраты на рекламу, переменная управления;

$D(t)$ – доход, переменная состояния;

B – мультипликатор.

Существуют три модели оптимизации дохода.

Простая модель заключается в том, что весь доход равен затратам на рекламу, таким образом, прибыль равна нулю. Но в определенный момент времени, когда доход достиг максимума, затраты на рекламу прекращаются, следовательно, начинаем получать прибыль.

Модель с дисконтирующей переменной аналогична простой модели, но присутствует ставка дисконтирования. В итоге прибыль меньше, чем в предыдущей модели.

Сглаживание релейного переключения

– за счет условий обеспечения минимального уровня прибыли, что в данном случае совершенно не подходит для применения;

– за счет обеспечения необходимого темпа прироста прибыли на первом этапе развития;

– с учетом возможностей после планового развития (рис. 1). Модель заключается в том, что в первом промежутке времени все три составляющие растут, а в момент, когда доход достиг максимума, не прекращаются затраты на рекламу (они минимальны, но они есть) [2].

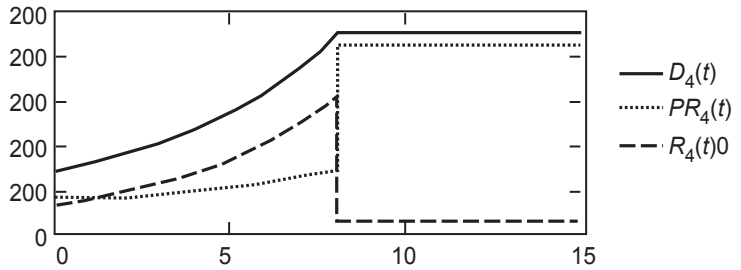

Рис. 1. **График распределения дохода (D_4), прибыли(Pr_4) и затрат на рекламу(R_4)**

Можно сделать вывод, что наиболее оптимальная траектория возникает при сглаживании третьим способом, с учетом возможностей после планового развития (рис. 1), поскольку в настоящее время любое предприятие зависит от проведения активной маркетинговой деятельности, даже если прибыль растет или остается неизменной.

Научный руководитель – канд. экон. наук, доцент Яценко Р. Н.

Литература: 1. Матанцев А. Н. Эффективность рекламы : научное издание / А. Н. Матанцев. – М. : Финпресс, 2002. **2.** Мудров А. Н. Основы рекламы : учебник / А. Н. Мудров. – М. : Экономистъ, 2006. **3.** Гольман И. Реклама плюс. Реклама минус / И. Гольман. – М. : Гелла-принт, 2002. **4.** Юдина Е. Н. Креативное мышление в PR (системе формирования социокультурных связей и отношений) : учеб. пособие / Е. Н. Юдина. – М. : РИП-холдинг, 2007. – 272 с. **5.** Акша Р. Создание эффективной рекламы. Практическое руководство по креативной деятельности / Р. Акша. – М. : Вершина, 2003.

УПРАВЛІННЯ ДЕБІТОРСЬКОЮ ЗАБОРГОВАНІСТЮ ПІДПРИЄМСТВА ІЗ ЗАСТОСУВАННЯМ СИСТЕМИ ЗБАЛАНСОВАНИХ ПОКАЗНИКІВ

УДК 005.63-025.17

Чернега І. І.

Студент 5 курсу
фінансового факультету ХНЕУ ім. С. Кузнеця

Анотація. *Подано побудову системи збалансованих показників для управління дебіторською заборгованістю підприємства, що дозволяє за допомогою згрупування показників урахувати всі аспекти функціонування підприємства та звернути на них увагу для подальшої ефективної діяльності.*

Ключові слова: *підприємство, система збалансованих показників, дебіторська заборгованість, управління.*

Аннотация. *Представлено построение системы сбалансированных показателей для управления дебиторской задолженностью предприятия, что позволяет посредством группирования показателей определить все аспекты деятельности предприятия и обратить на них внимание для обеспечения дальнейшей эффективной деятельности.*

Ключевые слова: *предприятие, система сбалансированных показателей, дебиторская задолженность, управление.*

Annotation. *The construction of a balanced scorecard for accounts receivable management company, which allows using indicators grouped into consideration all aspects of the company and to pay attention to them to further the goal.*

Keywords: *enterprise, balanced scorecard, receivables, management.*

Найактуальнішим питанням, що нині гостро постає перед суб'єктами господарювання, є виникнення та погашення дебіторської заборгованості. Тому найбільш важливими проблемами, вирішення яких має сприяти покращенню фінансового стану підприємства, є розроблення системи управління дебіторською заборгованістю, визначення її оптимальних термінів та обсягів, що дасть змогу підприємствам контролювати ситуацію та сприятиме зменшенню не лише дебіторської заборгованості, а й видатків на її утримання.

Економічна ситуація в Україні зумовлює використання вітчизняними підприємствами сучасних підходів, інструментів і методів управління, що дозволяють узгоджувати різноспрямовані стратегічні завдання із поточними показниками діяльності задля забезпечення їх конкурентоспроможності на внутрішньому та зовнішніх ринках. Одним із таких інструментів є збалансована система показників, розроблена Капланом Р. та Нортоном Д., що

© Чернега І. І., 2015

слугує встановленню стратегічних цілей та оцінюванню ефективності діяльності з точки зору реалізації стратегії за допомогою ключових показників [3].

Питанням побудови збалансованої системи показників присвячені роботи Кизима М., Пилипенка А., Зінченка В., Нівена П., Калиніна С., Овчаренка К., Клименка О., Маллера В. та ін. Багато науковців описують принципи побудови та застосування на практиці збалансованої системи показників. Однак побудова збалансованої системи показників для управління дебіторською заборгованістю підприємства не знайшла відповідного відображення. Саме це зумовило вибір цієї теми.

Метою написання статті є побудова та використання системи збалансованих показників для управління дебіторською заборгованістю на підприємствах.

Управління дебіторською заборгованістю підприємство може здійснювати самостійно, шляхом використання трудових, технічних та фінансових ресурсів, створення спеціалізованих підрозділів аналізу та контролю дебіторської заборгованості. Здійснюючи підприємницьку діяльність, підприємство часто не може стягнути борги з контрагентів. Зростання дебіторської заборгованості можливе через збільшення обсягів продажу, нераціональну кредитну політику, неплатоспроможність покупців тощо.

Перевищення дебіторської заборгованості зумовлює зниження фінансової стійкості підприємства та вимагає залучення додаткових джерел фінансування. У разі перевищення кредиторської заборгованості виникає загроза неплатоспроможності підприємства [1, с. 174].

Основними завданнями управління дебіторською заборгованістю є:

- систематизація й аналіз інформації про покупців, замовників та інших дебіторів підприємства;
- моніторинг розміру й структури дебіторської заборгованості покупців, замовників та інших дебіторів за відвантажену продукцію, виконані роботи;
- забезпечення високої швидкості обороту дебіторської заборгованості, що дає змогу скоротити потребу в ньому завдяки раціональнішому використанню;
- виявлення величини впливу дебіторської заборгованості на прибуток та поточну платоспроможність і ліквідність активів підприємства;
- розрахунок прогнозованого розміру сумнівних боргів;
- розроблення варіантів рефінансування дебіторської заборгованості;
- визначення ступеня ризику несплати рахунків покупцями.

Із зростанням розміру дебіторської заборгованості виникає потреба в управлінні дебіторською заборгованістю. За сучасних умов господарювання розроблення ефективного управління дебіторською заборгованістю є одним із ключових завдань вирішення проблем підприємства з позиції забезпечення належного рівня фінансової безпеки та досягнення позитивних результатів фінансового оздоровлення [6].

Політика управління дебіторською заборгованістю складається з умов, правил та процедур, виконання яких забезпечує досягнення запланованого результату. Таким чином, для того щоб ефективно управляти підприємством, потрібна така система управління, яка дозволяє здійснювати моніторинг запроваджуваних стратегічних ініціатив. Найбільш перспективним варіантом реалізації цього механізму є збалансована система показників, яка має об'єднати завдання, що стоять перед кожним співробітником і підприємством у цілому.

Збалансована система показників поєднує всі необхідні критерії, є інструментом стратегічного й оперативного менеджменту, що дозволяє пов'язати стратегічні цілі компанії із бізнес-процесами і повсякденними діями співробітників на кожному рівні управління, а також здійснювати контроль за реалізацією стратегії.

Збалансована система трансформує стратегію у завдання й показники, що згруповані за чотирма різними напрямами, такими як фінанси, клієнти, внутрішні бізнес-процеси, навчання й підвищення кваліфікації. Ця система є механізмом для поширення стратегії. За допомогою системи оцінювальних критеріїв вона інформує співробітників про рушійні фактори сьогодення й майбутнього успіху. Чотири складових збалансованої системи показників дозволяють досягти балансу між довго- й короткостроковими цілями, бажаними результатами й факторами їх досягнення, а також жорсткими об'єктивними критеріями й більш м'якими суб'єктивними показниками [7].

Фінансові показники збережено у збалансованій системі показників, оскільки вони оцінюють економічні наслідки виконаних дій і є індикаторами відповідності стратегії підприємства, її здійснення та втілення загального плану удосконалення організації в цілому.

У роботі подано такі цілі: оптимізація дебіторської заборгованості, оцінювання змін дебіторської заборгованості, оптимальне співвідношення дебіторської та кредиторської заборгованості, створення резерву сумнівних боргів.

Клієнтську складову розглядають як споживчу базу та сегмент ринку, у яких конкурує це підприємство, а також як показники результатів його діяльності в цільовому сегменті ринку. До них належать підвищення якості товару, оптимізація клієнтської бази, оптимізація цінової політики, підвищення якості обслуговування.

Складова внутрішніх бізнес-процесів збалансованої системи показників визначає основні внутрішні бізнес-процеси, які необхідно довести до досконалості. Показники цього напряму зосереджені на оцінюванні внутрішніх процесів, від яких великою мірою залежить задоволення потреб клієнтів і досягнення фінансових завдань підприємства в цілому. До показників належать формування нової кредитної політики, інкасація дебіторської заборгованості, проведення градації покупців за рівнем довіри, контроль за відвантаженням продукції.

Бізнес-процес розвитку персоналу визначає інфраструктуру, яку належить створити, щоб забезпечити довготривале зростання і вдосконалення. Підприємство має інвестувати в перенавчання персоналу, удосконалення інформаційних технологій і систем, створення взаємозв'язку між організаційними процедурами і щоденними операціями. До складової належать підвищення кваліфікації працівників, мотивація працівників, підвищення продуктивності праці.

Кожний із розглянутих напрямів удосконалення управління дебіторською заборгованістю підприємства характеризується не менш ніж одним ключовим показником. Систему збалансованих показників подано на рис. 1.

Таким чином, збалансована система показників допомагає підприємствам вирішити дві ключові проблеми: оцінити результати діяльності підприємства і зв'язати довгострокові стратегічні цілі із короткостроковою діяльністю за допомогою чотирьох процесів [5].

Відтак узагальнена схема системи управління дебіторською заборгованістю підприємства відображає агреговані комплекси дій щодо підвищення фінансових можливостей підприємства. У зв'язку зі складністю та багатоаспектністю проблеми загальна схема не відображає з високим ступенем деталізації всіх організаційно-економічних та облікових методів управління дебіторською заборгованістю підприємства. Але така структуризація дає змогу здійснювати системний цілеспрямований пошук шляхів поєднання всіх основних компонентів організаційно-економічного забезпечення внутрішньофірмового управління для концентрації зусиль і управлінських впливів на фактори, що визначають внутрішній потенціал підприємства, що дає змогу забезпечити підвищення його конкурентних можливостей.

Науковий керівник – канд. екон. наук, професор Журавльова І. В.

Література: 1. Білик М. Д. Фінансовий аналіз : навч. посіб. / М. Д. Білик, О. В. Павловська, Н. М. Притуляк, Н. Ю. Невмержицька. – Київ : КНЕУ, 2005. – 592 с. **2.** Бондаренко О. Н. Управление производством на основе сбалансированной системы показателей / О. Н. Бондаренко // Российское предпринимательство, 2005. – № 11 (71). – С. 18–22. **3.** Каплан Р. Сбалансированная система показателей: от стратегии к действию / Р. Каплан, Д. Нортон ; пер. с англ. М. Павловой. – М. : Олимп-Бизнес, 2003. – 282 с. **4.** Криклій О. А. Управління кредитним ризиком банку : монографія / О. А. Криклій, Н. Г. Маслак. – Суми : УАБС НБУ, 2008. – 86 с. **5.** Нильс-Горан Ольве. Оценка эффективности деятельности компании : практ. руководство / Ольве Нильс-Горан, Жан Рой, Магнус Ветер. – М. : Вильямс, 2004. – 304 с. **6.** Рибалко О. М. Деякі аспекти управління дебіторською заборгованістю / О. М. Рибалко // Економічні науки. – 2010. – № 9. – С. 164–167. **7.** Яструбський М. Я. Дебіторська та кредиторська заборгованість / М. Я. Яструбський // Науковий вісник НЛТУ. – 2011. – № 21. – С. 276–281. **8.** Хьюберт К. Р. Индивидуальная сбалансированная система показателей: Путь к личному счастью, гармоничному развитию и росту эффективности организации / К. Р. Хьюберт ; пер. с англ. – М. : Олимп-Бизнес, 2005. – 176 с.

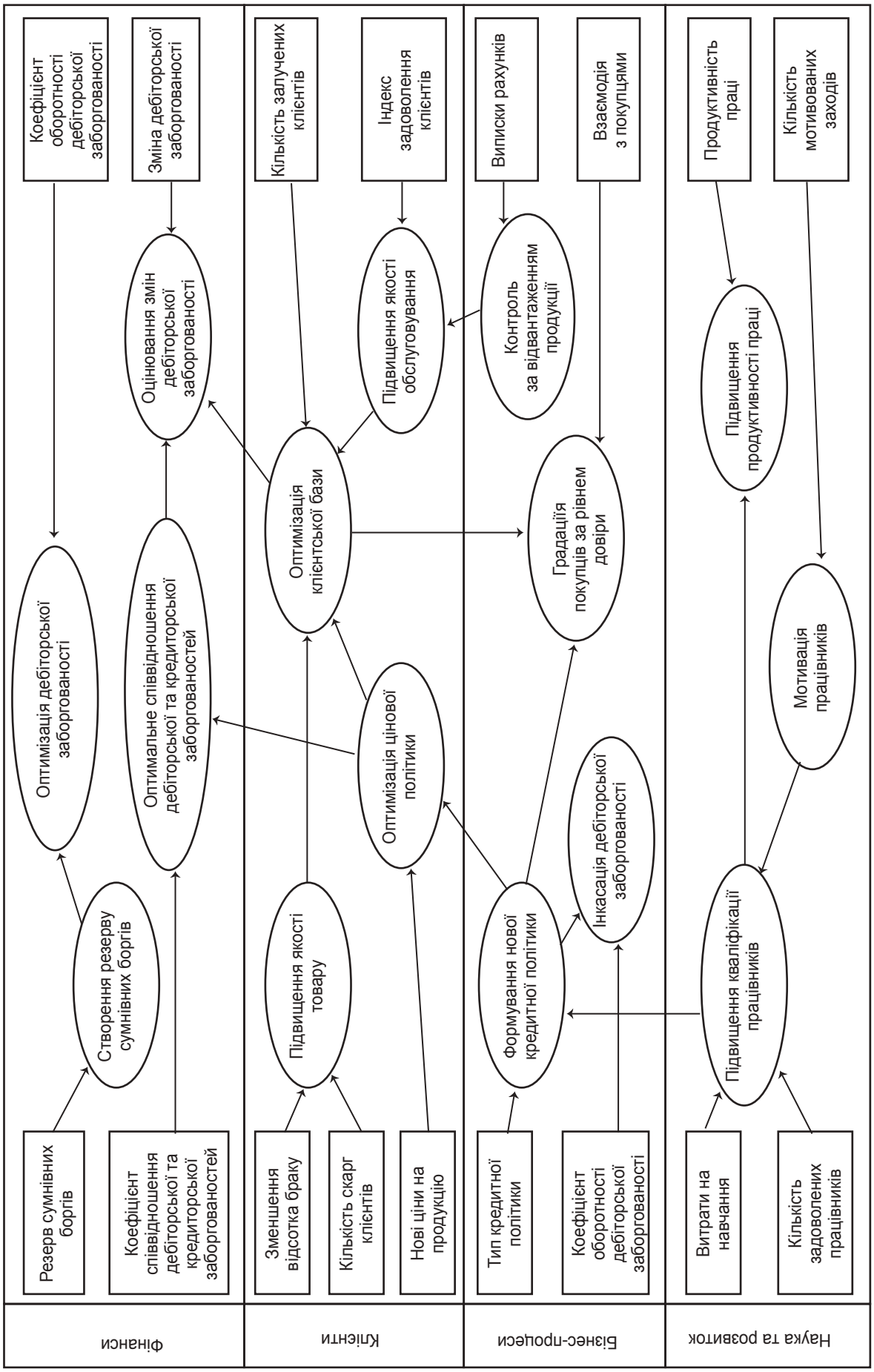

Рис.1 **Стратегічна карта управління дебіторською заборгованістю підприємства**

БАНКРУТСТВО ПІДПРИЄМСТВА ТА МЕТОДИЧНІ ПІДХОДИ ДО ЙОГО ОЦІНЮВАННЯ

УДК 005.334.4

Черняк А. І.

Студент 4 курсу
фінансового факультету ХНЕУ ім. С. Кузнеця

Анотація. *Проаналізовано наукові підходи до визначення сутності банкрутства підприємства. Розглянуто вітчизняні та зарубіжні методи та моделі оцінювання вірогідності банкрутства підприємства.*

Ключові слова: *банкрутство підприємства, підходи до діагностування банкрутства, моделі оцінювання вірогідності банкрутства.*

Аннотация. *Проанализированы научные подходы к определению сущности банкротства предприятия. Рассмотрены отечественные и зарубежные методы и модели оценки вероятности банкротства предприятия.*

Ключевые слова: *банкротство предприятия, подходы к диагностике банкротства, модели оценки вероятности банкротства.*

Annotation. *Analysis of scientific approaches to defining the essence of bankruptcy. Considered foreign and domestic methods and models for assessing the probability of bankruptcy.*

Keywords: *bankruptcy, bankruptcy approaches to diagnosis, the model estimates the probability of bankruptcy.*

Розмаїття інколи протилежних наукових підходів до розуміння сутності банкрутства зумовлює потребу дослідження основних засад розвитку цієї категорії, що має стати основою для такого визначення, яке відповідало б сучасним потребам суспільного розвитку України. Різноманітність поглядів науковців зумовлена впливом факторів як зовнішнього, так і внутрішнього характеру, а наявність більшості з них відображає розуміння ступеня впливу того чи іншого фактора.

Представники економічної думки, надаючи смислового забарвлення терміну «банкрутство», базують своє визначення на уточнюючих категоріях, здебільшого зумовлених розвитком ринкової економіки та проявами її наслідків. Так, найчастіше ключовими позиціями у трактуванні банкрутства є неспроможність, незадовільне становище суб'єкта господарювання, певна міра відповідальності, наслідок незадовільного управління, результат кризи, точка у життєвому циклі підприємства.

Відтак можна вибрати найбільш точне поняття терміна «банкрутство». Банкрутством є визнана господарським судом неспроможність боржника відновити свою платоспроможність та задовольнити визнані судом вимоги кредиторів не інакше як через застосування ліквідаційної процедури.

Із позицій фінансового менеджменту банкрутство характеризує реалізацію катастрофічних ризиків підприємства у процесі його фінансової діяльності, унаслідок якої воно не в змозі задовольнити у встановлений термін висунуті з боку кредиторів вимоги і виконати зобов'язання перед бюджетом [4, с. 400].

У зарубіжній та вітчизняній практиці існують різні підходи до діагностування банкрутства підприємства, а також форми, інструменти проведення та нормативно-правове забезпечення.

Питаннями оцінювання вірогідності банкрутства підприємства займалися такі вчені, як Альтман Е., Ліс Р., Спрінгейт М., Пластун О., Давидова Г., Сайфулін Р., Терещенко О. та ін. Проте, незважаючи на існування численних методів діагностування банкрутства підприємств, залишається невирішеною низка проблем, що ускладнюють використання наявних моделей оцінювання вірогідності банкрутства вітчизняних підприємств [3, с. 38].

Важливе значення при виборі підходу відведено економіко-математичному моделюванню і методу експертних оцінок. Економіко-математичне моделювання дозволяє з певним ступенем вірогідності визначити динаміку показників залежно від зміни факторів, що впливають на розвиток фінансових процесів у майбутньому.

У міжнародній практиці за умов економіки, що стабільно функціонує, для оцінювання вірогідності банкрутства підприємства використовують так званий Z-рахунок Альтмана Е.

Ідеї Альтмана Е. були розвинені Спрінгейтом М., який побудував модель на підставі дослідження впливу 19 фінансових показників. Вважають, що точність прогнозування банкрутства за цією моделлю становить 92 %, однак із часом цей показник зменшується.

© Черняк А. І., 2015

Модель Спрінгейта М. була розроблена у 1978 р. за допомогою покрокового дискримінантного аналізу методом, який розробив Альтман Е. У процесі створення моделі з 19 фінансових коефіцієнтів у кінцевому варіанті залишилося тільки 4.

