Молодіжний економічний вісник ХНЕУ ім. С. Кузнеця

№ 11

Електронний журнал

листопад 2017



ХАРКІВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ЕКОНОМІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ІМЕНІ СЕМЕНА КУЗНЕЦЯ

Молодіжний економічний вісник ХНЕУ ім. С. Кузнеця

№ 11

листопад 2017

Електронний журнал

Виходить раз на місяць

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

Затверджено на засіданні вченої ради університету

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 імені Семена Кузнеця (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)***
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 адреса 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, 2017

ЗМІСТ

Агаджанян А. А. Особливості правового забезпечення банківського інвестиційного кредиту 11

Азарова Л. В. Удосконалення системи показників оцінки рівня фінансової безпеки підприємств машинобудівної галузі 15

Ампонса А. Особенности маржинального анализа 20

Андрейко Я. С. Інтегральна оцінка антикризового фінансового управління на підприємствах будівельної галузі 24

Анохіна Я. Г. Особливості оцінювання трудового потенціалу підприємства 28

Бадяєв О. В., Косенко К. В. Аналіз і проблеми розвитку малого та мікропідприємництва в Україні 30

Баранова Н. А. Застосування методу таксономії для визначення рівня інвестиційної привабливості підприємства 34

Білоус П. М. Методика управління витратами суб'єкта підприємництва за кризових умов 37

Бобошко М. О. Вплив валютного курсу на фінансові результати підприємства 40

Бобрицька М. О. Управління оборотними активами підприємства 42

Бойко Ю. Ю. Аналіз ділової активності ПАТ «Звенигородський сироробний комбінат» 44

Бойко О. М. Діагностування розвитку кризових явищ на підприємстві 47

Бондаренко А. А. Удосконалення маркетингової товарної політики підприємства 50

Бондаренко А. І. Ринок праці та проблеми зайнятості населення України 53

Бондаренко М. О. Етапи формування маркетингової стратегії в Інтернеті 56

Варавіна Р. О. Обґрунтування побудови фінансового механізму управління ліквідністю суб'єкта господарювання 58

Вашакідзе Л. К. Діагностування кредитного портфеля банку з позиції кредитного ризику 61

Вергун Т. В. Аналіз фінансової стійкості на прикладі агрофірми ТОВ «Надія» 65

Водолазко О. Є. Формування мінімальної заробітної плати в Україні як державної соціальної гарантії 67

Волосюк В. К. Особливості аналізу діяльності підприємств громадського харчування 69

Волосюк В. К. Особливості застосування теорії масового обслуговування як методу вивчення господарської діяльності 72

Воронова А. В. Застосування ефекту фінансового левериджу в управлінні фінансовою стійкістю підприємства.....75

Воротинцева Р. В. Особливості аналізу діяльності контрагентів підприємства.....78

Глущенко Ю. М., Сергієнко А. В. Поточні зобов'язання та забезпечення підприємств в Україні.....81

Голуб М. А. Підвищення конкурентоспроможності підприємства.....85

Гончаренко А. И. Классификация видов, форм и методов экономического анализа в деятельности субъектов хозяйствования в современных условиях.....88

Гривенко Т. М. Удосконалення аналізу фінансового стану підприємства.....91

Грипась Т. О. Інтернет-технології як інструмент інтегрованих маркетингових комунікацій у діяльності сучасних підприємств.....93

Демченко К. О. Теоретичний огляд та узагальнена класифікація рекрутингу персоналу.....96

Дзюба А. В. Необхідність залучення іноземних інвестицій у економіку України.....99

Дігтярюк А. О. Нечітко-множинний підхід до оцінювання ризику ліквідності банку.....102

Дінжос К. В. Розвиток нетрадиційних інструментів маркетингу на підприємствах України.....105

Донцова Н. Ю. Моделі фінансування оборотних активів підприємства.....107

Древаль А. А. Особливості некомерційного маркетингу в сфері освітніх послуг.....110

Дятченко А. В. Економічна сутність управління фінансовими ризиками підприємства.....112

Єрохіна Д. В. Зарубіжний досвід соціальної політики та побудови системи соціального захисту населення.....115

Єфанов М. С. Методичний підхід до виявлення факторів впливу на рівень фінансової безпеки підприємства.....118

Єфремова О. О. Особливості вдосконалення системи аудиту персоналу на підприємстві.....121

Єфремова О. О. Проблеми й перспективи розвитку рекрутингу персоналу в Україні.....123

Єфремова О. О. Технологія розвитку системи аутплейсменту персоналу на вітчизняних підприємствах.....127

Жукова А. О. Діагностика фінансового стану підприємств молочної галузі України із застосуванням методів кластерного аналізу.....129

Жукова А. О. Оцінювання факторів виникнення фінансових ризиків у діяльності підприємств молочної галузі України 133

Журавель А. С. Конкурентоспроможність підприємства за умов досконалої конкуренції 136

Зайцева О. І. Комунікаційна політика підприємства за сучасних умов 138

Zayceva M. I. The competitiveness as a factor to success of the enterprises 141

Звягінцев П. А. Визначення сутності та ролі управління професійною мобільністю трудових ресурсів 145

Золотайко К. С. Особливості діяльності профспілок і проблеми довіри до них з боку населення України 148

Золотаренко О. О. Інноваційний потенціал як визначний фактор зростання конкурентних переваг будівельної продукції 150

Ібрагімов Е. Ф. Напрями вдосконалення маркетингової товарної політики підприємства 154

Калініна В. Ю. Теоретичні аспекти формування депозитної політики банку 157

Калініна В. Ю. Правове й організаційне забезпечення лізингу в Україні 160

Калюжна А. І. Інтегровані маркетингові комунікації як основа вдосконалення маркетингової діяльності підприємства 163

Капуснік К. С. Формування та регулювання новітніх форм зайнятості в Україні 165

Касьяненко Л. С. Стимулювання персоналу як ефективний метод управління 168

Каци С. І. Сучасні інструменти маркетингових комунікацій в інтернеті 170

Каци С. І. Спеціалісти зі швидкого зростання у сфері інформаційних послуг 173

Ковальчук М. М. Роль індексу людського розвитку в Україні та перспективи його підвищення 175

Кожемякіна А. Д., Троян Н. Р. Психологічні прийоми ціноутворення: сутність та особливості застосування 177

Колпак А. В. Діагностика ефективності використання позикових коштів підприємств машинобудівної галузі України із застосуванням кластерного аналізу 180

Колпак А. В. Оптимізація структури капіталу підприємств машинобудівної галузі України на основі вирішення задачі нелінійного програмування 184

Коновалов Б. П. Основи формування іміджу конкурентоспроможного підприємства 188

Корона А. С. Механізм управління прибутковістю суб'єктів господарювання 190

Косенко Є. Р. Особливості дебіторської заборгованості підприємств житлово-комунального господарства України 194

Кохан О. К. Фактори впливу на рівень інвестиційної привабливості суб'єкта підприємництва 196

Кочеткова А. О. Організація внутрішнього контролю та оцінювання його ефективності за сучасних умов 199

Кочина О. Р. Стан і перспективи розвитку житлово-комунального господарства України 202

Кошева О. М. Аналіз обігу корпоративних облігацій на фінансовому ринку України 204

Кошель Д. Ю. Прогнозування фінансових результатів підприємства із застосуванням методу часових рядів 207

Кривко В. С. Приховане безробіття в Україні: причини, наслідки та шляхи подолання 211

Ксенофонтова Ю. Ю. Порівняльна характеристика вітчизняного та зарубіжного споживчого кошика 213

Кукавська О. О. Особливості правового регулювання праці неповнолітніх в Україні 216

Кулібаба А. Ю. Транспортна психологія та проблеми надійності підготовки сучасних водіїв 218

Купор І. М. Сутність і перспективи розвитку інтернет-банкінгу в Україні 221

Литинська Ю. О. Аналітичне забезпечення діагностики дебіторської заборгованості агрофірми ТОВ «Надія» 223

Литинська Ю. О. Коефіцієнтний аналіз дебіторської заборгованості агрофірми ТОВ «Надія» 226

Лішенко. О. Є. Нестандартна форма зайнятості як засіб боротьби з безробіттям 229

Ліщенко Ю. О. Удосконалення організації заробітної плати на підставі системи управління за цілями 231

Лозовий Д. І. Прогнозування кризи на підприємстві із застосуванням марковських процесів 234

Лоцько О. І. Визначення впливу факторних змінних на показник ліквідності банку 236

Лук'янчикова В. Б. Аналіз сучасного стану ринку автомобілів та автозапчастин України 238

Лященко А. А. Кадрова безпека як важливий елемент у системі управління персоналом підприємства 241

Максимовська А. О. Передумови та перспективи розвитку фрілансу в Україні 244

Малишева Д. С. Теоретичні основи визначення сутнісних характеристик кредитоспроможності підприємства 247

Мановицький М. Г. Комплексне оцінювання банком інвестиційного проекту 250

Манюк М. С. Управління товарним асортиментом підприємства 253

Манюк М. С. Розвиток сфери культурно-розважальних послуг в Україні 256

Марченко І. С. Основні тенденції SMM просування в Україні 259

Мезенцева Д. С. Визначення ступеня кредитного ризику банку на основі моделі динамічного нормативу 262

Мироненко М. В. Сутність і класифікаційні аспекти фінансових ризиків підприємства 265

Миросенко В. І. Персонал як фактор загрози кадровій безпеці підприємства 268

Михалюк О. М. Планування трудової кар'єри керівника як фактор його професійного зростання 271

Михалюк О. М. Розвиток персоналу як фактор успішної діяльності суб'єктів підприємництва 274

Мовчан А. С. Внутрішні фактори депозитної активності банку 277

Мовчан А. С. Проблеми та перспективи участі банків у лізингових відносинах 281

Моргунов Р. В. Оцінювання пріоритетності альтернатив вибору напрямів підвищення фінансової стійкості банку методом аналізу ієрархій 286

Музика Є. І. Аналіз впливу зовнішніх факторів на діяльність підприємства будівельної галузі 289

Насильнєв О. В. Шляхи підвищення конкурентоспроможності підприємства 293

Наумова М. В. Застосування таксономічного показника в управлінні кредитними операціями банку 295

Некрасова К. Д. Демографічна ситуація в Україні 298

Несвятипаска Є. С. Фінансовий лізинг як джерело фінансування інвестиційних проектів 300

Никитчук В. Л. Сутність і види фінансових ризиків у системі ризик-менеджменту підприємства 305

Нурлаєва Е. Л. Порівняльний аналіз сучасних методів оцінювання фінансових результатів підприємства 308

Овсяннікова В. С. Аналіз фінансової безпеки банківської системи України 311

Опаріна О. В., Гречка В. М. Методологічні основи аналізу руху грошових потоків підприємства 315

Осадча В. В. Формування ефективної системи матеріального стимулювання працівників 319

Осмолович А. М. Основні етапи й особливості формування партнерських відносин на підприємстві.....322

Павліченко М. К. Побудова стратегічної карти антикризового управління фінансами підприємства.....324

Пасічник М. Ю. Стратегічна карта як інструмент підвищення ефективності стратегічного контролю.....327

Петренко Є. І. Аналітичне забезпечення оцінювання фінансового стану підприємства.....331

Плюшкіна А. Л. Сутність і методи управління капіталом підприємства.....335

Полякова Я. М. Методичні підходи до аналізу управління виробничим потенціалом підприємства.....338

Помазан М. Є. Основні напрямки спрощення змісту зовнішньоекономічного контракту.....340

Потякова К. О. Удосконалення системи збуту на підприємстві.....342

Пятак В. В. Недержавне пенсійне забезпечення як напрям розширення системи соціального захисту населення України.....345

Рєпіна М. О. Формування фінансової стратегії підприємства.....348

Рєпіна Ю. О. Аналіз фінансового потенціалу підприємства.....351

Різуненко Ю. О. Особливості аналізу фінансового стану підприємства.....355

Роговец И. С. Исследование принципов корпоративного управления.....357

Руденко В. О. Молодіжна міграція: причини та наслідки.....359

Руденок С. Є. Теоретичні аспекти експрес-аналізу фінансового стану підприємства.....362

Савіська Т. Е. Раціональна організація праці як важлива складова успішної діяльності.....363

Селезень К. В. Актуальні проблеми працевлаштування молоді в Україні.....367

Селецька Д. М. Сутність і підходи до формування фінансових ресурсів підприємства.....369

Семенюк В. Г. Прогнозування прибутку підприємства будівельної галузі.....372

Сергієнко А. В. Нестандартні методи мотивації персоналу.....376

Симперович Е. А. Сущностные характеристики корпоративного управления.....378

Сімперович К. О. Проблеми та перспективи розвитку трудових ресурсів в Україні.....381

Синолиця В. М. Вплив зовнішньоекономічної діяльності на соціально-економічний розвиток регіонів України.....383

Сиритченко Т. И. Проблемы занятости и безработицы в Украине.....386

Ситнік Д. С. Проблеми адаптації молоді на вітчизняних підприємствах.....388

Скрипнік В. В. Кореляційно-регресійна модель оцінювання антикризового фінансового управління підприємством 390

Соловей Ю. П. Структурно-функціональна модель управління фінансовою безпекою підприємства 393

Соловйова Г. А. Трудові конфлікти на підприємстві: причини та методи запобігання 398

Становська А. П. Ведення корпоративного блогу як PR-технологія 400

Старцева В. М. Аналіз ефективності використання основних засобів в установах охорони здоров'я 402

Старцева В. М. Оцінювання ефективності використання оборотних активів на підприємствах машинобудівної галузі 404

Струцька Н. В. Використання процесного та системного підходів у процесі управління фінансовими ресурсами підприємства 407

Тарасенко І. Ю. Види ризиків банківської діяльності та методи їх зниження 410

Тарасенко І. Ю. Роль банківського інвестиційного кредиту в розвитку національної економіки 414

Татевосян Д. А. Проблема плинності кадрів на підприємстві 417

Теличко Б. І. Оцінювання соціальних програмних витрат бюджету США 420

Теличко Б. І. Соціальні та фінансові ризики у процесі управління дефіцитом бюджету 423

Тесленко В. В. Лізинг як вид підприємницької діяльності 426

Ткаченко В. О. Сучасні тенденції реформування пенсійної системи в Україні 429

Ткаченко М. В. Підхід до оцінки ефективності управління фінансовою стійкістю підприємства 432

Тороєва В. О. Визначення сутності поняття «інноваційний банківський продукт» 435

Третьякова К. І. Економічна безпека сучасного підприємства 441

Трехліб О. О. Комплексна система управління якістю продукції: зарубіжний досвід 444

Тункель Н. Д. Перспективи розвитку банківського інвестиційного кредитування 447

Урум А. Д. Класифікаційні аспекти фінансових результатів підприємства 450

Федоренко І. О. Шляхи зниження витрат виробництва 453

Федорук М. Е. Інтегральне оцінювання рівня фінансового потенціалу підприємства 455

Федулова Н. О. Поняття ліквідності та платоспроможності банку, методи управління ними 458

Федченко Д. Ю. Резерви збільшення прибутку підприємства 461

Фірсова О. О. Фінансовий стан підприємства:
фактори впливу та шляхи стабілізації 464

Цигичко С. М. Факторний аналіз ефективності діяльності підприємства
із застосуванням трифакторної моделі «Dupont» 467

Чарыев С. Б. Анализ современного финансово-экономического
состояния машиностроительной отрасли Украины 469

Чорнуха М. Ю. Удосконалення управління маркетинговою
діяльністю підприємства 472

Чечоткіна Г. О. Тенденції розвитку трудової мотивації з позиції
системного підходу за сучасних умов господарювання 475

Шабатько Л. М. Соціальний захист працівників на вітчизняних
підприємствах: напрями та особливості реалізації 477

Шавкун О. І. Ризики іпотечного кредитування та методи
управління ними 480

Шмакова Н. О. Управління кадровим потенціалом підприємства 483

Юдченко Б. О. Методи мінімізації кредитного ризику
при банківському кредитуванні 485

Юрченко А .В. Проблеми кредитування та розвитку малого бізнесу
в Україні 489

Юхно Л. К. Вплив безробіття на обсяги валового внутрішнього
продукту України 491

Якобсон В. В. Сучасні тенденції розвитку маркетингових комунікацій
у соціально-культурній сфері 494

Ясененко А. І. Проблеми формування маркетингової товарної
політики вітчизняних підприємств 496

Ясененко М. І. Теоретичні основи здійснення інноваційної
діяльності торговельних підприємств 499

Яхін О. Г. Зарубіжний досвід оцінювання кредитних ризиків банку 502

ОСОБЛИВОСТІ ПРАВОВОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ БАНКІВСЬКОГО ІНВЕСТИЦІЙНОГО КРЕДИТУ

УДК 336.37

Агаджанян А. А.

Студент 4 курсу
фінансового факультету ХНЕУ ім. С. Кузнеця

Анотація. *Розглянуто стан правового забезпечення інвестиційного кредитування, а також роль держави у здійсненні інвестиційної діяльності. Запропоновано шляхи підвищення ефективності інвестиційної діяльності банківського кредитування. Проаналізовано особливості правового забезпечення й значення банківського кредитування інвестиційних проектів як фактора розширення інвестиційної сфери.*

Ключові слова: *держава, економіка, банк, банківська установа, банківська система, правове забезпечення, законодавство, інвестиційний кредит, інвестиційна діяльність.*

Аннотация. *Рассмотрено состояние правового обеспечения инвестиционного кредитования, роль государства в осуществлении инвестиционной деятельности. Предложены пути повышения эффективности инвестиционной деятельности банковского кредитования. Проанализированы особенности правового обеспечения и значение банковского кредитования инвестиционных проектов как фактора расширения инвестиционной сферы.*

Ключевые слова: *государство, экономика, банк, банковское учреждение, банковская система, правовое обеспечение, законодательство, инвестиционный кредит, инвестиционная деятельность.*

Annotation. *The state of legal provision of investment lending, the role of the State in the implementation of investment activity is considered. The ways of raising the efficiency of investment activity of bank lending are proposed. The features of legal support and importance of bank lending of investment projects as a factor of expansion of the investment sphere are presented.*

Keywords: *state, economy, bank, banking institution, banking system, legal support, legislation, investment credit, investment activity.*

Інвестиційне кредитування є одним із традиційних банківських продуктів, на рівень попиту та пропозиції якого впливають чимало факторів. Поглиблення конкурентної боротьби на ринку банківських послуг визначає необхідність для вітчизняних банків звернути увагу на перспективу кредитних операцій довгострокового характеру. Формування й удосконалення механізму інвестиційного кредитування є важливою складовою банківського менеджменту, оскільки дозволяє:

– розширити коло послуг, що надаються клієнтам;

– підвищити конкурентоспроможність банку та його філій;

– забезпечити покращення іміджу банку, а також зростання довіри до нього з боку власників, інвесторів, керівників підприємств і організацій.

Дослідженню проблем і перспектив банківського інвестиційного кредитування присвячено праці відомих вітчизняних і зарубіжних науковців, серед них Мороз А., Васюренко М., Вовчак О., Любунь О., Пересада А. та ін.

Метою написання статті є аналіз сучасного стану законодавчого регулювання банківського кредитування інвестиційної діяльності в Україні та визначення основних проблем, які перешкоджають реальному сектору залучати банківські кредити.

За умов фінансово-економічної кризи та нестабільності монетарної політики Національного банку України вирішення проблем щодо фінансового забезпечення інвестиційних проектів і диверсифікації інвестиційних ресурсів банків є достатньо актуальним завданням. Основними причинами, що стримують надання українськими банками довгострокових кредитів суб'єктам господарювання, є високий рівень кредитних ризиків, короткостроковий характер ресурсної бази банків, низька капіталізація банків, неплатоспроможність більшості позичальників, відсутність реальної гарантії повернення ними кредитів і ліквідної застави, відсутність ринку ефективних інвестиційних проектів. Можна виділити такі основні проблеми, що потребують вирішення на макрорівні, задля покращення інвестиційного клімату та забезпечення подальшого розвитку банківського інвестиційного кредитування:

– недосконалість і нестабільність законодавчої бази;

– високий рівень процентних ставок за банківськими кредитами;

© Агаджанян А. А., 2017

– неоптимальне податкове навантаження;

– високий рівень державного регулювання підприємницької діяльності;

– необхідність отримання численних узгоджень кредитування й оформлення застави;

– відсутність дієвого стимулювання при оподаткуванні інвестиційних активів, високі темпи інфляції [1].

Однією з головних проблем є законодавче та нормативно-правове забезпечення. В Україні діє близько ста законодавчих і нормативних актів, які регулюють інвестиційну діяльність. Але для більшості з них характерними є мінливість, нечіткість, розпорошеність, суперечливість і нестабільність правових положень, що регулюють кредитну та інвестиційну діяльність. Фактично одні й ті самі правові документи містять статті, які припиняють чи скасовують дію попереднього документа в повному обсязі, у тому числі й щодо гарантій від зміни законодавства [2; 3].

Результативність заходів зі стабілізації економіки, які здійснюються нині в Україні, пошук шляхів забезпечення прискореного розвитку національної економіки значною мірою визначаються надійністю банківської системи й адекватністю її діяльності до реального стану економіки. За умов низького інвестиційного потенціалу держави, недостатнього рівня розвитку фінансового ринку, обмежених можливостей підприємств самостійно фінансувати інвестиційні проекти роль банків у активізації інвестиційної діяльності значно посилюється. І хоча останнім часом питома вага капіталовкладень за рахунок довгострокових банківських кредитів зростає, вона тим не менш є на кілька порядків нижчою, ніж у країнах Західної Європи. Тобто, незважаючи на позитивні зміни в динаміці та структурі кредитного портфеля банків, проблеми збільшення частки довгострокових кредитів, спрямованих у інвестиційну діяльність та в пріоритетні галузі економіки, залишаються актуальними [4].

Державна інвестиційна політика є системною та цілеспрямованою діяльністю певних державних органів зі створення й реалізації спеціального алгоритму заходів щодо розвитку інвестиційного ринку або окремих його сегментів за допомогою формування відповідного за змістом нормативно-правового забезпечення інвестиційних відносин, застосування необхідних засобів їх державного регулювання та прямої участі держави як суб'єкта цих відносин, що базуються на узгодженій моделі такого ринку, яка закріплена у Державній програмі інвестиційного розвитку (рис. 1) [5; 6].



Рис. 1. **Форми державного регулювання умов для інвестицій**

Підвищення ефективності управління банківською інвестиційною діяльністю нині має надзвичайно важливе значення для забезпечення подальшого розвитку інвестиційної діяльності, а також економіки України в цілому. Фінансова і політична криза значно звузила внутрішні джерела для інвестицій. На сьогодні для економічного розвитку нашої держави обсяг внутрішніх фінансових ресурсів є недостатнім. Тому для всебічних економічних, політичних і соціальних перетворень необхідним є залучення довгострокового капіталу стратегічних іноземних інвесторів.

На основні показники соціально-економічного розвитку країни безпосередньо впливає інвестиційний клімат. Позитивний інвестиційний клімат сприяє вирішенню соціальних проблем, забезпечує високий рівень зайнятості населення, дозволяє оновлювати виробництво, проводити модернізацію й нарощування основних фондів підприємств, упроваджувати новітні технології тощо. Проте міжнародні фінансові ресурси для України стали практично недоступними. Багато міжнародних інвесторів вимушені обережніше ставитися до ризиків у країні [5].

Проблемним на сьогодні залишається й залучення довготермінових кредитів банківських установ, що зумовлено високим ступенем ризику. Ситуація ускладнюється відсутністю в Україні спеціалізованих інвестиційних банків. За даними Держкомстату України, у структурі джерел фінансування інвестиційної діяльності переважа-

ють власні кошти підприємств та організацій, фінансування за рахунок кредитів банків та інших позик є обмеженим, всі ж інші джерела фінансування мають порівняно невелику частку, яка практично не змінюється [8].

Обсяг інвестованих власних коштів підприємств значно скоротився: у 2013 р. – на 29 %, до 115,0 млрд грн, що значно нижче показника 2008 р. Процес відновлення інвестиційної активності підприємств у посткризовий період розпочався у 2014 р. За рік за рахунок власних коштів підприємствами було інвестовано близько 152,3 млрд грн. Найбільший обсяг банківських інвестиційних кредитів був у 2014 р., він становив 100, 2 млрд грн, або 31,2 % [8]. У 2015 р. загальний обсяг фінансування скоротився на 43,8 млрд грн, що становило 17,7 %. Підприємства за рахунок власних коштів профінансували 71,5 % капітальних інвестицій, а за рахунок коштів банків – лише 8,8 %, менше, ніж під час світової фінансової кризи. У січні-грудні 2016 р. підприємствами й організаціями за рахунок усіх джерел фінансування освоєно 251,2 млрд грн інвестицій, що у порівнянних цінах на 1,7 % менше від обсягу інвестицій за відповідний період попереднього року (рис. 2) [8].



Рис. 2. **Інвестиційні кошти підприємств, 2008–2016 рр.**

Головним джерелом фінансування інвестиційних проектів залишаються власні кошти підприємств і організацій, за рахунок яких освоєно 67,4 % загального обсягу, тоді як частка кредитів банків становила лише 7,3 %. За рахунок державного та місцевих бюджетів освоєно 7,4 % інвестицій. У той час як за сучасних умов одним із ключових фінансових джерел формування інвестиційних ресурсів є кошти іноземних інвесторів, інвестиції, здійснені за рахунок їх використання, зокрема кредитних коштів на інвестиційні проекти, протягом періоду 2008–2016 рр. стабільно становлять близько 2–4 % загального обсягу капіталовкладень (рис. 3) [8].

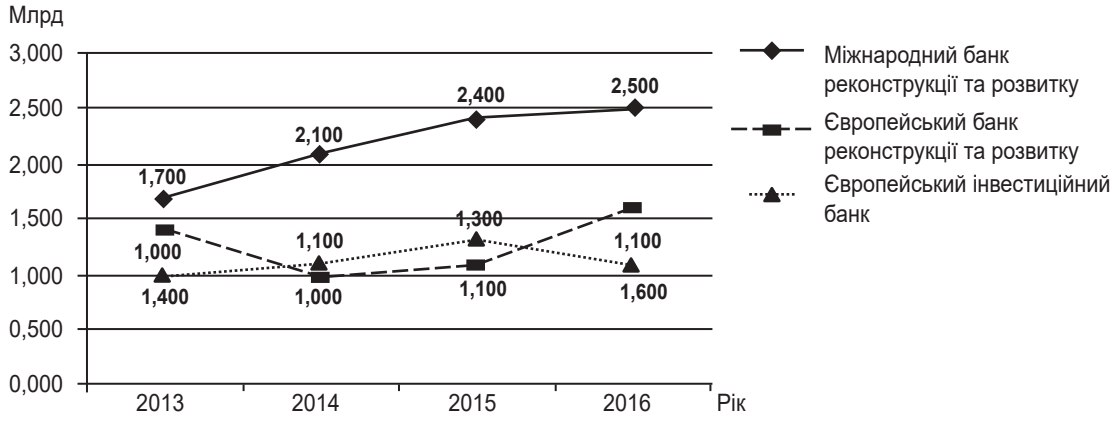


Рис. 3. **Форми державного регулювання умов для інвестицій**

За даними звітів про виконання державного бюджету Державної казначейської служби України, до спеціального бюджету у 2013–2016 рр. залучалися кредитні кошти на інвестиційні проекти міжнародних та іноземних кредиторів, головними з яких є Міжнародний банк реконструкції та розвитку, Європейський банк реконструкції та розвитку та Європейський інвестиційний банк.

Нині Україна відстає від більшості розвинених країн майже за всіма макроекономічними критеріями та оцінками і залишається на периферії інвестиційних потоків. Недостатній рівень залучення інвестиційних ресур-

сів ускладнився впливом світової фінансово-економічної кризи, унаслідок чого суттєво погіршився фінансовий стан підприємств, різко зменшилася їх прибутковість і кредитоспроможність, відбулося скорочення позикових ресурсів, а також спостерігається високий ступінь невизначеності щодо глибини та тривалості кризи, що стало основною причиною згортання інвестиційної діяльності [9].

Проблемним питанням інвестиційного кредитування на сьогоднішній день є також висока ціна на позичковий капітал. Інфляційні очікування спричиняють сподівання вкладників отримати від банків високі відсотки за розміщені в них кошти. Це не дає змоги банкам сформувати недорогі кредитні ресурси. Кредитуючи окремі програми, банки самостійно визначають рівень ризику кредитних операцій, оцінюють фінансовий стан позичальників і вартість застави в межах чинного законодавства. Намагаючись убезпечити себе від ризику неповернення кредиту, банки часто завищують процентні ставки за кредитами, бо за позиками ризикових клієнтів необхідно формувати більший розмір резервного фонду, що зменшує прибутки банку. Однак, така політика банків не сприяє ефективному кредитуванню економіки, оскільки підвищення плати за користування коштами не означає, що певний суб'єкт господарської діяльності зможе в майбутньому повернути кредит. Практика показує, що проценти на позичковий капітал можуть навіть перевищувати потенційний рівень рентабельності інвестиційних проектів позичальників [8].

Узагальнюючи вищезазначене, можна стверджувати, що інвестиційний кредит розглядається як інвестиційний ресурс, якщо він є використовуваним для розширеного відтворення, тобто для відтворення капіталу позичальника в розширених масштабах. Сферу інвестиційного банківського кредитування становлять кредити, які вкладаються в об'єкти реального інвестування, пов'язані з відтворенням засобів виробництва, матеріально-речових цінностей, а також пов'язані з інноваціями [9].

Особливістю банківського кредитування інвестиційних проектів, що відрізняє його від інших видів кредитування, є те, що воно мусить одночасно відповідати вимогам Закону України «Про інвестиційну діяльність», який регламентує здійснення інвестиційної діяльності в цілому на території України, та вимогам законодавчих і нормативних актів, які регулюють банківську діяльність стосовно кредитування [10]. Принципи банківського кредитування є вихідними положеннями, на яких ґрунтується теорія і практика кредитного процесу. Ці положення зумовлені цілями та завданнями, що стоять перед банками, а тому відображають об'єктивні закономірності розвитку та функціонування кредитних відносин.

Вважаємо за доцільне:

– змінити систематизацію та кодифікацію законів і нормативно-правових актів;

– прийняти банківський закон щодо регулювання сфери кредитування, валютного регулювання й контролю;

– прийняти Закони України «Про банківський кредит», «Про банкрутство фізичної особи»;

– удосконалити законодавство стосовно захисту прав кредиторів і вкладників банків, зокрема Закони України «Про банки і банківську діяльність», «Про забезпечення вимог кредиторів та реєстрацію обтяжень», «Про систему гарантування вкладів фізичних осіб», «Про заставу», «Про організацію формування та обігу кредитних історій».

Науковий керівник – канд. екон. наук, доцент Дзеніс В. О.