Таффлер Дж. і Тішоу Г. розробили чотирифакторну модель оцінювання платоспроможності. За $Z > 0,3$ рівень фінансового стану вважають високим, а вірогідність банкрутства невеликою. За $Z < 0,3$ рівень фінансового стану вважають низьким, а вірогідність банкрутства – високою. Але для моделі Таффлера Дж. і Тішоу Г. питання надійності вагових коефіцієнтів для оцінювання фінансового стану за умов вітчизняної економіки залишається відкритим.

До принципово іншого класу моделей скорингового аналізу належить п'ятифакторна модель У. Бівера оцінювання фінансового стану підприємства задля діагностування вірогідності банкрутства за такими показниками:

- рентабельність активів;
- питома вага позикових коштів у пасивах;
- коефіцієнт поточної ліквідності;
- частка чистого оборотного капіталу в активах;
- коефіцієнт Бівера [1, с. 130].

На заході практикують кількісні індикатори банкрутства, розроблені для підприємств Великої Британії і США – багатофакторні моделі економістів Ліса Р., Таффлера Дж., Тішоу Г. та ін. Однак потрібно зазначити, що за безсумнівних переваг цих моделей вони побудовані на основі вивчення поведінки компаній за умов західного розвитку, що значно відрізняються від умов економічного середовища в Україні.

Найбільш поширеною у світовій практиці є методика визначення банкрутства за моделями Альтмана Е. У літературі частіше визначають дві його моделі для діагностування вірогідності банкрутства. Перша модель дозволяє відстежити вірогідність банкрутства на конкретну дату (як правило, дату складання балансу) – двофакторна модель Альтмана Е. Друга модель визначає вірогідність банкрутства за певний період часу (як правило, місяць, квартал, рік) – п'ятифакторна модель Альтмана Е. Але п'ятифакторну модель не використовують для вітчизняних підприємств через розбіжності у бухгалтерському обліку та нерозвиненість фондового ринку [2, с. 101].

Таким чином, найбільш адаптованими до вітчизняних підприємств моделями визначення вірогідності банкрутства є коефіцієнтні Бівера У. та дискримінанта модель Терещенка О. Щоб прогноз був більш обґрунтованим, слід використовувати одночасно кілька методів прогнозування вірогідності банкрутства підприємства, що дозволить значно підвищити ступінь відповідності отриманих результатів.

Науковий керівник – канд. екон. наук, доцент Нескородева І. І.

Література: 1. Квасницька Р. С. Етапність проведення діагностики кризового стану та ймовірності банкрутства підприємства / Р. С. Квасницька, І. М. Кордонець // Вісник Хмельницького національного університету. – 2011. – № 2. – С. 130–135. **2.** Пластун О. Л. Аналіз кількісних методик прогнозування банкрутства підприємства та обґрунтування необхідності розробки сучасних вітчизняних аналогів / О. Л. Пластун // Вісник Української академії банківської справи. – 2005. – № 2. – С. 101–107. **3.** Терещенко О. О. Дискримінантна модель інтегральної оцінки фінансового стану підприємства / О. О. Терещенко // Економіка України. – 2003. – № 8. – С. 38–44. **4.** Терещенко О. О. Фінансова санація та банкрутство підприємств : навч. посіб. / О. О. Терещенко. – Київ : КНЕУ, 2000. – 412 с.

МЕТОДИЧНІ ПІДХОДИ ДО ОЦІНЮВАННЯ ФІНАНСОВО-ЕКОНОМІЧНОЇ БЕЗПЕКИ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКИХ ПІДПРИЄМСТВ

УДК 005.934:338.43

Чухланцева А. М.

Магістрант 1 року навчання
факультету обліку і аудиту ХНЕУ ім. С. Кузнеця

Анотація. *Розглянуто методичні підходи до визначення й оцінювання рівня фінансово-економічної безпеки сільськогосподарських підприємств. Проаналізовано складові фінансово-економічної безпеки сільськогосподарських підприємств, а також можливості виконання факторного та кластерного аналізу для оцінювання рівня фінансово-економічної безпеки підприємств АПК.*

Ключові слова: *економічна безпека, фінансово-економічна безпека, рівень безпеки, показники, методи оцінювання.*

Аннотация. *Рассмотрены методические подходы к определению и оценке уровня финансово-экономической безопасности сельскохозяйственных предприятий. Проанализированы составляющие финансово-экономической безопасности сельскохозяйственных предприятий, а также возможности выполнения факторного и кластерного анализа для оценки уровня финансово-экономической безопасности предприятий АПК.*

Ключевые слова: *экономическая безопасность, финансово-экономическая безопасность, уровень безопасности, показатели, методы оценки.*

Annotation. *Describes the methodological approaches to the definition and assessment of the level of financial and economic security of agricultural enterprises. Identifies the components of financial and economic security of agricultural enterprises. It is shown the possibility of the factor and cluster analysis to assess the level of financial and economic security of agricultural enterprises.*

Keywords: *economic security, financial, economic security, safety, performance, evaluation methods.*

За сучасних умов процес успішного функціонування та економічного розвитку сільськогосподарських підприємств багато в чому залежить від рівня забезпечення їх фінансово-економічної безпеки. Рівень фінансово-економічної безпеки підприємства зумовлений тим, наскільки ефективно його керівництво і фахівці спроможні уникнути можливих загроз та ліквідувати шкідливі наслідки впливу окремих негативних складових зовнішнього та внутрішнього середовищ.

Відновлення та розвиток виробництва сільськогосподарської продукції й сировини, їх перетворення на готові до споживання продукти харчування покладено на підприємства АПК, від стану відносин між якими залежить вирішення проблеми продовольчої безпеки.

У такій ситуації дослідження оцінювання ефективності системи економічної безпеки агропромислових підприємств є вкрай актуальним. Питання формування ефективної системи фінансово-економічної безпеки країни значною мірою пов'язані із необхідністю формування та вдосконалення організаційно-економічних відносин усіх суб'єктів агропромислового комплексу. Із цих позицій проблема, що розглядається, поєднує питання взаємодії інтересів як усіх учасників АПК, так і національних інтересів держави.

Таким чином, об'єктивно виникає необхідність розробки та подальшого вдосконалення методологічної бази оцінювання ефективності системи економічної безпеки на сільськогосподарських підприємствах, що дозволить приймати обґрунтовані з точки зору економічної безпеки управлінські рішення, створювати можливості для стабільного функціонування та розвитку сільськогосподарського підприємства.

Багато вчених як в Україні, так і в країнах зарубіжжя займаються дослідженням проблеми фінансово-економічної безпеки, питаннями економічної безпеки та механізмів її забезпечення. Вагомий внесок у розкриття цього питання зробили Геєць В. М., Гипоненко В. Ф., Камлик М. І., Козаченко Г. В., Лисенко Ю. І., Орлов П. І., Пономаренко В. С. та ін. Проте у розробці зазначеної проблеми залишається низка невирішених питань, що є недостатньо дослідженими в науковій і соціально-економічній літературі. Йдеться перш за все про відсутність методики оцінювання ефективності економічної безпеки з урахуванням особливостей діяльності сільськогосподарських підприємств.

Метою дослідження є розробка методичного підходу до оцінювання фінансово-економічної безпеки підприємства на базі систематизації теоретичних підходів до визначення й оцінювання рівня економічної безпеки сільськогосподарських підприємств.

© Чухланцева А. М., 2015

Важливою умовою забезпечення стійкого розвитку сільськогосподарського підприємства, формування високих результатів його фінансової діяльності є наявність ефективної системи економічної безпеки. Для дослідження оцінювання ефективності управління економічної безпеки підприємства застосовують спеціальні системи та методи аналізу, які дозволяють отримати кількісну оцінку рівня захищеності окремих фінансових інтересів від загроз і ризиків.

Певна частина науковців досліджують стан економічної безпеки сільськогосподарського підприємства, аналізуючи показники фінансової стійкості, платоспроможності, маневреності й ліквідності. Проте деякі автори показники безпеки підприємства і стійкості оцінюють переважно якісно, максимум у межах допустимих нормативних значень. Відтак виникає необхідність спроби їх деталізації з точки зору точнішого кількісного оцінювання та його впливу на рівень економічної безпеки підприємства загалом [4].

Для оцінювання рівня економічної безпеки підприємства за її складовими та для визначення загального рівня економічної безпеки використовують різні методи (табл. 1) [6].

Таблиця 1

Методи оцінювання рівня економічної безпеки підприємств

Автори	Методи
Васильків Т.	Експертне оцінювання, моніторинг соціально-економічних показників, аналіз й обробка сценаріїв, оптимізація, багатовимірний статистичний аналіз, теоретико-ігрові методи, теорія штучних нейронних мереж
Міщенко С.	Екстраполяція (екстраполяція параметричних залежностей, екстраполяція тимчасових тенденцій); експертні методи (опитування, складання аналітичних доповідних записок, мозкова атака), структурно-аналітичні методи (моделювання, ієрархічна декомпозиція, морфологічний аналіз, матричний метод, мережевий аналіз, SWOT-аналіз, побудова профілю середовища, складання сценаріїв)
Довбня С., Гічова Н.	Методи комплексного оцінювання загроз (інтегральне оцінювання ризику, оцінювання ефективності захисних заходів); методи комплексного оцінювання економічного потенціалу підприємства, методи прогнозування банкрутства (багатофакторні дискримінанті моделі та інші методи інтегрального оцінювання фінансово-економічного стану підприємства)

Наведені у табл. 1 методи поки що не отримали всебічного теоретичного обґрунтування та широкого практичного використання. Вони мають низку недоліків щодо остаточного визначення етапів оцінювання, обґрунтованих рекомендацій стосовно визначення показників, загальноприйнятого інструментарію оцінювання тощо. Практично всі науковці для визначення рівня економічної безпеки підприємства використовують різноманітні методи розрахунку єдиного інтегрального показника. Оскільки на цей показник впливають безліч різних факторів як із боку підприємства, так і на макрорівні, то необхідним є проведення попереднього комплексного аналізу виробничо-господарської діяльності підприємства.

Запропонована послідовність аналізу й оцінювання базується на результатах факторного та кластерного аналізу. Вона заснована на дедуктивному підході й базується на положенні, що результат фінансово-господарської діяльності відбиває досягнутий рівень економічної безпеки сільськогосподарських підприємств.

Рівень фінансово-економічної безпеки досліджуваної сукупності сільськогосподарських підприємств можна визначити за допомогою їх класифікації та групування в кластери за однорідністю аналізованих показників [3].

У цій роботі кластеризація проводиться для групування сільськогосподарських підприємств Харківської області за показниками фінансового стану (табл. 2).

Таблиця 2

Дані для кластерного аналізу

№ з / п	Підприємство	Коефіцієнт автономії	Коефіцієнт поточної ліквідності	Коефіцієнт оборотності активів
1	ПСП «Україна»	0,61	0,41	0,18
2	ПСП «Виселок»	0,7	2,28	0,29
3	ПСП «Колодязнянське»	0,9	0,54	0,14
4	ПСП «Авангард»	0,3	0,46	0,16
5	ПСП «Агромир»	0,81	1,11	0,25
6	ПСП «Вільшанське»	0,66	1,05	0,15
7	ПСП ім. Чкалова	0,73	0,94	0,28
8	ПСП «Граківське»	0,7	0,64	0,15
9	ПСП «Світоч»	0,78	1,4	0,22

Для класифікації сільськогосподарських підприємств за допомогою кластерного аналізу був запропонований метод k-середніх із використанням евклідової метрики. За результатами кластерного аналізу були отримані три групи (табл. 3).

Таблиця 3

Результати кластерного аналізу

№ з / п	Кількість підприємств	Підприємства, що увійшли до кластера	Значення кластера
1	4	ПСП «Агромир», ПСП «Вільшанське», ПСП ім. Чкалова, ПСП «Світоч»	Підприємства із середнім рівнем економічної безпеки
2	1	ПСП «Виселок»	Підприємства із високим рівнем економічної безпеки
3	4	ПСП «Україна», ПСП «Колодязнянське», ПСП «Авангард», ПСП «Граківське»	Підприємства із низьким рівнем економічної безпеки

Проведений кластерний аналіз дав змогу виявити основних лідерів агропромислового комплексу, сприяв спрощенню проведення заходів щодо аналізу та діагностування стану підприємств-конкурентів іншими багатовитратними методами аналізу. Лідером виявилося ПСП «Виселок», яке увійшло до кластера із високим рівнем економічної безпеки (№ 2). Це підприємство характеризується великою часткою активів у загальній величині всіх активів та покриттям зобов'язань за рахунок тільки власних коштів: фінансування діяльності підприємства здійснюється не менше ніж на 70 % із власних джерел. Високе значення коефіцієнта поточної ліквідності дає змогу стверджувати, що підприємство розраховується з поточними зобов'язаннями лише за рахунок поточних активів, без створення заборгованостей.

Для дослідження детермінуючих внутрішніх факторів ефективності діяльності сільськогосподарських підприємств виберемо сукупність із 4 підприємств агропромислового комплексу Харківського області, які під час кластеризації увійшли до підприємств із середнім рівнем економічної безпеки.

Найбільш адекватним для вирішення цього завдання та визначення латентних факторів, які комплексно характеризують економічну безпеку підприємств, можна назвати інструмент факторного аналізу [5]. У результаті проведення факторного аналізу ефективності діяльності сільськогосподарських підприємств виявлено 4 детермінуючих фактора:

1) фактор фінансової активності підприємства ($0{,}458674 \cdot x_4$ – p$0{,}411645 \cdot x_7$);

2) фактор платіжних можливостей підприємства ($0{,}432958 \cdot x_5$ –$0{,}577908 \cdot x_8$);

3) фактор ефективної діяльності підприємства ($0{,}428276 \cdot x_6 + 0{,}356891 \cdot x_9$);

4) фактор фінансової гнучкості підприємства ($0{,}417176 \cdot x_1 - 0{,}499293 \cdot x_2 - 0{,}554414 \cdot x_3$).

Виділені фактори суттєво описують початкову систему показників економічної ефективності діяльності сільськогосподарських підприємств Харківської області. Фактор фінансової гнучкості підприємства є найбільш визначальним і на 12,21 % пояснює змінюваність усієї матриці значень. До його складу ввійшли такі показники: коефіцієнт автономії, коефіцієнт оборотності оборотних активів, коефіцієнт маневреності. Усі значення факторних навантажень є значущими. Це свідчить про високий рівень впливу фінансової гнучкості на фінансово-економічну безпеку сільськогосподарських підприємств.

Проаналізувавши наявні точки зору на аналіз рівня економічної безпеки підприємства, можна зробити висновок, що нині немає єдиної методики та системи показників для оцінювання рівня економічної безпеки підприємства. Підходи, які пропонують науковці, є недосконалими через притаманні їм певні недоліки.

Запропонований методичний підхід до аналізу та оцінювання фінансово-економічної безпеки підприємства враховує його специфіку (структуру, чисельність, особливості діяльності, рівень економічного розвитку) та конкурентне середовище, дозволяє визначити рівень фінансово-економічної безпеки, передбачає та враховує необхідність своєчасного чіткого виконання запланованих заходів, спрямованих на підвищення рівня економічної безпеки підприємства, можливість постійного моніторингу та коригування як повсякденної діяльності підприємства, так і самого процесу формування системи безпеки.

Науковий керівник – канд. екон. наук, доцент Петряєва З. Ф.

Література: 1. Кракос Ю. Б. Управління фінансовою безпекою підприємств / Ю. Б. Кракос, Р. О. Разгон // Економіка та управління підприємствами машинобудівної галузі: проблеми теорії та практики. – 2008. – № 1 (1). –

С. 86–97. **2.** Кузнєцова Т. В. Інтегральна оцінка фінансової безпеки підприємства / Т. В. Кузнєцова // Проблеми раціонального використання соціально-економічного та природно-ресурсного потенціалу регіону: фінансова політика та інвестиції. – 2010. – Вип. 16. – № 4. – С. 179–186. **3.** Полтініна О. П. Обґрунтування принципів побудови концепції управління фінансовою безпекою підприємства з позиції використання контролінгу / О. П. Полтініна // Збірник матеріалів міжнародної науково-практичної конференції «Фінанси: теорія і практика» (Київ, 17–18 листопада 2011). – Київ : Національний авіаційний університет, 2011. – С. 66–67. **4.** Череп А. В. Оцінка фінансового стану агропромислових підприємств в контексті економічної безпеки / А. В. Череп // Облік і фінанси АПК. – 2011. – № 3. – С.184–190. **5.** Шамрай М. І. Методика оцінки фінансової складової економічної безпеки сільськогосподарських підприємств / М. І. Шамрай // Вісник аграрної науки Причорномор'я. – 2011. – Вип. 2. – С. 101–106. **6.** Яценко Н. М. Регіональна економічна безпека у контексті національної економічної безпеки / Н. М. Яценко // Актуальні проблеми економіки. – 2002. – № 3. – С. 10–18.

ІНТЕГРАЛЬНЕ ОЦІНЮВАННЯ СТРАТЕГІЧНОЇ ТА ТАКТИЧНОЇ ЕФЕКТИВНОСТІ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

УДК 658.155

Шамбурова В. О.

Студент 4 курсу
фінансового факультету ХНЕУ ім. С. Кузнеця

Анотація. *Розглянуто сучасні підходи до оцінювання ефективності формування фінансових результатів діяльності суб'єктів підприємницької діяльності. Запропоновано напрями удосконалення методичних підходів до визначення стратегічної та операційної ефективності діяльності підприємства.*

Ключові слова: *інтегральне оцінювання, стратегічна ефективність, операційна ефективність, рентабельність, фінансовий результат, таксономічний показник.*

Аннотация. *Рассмотрены современные подходы к оценке эффективности формирования финансовых результатов деятельности субъектов предпринимательства. Предложены направления усовершенствования методических подходов к определению стратегической и операционной эффективности деятельности предприятия.*

Ключевые слова: *интегральная оценка, стратегическая эффективность, операционная эффективность, рентабельность, финансовый результат, таксономический показатель.*

Annotation. *Describes a modern approaches to evaluating the effectiveness of forming the financial performance of businesses. Directions improvement of existing methodological approaches to determining the strategic and operational efficiency of the company.*

Keywords: *integral evaluation, strategic effectiveness, operational efficiency, profitability, financial result, taxonomic indicator.*

Фінансовий результат є основним показником фінансово-господарської діяльності будь-якого підприємства. Він вказує на рівень технології та організації виробництва підприємства, ефективність системи управління, контроль за рівнем витрат тощо.

Проблема формування прибутку підприємства завжди була в центрі уваги науковців, їй присвячені роботи таких відомих вітчизняних та зарубіжних вчених: Бланка І. О., Лахтіонової Л. А., Шеремета А. Д., Білик Т. О., Мниха Є. В. та ін. Проведені дослідження позитивно вплинули на розвиток методичних підходів до збільшення прибутковості підприємств, але за умов глобальної мінливості економічних процесів потребують постійного узагальнення й уточнення.

Метою статті є обґрунтування показників оцінювання ефективності формування прибутку підприємства та доцільності застосування методу таксономічного аналізу для визначення стратегічної і тактичної ефективності діяльності.

© Шамбурова В. О., 2015

Однією з головних умов стабільного функціонування та конкурентоспроможності підприємства є наявність прибутку. Фінансовий результат – це головний показник ефективності діяльності підприємства, його оцінювальний показник, що виступає критерієм прийняття управлінських рішень. Водночас прибуток є основним джерелом формування фінансових ресурсів та стимулом для успішної діяльності суб'єкта господарювання.

На процес формування прибутку впливає велика кількість взаємопов'язаних факторів, одні з яких позитивно впливають на результати діяльності підприємства, інші – негативно. Для ефективної діяльності необхідно провести планування прибутку і його оптимальний розподіл. Слід визначити фактори, які впливають на розмір прибутку та провести оцінювання показників прибутку.

Аналіз показників рентабельності є важливим етапом оцінювання фінансових результатів підприємства, оскільки саме показники рентабельності свідчать про прибутковість та ефективність діяльності суб'єкта господарювання.

Динамічний розвиток ринкових відносин, поява нових для української економіки господарських операцій сприяє розширенню цілей аналізу прибутковості підприємств. Тому з'являються нові показники рентабельності й модифікуються вже наявні методики їх розрахунку. Доцільно побудувати оптимальну систему показників результативності формування прибутку підприємств з урахуванням діючого методичного забезпечення та науково обґрунтованих пропозицій щодо їх коригування [1].

У роботі Гусєвої А. М. обґрунтовано доцільність поділу показників прибутковості не за традиційними ознаками, а з точки зору відображення ними операційної та стратегічної ефективності. Як головний аргумент на користь цього наведено факт, що в усіх критеріїв ефективності різні користувачі, які приймають рішення на різних рівнях управління. Показники, що характеризують операційну ефективність (рентабельність продажів, окремих видів продукції, виробництва), мають контролюватися на рівні керівників фінансових служб організації. Фінансову ефективність стратегічних рішень характеризують, у першу чергу, коефіцієнти рентабельності капіталу, інвестицій, активів. Інформація про динаміку цих показників цікавить передусім власників бізнесу, керівників, потенційних інвесторів.

Класифікацію показників рентабельності з точки зору операційної та стратегічної ефективності схематично подано на рис. 1.

Система показників рентабельності у розрізі операційної та стратегічної ефективності формування прибутку	
Показники стратегічної ефективності	Показники операційної ефективності
1. Рентабельність активів (авансованого, сукупного капіталу) 2. Рентабельність власного капіталу 3. Рентабельність основних засобів 4. Рентабельність оборотних активів 5. Рентабельність інвестицій	1. Рентабельність продукції 2. Рентабельність продажів 3. Рентабельність виробництва 4. Прибуток на одного працівника 5. Рентабельність операційної діяльності

Рис. 1. **Система показників рентабельності підприємства у розрізі** [1]

Подана система показників рентабельності у розрізі операційної та стратегічної ефективності формування прибутку підприємства дає змогу розрахувати інтегральну оцінку стратегічної та операційної ефективності діяльності підприємства. Інструментом визначення інтегрального показника оцінювання ефективності діяльності підприємства доцільно вибрати метод таксономічного аналізу як метод надання динамічного оцінювання стану підприємства, що корелює із глобальними змінами процесів у економіці країни. Послідовність етапів розрахунку інтегрального показника за методом таксономічного аналізу подано на рис. 2.

Інтегральне оцінювання є ефективним механізмом аналізу фінансово-господарської діяльності підприємства, що дає змогу всебічно оцінити фінансово-господарську діяльність підприємства, визначити недоліки в його роботі та відшукати шляхи поліпшення його фінансового стану.

Використовуючи методику розрахунку таксономічного показника розвитку, розрахуємо інтегральну оцінку стратегічної та операційної ефективності підприємства на основі даних ДНВП «Об'єднання Комунар». Результати розрахунку інтегральної оцінки стратегічної та операційної ефективності діяльності підприємства за аналізовані 2013–2014 рр. подано у табл. 1.

Рис. 2. **Етапи обчислення інтегрального показника за допомогою методу таксономії** [2]

Таблиця 1

Результати інтегрального оцінювання стратегічної та операційної ефективності діяльності підприємства

Показник	На поч. 2012	На поч. 2013	На поч. 2014	На кін. 2014
Показники стратегічної ефективності				
Коефіцієнт рентабельності активів	0,001	0,001	0,001	0,001
Коефіцієнт рентабельності власного капіталу	0,002	0,002	0,002	0,002
Рентабельність основних засобів	0,003	0,004	0,004	0,005
Рентабельність оборотних активів	0,002	0,002	0,002	0,002
Рентабельність інвестицій	0,002	0,002	0,002	0,002
Стратегічна ефективність	0,5	0,7	0,7	0,7
Показники операційної ефективності				
Коефіцієнт рентабельності продукції	0,06	0,05	0,04	0,07
Рентабельність операційної діяльності	0,05	0,02	0,02	0,03
Рентабельність продажів	0,00	0,00	0,00	0,00
Рентабельність виробництва	0,00	0,00	0,00	0,00
Прибуток на одного працівника	0,16	0,20	0,23	0,25
Операційна ефективність	0,6	0,5	0,5	0,9

Результати оцінювання ефективності діяльності ДНВП «Об'єднання Комунар» за аналізований період вказують на позитивну динаміку та фінансову стабільність забезпечення старегічної ефективності діяльності підприємства, про що свідчать значення інстегрального показника стратегічної ефективності, що перебуває в статиці з кінця 2013 р. до кінця 2014 р. Така тенденція може вказувати на приховані резерви ефективного залучення та використання фінансових ресурсів через реалізацію інвестиційного потенціалу підприємства.

Показник операційної ефективності має також позитивну динаміку, що свідчить про наявність додатного фінансового результату діяльності підприємства. Негативним у діяльності ДНВП «Об'єднання Комунар» є низькі значення показників рентабельності, що вказує на необхідність запровадження заходів щодо забезпечення підвищення прибутковості використання наявних активів підприємства та реалізації можливостей залучення інвестиційних ресурсів.

Таким чином, використання методу таксономічного аналізу дозволило визначити динаміку процесу забезпечення ефективної діяльності підприємства на рівні внутрішніх і зовнішніх користувачів інформації про стан

у поточному та перспективному періодах. За умов сучасної економіки ця інформація є підґрунтям для чіткого прорахунку реалізації дій щодо забезпечення ефективнішого функціонування підприємства через планування, аналіз, виявлення закономірностей його діяльності. За умови якісного запровадження всіх перерахованих заходів вірогідність одержання максимального прибутку зростатиме. Курс на максимізацію прибутку має бути пов'язаний із визначенням припустимого для підприємства рівня ризику, оскільки максимум прибутку забезпечують проекти й операції із найбільш високим рівнем ризику.

Науковий керівник – канд. екон. наук, старший викладач Алексєєнко І. І.

Література: 1. Гусєва А. М. Удосконалення методичних підходів оцінки ефективності управління прибутком підприємств / Ю. М. Гусєва // Наукові праці Національного університету харчових технологій. – 2008. – № 27. – С. 32–35. **2.** Плюта В. Сравнительный многомерный анализ в экономических исследованиях. Методы таксономии и факторного анализа / В. Плюта. – М. : Статистика, 1980. – 151 с. **3.** Бланк И. А. Управление прибылью / И. А. Бланк. – Киев : Ника-Центр, 2007. – 768 с. **4.** Мних Є. В. Економічний аналіз : підручник / Є. В. Мних. – Київ : Центр навч. літ., 2003. – 412 с.

РОЗВИТОК ІМІДЖУ БРЕНДА НА ОСНОВІ ВИКОРИСТАННЯ PR-ТЕХНОЛОГІЙ

УДК 17.022.1:316.772

Шаповал Т. О.

Студент 4 курсу
факультету менеджменту та маркетингу ХНЕУ ім. С. Кузнеця

Анотація. *Розглянуто поняття іміджу підприємства та особливості його позиціонування на ринку. Доведено необхідність застосування PR-технологій для створення та підтримки позитивного образу підприємства у свідомості споживачів. Проаналізовано функції та PR-технології, що є застосовуваними для підвищення ефективності роботи підприємства.*

Ключові слова: *зв'язки з громадськістю, імідж організації, бренд, торговельна марка, комунікації.*

Аннотация. *Рассмотрено понятие имиджа предприятия и особенности его позиционирования на рынке. Доказана необходимость применения PR-технологий для создания и поддержания положительного образа предприятия в сознании потребителей. Проанализированы функции и PR-технологии, используемые для повышения эффективности работы предприятия.*

Ключевые слова: *связи с общественностью, имидж организации, бренд, торговая марка, коммуникации.*

Annotation. *Describes the basic concepts of the company's image and especially its positioning in the market. The necessity of the use of PR-technology to create and maintain a positive image of the company in the minds of consumers. Discussed in detail the functions and PR-technology, used in the formation and increase the efficiency of the enterprise.*

Keywords: *public relations, image of the organization, brand, communication.*

Нині PR (public relations, паблік рілейшнз, зв'язки з громадськістю, піар) визначають як один із варіантів управлінської діяльності, націленої на підвищення ефективності організації та поліпшення її стратегічних перспектив, а також на взаємодію з людьми, які є необхідними для виконання цих завдань (Robert R. Health, Encyclopedia of Public Relations). По суті, це управлінські функції, сфокусовані на організації двостороннього спілкування та підвищенні користі від взаємовідносин організації і суспільства. Побудова ефективних зв'язків із гро-

© Шаповал Т. О., 2015

мадськістю полягає в тому, щоб передавати повідомлення, що відображають цілі організації та є спрямованими на підвищення прибутку, але також задовольняють потреби аудиторії.

PR – це управління потоками інформації між організацією та громадськістю. Мета PR – створення позитивного образу організації у свідомості потенційного споживача, а також інших зацікавлених сторін [1]. Американська Асоціація зі зв'язків із громадськістю (Public Relations Society of America, PRSA) уперше визначила поняття PR у 1988 р.: «PR допомагає взаємній адаптації організації та її споживачів». Основними функціями PR, згідно із PRSA, є вивчення аудиторії, планування, налагодження діалогу та його оцінювання. Едвард Льюїс Бернес (Edward Louis Bernays) і Айві (Ivy Lee), автори базової теорії PR, на початку 90-х визначали PR як управління, націлене на координування відносин із аудиторією, вибір політики компанії та її конкретних дій, а також виявлення інтересу компанії та досягнення публічного визнання й довіри [2].

Перейдемо до структури зв'язків із громадськістю. При цьому необхідно відзначити її поділ на зовнішні комунікації та внутрішні відносини. Так, зовнішні комунікації з'єднують компанію із навколишнім середовищем, а внутрішні відносини визначають специфіку й якість діяльності фірми (рис. 1).

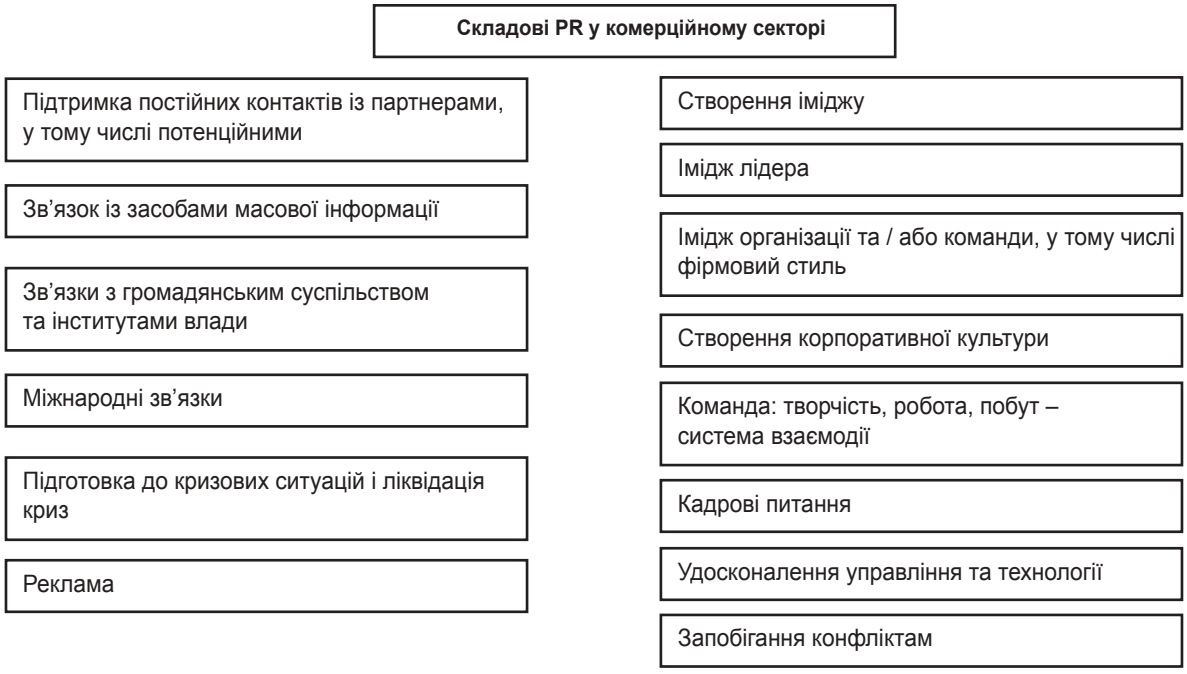

Рис. 1. **Основні складові PR у комерційному секторі**

Вважають, що в цілому PR-підрозділи в організації виконують такі функції:

- контроль (цілеспрямоване формування) думки і поведінки громадськості для задоволення потреб та досягнення інтересів організації;
- реагування на дії громадськості (моніторинг подій, проблем, поведінки та вироблення відповідної програми дій із урахуванням отриманої інформації);
- досягнення взаємовигідних відносин між групами громадськості всередині організації шляхом забезпечення їх конструктивної взаємодії;
- проведення консультацій із застосуванням законів поведінки людини;
- виявлення для певного підприємства або суспільства в цілому можливих напрямів, закономірностей та їх наслідків;
- дослідження громадської думки, відносин і прогнозів з боку громадськості для визначення потрібних заходів щодо задоволення очікувань; розробка рекомендацій;
- установлення й підтримка діалогу на основі достовірності використовуваної інформації та її повноти;
- ліквідація непорозуміння та уникнення конфліктів;
- сприяння створенню атмосфери взаємної поваги та відповідальності перед колективом і суспільством;
- приведення до гармонії особистих і суспільних інтересів;
- участь у підвищенні прибутку компанії [3].

Таким чином, PR сприяє усвідомленню всіма інститутами суспільства – державними і громадськими, політичними і господарськими, благодійними та суто комерційними – соціальної відповідальності перед суспільством, сучасним та прийдешніми поколіннями людей.

Імідж торгової марки чи бренда (бренд-зображення) – існуюче сприйняття бренда компанії споживачами ринку. Сприйняття бренда виражається в конкретних образах, асоціаціях, які можуть бути пов'язані із функціональними характеристиками товару, а можуть передавати тільки емоції і носити абстрактний характер. Імідж бренда завжди відбивається в позиціонуванні продукту і є відображенням характеру компанії. Імідж продукту передається через назву, зовнішній вигляд, слоган, властивості торговельної марки, через те, як підтримуються ключові цінності суспільства.

Імідж – це асоціації, що формуються через контакт, спілкування бренда зі споживачем, інакше, через комунікацію. На практиці виділяють три ключові складові будь-якого іміджу торговельної марки: сила, привабливість, унікальність. Сильні й міцні асоціації дозволяють надовго закріпити необхідний образ у свідомості споживача і знизити вірогідність забування або втрати асоціацій при контакті з конкуруючими товарами. Міцність асоціацій створюється за рахунок формування зацікавленості в отриманні інформації (правильний час, місце, інтерес споживача), а також за рахунок власного досвіду у використанні товару (найсильніші образи та асоціації формуються у споживача у ході особистої експлуатації товару) [4].

Для того щоб стати привабливими для споживачів, асоціації мають бути пов'язаними із вирішенням головних проблем споживача, відповідати їх бажанням; обіцяти гарантію вирішення проблем, знижувати розчарування при купівлі та використанні продукту. Унікальні асоціації є міцно пов'язаними з позиціонуванням марки, що відображає конкурентні переваги товару. Унікальність підкреслюється через перевагу бренда в певній галузі над іншими марками.

У ситуації зростання конкуренції на ринку, розширення вибору і зниження функціональних відмінностей імідж торговельної марки стає визначальним критерієм вибору продукту. Щоб побудувати чіткий імідж, необхідно зробити його простим і зрозумілим, таким, що запам'ятовується. Ідею слід подавати в новому ключі, із застосуванням нових образів. Обов'язково потрібно використовувати емоційну комунікацію, побудовану на психосоціальних потребах аудиторії. Однією з найпоширеніших помилок є створення ідеального образу без підтвердження результатів. Побудова іміджу – складний послідовний процес. Передусім необхідно створити основну комунікацію, що буде проявлятися в рекламі, в упаковці, у властивостях. Через певний час потрібно проаналізувати результати робіт. Після зіставлення фактичного сприйняття та цільового сприйняття торговельної марки повідомлення слід коригувати, посилити характеристики іміджу, які виражені найменше.

Критеріями правильності побудови іміджу організації є:

– висока конкурентоспроможність (постійна потреба населення у запропонованих організацією товарах і послугах);

– регулярне висвітлення діяльності організації в засобах масової інформації тільки з позитивної точки зору;

– участь органів влади та місцевого самоврядування у вирішенні нагальних проблем, що виникають у організації;

– наявність спонсорів і піклувальників, які надають організації фінансову, матеріальну та іншу підтримку на довготривалій основі;

– високий рівень довіри до організації з боку соціальних та ділових партнерів.

Якщо всі перераховані фактори мають місце – організація на правильному шляху, їй вдалося сформувати позитивний імідж [5]. Створення іміджу є невід'ємною частиною загальної маркетингової стратегії. Але головне – пам'ятати, що образ створюють не тільки фахівці в цій галузі, піарники та прес-секретарі. Кожний співробітник установи має бути залучений до цього процесу, тільки тоді імідж стане реальною конкурентною перевагою організації та запорукою успіху її діяльності.

У комерційному секторі PR-підрозділи мають свою специфіку, що є зумовленою принципом діяльності комерційних організацій. Залежно від напряму дій формуються принципи, якими керуються у своїй діяльності фахівці. До основних із них належать:

– забезпечення взаємної користі організації та громадськості;

– здійснення програм та політики організації через призму суспільного інтересу;

– здійснення комунікацій до отримання результату, тобто до тих пір, поки не буде досягнуте взаєморозуміння між організацією та громадськістю;

– здійснення комунікацій має відбуватися із використанням наукових методів вивчення громадської думки та міждисциплінарного підходу; спиратися на висновки психології, соціології, політології та інших соціально-економічних наук;

– роз'яснення громадськості сутності проблем до того, як ці проблеми переросли у кризу;
– діяльність PR-професіоналів має оцінюватися з точки зору єдиного критерію – етичності поведінки [6].

Практики та фахівці одностайні в думці, що в сучасному суспільстві PR відіграє важливу роль, виконуючи поставлені перед ним завдання. Завдання PR – забезпечення оптимістичного для особистості ставлення з боку оточуючих засобами переконання, що ґрунтуються на знанні особливостей людського сприйняття. Завдання комерційного PR лежать у сфері удосконалення зовнішніх і внутрішніх комунікацій організації. Зовнішніми є комунікації із засобами масової інформації: відстеження всіх публікацій, підготовка власних матеріалів, участь у брифінгах та прес-конференціях. Внутрішніми є створення атмосфери взаєморозуміння та співпраці всередині організації (рис. 2). Велика увага приділяється також і неформальній комунікації (поширення чуток і домислів, вивчення різних точок зору) [7].

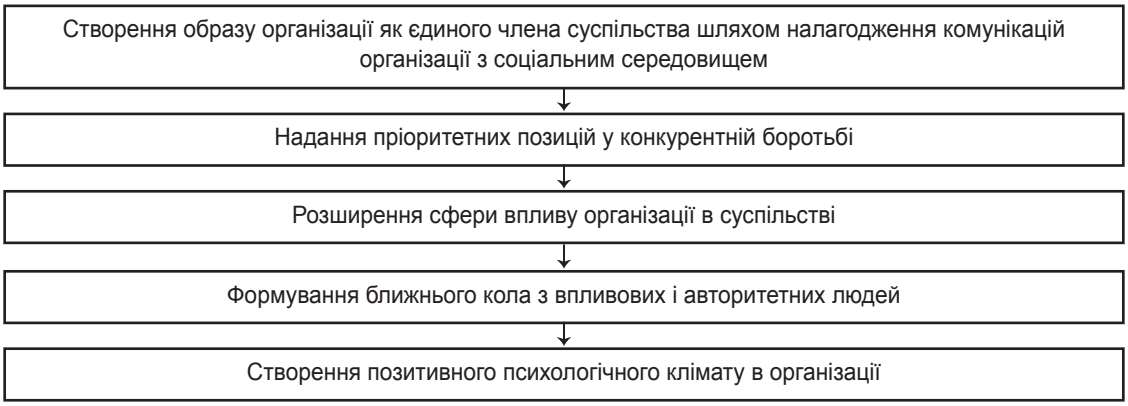

Рис. 2. **Основні завдання зв'язків із громадськістю щодо формування позитивного іміджу організації**

Таким чином, PR функціонує в усіх сферах життя суспільства, оскільки його принципи відбивають найважливіші людські прагнення: бути зрозумілим, відкритим для широкого співробітництва в атмосфері взаємної доброзичливості. У своїй практичній діяльності інститут зв'язків із громадськістю формалізує ці прагнення. Зв'язки із громадськістю мають орієнтуватися на перспективу, що є однією з найважливіших їх особливостей. Важливою характеристикою PR організації є те, що ця робота спрямована не стільки на миттєвий результат, скільки на досягнення довгострокових переваг.

Науковий керівник – канд. екон. наук, професор Холодний Г. О.

Література: 1. Хапенков В. Н. Организация рекламной деятельности / В. Н. Хапенков, О. В. Сагинова, Д. В. Федюнин. – М. : Академия, 2006. – 348 с. **2.** Холодний Г. О. Моделі бренда: теоретичні основи та напрями розвитку / Г. О. Холодний // Економіка розвитку. – 2008. – № 1 (45). **3.** Аакер Д. Стратегия управления портфелем брендов / Д. Аакер. – М. : Эксмо, 2008. – 424 с. **4.** Эллвуд А. Основы брендинга / А. Эллвуд. – М. : Фаир-Пресс ; Гранд, 2003. – 336 с. **5.** Орлов П. А. Конкурентні переваги підприємства: оцінка, формування та розвиток : монографія / Ю. Б. Іванов, П. А. Орлов, О. Ю. Іванова. – Харків : ВД «ІНЖЕК», 2008. – 352 с. **6.** Музалевский М. Е. PR-проект: от проблемы к результату / М. Музалевский. – М. : Науч. кн., 2003. – 93 с. **7.** Райхман И. Практика медиаизмерений. Аудит. Отчетность. Оценка эффективности PR / И. Райхман – М. : Альпина Паблишер, 2013. – 432 с.

АНАЛІЗ ПОНЯТТЯ «ГРОШОВІ КОШТИ»

УДК 658.14/.17

Шевельдіна Г. Б.