Література: 1. Мороз А. М., Савлук М. І., Пуховкіна М. Ф. Банківські операції : підручник. Київ : КНЕУ, 2000. 476 с. **2.** Васюренко О. В. Банківський менеджмент : навч. посіб. Київ : Академія, 2001. 320 с. **3.** Вовчак О. Д. Зарубіжний досвід банківської інвестиційної діяльності та можливості його застосування в Україні // Економічна система України: минуле, сучасне, майбутнє : матеріали міжнародної науково-практичної конференції (Львів, 21–22 жовтня 2013 р.). Львів : ЛНУ ім. Івана Франка, 2013. С. 62–64. **4.** Денисенко М. П., Любунь О. С. Бізнес-планування у банку : навч. посіб. Київ : Атіка, 2006. 288 с. **5.** Пересада А. А., Майорова Т. В. Управління банківськими інвестиціями : монографія. Київ : КНЕУ, 2004. 388 с. **6.** Луців Б. Л. Кредитно-інвестиційна діяльність банків України : дис. … д-ра екон. наук : 08.04.01. Тернопіль, 2005. 472 с. **7.** Про інвестиційну діяльність : Закон України від 18.09.1991 № 1560-12 // База даних «Законодавство України» / Верховна Рада України. URL: http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/1560-12. **8.** Статистична інформація // Офіційний сайт Державної служби статистики України. URL: http://www.ukrstat.gov.ua. **9.** Петрова Н. Б., Мущинська Н. Ю., Чеканова Л. Г. Інноваційний менеджмент у прикладах і завданнях : навч. посіб. Харків : ХНАМГ, 2009. 248 с. **10.** Про схвалення Концепції Державної цільової економічної програми розвитку інвестиційної діяльності на 2011–2015 рр. : Закон України від 29.09.2010 № 1900-р // База даних «Законодавство України» / Верховна Рада України. URL: http://zakon5.rada.gov.ua/laws/show/1900-2010-%D1%80.

УДОСКОНАЛЕННЯ СИСТЕМИ ПОКАЗНИКІВ ОЦІНКИ РІВНЯ ФІНАНСОВОЇ БЕЗПЕКИ ПІДПРИЄМСТВ МАШИНОБУДІВНОЇ ГАЛУЗІ

УДК 338.439.5:637.1

Азарова Л. В.

Магістрант 2 року навчання
фінансового факультету ХНЕУ ім. С. Кузнеця

Анотація. *Проаналізовано методичні підходи до оцінки рівня фінансової безпеки підприємства. Із застосуванням кореляційного аналізу сформовано уточнений перелік показників, що впливають на рівень фінансової безпеки підприємства. Удосконалено методику інтегральної оцінки рівня фінансової безпеки підприємства за рахунок застосування уточненої системи показників.*

Ключові слова: *економіка, підприємство, фінанси, фінансова безпека, інтегральна оцінка, кореляційний аналіз, таксономічний аналіз, закон Фібоначчі.*

Аннотация. *Проанализированы методические подходы к оценке уровня финансовой безопасности предприятия. С применением корреляционного анализа сформирован уточненный перечень показателей, влияющих на уровень финансовой безопасности предприятия. Усовершенствована методика интегральной оценки уровня финансовой безопасности предприятия за счет применения уточненной системы показателей.*

Ключевые слова: *экономика, предприятие, финансы, финансовая безопасность, интегральная оценка, корреляционный анализ, таксономический анализ, закон Фибоначчи.*

Annotation. *Methodical approaches to assessing the level of financial security of an enterprise are analyzed. With the use of correlation analysis, a refined list of indicators influencing the level of financial security of the enterprise was formed. The method of integral evaluation of the level of financial security of an enterprise by applying a refined system of indicators has been improved.*

Keywords: *economy, enterprise, finance, financial security, integral estimation, correlation analysis, taxonomic analysis, Fibonacci law.*

За кризових умов розвитку економіки, що характеризуються значним коливанням факторів внутрішнього й зовнішнього середовищ функціонування підприємств, зростання рівня загроз їх фінансовим інтересам з боку окремих суб'єктів господарювання, підвищення рівня фінансових ризиків, однією з актуальних проблем сьогодення є забезпечення фінансової безпеки підприємства. Кожна галузь господарювання є унікальною, чим зумовлено необхідність формування методики оцінки фінансової безпеки підприємства, що враховувала б приналежність підприємства до конкретної галузі.

Проблемами оцінки фінансової безпеки суб'єктів підприємництва займалися вітчизняні та зарубіжні науковці, серед них Кракос Ю. Б., Розгон Р. О., Блажевич О. Г., Каркавчук В. В., Євдокимов Ф. І., Єпіфанов А. О., Пластун О. Л., Орлова О. А. та ін. Однак, на сьогодні відсутній єдиний погляд щодо здійснення оцінки фінансової безпеки суб'єктів підприємництва, крім того, існуючі методики характеризуються наявністю дискусійних моментів.

Метою написання статті є вдосконалення методичного підходу до оцінки рівня фінансової безпеки підприємства на основі визначення комплексу її складових і врахування специфічних характеристик галузі.

Інформаційною базою дослідження є фінансова звітність машинобудівних підприємств Харківської області: ПрАТ «Куп'янський машинобудівний завод», ДП завод «Електроважмаш», ПАТ «Харківський верстатобудівний завод», ПАТ «Електромашина», ПрАТ «Харківський електротехнічний завод «Трансзв'язок», ПАТ «Харківський електротехнічний завод «Укрелектромаш», ПрАТ «НВП «Теплоавтомат», що мають подібну структуру капіталу та рівень поточної ліквідності.

Проаналізуємо тринадцять методик оцінювання рівня фінансової безпеки підприємства для визначення показників, що найчастіше використовуються для оцінки фінансової безпеки (табл. 1) [2]. Найчастіше автори використовують коефіцієнт поточної ліквідності та коефіцієнт автономії, вони присутні у 11 із 13 методик. Коефіцієнт фінансового ризику є використовуваним у дев'яти методиках, рентабельність активів – у восьми.

© Азарова Л. В., 2017

Таблиця 1

Порівняльна характеристика вибору показників щодо оцінювання рівня фінансової безпеки підприємства

Автори	Кпл	Ка	Кфр	Ра	Кал	Кмвк	Рвк	Оа	Ооа	Овк	Скдз	Кмл	Одз
Кракос Ю. Б., Розгон Р. О.	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+		
Блажевич О. Г.	+	+	+	+	+		+	+	+	+		+	
Каркавчук В. В.	+	+	+		+	+						+	
Євдокимов Ф. І.	+	+		+	+			+				+	+
Єпіфанов А. О., Пластун О. Л.	+		+	+				+					
Кім Ю. Г., Кудря І. В., Кириченко О. А.	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+		
Михайленко В. М., Ареф'єв В. О.		+				+							
Александров І. А., Орлова О. А., Половян А. В.	+	+	+	+	+	+	+		+	+	+		+
Ілляшенко С. М.													
Ревенчук Н. Й.	+	+	+	+	+	+		+	+			+	
Медведєва І. Б., Погосова М. Ю.	+	+	+				+						+
Папехін Р. С.	+	+		+			+				+		
Гаврилюк Т. Ю.	+	+	+			+			+	+			+
Разом	11	11	9	8	7	7	6	6	6	5	4	4	4

*Кпл – коефіцієнт поточної ліквідності; Ка – коефіцієнт автономії; Кфр – коефіцієнт фінансового ризику; Ра – рентабельність активів; Кал – коефіцієнт абсолютної ліквідності; Кмвк – коефіцієнт маневреності власного капіталу; Рвк – рентабельність власного капіталу; Оа – оборотність активів; Ооа – оборотність оборотних активів; Овк – оборотність власного капіталу; Скдз – співвідношення кредиторської та дебіторської заборгованості; Кмл – коефіцієнт миттєвої ліквідності; Одз – оборотність дебіторської заборгованості.

Щоб додати визначені показники до вдосконаленої методики, слід перевірити ці показники на мультиколінеарність і відкинути ті, що мають високий рівень кореляції з іншими показниками (коефіцієнти кореляції яких перевищують 0,80–0,85) [4].

Для виявлення мультиколінеарності розраховано парні коефіцієнти кореляції між показниками, виокремленими в ході дослідження. Для проведення кореляційного аналізу використано 35 досліджуваних періодів, що відповідає умові проведення аналізу. Результати кореляційного аналізу можна вважати адекватними, якщо кількість досліджуваних періодів перевищує 2n+1, тобто в цьому випадку 27 періодів.

За допомогою програмного середовища Statistica сформовано матрицю коефіцієнтів парної кореляції (рис. 1) [1; 4].

Correlations (Spreadsheet21)
Marked correlations are significant at p < ,05000
N=35 (Casewise deletion of missing data)

Variable	Одз	Ка	Кмл	Ра	Кал	Скдз	Ооа	Рвк	Кфр	Овк	Оа	Кпл	Кмвк
Одз	1,000000	0,648912	-0,156272	0,183090	0,276312	0,165293	0,556987	-0,000279	-0,030491	0,249505	0,382538	0,078438	-0,36263
Ка	0,648912	1,000000	0,126048	0,008654	0,440033	0,000250	0,396499	-0,231578	0,300769	0,475337	0,299248	0,477486	-0,60252
Кмл	-0,156272	0,126048	1,000000	0,250704	0,606201	-0,430077	0,200733	0,041939	0,097044	0,297756	0,430009	0,863139	0,13749
Ра	0,183090	0,008654	0,250704	1,000000	0,215750	-0,015960	0,249185	0,150116	0,138168	0,235398	0,246697	0,195615	-0,13499
Кал	0,276312	0,440033	0,606201	0,215750	1,000000	-0,276139	0,257814	-0,040587	0,124962	0,432576	0,439883	0,687022	-0,11137
Скдз	0,165293	0,000250	-0,430077	-0,015960	-0,276139	1,000000	-0,287046	0,043165	-0,125756	-0,242496	-0,413423	-0,381423	-0,10553
Ооа	0,556987	0,396499	0,200733	0,249185	0,257814	-0,287046	1,000000	0,076629	-0,091867	0,416564	0,908716	0,147795	-0,19804
Рвк	-0,000279	-0,231578	0,041939	0,150116	-0,040587	0,043165	0,076629	1,000000	-0,661657	-0,549895	0,060988	-0,044682	0,50855
Кфр	-0,030491	0,300769	0,097044	0,138168	0,124962	-0,125756	-0,091867	-0,661657	1,000000	0,792570	-0,055578	0,181376	-0,74595
Овк	0,249505	0,475337	0,297756	0,235398	0,432576	-0,242496	0,416564	-0,549895	0,792570	1,000000	0,490436	0,310553	-0,77607
Оа	0,382538	0,299248	0,430009	0,246697	0,439883	-0,413423	0,908716	0,060988	-0,055578	0,490436	1,000000	0,327334	-0,07245
Кпл	0,078438	0,477486	0,863139	0,195615	0,687022	-0,381423	0,147795	-0,044682	0,181376	0,310553	0,327334	1,000000	0,00741
Кмвк	-0,362639	-0,602527	0,137498	-0,134996	-0,111374	-0,105535	-0,198045	0,508552	-0,745955	-0,776075	-0,072451	0,007411	1,00000

Рис. 1. **Матриця коефіцієнтів парної кореляції між показниками методик оцінки фінансової безпеки підприємства**

Відповідно до рис. 1 між окремими показниками наявний тісний зв'язок, що свідчить про існування мультиколінеарності. Кореляція між коефіцієнтом поточної та миттєвої ліквідності становить 0,863, що свідчить про наявність тісного зв'язку між цими двома змінними. Отже, у моделі слід залишити лише один із цих показників, а саме коефіцієнт поточної ліквідності, адже згідно із дослідженням його частіше використовують для оцінки фінансової безпеки підприємства.

Коефіцієнт маневреності власного капіталу корелює з коефіцієнтом фінансового ризику й оборотністю власного капіталу. Кореляція між цим показником та оборотністю власного капіталу становить -0,776, а з коефіцієнтом фінансового ризику -0,746, відповідно, доцільним є вилучення коефіцієнта маневреності власного капіталу.

Між показником оборотності активів та оборотністю оборотних активів спостерігається дуже тісний зв'язок, кореляція становить 0,909. Доцільним є вилучення показника оборотності активів з методики, адже на більшості підприємств машинобудування спостерігається легка структура активів за рахунок великої вартості готової продукції та сировини. Отже, саме оборотність оборотних активів має більший вплив на рівень фінансової безпеки підприємства.

Кореляція між коефіцієнтом фінансового ризику та оборотністю власного капіталу становить 0,7926, що свідчить про наявність тісного зв'язку. Доцільним є вилучення оборотності власного капіталу з методики, адже науковці використовують цей показник досить рідко.

Отже, згідно із проведеним аналізом коефіцієнтів парної кореляції з методики оцінки фінансової безпеки підприємства необхідно вилучити коефіцієнт миттєвої ліквідності, коефіцієнт маневреності власного капіталу, оборотність активів та оборотність власного капіталу, що забезпечить відсутність мультиколінеарності між окремими показниками методики.

Показники, що залишилися, доцільно використовувати для формування методики оцінки фінансової безпеки підприємств машинобудівної галузі Харківської області. Сформована сукупність показників відображає ліквідність, рентабельність, ділову активність та структуру капіталу підприємства.

Для побудови методики оцінки фінансової безпеки підприємства необхідно також надати показникам вагових коефіцієнтів. У дослідженні зроблено припущення про рівнозначність показників. Отже, для розрахунку рівня фінансової безпеки підприємств необхідним є розрахунок таксономічного показника. Він може набувати значень в інтервалі [0; 1] та має при цьому таку інтерпретацію: окремий об'єкт (процес) у цьому періоді тим більше розвинений, чим ближче значення узагальнюючого показника до одиниці [3].

У цьому зв'язку до складу матриці вихідних значень залучимо показники, що входять до методики оцінки фінансової безпеки досліджуваних підприємств за період 2012–2016 рр.

Після виконання всіх етапів процесу розрахунку таксономічного показника фінансової безпеки підприємства розраховані значення необхідно оцінити за законом Фібоначчі. Мінімальне значення шкали дорівнює 0 балів, а максимальне – 1 бал, адже саме у цьому інтервалі варіює коефіцієнт таксономії. Відповідно до цього закону, інтервали значень рівнів показників визначаються за системою, яку подано у формулі 1:

$$\begin{cases} x_{\min} \le x \le x_1 \\ x_1 \le x \le x_2 \\ x_2 \le x \le x_{\max} \\ x_1 = x_{\min} + 0{,}38 \times (x_{\max} - x_{\min}) \\ x_2 = x_{\min} + 0{,}62 \times (x_{\max} - x_{\min}) \end{cases}, \quad (1)$$

де $x_{\min}$ – мінімальне значення показника;

$x_{\max}$ – максимальне значення показника;

$[x_{\min}; x_1]$ – інтервал низьких значень показника;

$(x_1; x_2]$ – інтервал середніх значень показника;

$[x_2; x_{\max})$ – інтервал високих значень показника.

Градацію відповідно до формули подано в табл. 2.

Узагальнену інформацію щодо розрахованої евклідової відстані, коефіцієнта таксономії й рівня фінансової безпеки досліджуваних підприємств за 2012–2016 рр. подано в табл. 3 [4].

Згідно з поданими результатами, найвищий рівень фінансової безпеки на підприємствах машинобудування Харківської області спостерігався у 2013–2014 рр., після чого він різко знизився. Крім того, бачимо, що за динамікою коефіцієнта таксономії можна виокремити три групи підприємств.

Таблиця 2

Градація рівня фінансової безпеки відповідно до закону Фібоначчі

Рівень фінансової безпеки	Значення таксономічного показника фінансової безпеки
Високий	1–0,68
Середній	0,67–0,32
Низький	0,31–0

Таблиця 3

Значення евклідової відстані та коефіцієнта таксономії фінансової безпеки підприємств кластера за 2012–2016 рр.