Студент 4 курсу
факультету обліку та аудиту ХНЕУ ім. С. Кузнеця

Анотація. *Розглянуто визначення поняття грошових коштів, надані вітчизняними й зарубіжними вченими та нормативними документами. Проаналізовано наявні підходи до визначення грошових коштів через їх функції. Запропоновано новий підхід до визначення поняття «грошові кошти» згідно із актуальними функціями сьогодення.*

Ключові слова: *грошові кошти, функції, функції грошових коштів, аналіз грошових коштів.*

Аннотация. *Рассмотрены различные определения понятия денежных средств, разработанные отечественными и зарубежными учеными и нормативными документами. Проанализированы существующие подходы к определению денежных средств через их функции. Предложен новый подход к определению понятия «денежные средства» в соответствии с функциями, актуальными в настоящее время.*

Ключевые слова: *денежные средства, функции, функции денежных средств, анализ денежных средств.*

Annotation. *Aanalyses the different definitions of the notion of money resources, provided by foreign and domestic scientists and regulatory documents. Analyzed the existing approaches to the definition of money resources through their functions, and proposed a new approach to the definition of «money resources» in accordance with the functions relevant today.*

Keywords: *cash, functions, features cash, cash analysis.*

За сучасних економічних умов грошові кошти відіграють важливу роль у функціонуванні будь-якого підприємства.

Багато вітчизняних та зарубіжних вчених, таких як Нідлз Б., Білуха М., Бутинець Ф., Базилевич В., Пархоменко С., Сопко В. присвятили свої наукові праці питанням, пов'язаним із грошовими коштами. Однак ця проблема не є остаточно вирішеною і потребує подальшого детального дослідження.

Метою написання статті є аналіз сутності грошових коштів та формування визначення поняття «грошові кошти», яке вповні розкривало б його зміст.

У табл. 1 подано визначення поняття грошових коштів з різних джерел та їх аналіз, у тому числі визначення недоліків.

Таблиця 1

Аналіз визначення змісту поняття «грошові кошти»

Автор, джерело	Визначення поняття	Недоліки визначення
1	2	3
Положення (стандарт) бухгалтерського обліку 4 «Звіт про рух грошових коштів» [1]	Грошові кошти – готівка, кошти на рахунках у банках та депозити до запитання	У визначенні тільки перераховано складові поняття, але не зазначено, що грошові кошти – це ліквідні активи
Інструкція «Про проведення контрольних заходів фінансово-господарської діяльності підгалузей, об'єднань, підприємств, установ та організацій системи» [2]	Грошові кошти виступають як у готівковій, так і у безготівковій формах (перебувають на банківському рахунку, а їх обіг регулюється зобов'язальним правом), можуть бути як національною, так і іноземною валютою	У визначенні тільки перераховано складові поняття, але не зазначено, що грошові кошти – це ліквідні активи
Пушкар М. [6]	Грошові кошти – грошові знаки національної та іноземної валюти, що є платіжними засобами	Визначення тільки з точки зору готівкової форми
Базилевич В., Баластрик Л. [6]	Грошові кошти – засоби, що перебувають у народному господарстві у готівковій та безготівковій формах і виконують функції засобів обігу, платежу і накопичення	Сутність грошових коштів виражена через їх функції, але не зазначена така функція, як міри вартості, що є фундаментальною
Агєєва Ю., Агєєва А. [6]	Грошові кошти – об'єкт цивільного права, різновид рухомого майна	Не зазначено, що грошові кошти є платіжним засобом

© Шевельдіна Г. Б., 2015

Закінчення табл. 1

1	2	3
Бутинець Ф. [6]	Грошові кошти – форма існування грошей, використовуються як засіб обігу та платежу; грошові знаки національної валюти України – банкноти і монети, у тому числі пам'ятні та ювілейні, що перебувають у обігу і є дійсними платіжними засобами	Визначення дано тільки з точки зору готівкової форми
Сєкіріна Н. [6]	Грошові кошти – це кошти короткочасного функціонування, один із найважливіших видів оборотних засобів	Визначення не характеризує в повній мірі сутність досліджуваного поняття; не зазначено, що гроші виступають як у готівковій, так і у безготівковій формах
Ткаченко Н. [6]	Грошові кошти – це необхідні для забезпечення господарської діяльності підприємства кошти, що зберігаються в касі або на рахунках у банку	Не зазначено, що грошові кошти можуть бути як національною, так і іноземною валютою
Кірейцев Г. [6]	Грошові кошти – це складові оборотних активів, їх обсяги, шляхи надходження та вибуття, що залежать від зміни обсягів виробничих запасів, стану дебіторської і кредиторської заборгованості, платежів до бюджету	Не зазначено форми грошових коштів
Арістотель [6]	Грошові кошти – це продукт угоди між людьми	Не зазначено, що грошові кошти виступають платіжним засобом
Маркс К. [6]	Грошові кошти – це продукт товарного виробництва	Не зазначено, що грошові кошти виступають абсолютно ліквідним товаром

З аналізу видно, що кожне з наведених визначень має свої недоліки та не розкриває вповні зміст поняття «грошові кошти». Зміст цього поняття більш повно розкривається за рахунок розуміння його функцій. У економічній літературі існують різні підходи до визначення функцій грошових коштів. Аналіз основних із них подано у табл. 2.

Таблиця 2

Аналіз підходів до визначення функцій грошових коштів

Автор, наукова праця, рік видання	Функції грошових коштів	Примітки (зазначено автором)
Кемпбелл Р., Макконнелл К., Брю Стенлі Л. «Економікс: принципи, проблеми, політика», 1992 [4]	Засіб обігу Міра вартості Засіб заощадження	Цей підхід не в повному обсязі розкриває зміст та сутність грошових коштів. Щодня грошові кошти беруть участь у безлічі операцій із розрахунку за товари та послуги, тому було б доцільніше виділити ще таку функцію як засіб платежу
Харріс Л. «Грошова теорія» 1990 [6]	Засіб обігу Одиниця розрахунку Засіб збереження вартості	Недоліком підходу є те, що не виділено функцію міри вартості. Виходячи з того, що грошові кошти виступають універсальним вимірником вартості всіх товарів, то відокремлення запропонованої функції сприяло б більш повному розкриттю змісту грошових коштів через їх функції
Маркс К. «Капітал» 1867 [6]	Засіб обігу Міра вартості Утворення скарбів Засіб платежу Світові гроші	Підхід К. Маркса є більш розгорнутим. На відміну від Харріса Л. та Макконнелла К., він виділив, крім функцій засобу обігу та утворення скарбів, також функції і міри вартості та засобу платежу. Маркс К. виділив ще одну функцію – світові гроші, яка не представлена в інших авторів. Ця функція забезпечує реалізацію відносин між країнами

Наведені підходи не є актуальними нині, тому що після відміни золотого стандарту (1971) такі функції, як світові гроші та засіб заощадження чи утворення скарбів втратили свій зміст, бо не можуть здійснюватися без золота. Сучасні гроші не мають вартості за номіналом, тому не можуть виступати і світовими грошима.

Таким чином, за умов сучасної економіки грошові кошти виконують тільки три функції: засобу обігу, міри вартості та засобу платежу. Виходячи з наведеної інформації, можна дати більш повне та розгорнуте визначення грошових коштів, актуальне для сьогодення. Грошові кошти – це найбільш ліквідні активи, що виступають як у готівковій, так і у безготівковій формі, можуть зберігатися в національній або іноземній валюті та виконують ряд функцій: засобу обігу, міри вартості та засобу платежу.

Науковий керівник – канд. екон. наук, професор Дікань Л. В.

Література: 1. Положення (стандарт) бухгалтерського обліку 4 «Звіт про рух грошових коштів» (Форма № 3) [Електронний ресурс] : Закон України від 31.03.1999 № 87. – Режим доступу : http://zakon3.rada.gov.ua/laws /show/z0398-99. **2.** Про затвердження Інструкції з підготовки, проведення контрольних заходів з питань фінансово-господарської [...] [Електронний ресурс] : Закон України від 11.05.2004 № 326. – Режим доступу : http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/z0646-04. **3.** Агеева Ю. Б. Аудиторская проверка : практ. пособие для аудитора и бухгалтера / Ю. Б Агеева. – М. : Бератор-Пресс, 2003. – 158 с. **4.** Кемпбелл Р. Экономикс: принципы, проблемы, политика / Р. Кемпбелл, К. Макконнелл, С. Брю. – М. : Инфра-М, 2009. **5.** Харрис Л. Денежная теория / Л. Харрис. – М. : Прогресс, 1990. – 750 с. **6.** Економічна суть, завдання та значення обліку грошових коштів [Електронний ресурс] // Лекции.Нет. – Режим доступу : http://lektsii.net/1-98270.html.

РЕСТРУКТУРИЗАЦІЯ ПІДПРИЄМСТВА ЯК ЕЛЕМЕНТ АНТИКРИЗОВОГО УПРАВЛІННЯ

УДК 65.016.7

Шевченко Ю. І.

Студент 2 курсу
факультету обліку та аудиту ХНЕУ ім. С. Кузнеця

Анотація. *Розглянуто теоретичні основи сучасного кризового стану підприємств та типи криз. Обґрунтовано необхідність запровадження антикризового управління на підприємствах задля подолання збитковості.*

Ключові слова: *підприємство, реструктуризація, антикризове управління, типи криз, антикризові заходи, санація.*

Аннотация. *Рассмотрены теоретические основы современного кризисного состояния предприятий и типы кризисов. Обоснована необходимость введения антикризисного управления на предприятиях с целью преодоления их убыточности.*

Ключевые слова: *предприятие, реструктуризация, антикризисное управление, типы кризисов, антикризисные меры, санация.*

Annotation. *The theoretical foundations of the modern crisis state enterprises, highlighted the types of crises. The necessity of introduction of crisis management in the enterprises to overcome their loss.*

Keywords: *enterprise restructuring, crisis management, types of crises, crisis measures, sanitation.*

Сучасний розвиток українського суспільства, що відбувається в період ліквідації наслідків світової фінансової кризи, передбачає реалізацію заходів антикризового управління, одним із основних елементів якого є реструктуризація підприємства.

Процес реструктуризації є ефективним способом зняття суперечностей між вимогами ринку і застарілою логікою дій підприємств, що враховує здійснення організаційно-економічних, правових, технічних заходів, які спрямовані на реорганізацію підприємства, зміну форм власності, організаційно-правових форм, спроможних сприяти фінансовому оздоровленню підприємства, зростанню обсягу випуску конкурентоспроможної продукції, підвищенню ефективності виробництва [1].

Дослідженню проблем реструктуризації підприємств приділяють увагу багато вчених, серед них Альтман Е., Василенко В., Гриньова В., Давенпорт Т., Тойфсен Л., Клебанова Т., Хаммер М., Скібіцький О., Лігоненко Л., Пушкар О., Довбня С., Терещенко О., Щербина О. та ін. Однак питання обґрунтування вибору відповідної стратегії в системі антикризового управління досі є недостатньо розробленими як у науковому, так і у прикладному розумінні, що обумовлює актуальність дослідження.

© Шевченко Ю. І., 2015

Метою дослідження є обгрунтування теоретичних та практичних засад запровадження антикризових заходів, а саме реструктуризації сучасних підприємств.

Стабільний стан і криза – постійні антагоністи в розвитку будь-якої системи. У діяльності підприємства кризові явища є моментом різкого загострення суперечностей, що виникають у процесі взаємодії окремих елементів мікроекономічної систем між собою та із зовнішнім середовищем. Подолання кризи дає можливість продовжити діяльність підприємства, забезпечити його відродження на тому самому або вищому рівні організації та ефективності, тобто подальший розвиток підприємства можливий лише за умови подолання кризових явищ. Основною особливістю кризи є те, що вона загрожує руйнацією системи (частковою або повною). За сучасних умов запобігання наявним проблемам макро- та мікроекономічного характеру здійснюється через невід'ємний елемент загальної системи управління підприємством – антикризове управління.

Під антикризовим управлінням зазвичай розуміють управління підприємством за умов загальної кризи економіки або у разі загрози банкрутства. Слід зазначити, що основними принципами антикризового управління є постійна готовність до реагування та превентивність дій. У ході антикризового управління вирішальне значення має реструктуризація управління, за якої основну увагу слід приділяти проблемам недопущення кризових ситуацій або виходу з кризи, що є визначуваним сформованим на цей час уявленням про необхідність антикризової спрямованості будь-якої системи управління [2].

Діагностування кризових явищ, яке проводять у рамках системного підходу, дає можливість отримати найповніше уявлення про стан підприємства в період настання кризи. До діагностування кризових явищ на першій стадії належить комплекс методів, необхідних для оцінювання поточного становища підприємства, виявлення причин погіршення кількісних та якісних показників діяльності. Як правило, діагностування як таке не може вирішити цю проблему, необхідно виявити та знищити причину кризових явищ, вирівняти його негативні прояви та знищити наслідки. Разом із такими заходами, як скорочення витрат, розширення асортименту, реструктуризація боргів, за умов кризи виникає потреба у радикальних заходах щодо оздоровлення підприємства, реорганізації його діяльності, стратегічних інноваційних змін.

За часів хронічної фінансової нестійкості проводять реструктуризацію підприємства, що має допомогти підприємству вийти на новий рівень діяльності. Тим не менш немає ніякої гарантії, що підприємство в майбутньому стане прибутковим. Складність антикризового управління полягає в тому, що потрібно проводити кардинальні зміни, спрямовані на отримання прибутку в найкоротші терміни. Відтак обов'язково слід визначити стратегію майбутнього розвитку. Під час розробки програми реструктуризації розглядають кілька варіантів проектів, із яких керівництво вибирає найкращий із урахуванням прибутковості та вірогідних ризиків [6].

Ефективність методів антикризового управління та реструктуризації залежить також від правильності визначення типу кризи, що панує на підприємстві. Класифікація кризових явищ в Україні на рівні підприємств дозволяє виділити такі типи криз: стратегічна, криза результатів та криза ліквідності [5].

Для стратегічної кризи характерними є зниження темпів зростання виробництва та продаж, зменшенням доходів від реалізації продукції, погіршення взаємовідносин із економічними агентами, втрата підприємством конкурентних переваг. Якщо за цих умов не ініціювати розробку превентивних антикризових заходів (наприклад, диверсифікацію або перепрофілювання діяльності, вихід на нові ринки), промислове підприємство може втратити можливості для отримання стабільного прибутку, що надалі спричинюватиме збитковість та розгортання кризи результатів.

Для кризи результатів характерними є зниження показників рентабельності, збитки за поточними операціями, нестача власних оборотних коштів і знецінення акцій. У подібному стані підприємство зазнає збитків і змушене спрямовувати частину оборотних коштів на їх погашення і, як наслідок, переходить до режиму скороченого виробництва. У такому разі криза загрожує подальшому існуванню підприємства та потребує негайного проведення фінансової санації. Фінансова санація є пов'язаною зі зміною розмірів і структури фінансових джерел формування активів. Збиткові підприємства можуть застосовувати санацію балансу (чиста санація), що передбачає покриття відображених у балансі збитків за рахунок власних та прирівняних до них коштів.

Для кризи ліквідності характерною є неплатоспроможність підприємства більшою чи меншою мірою. Індикаторами цього типу кризи можна вважати низькі значення коефіцієнта ліквідності, нестачу коштів, слабку забезпеченість власними оборотними коштами, невиправдане зростання відношення боргових зобов'язань до загальної суми активів. Кризу неплатоспроможності слід розглядати як реальну загрозу зупинки підприємства та подальшого банкрутства.

Запровадження підприємствами зазначених заходів антикризового управління дозволить знизити вірогідність виникнення кризових ситуацій, зменшити розмір можливого збитку, що виникає в кризовій ситуації, підвищити стратегічний потенціал і активізувати потенціал протидії кризовим явищам, посилити адаптаційні можливості і зміцнити конкурентні позиції. Слід зазначити, що підприємству слід не тільки мати добре обгрунтовану стратегію дій, але й бути готовим адаптуватися до непередбачених обставин. Відповідно до цього анти-

кризова стратегія має складатися із запланованих дій і необхідних поправок у разі виникнення непередбачених обставин.

Таким чином, своєчасне запровадження відповідних антикризових заходів дозволить не тільки врятувати підприємство від банкрутства, але й запобігти кризовим ситуаціям надалі. Результати дослідження є спрямованими на поєднання окремих антикризових заходів задля підвищення ефективності їх застосування та запобігання банкрутству проблемного підприємства.

Науковий керівник – канд. екон. наук, доцент Гіль С. Є.

Література: 1. Верьовка Р. С. Визначення елементів антикризового управління / Р. С. Верьовка // Економічні перспективи. – 2011. – № 3 (2). – С. 47–78. **2.** Мішеніна Н. В. Стратегічна модель антикризового управління підприємством / Н. В. Мішеніна, М. В. Кривущенко // Науковий вісник ЧДІЕУ. – 2011. – № 3 (11). – С. 170–175. **3.** Рычихина Н. С. Реструктуризация предприятия на основе анализа индикаторов стратегической и финансовой устойчивости / Н. С. Рычихина // Современные наукоемкие технологии. – 2006. – № 1. – С. 48–55. **4.** Жаровская Е. П. Антикризисное управление / Е. П. Жаровская, Б. Е. Бородин. – М. : Омега-Л, 2005. – 375 с. **5.** Бондар Т. В. Інтерпретація поняття «реструктуризація» промислових підприємств з позицій загальносистемного підходу / Т. В. Бондар // Вісник СумДУ. – 2011. – № 2. – С. 80–86. **6.** Круглова Н. Ю. Антикризисное управление / Н. Ю. Круглова. – М. : Кнорус, 2009. – 512 с. **7.** Лігоненко Л. О. Антикризове управління підприємством / Л. О. Лігоненко. – Київ : КНТЕУ, 2001. – 580 с.

ЭКОНОМИКА НЕЗАВИСИМОЙ УКРАИНЫ И ОСНОВНЫЕ ЕЕ ПРОБЛЕМЫ В РЫНОЧНОЙ СИСТЕМЕ ХОЗЯЙСТВОВАНИЯ

УДК 338(477)

Шевченко Ю. И.

Студент 2 курса
факультета учета и аудита ХНЭУ им. С. Кузнеца

Аннотация. *Проанализировано состояние экономики Украины в годы независимости, а также основные проблемы экономики страны в рыночной системе хозяйствования. Предложены меры по улучшению экономической ситуации в Украине.*

Ключевые слова: *либерализация экономики, либерализация цен, либерализация хозяйственных операций, либерализация внешней торговли, разгосударствление, структурная перестройка.*

Анотація. *Проаналізовано стан економіки України за часів незалежності, а також основні проблеми економіки країни в ринковій системі господарювання. Запропоновано заходи щодо поліпшення економічної ситуації в Україні.*

Ключові слова: *лібералізація економіки, лібералізація цін, лібералізація господарських операцій, лібералізація зовнішньої торгівлі, роздержавлення, структурна перебудова.*

Annotation. *Describes the state of economy of Ukraine in the years of independence. Highlighted the main problems of the country's economy in a market economy. Suggested some measures to improve the economic situation in Ukraine.*

Keywords: *economic liberalization, price liberalization, liberalization of economic transactions, trade liberalization, privatization, structural adjustment.*

Провозглашение в 1991 г. Украины независимым государством и осуществление перехода к рыночной системе хозяйствования принципиально изменили дальнейшее развитие производительных сил нашей страны и ее

© Шевченко Ю. И., 2015

отдельных регионов. Украина располагает основными видами ресурсов для функционирования независимой экономики и может конкурировать в условиях открытой рыночной среды. Практическая реализация этих положений не может быть осуществлена одновременно, а представляет собой чрезвычайно сложный, динамичный и продолжительный процесс. Сегодня наша страна находится на переходном этапе экономических преобразований.

В современных условиях хозяйствования, когда все новые и новые интеграционные процессы охватывают мирохозяйственные связи большинства стран мира, в том числе и Украины, возникает объективная необходимость исследования проблем и перспектив экономического развития Украины и, как следствие, степени участия в международных экономических отношениях.

Целью написания статьи является исследование экономики Украины и определение основных проблем в рыночной системе хозяйствования.

Перед всеми бывшими социалистическими странами, и перед Украиной в том числе, стояла одна и та же задача – переход от административно-командной к рыночной экономике. Эта задача в разных странах решалась по-разному. Однако во всех государствах переходный период имел общие тенденции.

Украина на своем пути перехода к рыночной системе использовала следующие основные направления.

1. Либерализация экономики, представляющая собой систему мер, направленных на отмену или резкое сокращение запретов и ограничений, а также государственного контроля во всех сферах хозяйственной жизни. Основными направлениями либерализации экономики являются либерализация цен, хозяйственных операций и внешней торговли. Либерализация цен – это снятие государственного контроля ценообразования, переход к формированию цен в соответствии со спросом и предложением, формирование свободной торговли и свободного ценообразования. Либерализация хозяйственных операций связана с отменой государственной монополии на осуществление хозяйственной деятельности, предоставлением возможностей для осуществления предпринимательства. Либерализация внешней торговли представляет собой отмену монополии государства на внешнюю торговлю, открытость экономики мировому хозяйству.