Рік	Евклідова відстань	Коефіцієнт таксономії	Рівень фінансової безпеки
1	2	3	4
ПрАТ «Куп'янський машинобудівний завод»			
2012	4,920	0,265	Низький
2013	2,618	0,609	Середній
2014	5,306	0,207	Низький
2015	4,518	0,325	Середній
2016	5,155	0,230	Низький
ДП завод «Електроважмаш»			
2012	3,579	0,535	Середній
2013	2,011	0,739	Високий
2014	1,973	0,743	Високий
2015	4,843	0,370	Середній
2016	6,547	0,149	Низький
ПАТ «Харківський верстатобудівний завод»			
2012	3,382	0,487	Середній
2013	2,880	0,563	Середній
2014	4,923	0,253	Низький
2015	4,267	0,353	Середній
2016	5,801	0,120	Низький
ПАТ «Електромашина»			
2012	5,261	0,227	Низький
2013	4,528	0,334	Середній
2014	6,088	0,105	Низький
2015	4,806	0,294	Низький
2016	3,380	0,503	Середній
ПрАТ «Харківський електротехнічний завод «Трансзв'язок»			
2012	2,412	0,682	Високий
2013	3,161	0,583	Середній
2014	3,866	0,490	Середній
2015	5,954	0,214	Низький
2016	6,039	0,203	Низький
ПАТ «Харківський електротехнічний завод «Укрелектромаш»			
2012	4,240	0,297	Низький
2013	4,911	0,186	Низький
2014	5,655	0,062	Низький
2015	4,186	0,306	Низький
2016	5,047	0,163	Низький
ПрАТ «НВП «Теплоавтомат»			
2012	6,295	0,190	Низький
2013	4,130	0,468	Середній
2014	5,619	0,277	Низький
2015	4,439	0,429	Середній
2016	2,042	0,737	Високий

До першої групи належать ПАТ «Електромашина» та ПрАТ «НВП «Теплоавтомат» (рис. 2) [4].

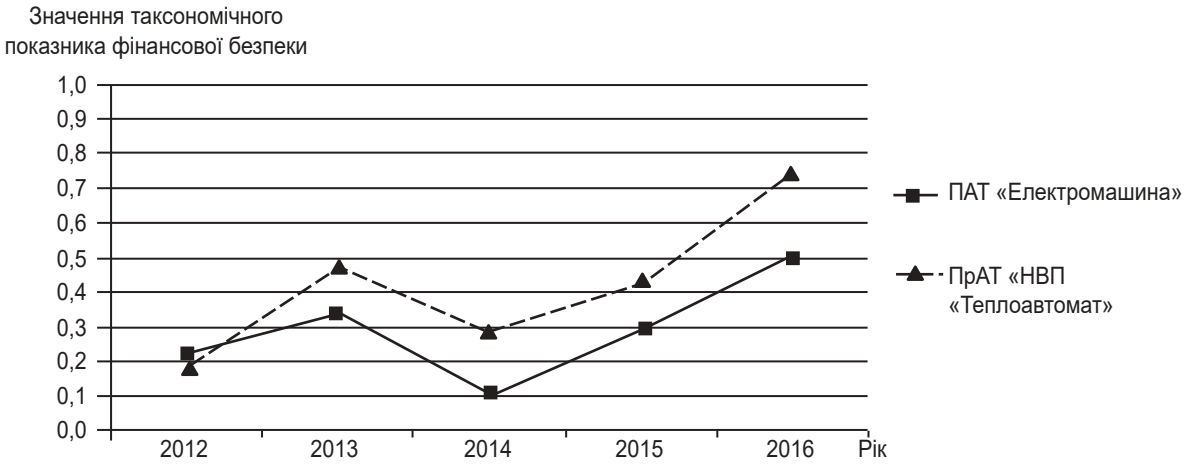


Рис. 2. **Динаміка зміни рівня фінансової безпеки ПАТ «Електромашина» та ПрАТ «НВП «Теплоавтомат»**

Відповідно до рис. 2 у 2012 р. фінансова безпека цих підприємств була низькою, проте у 2013 р. її рівень дещо підвищився. У 2014 р. спостерігається різке зниження фінансової безпеки за рахунок зниження рентабельності діяльності через нестійкі зовнішні умови господарювання. Починаючи з 2014 р. спостерігається поступове підвищення рівня фінансової безпеки досліджуваних підприємств: станом на 2016 р. ПАТ «Електромашина» мала середній рівень фінансової безпеки, а ПрАТ «НВП «Теплоавтомат» – високий. ПАТ «Електромашина» та ПрАТ «НВП «Теплоавтомат» відреагували на кризові явища 2014 р. та вжили заходів задля підвищення рівня фінансової безпеки.

До другої групи належать ДП завод «Електроважмаш» та ПрАТ «Харківський електротехнічний завод «Трансзв'язок» (рис. 3).

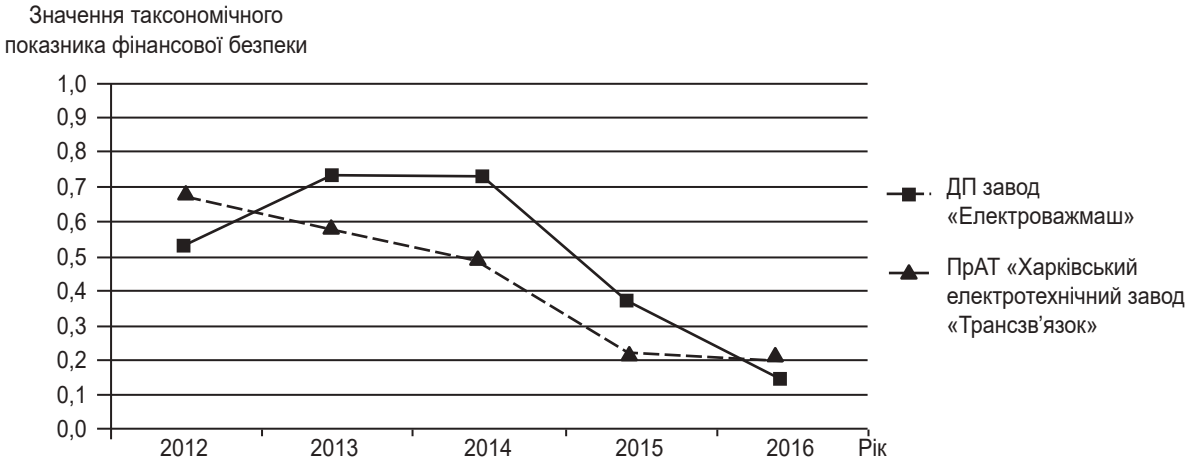


Рис. 3. **Динаміка зміни рівня фінансової безпеки ДП завод «Електроважмаш» та ПрАТ «Харківський електротехнічний завод «Трансзв'язок»**

Відповідно до рис. 3 на ДП завод «Електроважмаш» та ПрАТ «Харківський електротехнічний завод «Трансзв'язок» у 2013–2016 рр. поступово знижувався рівень фінансової безпеки, що пояснюється відсутністю заходів щодо виявлення та попередження ризиків, через що криза 2014–2015 рр. у машинобудуванні істотно вплинула на їхню діяльність.

До третьої групи належать ПрАТ «Куп'янський машинобудівний завод», ПАТ «Харківський верстатобудівний завод» і ПАТ «Харківський електротехнічний завод «Укрелектромаш» (рис. 4).

Так, у ПрАТ «Куп'янський машинобудівний завод» і ПАТ «Харківський верстатобудівний завод» у 2012–2016 рр. спостерігалася аналогічна динаміка зміни коефіцієнта таксономії. У 2014 р. розпочалася криза в галузі, що істотно вплинуло на рівень фінансової безпеки цих трьох підприємств. У 2015 р. на досліджуваних підприємствах спостерігалася позитивна динаміка цього показника, однак, у 2016 р. знову спостерігається зниження рівня фінансової безпеки.

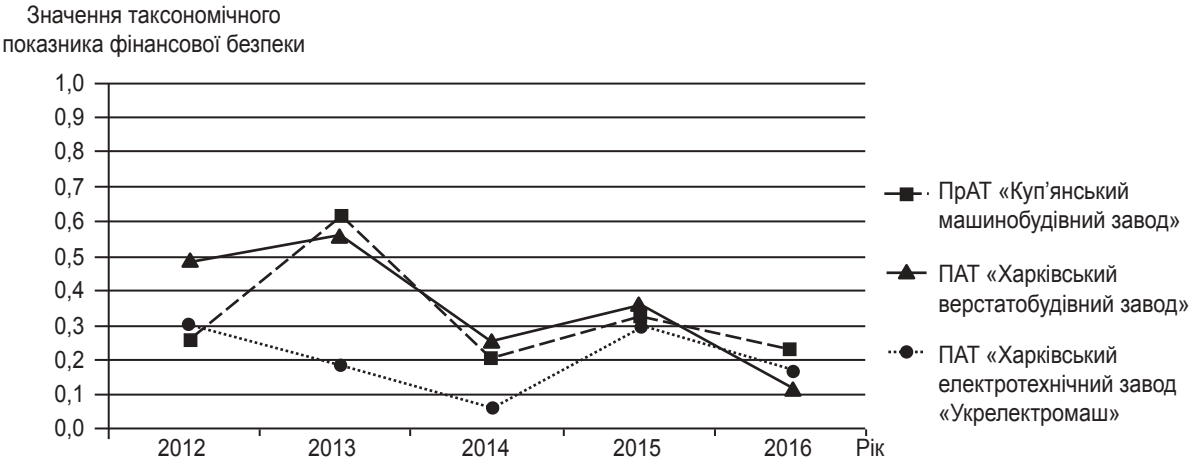


Рис. 4. **Динаміка зміни рівня фінансової безпеки ПрАТ «Куп'янський машинобудівний завод», ПАТ «Харківський верстатобудівний завод» і ПАТ «Харківський електротехнічний завод «Укрелектромаш»**

Таким чином, фінансова безпека досліджуваних підприємств істотно залежить від зовнішніх умов господарювання, що негативно впливає на їхнє фінансове становище. У зв'язку із цим необхідним є формування стратегії управління фінансовою безпекою підприємства, що забезпечила б зниження або нівелювання негативного впливу зовнішніх факторів на діяльність машинобудівних підприємств і підтримку рівня їх фінансової безпеки.

Науковий керівник – канд. екон. наук, доцент Берест М. М.

Література: 1. Дубров А. М., Мхитарян В. С., Трошин Л. И. Многомерные статистические методы : учебник. М. : Финансы и статистика, 2011. 352 с. **2.** Єгошин О. О., Зосімов А. М., Пономаренко В. С. Методи багатовимірного статистичного аналізу : навч. посіб. Київ : ІЗМН, 1998. 208 с. **3.** Плюта В. В. Сравнительный анализ в экономических исследованиях. Методы таксономии и факторного анализа / пер. в научной редакции В. М. Жуковой. М. : Статистика, 1980. 151 с. **4.** Халафян А. А. Statistica 6. Статистический анализ данных. М. : Бином-Пресс, 2006. 512 с.

ОСОБЕННОСТИ МАРЖИНАЛЬНОГО АНАЛИЗА

УДК 657.474.55

Ампонса А.

Студент 4 курса факультета
международных экономических отношений ХНЭУ им. С. Кузнеца

Аннотация. *Рассмотрены особенности маржинального анализа как важнейшей экономической концепции. Конкретизированы различные формулы и примеры использования маржинального анализа. Проанализированы характерные особенности CVP-анализа.*

Ключевые слова: *государство, экономика, учреждение, предприятие, производство, прибыль, выгода, издержки, анализ, маржинальный анализ, предельная выгода, предельные издержки, CVP-анализ.*

© Ампонса А., 2017

Анотація. *Розглянуто особливості маржинального аналізу як найважливішої економічної концепції. Конкретизовано різні формули та приклади використання маржинального аналізу. Проаналізовано характерні особливості CVP-аналізу.*

Ключові слова: *держава, економіка, установа, підприємство, виробництво, прибуток, вигода, витрати, аналіз, маржинальний аналіз, гранична вигода, граничні витрати, CVP-аналіз.*

Annotation. *Features of marginal analysis as the most important economic concept are considered. Various formulas and examples of using marginal analysis are specified. The characteristic features of CVP-analysis are analyzed.*

Keywords: *state, economy, institution, enterprise, production, profit, profit, costs, analysis, margin analysis, marginal benefits, marginal costs, CVP-analysis.*

В деловом мире маржинальный анализ является важным инструментом принятия решений. Методика маржинального анализа основывается на информации об общем объеме продаж и затратах в целом по предприятию, а также показателях маржинального дохода в расчете на единицу продукции.

Метод управленческих расчетов еще называют анализом безубыточности или содействия доходу. Он был разработан в 1930 г. американским инженером Раутенштрахом У. как метод планирования, известный под названием графика критического объема производства. Впервые он был подробно описан в советской литературе в 1971 г. Чумаченко Н. Г., чуть позднее – Зудилиным А. П.

В основе методики – деление производственных и сбытовых затрат в зависимости от изменения объема производства на переменные и постоянные и использование категории маржинального дохода.

Люди хотят получать максимальную отдачу от своих ресурсов. Это касается и предприятий, они должны убедиться, что выгоды от определенных видов деятельности превышают затраты, чтобы быть прибыльными. Одним из инструментов для оценки этих отношений является маржинальный анализ, изучение затрат и преимуществ незначительного изменения в производстве товаров. Например, пекарня может использовать маржинальный анализ для определения потенциальных преимуществ увеличения производства хлеба. Этот инструмент принятия решений помогает людям и предприятиям решить, как распределить их ресурсы, чтобы минимизировать затраты и максимизировать выгоды [2].

Главные принципы маржинального анализа заключаются в необходимости:

– определить контрольную переменную;

– рассчитать, насколько возрастет валовой доход при увеличении контрольной переменной на единицу; этот прирост валового дохода называют предельным доходом (MR);

– рассчитать, каков будет прирост валовых издержек при увеличении контрольной переменной на единицу; этот прирост называют предельными издержками (MC);

– сравнить эти два прироста [2].

Если предельный доход превышает предельные издержки, использование дополнительной единицы целесообразно. Причина действенности такого подхода в простых соображениях. Если

MR = прирост валового дохода, а *MC = прирост валовых издержек*, то *MR – MC = прирост чистого дохода.*

Если *MR* превышает *MC*, чистый доход возрастает (его прирост положителен), и, следовательно, есть все основания увеличивать объем контрольной переменной.

Анализ прибыли предприятия, базирующийся на делении совокупных затрат на производство и реализацию продукции на переменные и постоянные с выделением маржинального дохода (валовой маржи), называют маржинальным анализом, или анализом безубыточности, или содействия доходу, или CVP-анализом.

Маржа покрытия – это выручка минус переменные издержки. Маржа покрытия на единицу продукции представляет собой разность между ценой и удельными переменными затратами. Она включает в себя постоянные затраты и прибыль [2].

Маржинальный анализ (анализ безубыточности) позволяет:

– более точно вычислить влияние факторов на изменение суммы прибыли, и на этой основе более эффективно управлять процессом формирования и прогнозирования ее величины;

– определить критический уровень объема продаж (порога рентабельности), постоянных затрат, цены при заданной величине соответствующих факторов, при которой финансовый результат будет равен нулю;

– установить зону безопасности (зону безубыточности) предприятия;

– вычислить необходимый объем продаж для получения заданной величины прибыли;

– обосновать наиболее оптимальный вариант управленческих решений, касающихся изменения производственной мощности, ассортимента продукции, ценовой политики, вариантов оборудования, технологии производства, приобретения комплектующих деталей с целью минимизации затрат и увеличения прибыли [2].

Анализ взаимосвязи величины затрат, объема производства (продаж) и прибыли *CVP* – мощный инструмент, помогающий менеджерам понять механизм взаимодействия между ними. *CVP*-анализ фокусирует внимание на том, какое воздействие на прибыль оказывают следующие пять факторов:

– цены на продукцию;

– объем продаж;

– переменные расходы на единицу продукции;

– общая величина постоянных расходов;

– структура реализуемой продукции [2].