2. Структурные преобразования экономики, представляющие собой процесс формирования новой структуры экономики, устранение или смягчение унаследованных от прежней системы диспропорций в отраслевой структуре народного хозяйства и отдельных его отраслей. Структурная перестройка базируется на разгосударствлении и демонополизации экономики. Разгосударствление – это процесс снятия с государства функций прямого хозяйственного управления и передача соответствующих полномочий на уровень предприятий. Разгосударствление экономики опирается на проведение денационализации и приватизации.

3. Институциональные преобразования экономики, предполагающие принятие адекватного рыночным условиям хозяйственного законодательства, а также правил и норм, регулирующих поведение субъектов экономики. Формирование рыночной инфраструктуры предполагает создание коммерческих банков, товарных и фондовых бирж, инвестиционных фондов. Институциональные преобразования необходимы для создания основ рыночной системы, приведения в действие движущих сил рыночного хозяйства – предпринимательства и конкуренции [1].

Становление рыночных отношений в Украине проходит в чрезвычайно сложных условиях, обусловленных как объективными, так и субъективными причинами. Современная экономическая ситуация характеризуется спадом национального производства практически во всех отраслях промышленности, кризисом неплатежей, отсутствием оборотных средств на счетах предприятий, увеличением теневого капитала, катастрофическим недостатком бюджетных средств, а значит, и невозможностью полноценного государственного финансирования экономических и социальных программ. Отечественные предприятия, как правило, оторваны от стратегических инвестиционных ресурсов и программ частного бизнеса. Основная масса продукции является неконкурентоспособной на мировом рынке. За время перестройки и становления независимости Украины даже те рынки, которые традиционно принадлежали отечественным предприятиям, были утрачены. К сожалению, их потеря произошла даже не в результате конкурентной борьбы – они были заняты иностранными фирмами без особых усилий [2].

Бедность значительной части населения, вынужденные простои предприятий, скрытая и открытая безработицы, значительный уровень коррупции и преступности – все это реалии нашего времени.

За годы независимости не удалось сформировать дееспособный механизм экономического управления рыночными преобразованиями, несовершенным оказался процесс приватизации. Недостаточно внимания уделялось развитию малого и среднего бизнеса, фермерским хозяйствам. Развитие рыночных основ в Украине тормозится и тем, что во многих секторах экономики отсутствует конкуренция. Свобода хозяйственной деятельности заметно сужена, существуют многочисленные регламентации. Поэтому предприятия и фирмы в Украине не способны достичь таких успехов, как их иностранные конкуренты.

При этом государство не всегда защищает правопорядок, поэтому существует значительная правовая неопределенность, особенно для инвесторов. Реальные доходы большинства граждан остаются небольшими, что

сужает внутренний рынок и не создает стимулов для развития предпринимательства. Такая ситуация требует продуманных действий в сфере рыночной экономике в плане обеспечения экономического роста [3].

В целях стабилизации и направленного преобразования экономики Украины правительством была разработана программа реформирования экономической ситуации. Однако в нынешних условиях кризиса невозможно создать программу, способную решить одновременно все проблемы. В связи с этим деятельность правительства следует направить на:

- стабилизацию объемов валового внутреннего продукта;
- снижение темпов инфляции;
- ограничение налогового давления;
- оживление инвестиционно-инновационного процесса;
- развитие прибыльных отраслей промышленности;
- изменение политики деятельности топливно-энергетического комплекса.

Важнейшей причиной глубокого экономического кризиса в Украине является попытка перехода к рынку посредством либерализации цен, а не путем институциональных изменений. Что касается либерализации, то, прежде всего, необходима либерализация налоговой и кредитной политики, а также внешнеэкономической деятельности. Без либерализации цен переход к рынку невозможен, однако либерализацию нельзя делать краеугольным камнем экономической реформы. Проведение институциональной политики должно быть связано с индикативным планированием и программированием, разработкой и реализацией инвестиционно-инновационных экономических и социальных программ. При этом следует отметить, что наша страна имеет все необходимое для активного включения в процессы международной интеграции. Украина рассматривается странами Европейского Союза и Центрально-Азиатского региона как государство с наиболее привлекательными условиями для реализации различных инвестиционных проектов [4].

Таким образом, переход к цивилизованному рынку в Украине возможен только при условии создания совершенного законодательства и решения ключевых экономических проблем, в том числе связанных с кризисом. Безотлагательного решения требуют проблемы теневой экономики, эффективной приватизации, стимулирующей налоговой политики, смягчения социальной дифференциации в обществе. При этом государство должно проводить весьма жесткую политику для дальнейшего осуществления рыночных преобразований.

Научный руководитель – канд. экон. наук, преподаватель Фадеева Ю. В.

Литература: 1. Селезнев В. В. Основы рыночной экономики Украины : учеб. пособие / В. В. Селезнев. – Киев : А.С.К., 2003. – 655 с. **2.** Климко Г. Н. Основы экономической теории. Политэкономический аспект : учебник / Г. Н. Климко. – М. : Знание-Пресс, 2004. **3.** Геец В. М. Переходная экономика : учебник / В. М. Геец, Е. Г. Панченко, Е. М. Либанова В. М. [и др.] ; под ред. В. М. Гейца. – Киев : Высшая школа, 2003. **4.** Радаев В. В. Экономика переходного периода : учеб. пособие / Под ред. В. В. Радаева, А. В. Бузгалина. – М. : Изд-во МГУ, 1995. **5.** Чухно А. Постиндустриальная экономика: теория, практика и их значение для Украины / А. Чухно. – Киев : Логос, 2003.

ПІДХОДИ ДО КАТЕГОРІАЛЬНОГО ВИЗНАЧЕННЯ ЕКСПОРТНОГО ПОТЕНЦІАЛУ

УДК 658.8:339.564

Шеховцева К. В.

Магістрант 2 року навчання
факультету міжнародних економічних відносин ХНЕУ ім. С. Кузнеця

Анотація. *Розглянуто визначення терміна «експортний потенціал». Проаналізовано наявні методи розкриття категоріального змісту експортного потенціалу. Запропоновано нові підходи до з'ясування сутності експортного потенціалу. Надано власне визначення економічної категорії «експортний потенціал».*

Ключові слова: *експортний потенціал, економічна категорія, теоретичні підходи, управління експортним потенціалом підприємства.*

Аннотация. *Рассмотрены определения термина «экспортный потенциал». Проанализированы существующие методы раскрытия категориального содержания экспортного потенциала. Предложены новые подходы к определению сущности экспортного потенциала. Представлено собственное определение экономической категории «экспортный потенциал».*

Ключевые слова: *экспортный потенциал, экономическая категория, теоретические подходы, управление экспортным потенциалом предприятия.*

Annotation. *Definitions of the term «export potential» are considered. Existing methods of categorical disclosure the contents of the export potential are analyzed. New approaches to the clarification of the essence of export potential are suggested. Own definition of the economic category «export potential» is presented.*

Keywords: *export potential, economic category, theoretical approaches, export potential management of the enterprise.*

Експортний потенціал є визначальною категорією для суб'єктів зовнішньоекономічної діяльності, які прагнуть успішно функціонувати та реалізовувати свою продукцію на міжнародних ринках. За умов сучасних інтеграційних та глобалізаційних процесів актуальність вивчення різноманітних аспектів експортного потенціалу невпинно зростає. Це зумовлює стрімке зростання інтересу до цього явища в останні роки як з боку вчених, так і менеджерів підприємств. І якщо перших експортний потенціал цікавить здебільшого як економічна категорія, то менеджери розглядають його як об'єкт ефективного управління. Але нині єдиної точки зору щодо визначення експортного потенціалу серед науковців та практиків не існує. Різноманіття точок зору та думок щодо цієї категорії зумовлює необхідність в упорядкуванні, структуризації та класифікації підходів до визначення експортного потенціалу.

Дослідження сутності експортного потенціалу та класифікацію теоретичних підходів подали у своїх наукових роботах Бегма В. М., Мазуров Г. І. [1], Мельник Т. М., Піддубна Л. І. [2], Шестакова О. А. [2] та інші вітчизняні і зарубіжні вчені.

Метою написання статті є систематизація підходів до визначення експортного потенціалу та власного бачення змісту цієї економічної категорії. Об'єктом дослідження є економічна сутність експортного потенціалу. Предметом дослідження є теоретичні підходи до з'ясування сутності цієї категорії.

Серед сучасних учених немає єдиної думки щодо визначення поняття експортного потенціалу. Формулювання змісту цієї економічної категорії потребує від дослідників робити певний акцент на тих аспектах експортного потенціалу, які вони вважають найбільш істотними та інформативними.

Аналізуючи різноманіття визначень цього поняття, вчені пропонують певні теоретичні підходи до їх класифікації. Так, Піддубна Л. І. та Шестакова О. А. [2, с. 224] розрізняють три основні підходи до тлумачення сутності експортного потенціалу підприємства: структурний, функціональний і цільовий (результативний). Князь С. В., Байдала Н. М. та Вільгуцька Р. Б. виділяють компаративний, ресурсний, системно-структурний і функціональний підходи.

На базі визначень, поданих у табл. 1, запропоновано теоретичні підходи до розкриття категоріального змісту експортного потенціалу. Розглянемо їх сутність.

1. Об'єктний. Згідно із цим підходом експортний потенціал є втілюваним у наявних матеріальних чи нематеріальних об'єктах (ресурси, активи, виготовлена продукція).

© Шеховцева К. В., 2015

2. Інтегративний. Експортний потенціал являє собою системи, структури, сукупності явищ та функціональних зв'язків. У межах цього підходу експортний потенціал може бути як інтегрований до якоїсь більш ємної системи, так і складати цілісну систему з інтегрованими у неї елементами. Дуже часто визначення є супроводжуваним структурними схемами.

3. Атрибутивний. У визначенні експортного потенціалу головним критерієм економічної системи є належна їй якість (атрибут): спроможність, можливість, здібність. У деяких джерелах подібний підхід називають функціональним [4].

У табл. 1 наведено визначення поняття «експортний потенціал» та підходи, яким вони відповідають.

Таблиця 1

Визначення терміна «експортний потенціал»

Автор	Визначення експортного потенціалу
Бегма В. М.	Частина загального економічного потенціалу, що є спроможною відтворювати свої конкурентні переваги на зовнішньому ринку, або обсяг благ, які національна економіка може створити і реалізувати за межами держави [1, с. 46]
Голіней С. В.	Можливості країни з експорту продукції; продукція, що має конкурентні переваги і може конкурувати на зовнішньому ринку [3, с. 136]
Лук'яненко Д. Г., Поручник А. М., Антонюк Л. Л.	Максимальна спроможність підприємства за певного рівня техніко-економічної бази продукувати конкурентоспроможну продукцію на національній території та реалізувати її на світовому ринку [4]
Дорогунцов С. І.	Обсяги товарів і послуг, що можуть бути вироблені в економічній та соціальній сферах і реалізовані на світовому ринку з максимальною користю для країни [5, с. 957]
Дудченко М. А.	Реальна система внутрішніх економічних відносин і зовнішніх зв'язків. У ньому сфокусовано ресурсні, економічні, технологічні та інші порівняльні переваги країни [6, с. 143]
Кириченко О. М.	Соціально-економічна категорія ринкової економіки, що відображає можливості галузі (підприємства) зберігати або збільшувати обсяг експорту в довгостроковій перспективі, використовуючи сукупність національних і зовнішніх факторів, що дають можливість ефективно конкурувати на світовому ринку [6, с. 66]
Мельник Т. М	Експортний потенціал країни складається з експортних потенціалів окремих галузей, передусім промисловості як найважливішого продуцента готової продукції. У свою чергу, експортний потенціал галузі складається з експортних потенціалів окремих підприємств. Експортний потенціал є об'єктивно пов'язаним із конкурентоспроможністю продукції, призначеної для реалізації на світовому ринку [2]
Пирець О. М. та Пирець Н. М.	Спроможність виробляти конкурентоспроможні товари та реалізовувати їх на міжнародних ринках за умов постійного зростання ефективності використання природних ресурсів, розвитку науково-технічного потенціалу за умови забезпечення економічної безпеки країни в цілому [2]
Піддубна Л. І.	Компонента економічного потенціалу підприємства, що забезпечує його взаємодію з експортними ринками на засадах взаємного задоволення економічних та інших інтересів експортерів та імпортерів. Складне системне утворення взаємозв'язаних і взаємодіючих елементів внутрішньої й зовнішньої дії економічного та соціально-культурного походження [8]
Стеченко Д. М.	Обсяг благ, які національна економіка може виробляти та реалізувати за своїми межами, а також її спроможність відтворювати свої конкурентні переваги на світогосподарській арені [6]
Фомішин С. В.	Сукупність природних, виробничих, науково-технічних, трудових та фінансових ресурсів країни, що використовуються або можуть бути використані для розвитку її зовнішньоекономічних зв'язків [9, с. 190]
Шестакова О. А.	Інтегрована сукупність активів, залучених до сфери експортної діяльності підприємства, що забезпечують реалізацію його цілі та способи функціонування на зовнішньому ринку [2]

Як видно з табл. 1, існує велика кількість прибічників усіх трьох підходів. Однак у визначенні експортного потенціалу було б доцільніше відштовхуватися від терміна «потенціал».

Термін «потенціал» у своєму етимологічному значенні походить від латинського слова «potentia» – сила. У широкому сенсі він визначає можливість, здатність, спроможність, наявні сили, запаси, ресурси, засоби, що можуть бути використані. Тлумачний словник української мови також трактує потенціал як приховані здібності, сили для будь-якої діяльності, що можуть виявитися за певних умов.

Виходячи з цього, найбільш доцільним є атрибутивний підхід, що характеризує експортний потенціал як спроможність, можливість, здатність. Складові об'єктного підходу в цьому контексті слід розглядати як джерела експортного потенціалу.

Деякі вчені, даючи визначення експортному потенціалу, ототожнюють його з конкурентоспроможністю. У цьому полягає сутність так званого компаративного підходу, розробленого Портером М. [10], відповідно до якого експортний потенціал є сукупністю можливостей підприємства виробляти і реалізовувати продукцію, що має порівнювані переваги стосовно аналогічної продукції на іноземних ринках. Однак є вагомі підстави не погоджуватися з цією точкою зору, адже експортний потенціал та конкурентоспроможність не є тотожними поняттями. Перше пов'язане із спроможністю вийти із своєю продукцією на зовнішні ринки, друге – із спроможністю якісно конкурувати на цих ринках. Перше обумовлює друге: за відсутності спроможності до експорту можливість конкурувати на зовнішніх ринках зникає.

У цьому контексті слід відзначити, що потенціал може бути як реалізованим, так і нереалізованим. У сфері зовнішньоекономічної діяльності нереалізований експортний потенціал мають підприємства, у яких наявні всі необхідні активи для здійснення експортної діяльності, але з тих чи інших причин вони не можуть скористатися своїми перевагами. Перешкодами для таких підприємств є негативні явища зовнішнього економічного середовища: труднощі з отриманням ліцензій та свідоцтв; квоти на експорт виготовлюваної продукції; раптові зміни валютних курсів; зростання вартості транспортування; агресивна протидія конкурентів та інші зовнішні бар'єри. У такому разі для фірми доцільніше залишатися на внутрішньому ринку. А експортний потенціал, навіть за умови його наявності, залишається нереалізованим. Тому до носіїв експортного потенціалу раціонально відносити не тільки суб'єктів зовнішньоекономічної діяльності, але й перспективні підприємства внутрішнього ринку.

На підставі аналізу даних табл. 1 можна зробити висновок, що деякі вчені при визначенні терміна «експортний потенціал» розглядають його у межах країни, регіону або галузі, а деякі – тільки у розрізі підприємства. Це також є своєрідним теоретичним підходом за територіальним критерієм.

Відтак існують логічні підстави вважати, що експортний потенціал країни, регіону або галузі є агрегованим показником сукупності експортних потенціалів підприємств, що функціонують у межах країни, регіону або галузі. Тому при формуванні власного тлумачення доцільно надати визначення саме експортного потенціалу підприємства.

Експортний потенціал підприємства – це реалізована або нереалізована спроможність суб'єкта підприємницької діяльності постачати на зовнішні ринки затребувану продукцію або послуги, базисом якої виступає наявність у цього підприємства специфічних переваг: ресурсних, економічних, технологічних, інноваційних тощо.

Аналіз визначень експортного потенціалу та їх систематизація за трьома підходами дали змогу надати власне визначення, виходячи із попередніх міркувань щодо сутності досліджуваної економічної категорії. У зазначеному визначенні було застосовано атрибутивний та об'єктний підходи. Утім, експортний потенціал можна розглядати як складову частину комплексної системи економічного потенціалу чи зовнішніх зв'язків. Відтак інтегративний підхід є доцільним, але у контексті більш глибоких досліджень конкретних структурних економічних явищ чи процесів.

Проблема з'ясування сутності експортного потенціалу залишається актуальною у зв'язку із активним висвітленням цієї теми у наукових джерелах. Вона потребує подальших досліджень у напрямі упорядкування, структуризації та класифікації теоретичних підходів до визначення експортного потенціалу.

Науковий керівник – канд. екон. наук, викладач Шестакова О. А.

Література: 1. Бегма В. М. Деякі аспекти визначення експортного потенціалу українського оборонно-промислового комплексу / В. М. Бегма, Г. І. Мазуров // Проблеми науки. – 2001. – № 7. – С. 45–51. **2.** Піддубна Л. І. Експортний потенціал підприємства: сутність і системні імперативи формування та розвитку / Л. І. Піддубна, О. А. Шестакова // Вісник економіки транспорту та промисловості. – 2012. – № 37. – С. 223–229. **3.** Голіней С. В. Державне регулювання експортного потенціалу України / С. В. Голіней // Механізм збалансованого розвитку промислового виробництва. – 2005. – С. 130–139. **4.** Лук'яненко Д. Г. Управління міжнародною конкурентоспроможністю в умовах глобалізації економічного розвитку : монографія / За заг. ред. Д. Г. Лук'яненка, А. М. Поручника. – Київ : КНЕУ, 2006. – 816 с. **5.** Дорогунцов С. І. Розміщення продуктивних сил: регіональна економіка : підручник / За ред. С. І. Дорогунцова. – Київ : КНЕУ, 2005. – 992 с. **6.** Дудченко М. А. Диверсифікація експортного потенціалу України / М. А. Дудченко, А. С. Філіпенко, В. С. Буркін [та ін.]. – Київ : Либідь, 2002. – С. 143–157. **7.** Скорнякова Т. В. Експортний потенціал обробної промисловості України: управління процесом формування : монографія / Т. В. Скорнякова. – Київ : Науковий світ, 2006. – С. 7–12. **8.** Піддубна Л. І. Конкурентоспроможність економічних систем: теорія, механізм регулювання та управління : монографія / Л. І. Піддубна. – Харків : ІНЖЕК, 2007. – 368 с. **9.** Фомишин С. В. Международные экономические отношения на рубеже тысячелетий : учеб. пособие / Фоми-

шин С. В. –Херсон : Олди-плюс, 2002. – 560 с. **10.** Портер М. Е. Конкуренция : учеб. пособие / М. Е. Портер ; пер. с англ. под ред. Я. В. Заблоцкого. – М. : Вильямс, 2000. – 495 с.

DECISION-MAKING TECHNIQUES

УДК 519.816

Sliakhova A.

The 3rd year student
Management and marketing department S. Kuznets KNUE

Annotation. *Examines techniques that can be used for effective decision-making.*
Keywords: *decision, decision-making, decision-making techniques.*

Анотація. *Досліджено методи, що є використовуваними для ефективного прийняття рішень.*
Ключові слова: *рішення, прийняття рішень, методи прийняття рішень.*

Аннотация. *Исследованы методы, используемые для эффективного принятия решений.*
Ключевые слова: *решение, принятие решений, методы принятия решений.*

Decision-making involves the selection of a course of action from among two or more possible alternatives in order to arrive at a solution for a given problem. A decision is a final product of the specific mental or cognitive process of an individual or a group of people. Rational decision-making process helps to increase efficiency, facilitate innovation, motivate employees and utilize available resources for achieving the objectives of the organization. Quite often, resources, both human and financial are limited, and the number of problems seems overwhelming.

Decision-making skills and techniques underpin most aspects of management. Deciding something means making a choice or making a conclusion. This involves a wide range of personal and interpersonal skills, including fact of finding, logical thinking, creativity, analytical ability, sensitivity to others and assertiveness.

In business manager continually makes decisions at all levels. To keep the brand's high profile position, managers have to make many decisions. Each major strategic decision leads to tactical decisions, which break down into operational decisions.

Decisions are broadly taken at three levels:

– strategic decisions are big choices of identity and direction. These decisions are often complex and multi-dimensional. They may involve large sums of money, have a long-term impact and are usually taken by senior management;

– tactical decisions are about how to manage performance to achieve the strategy. These decisions are distinctive but within clearer boundaries. They may involve significant resources, have medium-term implications and may be taken by senior or middle managers;

– operational decisions are more routine and follow known rules. They involve resources that are more limited, have a shorter-term application and can be taken by middle or first line managers [1].

Management accountants use their skills alongside hard information to support decision-making. Through intelligent analysis of information, they can generate alternative solutions and match these to the larger strategy. That is why decision-making relies on a thorough knowledge of a variety of techniques and processes.

The decision-making techniques shown in this article will make the task easier:

– brainstorming combines a relaxed, informal approach to problem solving with lateral thinking. It encourages people to come up with thoughts and ideas that can, at first, seem a bit crazy. Some of these ideas can be crafted into original, creative solutions to a problem, while others can spark even more ideas. This helps to get people unstuck by «jolting» them out of their normal ways of thinking [5];

© Sliakhova A., 2015

– mind mapping can be of tremendous value when you are trying to make a decision. Graphical technique for visualizing connections between several ideas or pieces of information. Each idea or fact is written down and then linked by lines or curves to its major or minor idea or fact, thus creating a web of relationships;

– lateral thinking is the Idea generation and problem solving technique in which new concepts are created by looking at things in novel ways. Whereas the logical or vertical thinking carries a chosen idea forward, the sideways or 'lateral' thinking provokes fresh ideas or changes the frame of reference. Lateral thinking tries to bypass them through a radically different approach [3];

– «Six thinking hats» is an important and powerful technique. It is used to look at decisions from a number of important perspectives. «Six thinking hats» segments different aspects of a discussion into pre-defined parts called hats. The hats, which are represented by different colors, can be thought of as imaginary thinking caps. Change of imaginary hats change the direction of the conversation. The hats focus the discussion and limit the risk of wasting time with off-topic discussions, arguing and wheel spinning;

– decision tree is type of tree-diagram used in determining the optimum course of action, in situations having several possible alternatives with uncertain outcomes. The resulting chart or diagram (which looks like a cluster of tree branches) displays the structure of a particular decision, and the interrelationships and interplay between different alternatives, decisions, and possible outcomes;

– cause and effect analysis gives you a useful way with the help of which it is possible to solve the problem completely, first time round, rather than just addressing part of it and having the problem run on and on. When there is a serious problem, it is important to explore all of the things that could cause it, before starting to think about a solution. It shows the relationship of all factors that lead to the given situation. It identifies major causes and breaks them down into sub-causes and further sub-divisions. It is usually preceded by cause-and-effect analysis;

– force field analysis is a useful decision-making technique. It helps to make a decision by analyzing the forces for and against a change, and it helps to communicate the reasoning behind the decision. This is a technique for identifying and analyzing the positive factors of a situation that help («driving forces») and negative factors that hinder («restraining forces») an entity in attaining its objectives. Force field analysis helps decision makers to think about the pressures for and against a decision or a change [3];

– future pacing is a powerful way to anchor or connect changes and resources to future situations or a particular event. The more realistically the situation is experienced, and the more strongly the resource state can be accessed, the better these processes work;

– operations research is a particular way of viewing the problem, team, task force and mathematical reasoning to the alternatives meant for solving them. The common approach in any operations research is the construction and study of a mathematical model. Some of the managerial problems usually subjected to operations research analysis include production scheduling, inventory control, sales policies, expansion of plant etc. Management accountant holds key for the ultimate success or failure of operations research. The quality of decision-making will improve with the application of mathematical model but the feasibility of a mathematical model application will depend on the adequacy and accuracy of accounting information [2];

– simulation is a quantitative technique for evaluating alternative courses of action based upon facts and assumptions with a computerized mathematical model in order to represent actual decision-making under conditions of uncertainty;

– linear programming define, how a company with limited resources could make optimum use with their resources, combination for the achievement of the desired objective, or goal was, the central idea of this mathematical technique. A linear or straight line relationship exists between variables and that the limits of variation can be determined. It adopts an analytical instead of intuitive approach in decision making;

– games theory attempts to work out optimum solution in which an individual in a given situation can develop a strategy irrespective of what a competition does with maximizing gains or minimizing losses. It involves mathematical study of tactics under conditions of uncertainty;

– programmed evaluation and review technique is useful to analyze and control the timing aspects. In planning and controlling a programme, PERT helps in obtaining lower costs and reducing programme time, bringing about better utilization of human and physical resources. Critical path method is a commonly used term for all network analysis and for a particular version of these techniques. PERT relies on three estimates, an optimistic, most likely and pessimistic of the time each activity may take. CPM relies only one «most likely»;

– probability refers to a chance that a particular event will occur. The events must be random and be effected by chance and not by design. The probability of success is defined as the number of successful outcomes divided by the total number of outcomes. It cannot be denied that some element of probability does exist in all decision making [4].

Once a decision is made and implemented, it needs careful monitoring to ensure it keeps on track and any problems are detected early.

The method used depends on the nature of the decision to be made and how complex it is. The decision-making techniques presented in this article represent only a few that can help managers and decision makers in identifying and choosing projects or activities.

Науковий керівник – докт. екон. наук, професор Лепейко Т. І.

Literature: 1. Clemen R. T. Making Hard Decisions. An Introduction to Decision Analysis / R. T. Clemen. – Belmont : Duxbury Press, 1996. – 226 p. **2.** Corner J. L. Decision Analysis Applications in the Operations Research Literature / J. L. Corner, C. W. Kirkwood // Operations Research. – 1989. – Vol. 39. – № 3. – P. 206–219. **3.** Goodwin P. Decision Analysis for Management Judgment / P. Goodwin, G. Wright. – New York : Wiley and Sons, 2004. – 477 p. **4.** Kahneman D. Judgment under Uncertainty: Heuristics and Biases / D. Kahneman, P. Slovic, A. Tversky. – Cambridge : Cambridge University Press, 1982. – 544 p. **5.** Wilson C. Integrating Backcasting and Decision Analytic Approaches to Policy Formulation. A Conceptual Framework / C. Wilson, J. Tansey, S. LeRoy // The Integrated Assessment Journal. – 2006. – Vol. 6. – № 4. – P. 143–164.

ОБЕСПЕЧЕНИЕ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ БЕЗОПАСНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ С ЦЕЛЬЮ ПРЕДОТВРАЩЕНИЯ ЕГО БАНКРОТСТВА

УДК 330.341.1

Юшкевич Р. А.

Студент 2 курса
факультета учета и аудита ХНЭУ им. С. Кузнеца

Аннотация. *Рассмотрены проблемы обеспечения экономической безопасности предприятия в кризисных условиях развития экономики. Проанализированы и систематизированы основные мероприятия по укреплению экономической безопасности предприятия в разрезе основных функциональных составляющих.*

Ключевые слова: *предприятие, система, принципы, рыночная экономика, экономическая безопасность, банкротство.*

Анотація. *Розглянуто проблеми забезпечення економічної безпеки підприємства за кризових умов розвитку економіки. Проаналізовано й систематизовано основні заходи щодо зміцнення економічної безпеки підприємства в розрізі основних функціональних складових.*

Ключові слова: *підприємство, система, принципи, ринкова економіка, економічна безпека, банкрутство.*

Annotation. *The problems of economic security in crisis economy are analyzed. Systematized the main measures to strengthen economic security in the context of major functional components.*

Keywords: *enterprise system, the principles of market economy, economic security, bankruptcy.*

В условиях рыночной экономики предприятия подвержены влиянию различных неожиданных факторов. Длительный глубокий экономический кризис в нашей стране стал причиной множества непредсказуемых опасностей и угроз для еще молодого бизнеса. На развитие предпринимательства влияют и нестабильная политическая и социально-экономическая ситуация в стране, несовершенное коммерческое законодательство, криминализация общества, власти и бизнеса, коррупция, мошенничество и др. Все это резко обостряет проблемы обеспечения экономической безопасности предприятия [6, с. 17]. Кроме того, кризисные условия развития экономики, рост количества убыточных предприятий и высокий уровень банкротства побуждают к поиску путей повышения эффективности деятельности субъектов хозяйствования, обеспечения их стабильного функционирования. Одним из таких направлений является обеспечение экономической безопасности предприятия.

© Юшкевич Р. А., 2015

В Украине в условиях радикальных экономических преобразований все большее значение приобретают вопросы защиты предпринимательства. На сегодня проблема экономической безопасности на предприятии является весьма актуальной и рассматривается многими современными учеными, среди которых Березин А. В. [2], Василенко В. П. [3], Иванилов А. С. [5], Иванюта Т. М. [6], Карпунь И. Н. [7], Покропивный С. Ф. [10], Шваб Л. И. [11] и др. Однако нерешенной остается проблема именно обеспечения экономической безопасности на предприятии с целью предотвращения возникновения кризисных явлений и банкротства.

Целью исследования является рассмотрение вопросов обеспечения экономической безопасности предприятия для стабилизации его состояния в кризисных условиях развития экономики и предотвращения банкротства. Анализ последних исследований и публикаций показал, что вопросу экономической безопасности предприятия уделяется значительное внимание со стороны отечественных ученых: рассмотрены теоретико-методологические аспекты экономической безопасности предприятия, основные функциональные составляющие, их сущность и значение. Однако, переход к рыночной экономике, создание значительного количества предприятий, возникновение различных способов конкурентной борьбы, несовершенное законодательство, слабость и коррумпированность государственных структур, криминализация хозяйственной деятельности и другие причины способствовали созданию условий, в которых хозяйствующие субъекты вынуждены уделять значительное внимание вопросам обеспечения собственной экономической безопасности [6, с. 18].

В любое время функционирования предприятия существует опасность кризиса, даже тогда, когда кризис не наблюдается. Это связано с тем, что социально-экономическая система развивается циклично, динамично развивается внешняя среда, изменяется соотношение управляемых и неуправляемых процессов, изменяются потребности и интересы людей. Поэтому главная задача поддержания стабильности на уровне предприятий заключается в недопущении критического и тем более катастрофического рисков, чтобы избежать возникновения кризисной ситуации [11, с. 389].

В противодействии кризисным процессам важное место занимает экономическая безопасность предприятия как универсальная категория, отражающая защищенность субъектов социально-экономических отношений на всех уровнях. Для предприятия экономическая безопасность отражает защищенность его деятельности от негативных воздействий внешней среды, способность быстро устранять различные угрозы, адаптироваться к сложившимся обстоятельствам.

Проведенный анализ научной литературы позволил определить наиболее содержательное определение понятия «экономическая безопасность предприятия». Экономическая безопасность фирмы (предприятия, организации) – это такое состояние корпоративных ресурсов (ресурсов капитала, персонала, информации и технологий, техники, оборудования и прав) и предпринимательских возможностей, при котором гарантируется наиболее эффективное их использование для стабильного функционирования и динамичного научно-технического и социального развития, предотвращения внутренних и внешних негативных воздействий (угроз) [1, с. 242; 9, с. 527; 10, с. 534]. Таким образом, экономическая безопасность – это такое состояние потенциала предприятия, при котором гарантируются наиболее эффективное его использование, стабильное функционирование хозяйственной системы и ее дальнейшее развитие [2, с. 296].

К главным целям формирования экономической безопасности предприятия относятся обеспечение финансовой устойчивости и независимости, достижение лидерства в технологиях, обеспечение высокого конкурентного статуса, повышение эффективности менеджмента, оптимизация использования потенциала предприятия, минимизация разрушительного воздействия внешней среды, обеспечение функционирования предприятия в рамках правового поля, защита собственной коммерческой тайны [2, с. 296–297]. Уровень экономической безопасности предприятия зависит от того, насколько эффективно его руководство и специалисты способны избежать возможных угроз и ликвидировать негативные последствия отдельных отрицательных составляющих внешней и внутренней среды.

Анализируя деятельность того или иного предприятия, можно выделить определенные специфические причины, которые способствуют снижению уровня экономической безопасности и могут привести предприятие к критической черте, то есть к финансовой несостоятельности. Типичными последствиями негативного влияния могут быть потеря клиентов и покупателей готовой продукции, уменьшение количества заказов и контрактов по продаже продукции, неритмичность производства, неполная загрузка мощностей, повышение себестоимости и резкое снижение производительности труда. Увеличение размера неликвидных оборотных средств и наличие сверхнормативных запасов, возникновение внутрипроизводственных конфликтов и повышение текучести кадров, существенное уменьшение объемов реализации и, как следствие, недополучение выручки от реализации продукции – вот с чем могут столкнуться хозяйствующие субъекты при неблагоприятном развитии событий. Все это приближает предприятие к экономическому кризису [7, с. 50].

Система экономической безопасности предприятия традиционно включает следующие составляющие: интеллектуальную и кадровую, информационную, технико-технологическую, финансовую, политико-правовую,

экологическую и силовую. Карпунь И. Н. дополняет систему экономической безопасности предприятия такими составляющими: интерфейсной, социальной, рыночной, ресурсной, энергетической.

Для создания системы безопасности предприятия должны быть определены цели системы безопасности: что необходимо осуществить, чего следует достичь; какие задачи необходимо решить для достижения поставленных целей; каковы основные функции системы безопасности.

Одним из наиболее значимых элементов системы безопасности предприятия является механизм ее обеспечения, который представляет собой совокупность законодательных актов, правовых норм, движущих мотивов и стимулов, методов, мероприятий, сил и средств, с помощью которых субъект воздействует на объект для достижения целей безопасности и решения задач [6, с. 28].

Механизм обеспечения экономической безопасности состоит из следующих основных элементов: оценки риска осуществления планируемой логистической операции и отдельных ее элементов в целом; разработки мероприятий по уменьшению степени риска; организации реализации разработанного плана; проведения периодического контроля по осуществлению разработанного плана и при необходимости – внесения корректив в план; подведения итогов [3, с. 45].

К стратегии экономической безопасности относятся:

1) характеристика внешних и внутренних угроз экономической безопасности предприятия;

2) определение и мониторинг факторов, которые укрепляют или отрицательно влияют на устойчивость социально-экономического состояния на краткосрочную и среднесрочную (3–5 лет) перспективу;

3) определение критериев и параметров, характеризующих интересы предприятия и соответствующих требованиям экономической безопасности;

4) разработка экономической политики, включающая механизмы учета, влияющие на состояние экономической безопасности;

5) направления деятельности предприятия по реализации стратегии [5].

Кроме того, следует отметить, что механизм обеспечения экономической безопасности на предприятии предусматривает проведение мероприятий по ее укреплению (табл. 1). Формирование необходимого уровня экономической безопасности предприятия включает:

1) формирование эффективных факторов производства (нового оборудования, квалифицированной рабочей силы и др.);

2) производство продукции с учетом потребностей рынка, повышение ее качества и дизайна;

3) выбор надежных поставщиков сырья, материалов, энергоносителей;

4) проведение приватизации;

5) надежную защиту собственных коммерческих тайн;

6) при необходимости – изменение руководства предприятия [3, с. 389].

Таблица 1

Обеспечение экономической безопасности предприятия в соответствии с ее функциональными составляющими

Составляющие экономической безопасности	Мероприятия по укреплению экономической безопасности
Технологическая безопасность	– создание новых организационно-производственных структур; – использование лизинга; – активное участие в международных выставках и семинарах; – внедрение передового мирового опыта
Ресурсная безопасность	– совершенствование систем расчетов; – повышение производительности труда; – увеличение капиталовложений в ресурсосбережение; – стимулирование ресурсного направления научно-исследовательских и опытно-конструкторских работ
Финансовая безопасность	– применение принципа соблюдения критических сроков кредитования; – создание информационного центра по дебиторской и кредиторской задолженности; – создание в структуре информационного центра специальной группы работников, которые бы контролировали начисление и уплату налогов и сборов
Социальная безопасность	– приближение уровня оплаты труда к уровню развитых стран; – привлечение работников к управлению; – повышение квалификации работников; – заинтересованность администрации предприятия в трудоустройстве безработных; – развитие социальной инфраструктуры предприятия; – повышение материальной ответственности работников за результаты своего труда

В результате проведенного исследования можно сделать определенные выводы.

1. Ситуация, которая сложилась в обществе и в экономической системе, стала причиной множества непредсказуемых опасностей и угроз для предпринимательства, еще не имеющего необходимого опыта. В рыночных условиях хозяйствования предприятие как открытая система функционирует в сложной внешней среде, характеризующейся нестабильностью и постоянной динамикой. Это заставляет руководство быстро адаптироваться к новым условиям, требует знания законов развития и путей выживания в рыночной экономике.

2. Необходимость постоянного соблюдения экономической безопасности предопределяется объективной для каждого субъекта хозяйствования задачей обеспечения стабильности функционирования и достижения главных целей деятельности.

3. Для промышленных предприятий оценка экономической безопасности очень важна, прежде всего, из-за того, что их активный потенциал является определяющим фактором антикризисного развития, гарантом экономического роста и поддержания экономической независимости и безопасности страны. Именно для предотвращения кризисного состояния экономических систем в промышленности следует сформировать адекватную реальным процессам систему экономической безопасности [11, с. 53].

Таким образом, в результате изучения сущности экономической безопасности предприятия можно сделать вывод, что она призвана создать условия для эффективной деятельности предприятия и достижения целей бизнеса в условиях конкуренции и хозяйственного риска путем своевременного выявления и ослабления действия различных опасностей и угроз.

Научный руководитель – канд. экон. наук, доцент Гиль С. Е.

Литература: 1. Афанасьєв М. В. Економіка підприємства : навч. посіб. / М. В. Афанасьєв, А. Б. Гончаров ; за ред. проф. М. В. Афанасьєва. – Харків : ВД «ІНЖЕК», 2003. – 410 с. **2.** Березін О. В. Економіка підприємства : навч. посіб. / О. В. Березін, Л. М. Березіна, Н. В. Бутенко. – Київ : Знання, 2009. – 390 с. **3.** Василенко В. П. Вопросы обеспечения экономической безопасности – одно из направлений деятельности субъектов предпринимательства / В. П. Василенко // Логистика: проблемы и решения. – 2010. – № 5. – С. 43–45. **4.** Горлачук В. В. Економіка підприємства : навч. посіб. / В. В. Горлачук, І. Г. Яненкова. – Миколаїв : Вид-во ЧДУ ім. Петра Могили, 2010. – 344 с. **5.** Іванілов О. С. Економіка підприємства : підручник / О. С. Іванілов. – Київ : Центр навч. літ., 2009. – 728 с. **6.** Іванюта Т. М. Економічна безпека підприємства : навч. посіб. / Т. М. Іванюта, А. А. Заїчковський. – Київ : Центр навч. літ., 2009. – 256 с. **7.** Карпунь І. Н. Управління фінансовою санацією підприємства : навч. посіб. / І. Н. Карпунь. – Львів : Магнолія-2006, 2009. – 418 с. **8.** Покропивний С. Ф. Економіка підприємства : підручник / За заг. ред. С. Ф. Покропивного. – Київ : КНЕУ, 2003. – 608 с. **9.** Приходько С. В. Формування адекватного реальним виробничо-господарським процесам комплексу заходів реагування на загрози економічній безпеці / С. В. Приходько // Інвестиції: практика та досвід. – 2011. – № 4. – С. 52–55. **10.** Скібіцький О. М. Антикризовий менеджмент : навч. посіб. / О. М. Скібіцький. – Київ : Центр навч. літ., 2009. – 568 с. **11.** Шваб Л. І. Економіка підприємства : навч. посіб. / Л. І. Шваб. – Київ : Каравела, 2011. – 416 с.

УПРАВЛІННЯ КРЕДИТНИМ РИЗИКОМ БАНКУ ШЛЯХОМ ПОБУДОВИ СТРАТЕГІЧНОЇ КАРТИ

УДК 336.76:338.2

Ягмур А. І.

Студент 1 курсу
фінансового факультету ХНЕУ ім. С. Кузнеця

Анотація. *Розглянуто особливості побудови стратегічної карти на прикладі ПАТ КБ «Приватбанк» задля управління кредитним ризиком банку в чотирьох площинах: фінанси, клієнти, внутрішні бізнес-процеси,*

© Ягмур А. І., 2015

навчання та розвиток, що є основою для зростання прибутку від кредитних операцій та формування ефективної кредитної політики.

Ключові слова: *банк, стратегічне управління, стратегічна карта, кредитний ризик, управління кредитним ризиком.*

Аннотация. *Рассмотрены особенности построения стратегической карты на примере ПАО КБ «Приватбанк» для управления кредитным риском банка в четырех плоскостях: финансы, клиенты, внутренние бизнес-процессы, обучение и развитие, что является основой для увеличения прибыли от кредитных операций и формирования эффективной кредитной политики.*

Ключевые слова: *банк, стратегическое управление, стратегическая карта, кредитный риск, управление кредитным риском.*

Annotation. *The main features of building a strategy map for example PJSC CB «Privatbank» to manage credit risk the bank in four areas: finance, customers, internal business processes, learning and development, which is the basis for the increase in income from credit operations and the formation of an effective monetary policy.*

Keywords: *bank, strategic management, strategic map, credit risk, credit risk management.*

Основою сучасної банківської діяльності є оптимізація параметрів ризиків, що спричиняє потребу в комплексному підході до створення системи управління. Оптимізація методів та технології управління ризиками в банках є однією з основних передумов набуття конкурентних переваг, залучення клієнтів та збільшення прибутковості банківського бізнесу [1]. Кредитний ризик – основний вид фінансових ризиків, із яким зіткаються банки у процесі своєї діяльності. Його поява спричинена передусім несвоєчасним виявленням проблемних кредитів і недостатністю створених під них резервів, а також недосконалістю кредитного контролю в банках. Кредитним ризиком, як і будь-яким іншим видом банківських ризиків, можна управляти, тобто застосовувати методи, що дають змогу певним чином спрогнозувати настання ризикової події та запровадити заходи, спрямовані на мінімізацію збитків банку. Ефективність управління значною мірою залежить від вибраної стратегії управління кредитними ризиками.