В связи с тем, что *CVP*-анализ помогает менеджерам определить, как будет изменяться прибыль под воздействием этих факторов, он является жизненно важным инструментом для принятия многих управленческих решений: что производить, по какой цене продавать, какую рыночную стратегию использовать, какую структуру затрат поддерживать [3].

Сформулируем основные недостатки *CVP*-анализа:

– метод критической точки не может окончательно решить вопрос об отнесении косвенных затрат на себестоимость изготавливаемой продукции. Это относится к части косвенных затрат, являющихся переменными. В данном случае возникает проблема распределения косвенных издержек на производство и сбыт каждого вида товара;

– на практике не всегда легко разделить затраты на переменные и постоянные;

– на изменение маржинального дохода могут влиять стоимость приобретенных средств производства, эффективность их использования, цены реализации.

Проведение маржинального анализа, основанного на соотношении «затраты – объем – прибыль», требует соблюдения ряда условий, среди них:

– необходимость деления издержек на две части: переменные и постоянные;

– переменные издержки изменяются пропорционально объему производства (реализации) продукции;

– постоянные издержки не изменяются в пределах релевантного (значимого) объема производства (реализации) продукции, то есть в диапазоне деловой активности предприятия, который установлен, исходя из производственной мощности предприятия и спроса на продукцию;

– тождество производства и реализации продукции в рамках рассматриваемого периода времени, то есть запасы готовой продукции существенно не изменяются.

Теперь, когда мы знаем, что маржинальный анализ оценивает взаимосвязь между затратами и выгодами, рассмотрим, что нужно для проведения этого анализа.

Начнем с рассмотрения формулы чистой прибыли от производства:

Чистый доход (выгода) = общий доход (выгода) – общие затраты.

Чтобы провести маржинальный анализ, проанализируем влияние на прибыль при:

– покупке одной дополнительной единицы товара;

– изготовлении одной дополнительной единицы продукции;

– добавлении одной дополнительной единицы в производство.

Затраты на выпуск продукции, изменяющиеся на единицу, являются управляющей переменной формулы. Маржинальный анализ фокусируется на том, следует ли изменять эту управляющую переменную на единицу [6].

Таким образом, целью маржинального анализа является определение изменения чистых выгод.

Приведем формулу для маржинального анализа:

Изменение чистых выгод (доход) = предельные выгоды (доходы) – предельные издержки.

Маржинальная выгода, также известная как предельный доход, – это увеличение общих выгод в результате изменения выпуска товара на одну единицу.

Уравнение для предельной выгоды:

$$MR = \frac{\Delta TR}{\Delta Q},$$

где MR = предельная выгода;

TR = общий доход;

Q = управляющая переменная;

Δ= изменение единиц.

Маржинальные затраты (предельные издержки) – это увеличение общей стоимости в результате изменения объема выпуска товара на одну единицу [6].

Формула маржинальных затрат:

$$Mc = \frac{\Delta Tc}{\Delta Q},$$

где MC = предельные издержки;

TC = общая стоимость;

Q = управляющая переменная;

Δ = изменение единиц [6].

Когда определяем значения предельных выгод и издержек и применяем их к формуле предельного анализа, мы находим изменение в чистых выгодах. Из формулы предельного анализа видим, что если предельная выгода превышает предельные издержки, тогда будет положительное изменение чистых выгод. В этом случае необходимо добавить дополнительную единицу. Однако, если предельная выгода не превышает предельные издержки, что не приводит к изменению или отрицательному изменению чистых выгод, тогда нецелесообразно добавлять единицу. В целом чистые выгоды увеличиваются, когда предельные выгоды превышают предельные издержки. Маржинальный анализ помогает определить, выгодны ли эти изменения для бизнеса [6].

Рассмотрим следующий пример применения маржинального анализа. Компания Gimbo Electronics производит 50 смартфонов стоимостью 25 000 долларов США и продает каждый из них по 25 800 долларов США, общая выручка составляет 40 000 долларов США. При производстве 51 смартфона общий доход составит 40 800 долларов США, а общая стоимость составит 25 850 долларов США. Должна ли компания производить 51-й смартфон?

Ответ отрицательный, что подтверждается расчетами. Предельное преимущество или предельный доход от 51-го смартфона, рассчитанный с использованием формулы предельных выгод:

$$(40\ 800\ долл.\ США - 40\ 000\ долл.\ США) / 1 = 800\ долл.\ США.$$

Предельная стоимость с 51-го телефона, рассчитанная с использованием формулы предельных издержек, равна:

$$(25\ 850\ долл.\ США - 25\ 000\ долл.\ США) / 1 = 850\ долл.\ США.$$

Теперь применим эти значения к формуле предельного анализа для изменения чистых преимуществ:

$$800\ долл.\ США - 850\ долл.\ США = -50\ долл.\ США.$$

Мы выяснили, что если производить дополнительный смартфон, чистые выгоды упадут на 50 долларов. Это связано с тем, что предельные издержки увеличились на 50 долларов больше, чем увеличилась предельная прибыль, значит, следует отказаться от производства дополнительного смартфона.

Подводя итог, можно сказать, что маржинальный анализ – это важная экономическая концепция. Он помогает в принятии экономических решений, сосредотачиваясь на небольших изменениях в производстве или при добавлении одной единицы. Маржинальный анализ может стать мощным инструментом для владельцев бизнеса. Маржинальные доходы и предельные издержки являются полезными концепциями сами по себе, но объединение их позволяет владельцу бизнеса найти оптимальный уровень выпуска и цены, что приведет к максимальной прибыли. Маржинальный анализ может даже помочь в принятии решений о найме и оплате труда. Анализ делает проблему менее беспорядочной с аналитической точки зрения, поскольку мы не пытаемся проанализировать миллион решений сразу. Маржинальный анализ предприятия позволяет предпринимателю, руководству предприятия достоверно оценить текущую ситуацию и перспективы. Он должен ответить на вопрос: каковы источники и суммы денежных средств, которыми располагает фирма, на какие цели и нужды они расходуются.

Таким образом, в рамках анализа оценивается эффективность использования денежных ресурсов, капитала. Обязательный раздел анализа – изучение состава и источников доходов и направлений расходов фирмы, рассмотрение объемов продаж товаров и услуг, себестоимости реализованной продукции с выделением валовых, постоянных и переменных издержек. Должны быть выделены и оценены показатели прибыли и рентабельности, выявлены тенденции их динамики.

Научный руководитель – канд. экон. наук, профессор Иваниенко В. В.

Литература: 1. Moffatt Mike. Introduction to the Use of Marginal Analysis. URL: https://www.thoughtco.com/introduction-to-marginal-analysis-1147610. **2.** Гаррисон Р., Норин Э., Брюэр П. Управленческий учет. СПб. : Питер, 2010. 592 с. **3.** Jared Lewis. How to Make a Spending Decision With Marginal Analysis. URL: http://smallbusiness.chron.com/make-spending-decision-marginal-analysis-38351.html. **4.** Chia-Hui Chen. Principles of Microeconomics. URL: https://ocw.mit.edu/courses/economics/14-01-principles-of-microeconomics-fall-2007/lecture-notes/14_01_lec13.pdf. **5.** Sherman F. Importance of Marginal Costs and Benefits. URL: http://smallbusiness.chron.com/importance-marginal-costs-benefits-46506.html. **6.** Gellert A. How Does Marginal Analysis Help Business People in Decision Making. URL: http://yourbusiness.azcentral.com/marginal-analysis-business-people-decision-making-25211.html.

ІНТЕГРАЛЬНА ОЦІНКА АНТИКРИЗОВОГО ФІНАНСОВОГО УПРАВЛІННЯ НА ПІДПРИЄМСТВАХ БУДІВЕЛЬНОЇ ГАЛУЗІ

УДК 338.45.016

Андрейко Я. С.

Магістрант 2 року навчання
фінансового факультету ХНЕУ ім. С. Кузнеця

Анотація. *Розраховано інтегральний показник розвитку підприємств будівельної галузі, що є спрямованим на вдосконалення та розвиток виробництва, упровадження нових технологій, випуск нових видів продукції та запобігання кризовому стану підприємства. Систематизовано й узагальнено основні причини кризового стану підприємства.*

Ключові слова: *економіка, підприємство, фінанси, криза, антикризове управління, інтегральна оцінка, ліквідність, фінансова стійкість, рентабельність.*

Аннотация. *Рассчитан интегральный показатель развития предприятий строительной отрасли, направленный на совершенствование и развитие производства, внедрение новых технологий, выпуск новых видов продукции и предотвращение кризисного состояния предприятия. Систематизированы и обобщены основные причины кризисного состояния предприятия.*

Ключевые слова: *экономика, предприятие, финансы, кризис, антикризисное управление, интегральная оценка, ликвидность, финансовая устойчивость, рентабельность.*

Annotation. *The integral indicator of the development of enterprises in the construction industry aimed at improving and developing production, the introduction of new technologies, the release of new types of products and prevention of a crisis in the enterprise is calculated. The main causes of the crisis state of the enterprise are systematized and generalized.*

Keywords: *economy, enterprise, finance, crisis, crisis management, integrated assessment, liquidity, financial stability, profitability.*

Актуальність теми зумовлено тим, що нині специфіка діяльності вітчизняних підприємств змістовно відрізняється від реального стану, адже майже всі підприємства залежать від економічних, політичних і соціальних факторів. Тому для збереження конкурентної позиції підприємства потребують дослідження нових методів антикризового управління задля запобігання кризовому стану на підприємстві й уникнення неплатоспроможності.

Ґрунтовне дослідження теоретичних і практичних питань антикризового управління здійснено у працях багатьох науковців, серед них Кутиркіна О. М., Макаренко І. О., Мартюшева Л. С, Щербань І. О, Сабліна Н. В. та ін. Але, незважаючи на наявність численних теоретичних розробок, існують проблеми оцінки рівня розвитку кризо-

© Андрейко Я. С., 2017

вих явищ та антикризового управління на конкретно взятому підприємстві, що зумовлено специфікою функціонування галузі за сучасних умов господарювання.

Метою написання статті є вдосконалення оцінки антикризового управління підприємств будівельної галузі на основі побудови інтегрального показника розвитку.

Застосування економіко-математичного апарату у сучасних економічних дослідженнях є невід'ємною складовою, що створює передумови для отримання нових наукових результатів. Загальновідомим методом обробки статистичної інформації в межах багатовимірного аналізу є метод рівня розвитку, або розрахунку таксономічного показника [5].

Метою цього методу є редукція факторного простору, іншими словами, використання методу приводить або до згортки, або до агрегації інформаційного простору, у результаті чого отримують інтегральні показники.

Для розрахунку таксономічного показника можна використовувати певні коефіцієнти та показники, які мають найбільший вплив на розвиток вітчизняної будівельної галузі. У результаті факторного аналізу виявлено фактори, що визначають ефективність антикризового управління підприємствами. Із кожного фактора визначено по одному репрезентативному показнику, який має найбільше факторне навантаження. Саме ці показники, що характеризують ліквідність, фінансову стійкість, ефективність діяльності підприємства, ефективність використання капіталу та ефективність формування та використання оборотних активів і обрано для проведення таксономічного аналізу.

Значення фінансових показників будівельних підприємств, які ввійшли до одного кластера, подано в табл. 1 [2; 5].

Таблиця 1

Значення фінансових показників будівельних підприємств для побудови інтегрального показника розвитку, 2014–2016 рр.

Назва підприємства		Коефіцієнт швидкої ліквідності	Коефіцієнт автономії	Коефіцієнт оборотності запасів	Рентабельність продукції	Коефіцієнт оборотності кредиторської заборгованості
2014	ПАТ «Трест Житлобуд-1»	2,61	0,02	1,16	1,3	2,76
	ПАТ «Трест Київміськбуд-2»	1,23	0,05	8,29	-2,8	1,47
	ВАТ «Трест Міськбуд-4»	0,32	0,26	8,87	0,38	0,72
2015	ПАТ «Трест Житлобуд-1»	3,1	0,02	1,12	2,17	3,62
	ПАТ «Трест Київміськбуд-2»	1,03	0,07	8,4	2,64	2,78
	ВАТ «Трест Міськбуд-4»	0,97	0,4	9,44	4,4	0,8
2016	ПАТ «Трест Житлобуд-1»	1,71	0,02	0,65	3,34	1,08
	ПАТ «Трест Київміськбуд-2»	1,21	0,04	8,4	-8,81	3,75
	ВАТ «Трест Міськбуд-4»	1,01	0,21	2,2	-15,28	0,51

Для побудови матриці та знаходження еталона необхідно стандартизувати розрахунки, тобто звести всі одиниці вимірювання до безрозмірної величини, іншими словами, вирівняти значення ознак. Стандартизовану матрицю показників подано в табл. 2 [2; 5].

Таблиця 2

Стандартизована матриця показників, 2014–2016 рр.

Рік	Підприємство	Коефіцієнт швидкої ліквідності	Коефіцієнт автономії	Коефіцієнт оборотності запасів	Рентабельність продукції	Коефіцієнт оборотності кредиторської заборгованості
1	2	3	4	5	6	7
2014	ПАТ «Трест Житлобуд-1»	0,19	0,001	0,65	-0,95	0,21
	ПАТ «Трест Київміськбуд-2»	0,67	-0,22	-1,15	0,03	-1,05
	ВАТ «Трест Міськбуд-4»	-1,15	-0,30	0,51	0,37	0,29

Таблиця 2

1	2	3	4	5	6	7
2015	ПАТ «Трест Житлобуд-1»	0,89	0,001	0,51	-0,10	0,88
	ПАТ «Трест Київміськбуд-2»	-1,15	1,09	0,58	0,98	0,10
	ВАТ «Трест Міськбуд-4»	0,65	0,82	0,76	0,52	1,12
2016	ПАТ «Трест Житлобуд-1»	-1,08	0,001	-1,15	1,05	-1,09
	ПАТ «Трест Київміськбуд-2»	0,48	-0,87	0,58	-1,02	0,95
	ВАТ «Трест Міськбуд-4»	-1,15	-1,11	-1,13	0,63	-0,81

Наступним кроком проведення таксономічного аналізу є розподіл ознак на стимулятори та дестимулятори. Стимулятори позитивно впливають на діяльність підприємства, дестимулятори – негативно. Усі показники, на основі яких проводився аналіз, є стимуляторами. Зростання саме цих показників позитивно відображається на діяльності підприємства, зменшує ризик неплатоспроможності та запобігає виникненню кризи.

Координати вектора-еталона визначено як максимальне значення для показників, які є стимуляторами, і мінімальне – для показників-дестимуляторів [5].

Вектор-еталон для досліджуваних підприємств має такі координати:

$$P_{0\,(\text{ПАТ «Трест Житлобуд-1»})} = (0{,}89;\ 0{,}001;\ 0{,}65;\ 1{,}05;\ 0{,}88); \quad (1)$$

$$P_{0\,(\text{ПАТ «Трест Київміськбуд-2»})} = (0{,}67;\ 1{,}09;\ 0{,}58;\ 0{,}98;\ 0{,}95); \quad (2)$$

$$P_{0\,(\text{ВАТ «Трест Міськбуд-4»})} = (0{,}63;\ 1{,}12;\ 0{,}65;\ 0{,}76;\ 0{,}82). \quad (3)$$

Тепер можемо розрахувати відстань між елементом матриці й координатами вектора-еталона за формулою [5]:

$$C_{i0} = \sqrt{\sum (z_{ij} - z_{0j})^2}, \quad (4)$$

де z_{ij} – стандартизоване значення j-ого показника в період часу i;

z_{0j} – стандартизоване значення i-ого показника в еталоні.

Таксономічний показник розраховують за формулою:

$$K_i = 1 - d, \quad (5)$$

де d – відхилення відстані між точкою-одиницею та точкою P_0.

У табл. 3 подано значення таксономічного показника розвитку підприємств будівельної галузі [2; 5].

Таблиця 3

Значення таксономічного показника розвитку підприємств будівельної галузі, 2014–2016 рр.