Проблемами, пов'язаними із управлінням ризиками банку, займалися такі автори, як Зінкевич В. А., Якось І. С., Недосєкін А. О. та ін..

Метою написання статті є розробка стратегічної карти управління кредитним ризиком банку, що стане основою для вибору політики управління кредитним ризиком.

Стратегія кредитного ризику – це комплекс заходів, прийомів і методів управління кредитним ризиком за невизначених умов, що ґрунтуються на прогнозуванні ризику й імовірності його настання задля мінімізації збитків банку від кредитних операцій. Основою управління кредитними ризиками є продумана кредитна політика. Відповідно до кредитної політики формується система управління кредитним ризиком. Особливо важливо для банків за умов переходу до ринкової економіки вдосконалювати стратегію та тактику своєї кредитної діяльності. Стратегія є детальним комплексним планом, призначеним для забезпечення здійснення місії банку та досягнення його цілей. Вона є орієнтиром для прийняття ключових рішень стосовно прибутковості й профілю на всіх рівнях банківської діяльності, тобто є основою всієї системи банківського менеджменту [2].

Актуальним за сучасних тенденцій розвитку банківського сектора є вибір банком ефективної стратегії управління кредитним ризиком. До системи стратегічного управління кредитним ризиком банку належать об'єкт, суб'єкт, інструменти, функції та принципи (рис. 1).

Для управління ризиками банку необхідно розробити план, основним завданням якого є зниження можливих втрат банку. Таким планом може бути стратегічна карта управління кредитним ризиком банку.

Схема взаємодії елементів системи стратегічного управління кредитним ризиком банку [3].

Створення стратегічної карти – необхідний крок для визначення проекцій, цілей і показників, а також причинно-наслідкових зв'язків між ними.

Стратегічна карта дозволяє донести до окремих підрозділів і співробітників організації їх роль у реалізації стратегії. Стратегічні карти можуть бути створені на будь-якому рівні управління, і кожний рівень матиме можливість побачити своє місце на загальній стратегічній карті.

Згідно із Капланом Р. і Нортоном Д., стратегічна карта має чотири головні взаємопов'язані складові: фінансову, клієнтську, внутрішню й складову навчання й розвитку.

Фінансова складова описує матеріальні результати реалізації стратегії за допомогою традиційних фінансових понять. Цілями фінансової складової є економічні підсумки успішної стратегії (зростання доходів і прибутку, а також продуктивності). Для зниження кредитних ризиків банку передусім слід покращити якість кредитного портфеля, максимально знизити частку проблемної заборгованості та неналежного обслуговування боргу. Також

для захищеності від ризиків слід диверсифікувати кредитний портфель, не допускаючи концентрації кредитних ресурсів у певної категорії позичальників.

Рис. 1. **Система стратегічного управління кредитними ризиками банку**

У ході формулювання клієнтської складової стратегічної карти менеджери визначають цільові сегменти споживчого ринку, у яких конкурує цей підрозділ, та показники результатів його діяльності з точки зору клієнтів. Банки мають створювати такі умови, що являли б цінність для клієнтів та були спрямовані на задоволення потреб споживачів, збереження та розширення клієнтської бази. У цій складовій виділені такі завдання, вирішення яких сприятиме зростанню темпів збільшення клієнтської бази. До них належать збереження вже наявних клієнтів, залучення нових клієнтів та підвищення їх задоволеності шляхом покращення якості обслуговування, що стимулюватиме їх продовжувати співпрацю із банком.

Внутрішня складова відповідає за дві життєво важливі компоненти стратегії: розробку й надання клієнтові пропозиції цінності та вдосконалення процесів і скорочення витрат як засобу підвищення продуктивності фінансової складової. Для досягнення кінцевої мети – збільшення прибутку від кредитних операцій шляхом мінімізації кредитних ризиків банку необхідно більш ретельно оцінювати платоспроможність позичальника та проводити моніторинг його платоспроможності протягом усього терміну кредитування. Банк через застосування новітніх технологій має автоматизувати бізнес-процеси (оцінювання кредитоспроможності позичальника, процес аналізу та контролю ризиків кредитного портфеля) задля зниження загальної вартості системи прийняття рішень, та розробити нові (віддалене та приховане діагностування процесу кредитування). Доцільно також сформувати ефективну політику резервування коштів під кредитні ризики, що дозволить уникнути втрат від кредитної діяльності та не відволікати кошти банку із обігу на значний термін.

Складова навчання й розвитку відтворює ті нематеріальні активи, що є найбільш важливими для стратегії. До цієї складової належать підвищення кваліфікації та системи мотивації персоналу, атестація персоналу, а також розвиток інформаційних систем та програмних продуктів, що забезпечують повну інформаційну та аналітичну підтримку кредитної діяльності банку.

Таким чином, головним стратегічним завданням управління кредитним ризиком банку є уникнення збитковості, що є гарантом збільшення прибутку від кредитних операцій (рис. 2).

Аналіз цілей та причинно-наслідкових зв'язків показав, що кваліфікація, залучення й утримання кваліфікованого і досвідченого персоналу, а також його постійне вмотивування є тісно пов'язаними із здійсненням внутрішніх процесів.

Підвищення кваліфікації має забезпечувати поглиблення фахових знань та навичок за спеціальністю, формувати в персоналу банку та його філій високий професіоналізм, корпоративну культуру, систему цінностей сучасного банку, готовність до оволодіння інноваційними банківськими технологіями.

Задля підвищення ефективності кредитної політики необхідно запроваджувати заходи, спрямовані на зниження рівня ризику кредитного портфеля: нарощувати власний капітал, збільшувати обсяги розміщення у кредитний портфель коштів, залучених на строкові внески. Необхідно чітко визначати процедури, норми та повноваження персоналу банку під час оцінювання рівня ризику за кожною окремою кредитною операцією.

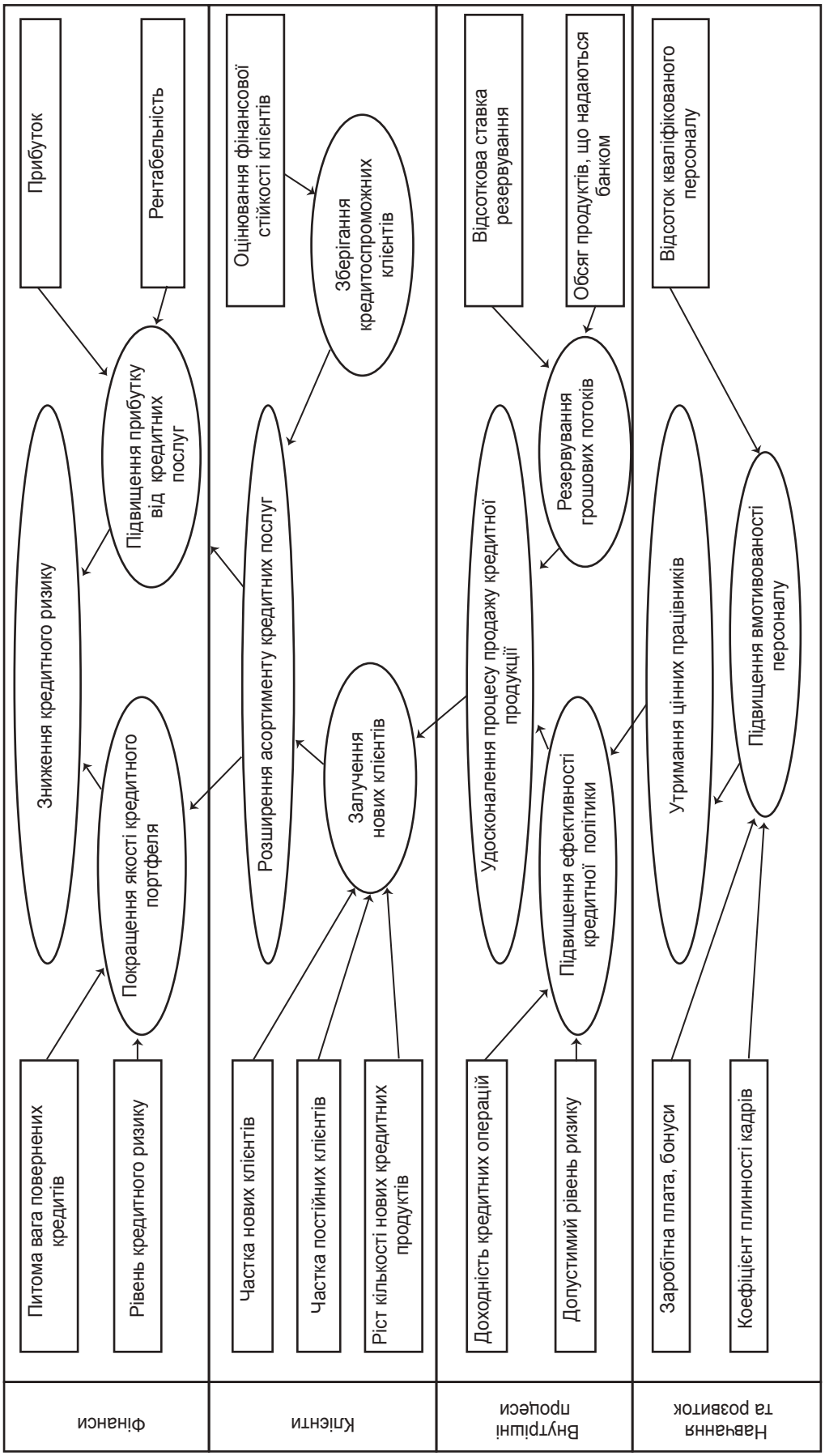

Рис. 2. **Стратегічна карта управління кредитним ризиком банку**

Таким чином, стратегічна карта є зовсім новим інструментом управління. Створення стратегічної карти – необхідний крок для визначення проекцій, цілей і показників. Складові елементи стратегічної карти є сполученими між собою причинно-наслідковими зв'язками: кваліфікований і вмотивований персонал, використовуючи розвинену інфраструктуру, забезпечує відповідної якості бізнес-процеси. Ті, у свою чергу, сприяють задоволенню потреб клієнтів, досягненню конкурентних переваг банку на ринку та забезпеченню привабливих фінансових результатів діяльності.

Науковий керівник – канд. екон. наук, професор Журавльова І. В.

Література: 1. Вовк В. Я. Стратегічне управління конкурентоспроможністю банків : монографія / В. Я. Вовк. – Харків : НТМТ, 2011. – 336 с. **2.** Бакланова І. Б. Картографування ризиків як інструмент вибору стратегії управління кредитним ризиком банку [Електронний ресурс] / І. Б. Бакланова. – Режим доступу : http://repository.hneu.edu.ua/jspui/bitstream. **3.** Криклій О. А. Управління кредитним ризиком банку : монографія / О. А. Криклій, Н. Г. Маслак. – Суми : ДВНЗ «УАБС НБУ», 2008. – 86 с. **4.** Штейн О. І. Стратегія комерційного банку на ринку банківських послуг / О. І. Штейн // Економіст. – 2007. – № 1. – С. 44–48.

CERTIFICATION AND ASSESSMENT OF COMPANY PERSONNEL

UDC 005.962.131

Yariomenko L.

The 3rd year student
Management and marketing department S. Kuznets KNUE

Annotation. *Devoted to the methods of evaluating employees' performance and its influence on productivity of the company. New personnel assessment technique was developed and ways to increase the efficiency of staff are determined.*

Keywords: *personnel assessment, evaluation, certification, employee efficiency.*

Анотація. *Розглянуто вплив оцінювання ефективності роботи персоналу на продуктивність компанії, а також методики його проведення. Розроблено нову методику оцінювання, запропоновано шляхи підвищення ефективності персоналу.*

Ключові слова: *оцінювання, оцінювання персоналу, сертифікація, ефективність працівника.*

Аннотация. *Рассмотрены влияние оценки эффективности работы персонала на производительность компании, а также методики ее проведения. Разработана новая методика оценки, предложены пути повышения эффективности персонала.*

Ключевые слова: *оценка, оценка персонала, сертификация, эффективность работника.*

To the fullest and most efficient use of labor potential of the staff organization as a whole, it is necessary to identify which employment potential has every employee, how qualitatively and quantitatively to measure it, and what conditions are necessary for the full realization of this potential. Personnel system should be developed, that is must be qualitative and quantitative transformation of personnel, personnel management services, forms and methods of work with personnel.

In terms of socio-economic reforms of the modern scientific and technological development, competition in the market for goods and services, labor markets etc., the improvement of human resources policy, operating in the organization becomes an integral part of the labor process and requires organization and management.

© Yariomenko L., 2015

In view of the foregoing, it can be stated that the performance and image of the company depends on the quality and professionalism of employees. Therefore, the question of professional competence of workers is becoming the key, where the problem in the certification employees occupies special place.

Estimation of personnel, being today one of the main elements of personnel management, has not only a long and strong tradition in the development of HR practices, but also continues to raise the interest of researchers. Itself development of ideas about the need and role of assessment a personnel in the enterprise management system has historically gone through several stages and successive scientific management doctrine generate different requirements for the process of selection, evaluation and placement. Thus the dominant doctrine in the early centuries of the scientific organization of labor brought to the first principles of the bureaucratic organizational culture that requires staff development skills to work within strictly given technology and the role. In such circumstances, under staff evaluation it could be understood the process of identifying the requirements of the employee's professional workplace or position.

It was superseded by the doctrine of human relations that corresponds to organic organizational culture, requires the inclusion of staff in group values and norms, the ability to subordinate their interests to those of the majority, the development of communicative skills, the ability to adapt in the team and so on, which, respectively, and served as the criteria evaluation. Technology development and customization of activity led to the concept of contracting responsibility and the corresponding entrepreneurial organizational culture that requires employees' ability to work in a competitive environment. At first there is an assessment of individual abilities, growth potential, results-oriented, flexibility in behavior and thinking, creativity and development etc. Today replaced by the concept of contracting responsibility comes team management paradigm that requires the employee the ability to work with colleagues as a team to solve non-standard problems, because the activity is so complicated that it cannot be carried out by only one expert. Respectively, approaches to personnel assessment change.

Among domestic and foreign authors describing the process of assessing the organization's personnel, there is no consensus on the content of assessment procedures, evaluation methods, frequency and timing of its implementation. On the one hand, fully recognized the need to assess staff to improve the effectiveness of the organization as a whole and for the long history of the study of this issue was a large body of material. On the other hand, most modern authors expound data 10–20 year old, and there are few new experimental works. Reasons for this situation lie in the absence of clear methodological and theoretical, and hence the methodological approaches to the assessment staff.

In the present circumstances, when a complication of activity often does not allow its successful carrying out by only one expert, the human potential of the organization should be considered as an integrated system, fundamentally not reducible to the sum of the potentials of individual employees. Single task today often requires for its implementation the integration efforts of various specialists and well-coordinated team work of these professionals. In such a situation assessment of staff seems to us not only assesses the performance and not only identifying individual employee personality traits. In modern personnel management, according to several authors, personnel evaluation activities is a backbone for the whole organization and the notion of evaluation study only outgrown the boundaries of the individual.

Personnel assessment refers to any method of collecting information on individuals for the purpose of making a selection decision [1]. Selection decisions include, but are not limited to, hiring, placement, promotion, referral, retention, and entry into programs leading to advancement (e. g., apprenticeship, training, career development). Selecting qualified applicants is a critical step in building a talented and committed workforce, supporting an effective organizational culture, and enhancing the overall performance of the agency.

Effective personnel assessment involves a systematic approach towards gathering information about applicants' job qualifications. Factors contributing to successful job performance (e. g., oral communication, problem solving) are identified using a process called job analysis. Job analysis identifies the duties performed on the job and the competencies needed for effective job performance [2]. Basing personnel assessment closely on job analysis results makes the connection between job requirements and personnel assessment tools more transparent, thereby improving the perceived fairness of the assessment process.

Evaluation encourages employees to work more effectively, develop initiative, responsibility and stimulates work better. On its basis transfer, promotion, encourage and dismissal is carried out, behavior of a subordinate at work is analyzed, decisions about increasing wages and awarding qualifications are made.

Using effective assessment tools will reduce the degree of error in making hiring decisions. Well-developed assessment tools allow agencies to specifically target the competencies and skills they seek [2]. This helps to ensure the time spent by both applicants and agency personnel adds value to the decision-making process. Selection errors have financial and practical impacts on organizations. The consequences of even a single selection error can create problems for an entire work unit. For example, managers may have to devote substantial time training and counseling the marginal employee and coworkers must often handle increased workloads as they correct or perform the employee's work [2]. Some selection errors can have agency-wide consequences such as customer service complaints, increases in work-related accidents and injuries, high absenteeism, poor work quality, increased turnover, or damage to the reputation of the agency.

Good assessment will also benefit employees who experience greater organizational commitment and job satisfaction because they are matched to jobs for which they are well suited. In addition, using job-related assessment tools often results in more favorable applicant reactions to the selection process. Such perceptions have lasting consequences for the agency including: promoting a positive image of the organization, increasing the likelihood of the applicant accepting a job offer, increasing the number of job referrals, and reducing the risk of selection system challenges and complaints [2].

Certification of personnel is an important part of human resources management, the most effective form of assessment personnel. Workers are subject to mandatory certification in cases provided for by separate laws. Voluntary certification is carried out at the discretion of the administration in order to optimize personnel management, and hence to improve the performance and sustainability of the business [3].

Certification is one of the most common forms of evaluation of staff - or rather, conformity to the position. Regular assessment procedure of business and personal qualities of employees, labor indicators involves the use of these results in order to improve the selection and placement of personnel, permanent incentives for workers to professional development and improving the quality and efficiency. Effectiveness of the organization as a whole is composed of the effective use of all organizational resources, including the potential of each employee.

The main objectives of the certification are:

1) assisting the manager in making decisions on the amount of increases to reward employees based on merit;

2) determining the most effective use of employee, for example, whether it should be left in the same position, or transfer, or to promote or demote, if not dismiss;

3) identifying the need for training employees inside the enterprise, i.e. areas of work in which it is possible more effective work of the staff in the process of learning;

4) the motivation of the employee to a more efficient performance of its duties by a joint discussion of the results of his work, and the recognition of his work to enable him to discuss the work with the supervisor [4].

Now in Ukraine begins to form a system of certification of personnel. The modern economy requires a wide layer of skilled workers, certified organizations that are independent from the education system. To the 21st century Ukraine entered with load of unsolved problems in economics, politics, ecology and education. How our country will be developing largely depends on those people who today still only master their chosen profession and, of course, from those people who help them learn a profession [4]. And the quality of training of graduates should evaluate the society represented by employers.

From the point of view of modern trends in the development of society, the staff must be sufficiently trained and configured to provide the required quality of products (services) company in such a market situation where the customer requirements and expectations are constantly rising [4]. Through analysis of the organization the manager is constantly asking himself questions: whether the staff is able to work effectively and whether it corresponds to the chosen strategy of the organization, whether a staff is able to change to meet the requirements that apply to competitive environment, how it will react on changes?

International experience of companies shows that they spend on training and certification of their staff at least 20 % of the total cost. In Ukraine this figure is significantly lower and is currently not more than 1, 5 % for small and medium businesses and 12 % – for a large. Quality of training specialists by the education system in Ukraine almost all areas still doesn't matches queries. Currently developing a system of certification of personnel is designed to solve this problem. This system can be seen in four areas: certification and testing of existing staff (firms), certification and certification of graduates of the education system, the basis for the development of educational standards, the basis for quality management education [4].

What type of information is needed about the employees under this definition, assessment of the effectiveness of staff? Several authors (Popov S., Schedrovitsky P., Tihonov R., Pischulin N., Kovalevsky V. etc.) note the absence today of adequate descriptions of professionals and activity models of organizers of various levels. Nevertheless, it is possible to identify four types of relevant information that can be generally described as follows:

- information about the success of a specific employee activity. Getting this kind of information is based on the methods and technologies of business appraisal staff regarding the use of which there is a consensus among the vast majority of researchers;
- information about individual psychological characteristics of workers, the presence of which gives an indication of its potential abilities. Obtaining this type of information based on the use of psycho-diagnostic procedures, methods which are well represented in national and international publications;
- information about the typical ways of employee behavior and characteristics of human interaction in the group in solving the general problem. Obtaining this information is based on the procedures for peer review, the content and technology of which there is no consensus;

– information about the personnel potential organization as a whole, based on a comparison of the first, second and third types of information with the objectives and features of the development prospects of the organization.

In most publications, the description of the technology for this type of information is practically absent in the most complete form Bazarova T. presented in papers.

The need to collect the above types of information determines the departure from understanding the contents of the evaluation process as fragmented staff using traditional methods and requires the inclusion of these methods in a single, integrated technology of socio-psychological diagnosis staff potential of the organization [5].

To increase the efficiency of personnel, it is necessary first of all to provide a comfortable working environment. Sufficient personal space, comfortable office furniture, the ability to communicate, lack of a large number of unnecessary rituals during working hours, overtime, unjustified fines, allow the employee to feel comfortable and feel like a full member of the working group [5].

An important aspect of enhancing employee loyalty to the company is taking care of them by management. Providing learning opportunities is a strong motivating factor for most of the collective enterprise. Obtaining additional knowledge and skills through the company and as a consequence of higher paying jobs to the «mother» of the enterprise is one of the strongest incentives for staff to work effectively.

As the main methods of organization of training large companies use the practice of organizing corporate university where invite professional staff as well as teachers on a contractual basis. Smaller businesses practice internal corporate training system, or pay teaching to outsourcing companies [6]. Summarizing, we note that the effectiveness of personnel depends on several factors:

– how professionally a personnel of enterprises is selected, if people are placed correctly, whether they correspond to their positions;

– how loyal workers in relation to its enterprise;

– how company cares about its employees, the constancy of the personnel. Most employees will strive to improve the efficiency of their work, if it believes that the company's management respects people cherish their labor, health and time [6].

Organization periodically evaluates their employees to improve their performance and identify professional development needs. Studies show that regular and systematic evaluation of staff has a positive effect on employee motivation, their professional development and growth. Simultaneously, the evaluation results are an important element of human resource management because they provide an opportunity to make informed decisions with regard to remuneration, promotion, dismissal of employees, their training and development.

Selecting personnel evaluation methods for each organization is unique challenge to solve it can only management of the organization (possibly with the help of professional consultants). Evaluation system should recognize and reflect a number of factors: the strategic goals of the organization, the state of the environment, organizational culture and structure, traditions of organization, characteristics of its labor force.

Therefore, to make an objective assessment and certification both managers and employees should be interested in it.

Supervisor – Candidate of Sciences (Economics), Associate Professor Blyznyuk T. P.

Literature: 1. Campion J. E. Work sampling for personnel selection / J. E. Campion // Journal of Applied Psychology. – 1972. – № 56 (1). – P. 40–44. **2.** Assessment decision guide [Electronic resource] // Assessment & Selection. – Access of mode : https://www.opm.gov/policy-data-oversight/assessment-and-selection/. **3.** Моргунов Е. Б. Управление персоналом: исследование, оценка, обучение / Е. Б. Моргунов. – М. : Интел-Синтез, 2005. – 549 с. **3.** Малько А. Г. Сертификация персонала в Украине [Electronic resource] / А. Г. Малько, Н. Г. Романенко. – Access of mode : http://www.rusnauka.com/17_AND_2010/Economics/68462.doc.htm. **4.** Базаров Т. Ю. Управление персоналом : учебник / Т. Ю. Базаров, Б. Л. Еремин. – М. : Юнити, 2007. – 560 с. **5.** Трофимов Н. С. Современное управление персоналом организации / Н. С. Трофимов. – СПб. : Канди, 2005. – 298 с.

ПОЛИТКОРРЕКТНОСТЬ КАК СИМУЛЯКР

УДК 32.019.51

Ясько В. В.

Студент 2 курса
финансового факультета ХНЭУ им. С. Кузнеца

Аннотация. *Исследовано явление политкорректности, его эволюция и влияние на современное общество. Проанализированы стадии развития политкорректности как симулякра в соответствии с классификацией французского философа Жана Бодрийяра.*

Ключевые слова: *политкорректность, симулякр, эвфемизм.*

Анотація. *Досліджено явище політкоректності, його еволюцію та вплив на сучасне суспільство. Проаналізовано стадії розвитку політкоректності як симулякра відповідно до класифікації французького філософа Жана Бодрійяра.*

Ключові слова: *політкоректність, симулякр, евфемізм.*

Annotation. *The phenomenon of political correctness, its evolution and impact on modern society is examined. Analyzed the development stage as a simulacrum of political correctness in accordance with the classification of Jean Baudrillard.*

Keywords: *political correctness, a simulacrum, a euphemism.*

На современном этапе развития общества очень часто обращают внимание на применение политически корректных форм выражения мыслей. Актуальным этот вопрос является в большей степени для демократических государств, где существует свобода слова. Но можно ли считать политкорректность явлением обыденным, или она еще недостаточно внедрилась в общество?

Для начала хотелось бы определиться с дефинициями.

Симулякр – копия, не имеющая референта в реальности. В современном мире симулякром обычно называют изображение, не имеющее оригинала, представление чего-либо, не существующего на самом деле. «Симулякр – это вовсе не то, что скрывает собой истину, – это истина, скрывающая, что ее нет. Симулякр есть истина», – так говорил Экклезиаст.

Бодрийяр Ж., в свою очередь, предлагает рассматривать симулякр как конечный этап развития символа. В этом процессе он выделяет 4 стадии:

1) порядок – репрезентация базовой реальности;

2) порядок – искажение и маскировка базовой реальности;

3) порядок – создание подлога реальности, сокрытие отсутствия реальности;

4) порядок – полная утрата связи с базовой реальностью, переход символа из обозначения в симулякр; знак, не скрывающий, что оригинала нет [1].

Политическая корректность, в свою очередь, – это практика прямого или опосредованного запрета на употребление слов и выражений, считающихся оскорбительными для определенных социальных групп, выделяемых по признаку расы, пола, возраста, вероисповедания, сексуальной ориентации и др. [2]. Так возможно ли толкование политкорректности как симулякра? И если да, то на какой ступени развития находится опосредованный запрет на употребление некоторых слов и выражений?

Приведем аргументы в защиту того, что политкорректность может считаться симулякром.

Политкорректность некоторым образом выравнивает общество по слабым личностям. Учеными доказано, что работоспособный, творческий, энергичный человек не воспринимает всерьез оскорбительные высказывания в свой адрес, даже если он имеет от природы физические или какие-либо другие недостатки. Свобода и права человека – лишь средства для раскрытия творческого и морального потенциала личности. Этим подтверждается первая стадия развития политкорректности как симулякра – опосредованное отражение базовой реальности.

С другой стороны, политкорректность можно считать непреодолимым тормозом на пути развития творческого потенциала человека. В большинстве случаев любые новые проекты, гипотезы, идеи своеобразны, специфичны, парадоксальны, неординарны. Сможет ли преподнести нечто подобное человек, скованный по рукам и ногам политкорректностью? Это аргументирует воспринимать политкорректность как явление, связанное с искажением и маскировкой реальности.

© Ясько В. В., 2015

Ходорковский М. утверждает, что политкорректность убивает способность мыслить, потому что навязывает стереотипы, противоречащие человеческому опыту, логике, законам природы и здравому смыслу. Она заставляет нас верить, что все индивидуумы имеют одинаковые способности, что все народы, нации внесли одинаковый вклад в развитие человеческой культуры, что мудрость и глупость, красота и безобразие, жизнь и смерть, добродетель и порок, норма и извращение в равной степени имеют право на уважение [3]. Происходит подлог реальности, сокрытие ее непосредственного отсутствия, а, следовательно, политкорректность переходит в третью стадию.

Нельзя не отметить, что политкорректность является первообразующей стресса для большинства. Во многих европейских странах успешный человек, дорожащий своим положением в обществе, вынужден постоянно сдерживать себя, чтобы его шутку, анекдот или просто высказывание на научную тему или действие в быту не отнесли к разряду неполиткорректных. Любое благое начинание доводится до абсурда, превращается в противоположность. Так случилось и с политкорректностью. Но ее критика не означает, что в обществе не должно существовать никакого этического кодекса и правил хорошего тона. Они имеют место, так как конституционально закрепленные законы не способны отразить всех нюансов человеческой жизни. В связи с этим можно утверждать, что явление политкорректности полностью утратило всякую связь с реальностью и перешло в категорию симуляции, не скрывающую, что оригинала нет.

Теоретически в статье доказано, что политкорректность можно считать симулякром. Но если это явление получило весьма широкое распространение, значит, оно кому-то нужно. У политкорректности весьма ограничена сфера применения – это демократические общества. Поэтому и имеет место лингвистический фокус: пользоваться более обтекаемыми и более щадящими конструкциями, для того чтобы нивелировать индивидуальные или культурные особенности.

Но рассмотрим другой взгляд на этот вопрос. Доказано, что в истории, культуре всегда существовали вещи, которые нельзя называть открыто. И для того чтобы говорить о них, использовались эвфемизмы. Так, например, в архаических культурах были специальные наименования для животных, на которых охотились, для чертей и дьявола. Всех бесов из соображений личной безопасности принято было называть «нечистыми». Существовали также и культурные эвфемизмы: употребление принятых выражений, продиктованное страхом показаться недостаточно утонченным. Эзопов язык – тоже своего рода эвфемизм – активно применялся и применяется в тоталитарных обществах.

Что же общего между политкорректностью и эвфемизмами? Следует отметить одну объединяющую деталь: и то, и другое всегда применяется из страха или из опасения. Политкорректность – это страх перед другими, а, следовательно, перед чужими. Но одно различие все-таки существует: язык действительно отражает мышление, даже когда мы этого не хотим.

Вернемся к вопросу, для чего нужна политкорректность. Считается, что нивелируемое название, обозначение позволяет не заострять внимание на особенностях развития индивидуума, а индивидуумам не держать обиду за концентрацию внимания на различиях личностей, таким образом демонстрируя равенство в правах. Именно поэтому многие воспринимают политкорректность как лицемерие.

В заключение приведем сравнение. Когда близорукий человек снимает очки, он видит предметы весьма размыто, туманно, мутновато. Похожий эффект дает политкорректность. В размытых формулировках легко теряется суть предмета. Тот, кто неясно формулирует, мыслит тоже приблизительно, то есть недостаточно четко формулирует границы своих чувств или намерений. В стремлении быть вежливыми и никого не обидеть многие переходят все границы. Именно поэтому политкорректность носит искажающий реальность характер, а, следовательно, по праву может считаться симулякром.

Научный руководитель – докт. фил. наук, профессор Кузь О. Н.

Литература: 1. Бодрийяр Ж. Симулякры и симуляция / Ж. Бодрийяр ; пер. с франц. и вступ. статья О. А. Печенкиной. – Тула, 2013. – 204 с. **2.** Ионин Л. Политкорректность: дивный новый мир / Л. Ионин. – М. : Ад Маргинем, 2012. – 110 с. **3.** Иноземцев В. Мир в 2020 году / В. Иноземцев [и др.] ; под ред. М. Ходарковского. – М. : Алгоритм, 2006. – 384 с.

ІНТЕРНЕТ-ТЕХНОЛОГІЇ ЯК НАПРЯМ УДОСКОНАЛЕННЯ КОМУНІКАЦІЙНОЇ ПОЛІТИКИ ПІДПРИЄМСТВА

УДК 631.1.027

Яцюк Т. Г.

Студент 4 курсу
факультету менеджменту та маркетингу ХНЕУ ім. С. Кузнеця

Анотація. *Розглянуто комунікаційну політику підприємства в цілому. Досліджено теоретичні основи комунікаційної політики. Проаналізовано процес маркетингових комунікацій на підприємстві, сутність і види інтернет-технологій. Обґрунтовано доцільність запровадження інтернет-технологій до комунікаційної політики підприємства.*

Ключові слова: *комунікації, комунікаційна політика, інтернет-технології, фінансовий стан, комунікаційна діяльність.*

Аннотация. *Рассмотрена коммуникационная политика предприятия в целом. Исследованы теоретические основы коммуникационной политики. Проанализированы процесс маркетинговых коммуникаций на предприятии, сущность и виды интернет-технологий. Обоснована целесообразность внедрения интернет-технологий в коммуникационную политику предприятия.*

Ключевые слова: *коммуникации, коммуникационная политика, интернет-технологии, финансовое состояние, коммуникационная деятельность.*

Annotation. *Analyzes the communication policy of the enterprise as a whole, analyzes the nature and types of Internet technologies, investigated the theoretical foundations of communication policy and analyze the process of marketing communications in the enterprise. The expediency of the introduction of Internet -technologies in communication policy of the enterprise are analyzes.*

Keywords: *communication, communication policy, internet-technology, financial, communications activities.*

Становлення й розвиток ринкових відносин в Україні змушують підприємства шукати нові шляхи підвищення рівня своєї конкурентоспроможності. Здійснюючи діяльність за умов стрімкого розвитку нових технологій, істотного зростання ролі інформації в усіх сферах суспільного життя, якісного й кількісного зростання конкурентного середовища, підприємства змушені забезпечувати систему ефективних комунікацій свого бізнесу із зовнішнім і внутрішнім середовищем. Найважливішим інструментом збереження та зміцнення ринкових позицій виробничих структур є здійснення ними ефективної комунікаційної політики, а також постійне її вдосконалення.

Проблема удосконалення комунікаційної політика підприємства нині є дуже актуальною. На національних підприємствах можна спостерігати неефективний розвиток маркетингових комунікацій [1]. На підприємствах, як правило, відсутня чітка система планування і контролю комунікаційної політики, не має чітких комплексних комунікаційних програм, відсутнє інформаційне забезпечення всіх дій компанії, а також існує проблема суб'єктивного оцінювання ефективності реалізації комунікаційної політики. Саме тому одним із головних завдань кожного підприємства є збалансування між собою всіх засобів комунікаційної політики, щоб досягти найкращого результату за мінімальних витрат. Таким чином, ефективна комунікаційна політика є однією із вирішальних умов ринкового успіху підприємств.

Метою написання статті є обґрунтування доцільності запровадження інтернет-технологій до комунікаційної політики підприємства.

Питання формування комунікаційної політики розробляються багатьма науковцями, серед них Ламбен Ж., Котлер Ф., Аакер Д., Старостіна О., Примак Т., Бойчук А., Барнетті Дж., Моріарті С. та ін.

Одним із найважливіших завдань маркетингової служби кожної фірми має бути побудова ефективної комунікаційної політики [2]. Під комунікаційною політикою розуміють комплекс заходів, що мають дати уявлення цільовій аудиторії про загальну маркетингову стратегію фірми шляхом відправлення спеціальних повідомлень про товар, його ціну, способи продажу, щоб зацікавити їх.

Навіщо потрібні фірмі конкретна стратегія і план маркетингових комунікацій? Було таке припущення, що бізнес у середньому витрачає приблизно 15 % товарообігу на свої маркетингові комунікації, передусім на ті, що є здійснюваними через рекламу і продавців. Якщо враховувати внутрішні комунікації, то ця частка значно зростає. Однак, на відміну від інших ключових вкладень, таких як фінансові механізми, кадрові ресурси, виробництво та

© Яцюк Т. Г., 2015

логістика, компанії рідко мають спільну стратегію своїх комунікацій і практично не приділяють увагу системному плануванню та бюджетному забезпеченню видів діяльності, що зачіпають всі види комунікацій, як цілеспрямовані, так і ненавмисні.

Дослідження показали, що дуже небагато видів бізнесу мають узагальнену стратегію комунікацій, координуючу всі їх повідомлення. Більшість із них є більшою чи меншою мірою фрагментарними, через що імідж компанії не сприймається споживачами, акціонерами і співробітниками як єдиний, закінчений [3]. Навіть ті види бізнесу, у яких на рекламні цілі виділяють великі кошти, часто не мають формально вираженої стратегії комунікацій, ні як бюджету, ні як програми. Більшість підприємств мають лише приватні маркетингові плани, у яких відпрацьовують окремі напрями, що є пов'язаними із тактичними діями комунікаційного характеру, і цілеспрямовано виділяють кошти на здійснення тільки деяких маркетингових комунікацій. Це, наприклад, повною мірою стосується плану розміщення реклами. Однак майже ніколи окремі тактичні плани не подають як єдиний план комунікацій стосовно діяльності бізнесу в цілому.

Комплекс просування об'єднує п'ять основних засобів впливу на цільові сегменти ринку: рекламу, стимулювання збуту, персональний продаж, зв'язки із громадськістю, прямий маркетинг. Нижче наведено основні особливості елементів комплексу просування:

- реклама (телевізійна, друкована, зовнішня, у кінотеатрах тощо);
- стимулювання збуту (купони, цінові знижки, змагання, ігри, премії, подарунки);
- персональний продаж (товарні презентації, торгові семінари, торгові виставки, ярмарки);
- в'язки із громадськістю (виступи, публікації, спонсорство, лобіювання);
- прямий маркетинг (телемаркетинг, пошта, купівля через Інтернет).

Модель процесу комунікації можна подати як взаємодію п'ятьох елементів (рис. 1).

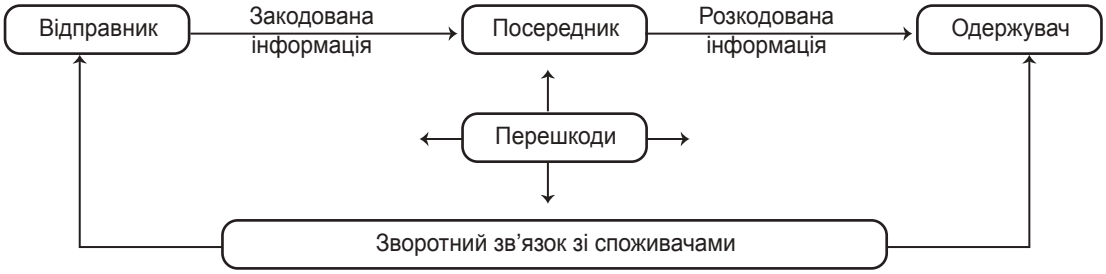

Рис. 1. **Схема маркетингових комунікацій** [4]

Останні півтора десятиріччя одним із головних факторів, що прискорює формування й розвиток інформаційного суспільства, є Інтернет. Практика свідчить, що інтернет-технології урівнюють шанси на успіх малих і великих підприємств, тих, хто міцно закріпився на ринку, і новачків. Це стало можливим через те, що витрати на їх застосування є невеликими, використовуються доступні й фактично стандартизовані інструменти, можна забезпечити недосяжну за інших умов широту охоплення і при цьому адресність впливу на цільову аудиторію, забезпечено фактично миттєвий доступ на ринок будь-якої країни чи регіону, можна у реальному масштабі часу оцінювати ефективність бізнесу тощо. Особливо значного поширення набуває застосування інформаційних інтернет-технологій у маркетингу як методології та практично-орієнтованого інструментарію ведення бізнесу.

Стрімкий розвиток Інтернету і його проникнення практично до усіх сфер людської діяльності сприяли формуванню інтернет-економіки, що стрімко розвивається. У Вікіпедії інтернет-економіку визначено як розвиток бізнесу в Інтернеті: відкриття сайтів і віртуальних магазинів, використання електронної реклами і маркетингу, електронного документообігу. Інтернет-економіку ототожнено із інтернет-бізнесом. Хартман А. та Сифоні Д. визначають інтернет-економіку як сферу, у якій реально здійснюється бізнес, створюється й змінюється вартість, здійснюються транзакції та встановлюються відносини типу «один із одним» [5]. Вони вважають, що ці процеси можуть бути пов'язаними із аналогічними процесами традиційного ринку, але водночас є незалежними від останніх.

Голубков Е. П. вважає, що інтернет-економіка розвивається за такими напрямами: інтернет-бізнес, інтернет-комерція, інтернет-маркетинг [6]. Аналізуючи ці та аналогічні підходи до визначення інтернет-економіки, необхідно зазначити, що йдеться значною мірою про інтернет-бізнес. На думку автора, його потрібно розглядати як економічну діяльність, що приносить прибуток або інші вигоди і є здійснюваною із застосуванням інструментів і технологій Інтернету (віртуальне підприємство, інтернет-банкинг, інтернет-магазин, віртуальна (дистанційна) освіта тощо.

Узагальнення літературних джерел і практики діяльності підприємств та установ у віртуальному середовищі дозволило систематизувати основні елементи сучасного інтернет-маркетингу (рис. 2).

Рис. 2. **Основні елементи сучасного інтернет-маркетингу**

Інтернет-маркетинг потрібно розглядати як новий вид маркетингу, що передбачає застосування традиційних та інноваційних інструментів і технологій у Інтернеті для визначення й задоволення потреб і запитів споживачів (покупців) шляхом обміну задля отримання товаровиробником (продавцем) прибутку чи інших вигод. Зі вступом світової економіки в економічну кризу роль Інтернету лише зросла, оскільки завдяки застосуванню інформаційних технологій багато товаровиробників спромоглося не лише знизити витрати на просування і збут продукції, але й розширити наявні й освоїти нові ринки збуту, підвищити ефективність і адресність взаємодії зі споживачами та іншими економічними контрагентами.

Науковий керівник – канд. екон. наук, доцент Бихова О. М.

Література: 1. Манн И. Маркетинг на 100 % / И. Манн. Как стать хорошим менеджером по маркетингу. – М. : Манн, Иванов и Фербер, 2015. – 256 с. **2.** Ламбен Ж.-Ж. Стратегический маркетинг. Европейская перспектива ; пер. с франц. / Ж.-Ж. Ламбен. – СПб. : Наука, 1996. – 589 с. **3.** Мак-Дональд М. Стратегическое планирование маркетинга / М. Мак-Дональд. – СПб. : Питер, 2000. – 266 с. **4.** Котлер Ф. Маркетинг менеджмент / Ф. Котлер. – СПб. : Питер, 2002. – 752 с. **5.** Хартман А. Стратегия успеха в Интернет-экономике / А. Хартман, Дж. Сифони. – М. : Лори, 2001. – 276 с. **6.** Голубков Е. П. Использование Интернета в маркетинге [Електронний ресурс] / Е. П. Голубков // Маркетинг в России и за рубежом. – Режим доступу : http://www.cfin.ru/press/marketing/2002-3/10.shtml. **7.** Орлов П. А. Маркетинг : навч. посіб. / П. А. Орлов, С. І. Косенков, Т. П. Прохорова [та ін.]. – Харків : ВД «ІНЖЕК», 2012. – 528 с.