Рік	ПАТ «Трест Житлобуд-1»	ПАТ «Трест Київміськбуд-2»	ВАТ «Трест Міськбуд-4»
2014	0,50	0,18	0,59
2015	0,74	0,47	0,98
2016	0,24	0,25	0,35

Динаміку зміни таксономічного показника підприємств будівельної галузі відображено на рис. 1.

Отже, можна зробити висновок, що у 2014 р. ПАТ «Трест Житлобуд-1» має значення таксономічного показника 0,5; у 2015 р. значення показника зросло до 0,74; у 2016 р. – знизилося на 0,5 порівняно з попереднім періодом за рахунок зменшення коефіцієнта швидкої ліквідності та коефіцієнта обігу запасів. Фінансовий стан підприємства погіршився протягом досліджуваного періоду, зросла ймовірність виникнення кризи.

ПАТ «Трест Київміськбуд-2» у 2014 р. мав найменше значення таксономічного показника серед показників підприємств кластера (0,18), у 2015 р. показник збільшився до рівня 0,47 за рахунок збільшення коефіцієнта креди-

торської заборгованості та збільшенню коефіцієнта оборотності запасів. У 2016 р. показник зменшився до значення 0,25, що характеризує незадовільний фінансовий стан і розвиток кризових явищ на підприємстві.

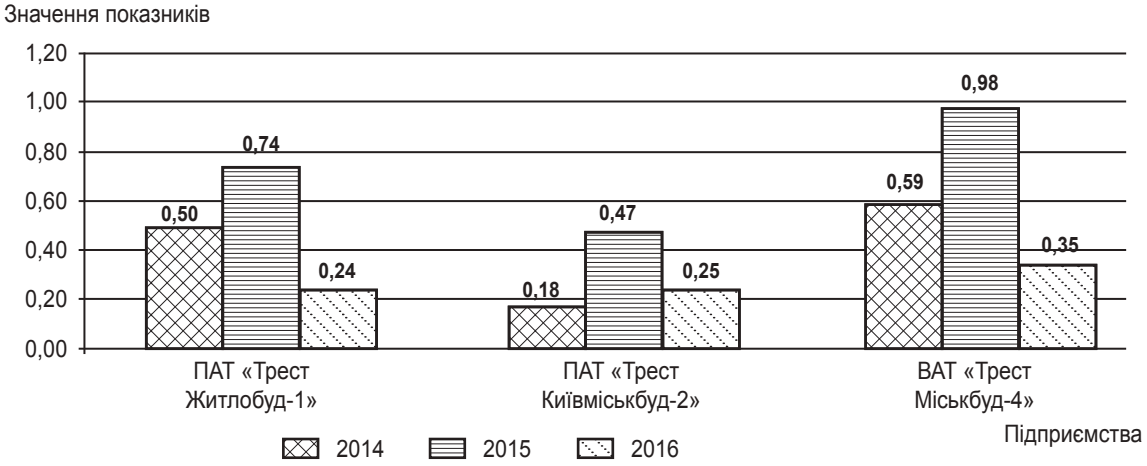


Рис. 1. **Динаміка зміни таксономічного показника розвитку підприємств будівельної галузі другого кластера, 2014–2016 рр.**

ВАТ «Трест Міськбуд-4» за аналізований період має також нестабільну динаміку. Протягом 2014–2015 рр. показник зростає до рівня 0,98, але у 2016 р. – зменшується майже втричі та становить 0,35. Негативна тенденція зумовлена зменшенням показників обігу запасів, від'ємним значенням коефіцієнта рентабельності, що свідчить про збиткову діяльність підприємства, а також зменшенням коефіцієнта автономії, що свідчить про зниження фінансової стійкості підприємства.

Таким чином, проведений аналіз засвідчив неефективність антикризового фінансового управління на досліджуваних підприємствах будівельної галузі, що виражається у зниженні інтегральних показників розвитку підприємств. Це зумовлено зниженням ліквідності, фінансової стійкості та ефективності діяльності. Перспективами подальших досліджень у цьому напрямку є розробка стратегічних заходів, які дозволять подолати ознаки кризового стану на підприємствах галузі.

Науковий керівник – канд. екон. наук, доцент Кіпа М. О.

Література: 1. Кутыркин А. Н., Слобожанинова Л. Ю. Финансовая санация предприятий. М. : Финансы и статистика, 2006. 564 с. **2.** Макаренко І. О. Критерії економічної ефективності роботи підприємства в умовах антикризового управління. *Актуальні проблеми економіки.* 2006. № 7. С. 121–125. **3.** Мартюшева Л. С., Мілованова А. Б. Категорія «антикризове управління» як процесне явище. *Економіка розвитку.* 2006. № 3. С. 90–93. **4.** Щербань І. О. Теоретичні основи механізму антикризового управління діяльністю посередницьких підприємств. *Актуальні проблеми економіки.* 2007. № 4. С. 54–60. **5.** Саблина Н. В., Теличко В. А. Использование метода таксономии для анализа внутренних ресурсов предприятия. *Бизнес Информ.* 2009. № 3. С. 78–82.

ОСОБЛИВОСТІ ОЦІНЮВАННЯ ТРУДОВОГО ПОТЕНЦІАЛУ ПІДПРИЄМСТВА

УДК 311.102

Анохіна Я. Г.

Магістрант 1 року навчання
факультету економіки і права ХНЕУ ім. С. Кузнеця

Анотація. *Розглянуто особливості та етапи оцінювання трудового потенціалу підприємства. Проаналізовано фактори, що впливають на стан трудового потенціалу підприємства та визначають особливості його оцінювання.*

Ключові слова: *економіка, держава, суспільство, підприємство, організація, право на працю, робоча сила, трудовий потенціал.*

Аннотация. *Рассмотрены особенности и этапы оценки трудового потенциала предприятия. Проанализированы факторы, влияющие на состояние трудового потенциала предприятия и определяющие особенности его оценки.*

Ключевые слова: *экономика, государство, общество, предприятие, организация, право на труд, рабочая сила, трудовой потенциал.*

Annotation. *The features and stages of assessing the labor potential of the enterprise are considered. The factors influencing the state of the labor potential of the enterprise and determining the features of its evaluation are analyzed.*

Keywords: *economy, state, society, enterprise, organization, right to work, labor, labor potential.*

За сучасних тенденцій розвитку вітчизняної економіки зростає актуальність проблематики оцінки трудового потенціалу підприємства. Невідповідність трудового потенціалу колективу потребам виробництва за умов господарської самостійності та ініціативи трудових колективів є серйозною проблемою. Перед підприємствами постає завдання проведення аналізу й оцінювання стану трудового потенціалу [5].

Проблеми оцінювання трудового потенціалу набувають важливого значення, оскільки від них залежать не тільки соціальна активність працівників, але й кінцеві результати діяльності підприємства.

Дослідженням питань оцінювання трудового потенціалу підприємства як складової потенціалу підприємства займалися вітчизняні та зарубіжні вчені, серед них Рєпіна І., Гриньова В., Новікова М., Балабанова Л., Щербак В., Боровик В., Лич В., Бажан І., Сардак В., Назарова В., Красноносова М. та ін. Однак, значна частина цих праць присвячена аналізу структури та професійного складу робітників підприємства. Аналіз економічної літератури показав, що на сьогоднішній день не існує єдиного методичного підходу до оцінювання трудового потенціалу підприємства. Відсутність такого підходу є пов'язаною передусім із тим, що пропоновані методики не дозволяють комплексно оцінити трудовий потенціал підприємства. Досить складним залишається визначення у вартісному вираженні частки трудового потенціалу підприємства у його загальній вартості.

Результати оцінювання стану трудового потенціалу України на сучасному етапі є неоднозначними. З одного боку, відбувається поліпшення певних його якісних характеристик: збільшується частка населення з вищою освітою, зростає рівень комп'ютерної грамотності, формується уміння працювати в ринковому середовищі, зростає підприємницька активність. Водночас в Україні відбуваються процеси, які призводять до руйнації трудового потенціалу.

Необхідною умовою успішної діяльності будь-якої організації є не тільки ефективність виробничого обладнання, а й ефективна робота персоналу. Сукупність фізичних і духовних здібностей людей, що беруть участь у процесі створення економічного продукту, називають трудовим потенціалом підприємства. Трудовий потенціал підприємства – це не тільки фактор економічного зростання, головна виробнича сила, але й люди з їх різноманітними здібностями та потребами, задоволення яких є головною ціллю будь-якої економіки та економічного зростання.

Нині Україна перебуває на початковій стадії вдосконалення оцінювання трудового потенціалу підприємства, тому досить важливим є подальше вдосконалення системи управління персоналом на вітчизняних підприємствах, що має спиратися на накопичений зарубіжний досвід. Йдеться передусім про узагальнення й запозичення керівниками підприємств і організацій прогресивного зарубіжного досвіду у сфері державного фінансування й стимулювання внутрішньофірмової підготовки кадрів, використання сучасних систем оцінювання персоналу, формування та застосування системи матеріального заохочення різних категорій працівників [3].

© Анохіна Я. Г., 2017

Трудовий потенціал є змінною величиною, він безупинно змінюється. Працездатність людини й акумульовані в процесі трудової діяльності творчі здібності працівника підвищуються в процесі розвитку й удосконалення знань і навичок, поліпшення умов праці та життєдіяльності. Але вони можуть і знижуватися, якщо погіршується стан здоров'я працівника, суворішим стає режим праці. Оцінювання трудового потенціалу підприємства має на меті зіставити реальний зміст, якість, обсяги й інтенсивність робіт з їх потенційно можливими параметрами [5].

Існуючі методики оцінювання не враховують той факт, що сучасне підприємство є складною соціально-економічною системою, що обґрунтовує доцільність і необхідність використання в процесі оцінювання системного підходу, заснованого на системному аналізі, який вимагає поетапної реалізації.

На рис. 1 подано етапи оцінювання трудового потенціалу підприємства [7; 8].

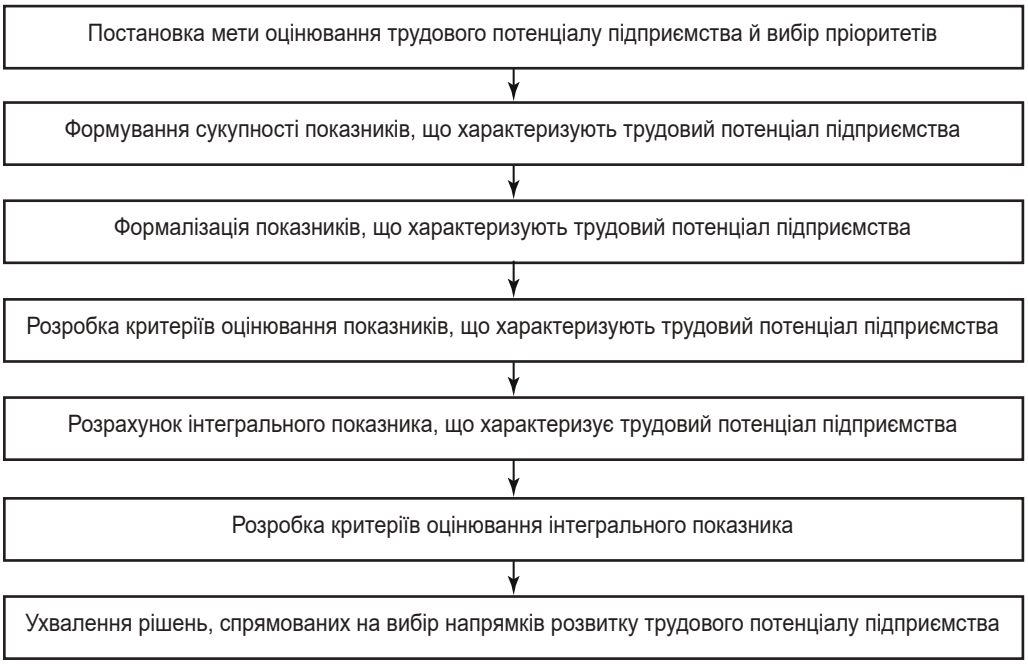


Рис. 1. **Етапи оцінювання трудового потенціалу підприємства**

Перший етап оцінювання трудового потенціалу є пов'язаним із визначенням мети оцінювання, що має відображати інтереси як підприємства в цілому, так і кожного працівника. Таке узгодження цілей може бути досягнуте в «дереві цілей», яке об'єднує в логічному взаємозв'язку сукупність бажаних результатів. За умов обмеженості обсягу наявних ресурсів можуть бути вибрані пріоритетні цілі, деталізація яких має здійснюватися в конкретних завданнях.

Формування сукупності показників, що характеризують трудовий потенціал підприємства, є одним із найважливіших моментів при проведенні комплексного аналізу й оцінювання трудового потенціалу підприємства.

Подальша реалізація етапів оцінювання трудового потенціалу підприємства передбачає вибір методів розрахунку кожного елемента системи. При цьому особливу увагу слід приділити розробці критеріїв оцінювання.

Найбільш поширеними за світовою практикою аналізу трудового потенціалу є методи статистичного аналізу, метод Дельфі, анкетування тощо. Усі ці методи є дуже приблизними, немає загальновизнаної системи показників, на які можна спиратися.

Проведення оцінювання трудового потенціалу підприємства дозволяє визначити, а потім оцінити досягнутий рівень трудових показників. При цьому до інтегрального показника оцінювання слід залучати трудові показники, який піддаються кількісній формалізації та можуть удосконалюватися залежно від поставлених цілей оцінювання трудового потенціалу підприємства. Це дасть змогу обґрунтовувати управлінські рішення, спрямовані на підвищення ефективності використання й розвитку трудового потенціалу підприємства [7].

У процесі проведення оцінювання трудового потенціалу слід також звернути увагу на часовий фактор. На момент проведення оцінювання трудовий потенціал працівника є певною величиною, яка із перебігом часу може як зростати, так і зменшуватися.

Таким чином, науковим результатом дослідження є уточнення переліку та змісту етапів оцінювання трудового потенціалу, що в перспективі дозволить удосконалити методичне забезпечення такого оцінювання. За сучасних умов господарювання ефективне функціонування підприємства, підвищення конкурентоспроможності

продукції та підприємства в цілому є тісно пов'язаним із підвищенням рівня його потенціалу, і трудового в тому числі.

Науковий керівник – канд. екон. наук, доцент Мішина С. В.

Література: 1. Федонін О. С., Рєпіна І. М. Потенціал підприємства: формування та оцінка : навч. посіб. Київ : КНЕУ, 2006. 326 с. **2.** Назарова Г. В., Гончарова С. Ю., Затєйщикова О. О. Розвиток та використання управлінського персоналу: стратегічний підхід : монографія. Харків : ХНЕУ, 2012. 216 с. **3.** Гриньова В. М., Новікова М. М., Салун М. М., Красноносова О. М. Адміністративне управління трудовим потенціалом : навч. посіб. Харків : ХНЕУ, 2004. 428 с. **4.** Щербак В. Г. Управління персоналом. Харків : ХНЕУ, 2013. 218 с. **5.** Гриньова В. М., Новікова М. М., Боровик М. В. Управління соціальним розвитком промислових підприємств : монографія. Харків : ХНЕУ, 2008. 160 с. **6.** Бажан І. І. Сутність категорії «трудовий потенціал» та її економічна природа. *Формування ринкових відносин в Україні.* 2003. № 1 (20). С. 69–73. **7.** Балабанова Л. В., Сардак О. В. Управління персоналом : навч. посіб. Київ : Професіонал, 2006. 512 с. **8.** Лич В. Сучасні методичні основи оцінки трудового потенціалу та його відтворення. *Формування ринкових відносин в Україні.* 2005. № 78. С. 245–250.

АНАЛІЗ І ПРОБЛЕМИ РОЗВИТКУ МАЛОГО ТА МІКРОПІДПРИЄМНИЦТВА В УКРАЇНІ

УДК 334.012.64 (477)

Бадяєв О. В.
Косенко К. В.

Студенти 3 курсу
фінансового факультету ХНЕУ ім. С. Кузнеця

Анотація. *Проаналізовано особливості розвитку малого підприємництва в Україні. Проведено порівняльний аналіз масштабів розвитку малого бізнесу на національному та регіональному рівнях, а також у економічно розвинених країнах світу. Виявлено позитивні та негативні риси ведення підприємницької діяльності.*

Ключові слова: *економіка, підприємство, організація, підприємництво, мале підприємництво, мікропідприємництво.*

Аннотация. *Проанализированы особенности развития малого предпринимательства в Украине. Проведен сравнительный анализ масштабов развития малого бизнеса на национальном и региональном уровнях, а также в экономически развитых странах мира. Выявлены положительные и отрицательные черты ведения предпринимательской деятельности.*

Ключевые слова: *экономика, предприятие, организация, предпринимательство, малое предпринимательство, микропредпринимательство.*

Annotation. *Features of small business development in Ukraine are analyzed. A comparative analysis of the scale of small business development at the national and regional levels, as well as in the economically developed countries of the world, was conducted. Positive and negative features of doing business have been revealed.*

Keywords: *economy, enterprise, organization, entrepreneurship, small business, microentrepreneurship.*

Нині малі та мікропідприємства функціонують за несприятливих умов. Нестійкий стан ринку, залежність від великих підприємств, кризова економічна ситуація, що є наслідком воєнних дій та інших дестабілізуючих факто-

© Бадяєв О. В., Косенко К. В., 2017

рів, негативно вплинули на діяльність малого бізнесу, створили додаткові загрози його діяльності, що може призвести до банкрутства підприємців.

Дослідженню широкого кола питань стосовно проблем діяльності малих підприємств та розвитку суб'єктів малого бізнесу, присвячено роботи вітчизняних науковців Скорук О., Коротенко Н., Гейця В., Кашуби О., Піріш-вілі О., Пудсакулич В. та ін.

Метою написання статті є визначення стану вітчизняного малого та мікропідприємництва на регіональному, національному та міжнародному рівнях, аналіз особливостей і проблем їх розвитку.

Згідно зі ст. 62 Господарського кодексу України, підприємство – це самостійний суб'єкт господарювання, створений компетентним органом державної влади або органом місцевого самоврядування, або іншими суб'єктами для задоволення суспільних та особистих потреб шляхом систематичного здійснення виробничої, науково-дослідної, торговельної, іншої господарської діяльності в порядку, передбаченому цим Кодексом та іншими законами [1].

Для будь-якої держави підприємство – це один із ключових елементів ринкового господарства, бо тільки один лише прибуток на податок підприємств вносить до доходної частини Державного бюджету 8,71 % від загальної кількості доходів. Справедливо стверджувати, що вони дають можливість Україні виконувати свої державні функції, а найвагоміший внесок дають малі та мікропідприємства.

Згідно зі ст. 55 Господарського кодексу України мале та мікропідприємництво – це фізичні чи юридичні особи, зареєстровані в установленому законом порядку як фізичні особи – підприємці, у яких середня кількість працівників за звітний період (календарний рік) не перевищує 50 та 10 осіб відповідно та річний дохід від будь якої діяльності не перевищує суму, еквівалентну 2 та 10 мільйонам євро відповідно, визначену за середньорічним курсом Національного банку України [1].

Через те, що вони є найчисельнішими в Україні, їм відводиться важлива роль у господарстві країни, оскільки малі підприємства дозволяють розширити сферу прикладання праці, створювати можливості для реалізації підприємницької діяльності населення, докладання творчих сил, стимулювати розвиток сімейного бізнесу, знизити соціальну напруженість і забезпечити ресурсозберігаюче економічне зростання.

Значний внесок роблять саме малі підприємства шляхом створення ними великої кількості робочих місць, через це розвиток саме малого бізнесу в нашій країні є важливим напрямком розвитку економіки. Але, на жаль, українське поняття про підприємництво не відповідає уявленням у країнах із потужною економікою: у більшості з них підтримують розвиток підприємництва, пропонуючи програми, гранди та ін.

Однією з таких країн є Іспанія. Уряд цієї країни, розуміючи важливість розвитку підприємництва, створює велику кількість різних організацій і фондів; їх розподіляють на дві групи:

– товариства взаємного гарантування: підприємства є поручителями один одному чи надають свою власність під заставу кредиторам для отримання коштів для розвитку;

– товариства взаємного фінансування, які фінансують, інвестують і надають субсидії для суб'єктів малого підприємництва; до цієї групи входить Державний інститут офіційного кредитування Іспанії.

Що стосується Німеччини, то тут надають пільги для отримання кредиту задля розвитку підприємництва, у першу чергу, фінансується науково-технічна діяльність. Для реалізації та виконання програм було створено спеціальний державний орган – «Кредитну раду з відновлення». Основними програмами є «Концепція розвитку науково-технічної політики по відношенню до підприємств малого і середнього підприємництва», що вона забезпечує фінансування малого бізнесу, та «Стимулювання заощаджень для відкриття власного бізнесу», що сприяє підтримці start-up проектів.

В Україні фінансова підтримка суб'єктів малого бізнесу реалізується бюджетною програмою «Мікрокредитування суб'єктів малого підприємництва», що регламентується постановою Кабміну «Про затвердження порядку використання коштів, передбачених у державному бюджеті для мікрокредитування суб'єктів малого підприємництва» [2]. Також діють міжнародні програми, яскравим прикладом яких є «Спільна з Європейським інвестиційним банком (ЄІБ) Програма кредитування МСП та установ із середньою капіталізацією», що є договором між Європейським інвестиційним банком і АТ «Укрексімбанком». Завдяки їй кредитуються українські підприємства малого та середнього бізнесу, проекти у галузі енергоефективності, охорони довкілля та інші пріоритетні проекти розвитку місцевого приватного сектора, подолання наслідків змін клімату й адаптації до них [3].

Деякі країни самі є інвесторами, вносять кошти до інвестиційного фонду підприємств України. Яскравим прикладом є нещодавня допомога, надана Emerging Europe Growth Fund III (EEGF III) задля отримання довгострокового фінансування малого та середнього бізнесу [4].

Доречно проаналізувати стан підприємницької діяльності в Україні. За даними Державної служби статистики України, станом на 1 січня 2017 р. в Україні зареєстровано 306 369 підприємств (без урахування Автономної Республіки Крим і частини території Донбасу (табл. 1) [5]. Доцільно проводити аналіз саме відносних показників різних за розміром підприємств до їх загальної кількості, що дасть змогу правильно оцінити зміни.

Таблиця 1

Кількість підприємств в Україні, 2010-2016 рр.

Розмір підприємства	2010		2013		2016	
	Кількість одиниць	Відносно загальної кількості, %	Натуральне значення	Відносно загальної кількості, %	Натуральне значення	Відносно загальної кількості, %
Великі підприємства	586	0,15	659	0,17	383	0,13
Середні підприємства	20983	5,54	18859	4,79	14832	4,84
Малі підприємства	56796	14,99	55332	14,07	43459	14,19
Мікропідприємства	300445	79,31	318477	80,97	247695	80,84
Разом	378810	100,0	393327	100,00	306369	100,00

Із даних табл. 1 можна зробити висновок, що найбільш розповсюдженими в нашій країні є мікропідприємства, які станом на 1 січня 2017 р. становлять частку у 80,84 % від кількості всіх підприємств країни. Їх відносне зростання почалось з 2010 р., а у 2013 р. зростання становило 1,66 %, але вже на кінець 2016 р. показник дещо знизився (0,13 %). Кількість інших підприємств зменшувалася, особливо помітно зміна відбулася щодо малих підприємств, відносне зменшення яких на 2013 р. порівняно з 2010 р. становило 0,93 %, а в 2016 р. – на 0,8 %. Пояснюється така тенденція тим, що мікропідприємства мають значну конкурентну перевагу, потребуючи значно менше капіталовкладень і маючи схильність до інвестування, що для нашої країни, яка перебуває в кризовому стані, дуже важливо. Але паралельно з перевагами, які дозволяють їм збільшувати свою відносну кількість, існують і проблеми, передусім залежність від великих підприємств, ризик нестійкого становища на ринку, труднощі щодо залучення фінансів.

Малі та мікропідприємства становлять понад 90 % від загальної кількості підприємств. Для детальнішого аналізу стану малого бізнесу розглянемо його регіональний стан на прикладі Харківського регіону за 2010–2016 рр. (рис. 1.) [6].

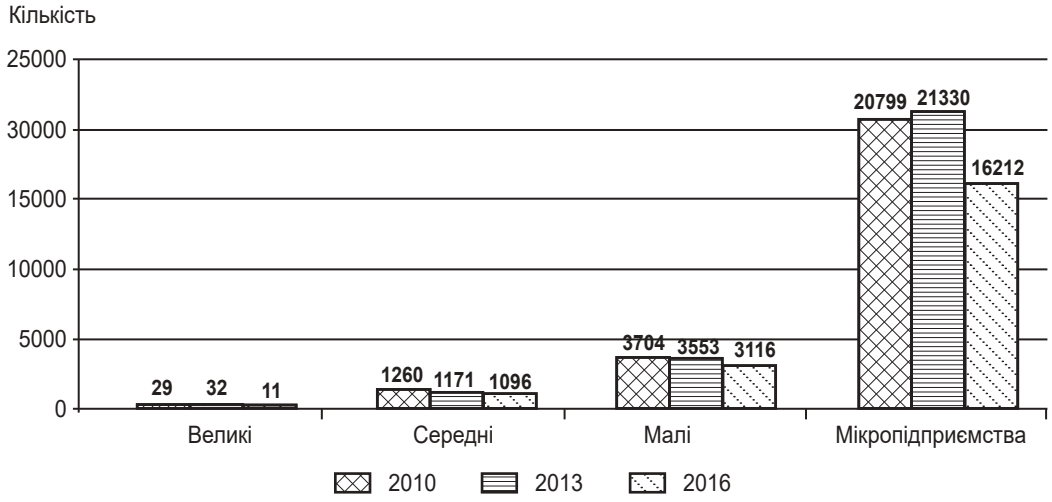


Рис. 1. **Динаміка зміни кількості підприємств у Харківському регіоні, 2010–2016 рр.**

Згідно із цими даними, у 2010–2013 рр. спостерігається поступове збільшення кількості аналізованих підприємств (на 1,14 %), але вже на 2016 р. загальна кількість підприємств зменшилася на 20,77 % від 2010 р. і на 21,66 % – від 2013 року. Це, у першу чергу, пояснюється кризовими явищами 2014–2015 рр. Суттєво вплинула криза на великі та мікропідприємства, зменшивши їх кількість на 65,62 % та 24 % відповідно порівняно з 2013 р. Зростання мікропідприємств у 2010–2013 рр., як і середнє зростання по Україні, поступово збільшувалося. Але через те, що саме мікропідприємства є найбільш слабкими в протидії кризі (це пояснюється невеликими капіталовкладеннями у підприємство), їх кількість різко зменшилася – аж на 5118 одиниць.

Для повнішого розуміння стану малого бізнесу в Україні слід порівняти кількість малих підприємств та їх вплив на зайнятість населення в економічно розвинених країнах світу. Як було вказано, діяльність вітчизняного малого бізнесу робить важливий внесок у економіку. Але в порівнянні з економіками світу (Китай, Франція, Велика Британія, США) наша держава має найгірші показники. Кількість економічно активного населення є фактично стандартною для країни, що розвивається, й сягає майже половини всього населення (табл. 2) [7; 8].

Таблиця 2

Масштаби розвитку малих підприємств в Україні та розвинених країнах, 2016 р.

Країна	Кількість підприємств, млн од.	Співвідношення на 1000 осіб	Кількість економічно активного населення, млн осіб	Частка зайнятих на підприємствах, %
Китай	18	12	805,9	70,3
Франція	2,6	38,5	30,5	49,1
Велика Британія	5,5	82,7	33,2	51,8
США	29	88,2	158,6	63
Україна	0,3	7,7	18,1	15,5

У Франції та Великій Британії майже половина (49,1 % і 51,8 % відповідно),а в Китаї та США – дві третини (70,3 % та 63 % відповідно) економічно активного населення зайняте на підприємствах, проте, в Україні зайнятих на підприємствах лише 15,48 %, що є дуже низьким показником навіть для країни, що розвивається.

Найбільш забезпеченою робочими місцями на підприємствах країною є США (88,2 підприємства на 1000 осіб) через найбільш сприятливі умови для підприємницької діяльності, доступність до фінансових ресурсів і державну підтримку, найближчим за цим показником до України є Китай. Але дивлячись на кількість зайнятих на підприємствах цих країн, можна зробити висновок, що незважаючи, на кількість суб'єктів малого бізнесу в Китаї, у середньому одне підприємство забезпечує набагато більше робочих місць, ніж в Україні.

Досить негативні результати порівняння України з іншими країнами є причиною того, що малі підприємства нашої держави, на відміну від більш розвинених країн, стикаються з різними труднощами, серед яких найбільш розповсюдженими є кризові явища, інфляційні процеси та недостатня кількість висококваліфікованих працівників (підприємців).

Таким чином, суб'єкти малого бізнесу під час своєї діяльності стикаються з певними труднощами: нестійким станом ринку, залежністю від великих підприємств і кризовою економічною ситуацією. Рівень інфляції та стрімке зростання цін зменшують кількість підприємців, роблячи їх банкротами. Проте можна виділити й певні переваги ведення малого бізнесу, як от: практично необмежена свобода діяльності, швидка адаптація, досить малі витрати на стартовий капітал і виробничу діяльність мікропідприємств; швидша порівняно із великим і середнім підприємництвом адаптація до місцевих вимог господарювання, можливість здійснення власником постійного контролю за підприємством.

Науковий керівник – канд. екон. наук, доцент Сабліна Н. В.

Література: 1. Господарський кодекс України: Закон України від 16.01.2003 № 436-IV // База даних «Законодавство України» / Верховна Рада України. URL: http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/436-15. **2.** Офіційний сайт Українського фонду підтримки підприємництва. URL: http://ufpp.gov.ua. **3.** Спільна з ЄІБ Програма кредитування МСП та установ із середньою капіталізацією // Офіційний сайт АТ «Укрексімбанк». URL: https://www.eximb.com/ukr/sme/loans/eib. **4.** Німеччина інвестує $10 млн у розвиток малих і середніх підприємств України // Офіційний сайт Дніпропетровського інвестиційоного агентства. URL: http://dia.dp.gov.ua/ru/glavnaya. **5.** Кількість підприємств за їх розмірами // Офіційний сайт Державної служби статистики України. URL: http://www.ukrstat.gov.ua. **6.** Кількість підприємств за їх розмірами за видами економічної діяльності // Офіційний сайт Державної служби статистики України. URL: http://www.ukrstat.gov.ua. **7.** Кількість зайнятих працівників на підприємствах за видами економічної діяльності з розподілом на великі, середні, малі та мікропідприємства у 2016 р. // Офіційний сайт Державної служби статистики України. URL: http://www.ukrstat.gov.ua. **8.** The Word Factbook. Central Intelligence Agency. URL: https://www.cia.gov/library/publications/the-world-factbook/rankorder/2095rank.html. **9.** Лапуста М. Предпринимательство : учебник. М. : Инфра-М, 2008. 608 с.

ЗАСТОСУВАННЯ МЕТОДУ ТАКСОНОМІЇ ДЛЯ ВИЗНАЧЕННЯ РІВНЯ ІНВЕСТИЦІЙНОЇ ПРИВАБЛИВОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

УДК 336.7

Баранова Н. А.

Магістрант 2 року навчання
фінансового факультету ХНЕУ ім. С. Кузнеця

Анотація. *Розраховано інтегральний показник інвестиційної привабливості підприємства із застосуванням методу таксономії на основі коефіцієнтів рентабельності активів, поточної ліквідності, автономії, зносу основних фондів та оборотності оборотних активів. Проаналізовано динаміку зміни цього показника та його вплив на інвестиційну привабливість підприємства.*

Ключові слова: *економіка, підприємство, виробництво, фінанси, фінансовий стан, фінансова стійкість, інвестиційна привабливість, таксономічний аналіз, рентабельність, ліквідність.*

Аннотация. *Рассчитан интегральный показатель инвестиционной привлекательности предприятия с применением метода таксономии на основе коэффициентов рентабельности активов, текущей ликвидности, автономии, износа основных фондов и оборачиваемости оборотных активов. Проанализирована динамика изменения этого показателя и его влияние на инвестиционную привлекательность предприятия.*

Ключевые слова: *экономика, предприятие, производство, финансы, финансовое состояние, финансовая устойчивость, инвестиционная привлекательность, таксономический анализ, рентабельность, ликвидность.*

Annotation. *The integral indicator of the investment attractiveness of the enterprise is calculated using the taxonomy method based on the coefficients of return on assets, current liquidity, autonomy, depreciation of fixed assets and turnover of current assets. The dynamics of this indicator change and its influence on the investment attractiveness of the enterprise are analyzed.*

Keywords: *economy, enterprise, production, finance, financial condition, financial stability, investment attractiveness, taxonomic analysis, profitability, liquidity.*

Одним із найпоширеніших і найефективніших джерел розвитку та розширення підприємств є залучення інвестицій. Вони забезпечують науково-технологічний прогрес, стрімке економічне зростання, збільшення показників господарської діяльності підприємства та економіки країни в цілому. Тому дуже важливим для підприємства є забезпечення високого рівня інвестиційної привабливості.

Вирішенню питання забезпечення інвестиційної привабливості підприємства присвячені праці Бланка І., Донцова С., Коюди О., Покропивного С., Ястремської О. та ін. Однак, існуючі методики оцінки інвестиційної привабливості не мають універсального характеру, що зумовлює необхідність їх удосконалення й адаптації для кожного підприємства.

Метою написання статті є оцінка інвестиційної привабливості підприємства на основі побудови інтегрального показника.

Існує чимало показників, що окремо характеризують різні аспекти фінансового стану підприємства. За допомогою таких показників можна визначити, наскільки підприємство є фінансово стійким, який рівень його ліквідності, ділової активності, наскільки воно рентабельне. Однак, у сучасній теорії фінансового аналізу відсутня формула для визначення рівня інвестиційної привабливості, який характеризується великою кількістю фінансових показників. Тож доцільним є застосування методу таксономії для розробки узагальнюючого показника. Застосовуючи таксономічний аналіз, можна згорнути багатовимірний статистичний матеріал, який характеризує явище або процес та отримати єдину кількісну характеристику або узагальнену оцінку. Одним із результатів застосування таксономічного аналізу є таксономічний коефіцієнт рівня розвитку (таксономії). Цей показник є синтетичною величиною, рівнодіючою всіх ознак, які характеризують досліджувану сукупність.

Матрицю спостережень сформовано за рахунок значень показників, що характеризують рентабельність, ліквідність підприємства, структуру капіталу, ефективність використання основних та оборотних фондів. У таблиці подано середнє значення та стандартне відхилення кожного показника, які є необхідними для стандартизації (табл. 1) [6].

© Баранова Н. А., 2017

Таблиця 1

Вихідні дані для розрахунку таксономічного показника оцінки інвестиційної привабливості ТОВ «СТА»

Рік	Назва показника				
	Рентабельність активів	Коефіцієнт поточної ліквідності	Коефіцієнт автономії	Коефіцієнт зносу	Коефіцієнт оборотності оборотних активів
2014	0,03	1,17	0,31	0,55	1,71
2015	0,03	1,14	0,27	0,55	1,67
2016	0,03	1,22	0,25	0,48	1,55
Хсер	0,03	1,18	0,28	0,53	1,64
σ	0,00	0,04	0,03	0,04	0,08

Стандартизація дає змогу позбутися одиниці вимірювання (вартісної, натуральної тощо), тобто звести всі одиниці вимірювання до безрозмірної величини, вирівняти значення ознак. Результат стандартизації даних подано в табл. 2 [6].

Таблиця 2

Матриця стандартизованих значень показників інвестиційної привабливості ТОВ «СТА»

Рік	Назва показника				
	Рентабельність активів	Коефіцієнт поточної ліквідності	Коефіцієнт автономії	Коефіцієнт зносу	Коефіцієнт оборотності оборотних активів
2014	0,00	-0,16	1,09	0,58	0,80
2015	0,00	-0,91	-0,22	0,58	0,32
2016	0,00	1,07	-0,87	-1,15	-1,12

Після стандартизації значень ознаки розподіляють на стимулятори та дестимулятори. Підставою такого поділу є характерний вплив кожного з показників на рівень розвитку досліджуваного об'єкта. Ознаки, що мають позитивний (стимулюючий) вплив на загальний рівень розвитку об'єкта, називають стимуляторами, а ознаки, що уповільнюють розвиток підприємства, – дестимуляторами. До стимуляторів належать ті показники, збільшення або зростання яких позитивно впливає на інвестиційну привабливість ТОВ «СТА», а дестимулятори – це ті показники, зростання яких негативно впливає на досліджуване явище. Поділ ознак на стимулятори та дестимулятори є основою для побудови вектора-еталона (P_o), який формується з максимальних значень показників-стимуляторів і мінімальних значень показників-дестимуляторів [6].

Із наведених показників лише коефіцієнт зносу є дестимулятором, тобто його зростання негативно впливає на інвестиційну привабливість підприємства, усі інші показники є стимуляторами. Таким чином, вектор-еталон має вигляд:

$$P_o = (0{,}00;\ 1{,}07;\ 1{,}09;\ -1{,}15;\ 0{,}80).$$

Відстань між елементами матриці та вектором-еталоном визначають за формулою 1 [6]:

$$C_{i0} = \sqrt{\sum_{j=1}^{n} (Z_{ij} - Z_{0j})^2}, \quad (1)$$

де P_o – відстань між точкою-одиницею та еталоном;

Z_{ij} – стандартизоване значення j-показника в період часу i;

Z_{oj} – стандартизоване значення j-показника в еталоні.

Коефіцієнт таксономії визначають за формулами 2–5 [6]:

$$\overline{C_0} = \frac{1}{n}\sum_{i=1}^{n} C_{i0}, \quad (2)$$

$$\sigma_0 = \sqrt{\frac{1}{n}\sum_{i=1}^{n} (C_{i0} - \overline{C_0})^2}, \quad (3)$$

$$d_i = \overline{C_0} - 2 \cdot \sigma_0, \quad (4)$$

$$K_i = 1 - \frac{C_{i0}}{d_i}, \qquad (5)$$

де $\overline{C_0}$ – середня відстань між показником та еталоном;

σ_0 – середньоквадратичне відхилення;

d_i – показник відхилення показників підприємства за *і*-й рік від еталона.

Розраховані значення коефіцієнта таксономії, що характеризують інвестиційну привабливість ТОВ «СТА», за роками становлять: 2014 р. – 0,39; 2015 р. – 0,15; 2016 р. – 0,21. Динаміку зміни таксономічного показника подано на рис. 1.

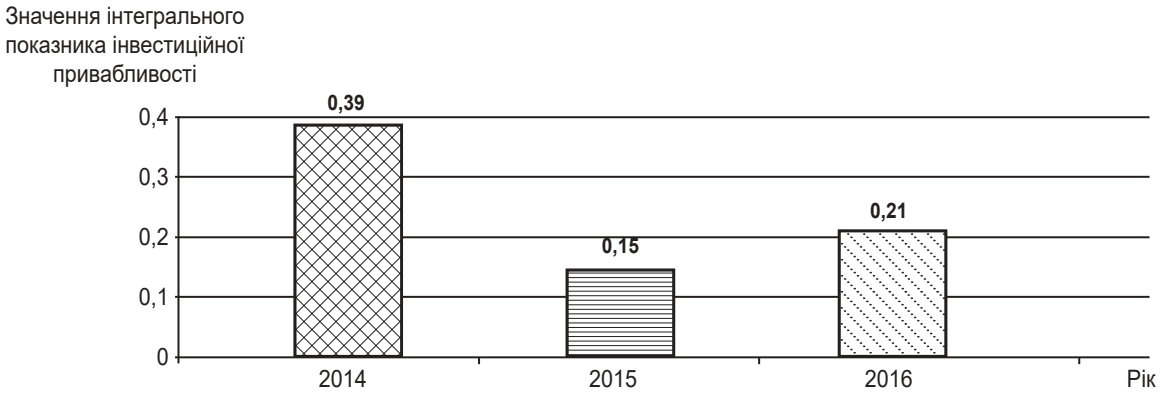


Рис. 1. **Динаміка зміни інтегрального показника інвестиційної привабливості ТОВ «СТА», 2014–2016 рр.**

Згідно з рис. 1 найбільше значення коефіцієнта таксономії спостерігалося в 2014 р. (0,39), найнижче – у 2015 р. (0,15). Найвищий рівень інвестиційної привабливості ТОВ «СТА» спостерігався у 2014 р., оскільки коефіцієнт найближчий до 1. Зменшення показника таксономії у 2015–2016 рр. свідчить про зменшення рівня інвестиційної привабливості. Найменше значення інтегрального показника у 2015 р. пояснюється тим, що в цьому році значення коефіцієнта поточної ліквідності (1,14) є найнижчими, у той час як значення коефіцієнта зносу є найвищим (0,55). У 2016 р. порівняно з 2015 р. відбулося збільшення інтегрального показника за рахунок збільшення коефіцієнта поточної ліквідності (з 1,14 до 1,22) та зменшення коефіцієнта зносу (з 0,55 до 0,48).

Таким чином, проведений аналіз ґрунтувався на застосуванні методики інтегральної оцінки рівня інвестиційної привабливості підприємства, заснованої на застосуванні методу таксономічного аналізу. Було виявлено негативну тенденцію зміни рівня таксономічного показника протягом 2015–2016 рр., що свідчить про те, що підприємство стало менш інвестиційно привабливим для потенційних інвесторів. Тому пріоритетним завданням підприємства є розробка заходів, що зможуть змінити ситуацію на протилежну, дозволять збільшити темпи зростання показників, що характеризують його інвестиційну привабливість. Перспективами подальших досліджень у цьому напрямку є розробка заходів підвищення ефективності управління інвестиційною привабливістю підприємства.

Науковий керівник – канд. екон. наук, доцент Голофаєва І. П.

Література: 1. Бланк И. О. Инвестиционный менеджмент. Киев : Эльга ; Ника-Центр, 2005. 552 с. **2.** Донцов С. С. Оцінка інвестиційної привабливості підприємства за допомогою аналізу надійності його цінних паперів. *Фінансовий менеджмент.* 2003. № 3. С. 78–84. **3.** Коюда О. П. Інвестиційна привабливість підприємства в умовах трансформації економіки : автореф. дис. … канд. екон. наук : 08.06.01. Харків, 2003. 16 с. **4.** Покропивний С. Ф. Економіка підприємства : підручник / за ред. С. Ф. Покропивного. Київ : КНЕУ, 2001. 528 с. **5.** Ястремська О. М. Стратегічне управління інвестиційною діяльністю підприємства : навч. посіб. Харків : ХНЕУ, 2004. 191 с. **6.** Калинина В. Н., Соловьев В. И. Введение в многомерный статистический анализ : учебное пособие. М. : Техника, 2003. 66 с.

МЕТОДИКА УПРАВЛІННЯ ВИТРАТАМИ СУБ'ЄКТА ПІДПРИЄМНИЦТВА ЗА КРИЗОВИХ УМОВ

УДК 338.439.5:637.1

Білоус П. М.

Магістрант 2 року навчання
фінансового факультету ХНЕУ ім. С. Кузнеця

Анотація. *Досліджено питання вибору методів управління витратами підприємства, зокрема формування та використання ресурсів підприємства. Розглянуто окремі методи управління витратами сучасних підприємств.*

Ключові слова: *економіка, підприємство, організація, фінанси, прибуток, витрати, управління витратами, методи управління витратами.*

Аннотация. *Исследован вопрос выбора методов управления затратами предприятия, в частности формирования и использования ресурсов предприятия. Рассмотрены отдельные методы управления затратами современных предприятий.*

Ключевые слова: *экономика, предприятие, организация, финансы, прибыль, расходы, управление затратами, методы управления затратами.*

Annotation. *The issue of choosing methods of managing the costs of an enterprise, in particular, the formation and use of company resources, has been studied. Separate methods of managing the costs of modern enterprises are considered.*

Keywords: *economy, enterprise, organization, finance, profit, expenses, cost management, cost management methods.*

За сучасних кризових умов для вітчизняних суб'єктів господарювання життєво важливим є вибір і застосування сучасних механізмів та ефективних методів управління витратами на підприємстві в процесі планування господарської діяльності для забезпечення позитивного фінансового результату.

Актуальність дослідження є зумовленою необхідністю детальніше розглянути методи управління витратами на підприємстві, а саме способи класифікації витрат, організації виробничого процесу задля оптимізації витрат на виробництві, а також різні підходи до зменшення витрат під час господарської діяльності.

Метою написання статті є визначення сутності поняття «система управління витратами», характеристика як традиційних, так і сучасних методів управління витратами, визначення їх основних переваг і недоліків, а також найоптимальнішої системи управління витратами.

Різні аспекти організації управління витратами підприємства досліджували Бланк І., Бойчик І., Градов А., Грещак М., Покропивний С., Цал-Цалко Ю., Ніколаєва С. та ін. Однак, у переважній більшості дослідження обмежувалося вивченням окремих аспектів управлінського регулювання процесів формування та використання економічних ресурсів, що не дозволяє повною мірою побудувати комплекс системи управління витратами (СУВ).

Система управління витратами є механізмом цілеспрямованого формування витрат щодо їх видів, місць і носіїв за постійного контролю рівня витрат і стимулювання їх зниження, важливою функцією економічного механізму будь-якого підприємства. Система управління витратами має формуватися в такий спосіб, щоб забезпечити прийняття обґрунтованих управлінських рішень не тільки на рівні управління всім підприємством, але і на рівні виробничих структур, концентруючи увагу керівника на найкритичніших напрямках [3].

В управлінні витратами використовують різноманітні методи, серед них директ-костинг, стандарт-кост, таргет-костинг, абзорпшн-костинг, кайзен-костинг, CVP-аналіз, кост-кілинг, бенчмаркінг витрат, LCC-аналіз, метод EVA тощо.

Директ-костинг передбачає облік собівартості не тільки в частині прямих змінних витрат, а й у частині змінних непрямих витрат. Тому існує певна умовність у назві. Ніколаєва С., підкреслює, що головною особливістю директ-костингу, основою якого є класифікація витрат на постійні та змінні, є те, що собівартість промислової продукції враховується та планується тільки в частині змінних витрат. Постійні витрати не залучають до собівартості виробів, а як витрати цього періоду списують з отриманого прибутку протягом того періоду, у якому їх було здійснено [4]. Ця система управління витратами дає можливість менеджерам підприємства приділяти більшу увагу зміні маржинального доходу як за підприємством у цілому, так і за різними виробами; виявити вироби

© Білоус П. М., 2017

з вищою рентабельністю, щоб перейти в основному на їх випуск. Система забезпечує можливість швидкого переорієнтування виробництва залежно від зміни попиту на ринку.

Стандарт-кост є системою з універсальним інструментом, який може забезпечувати різною інформацією менеджерів підприємства про витрати для найрізноманітніших цілей. На деяких підприємствах важливість і значення її може знижуватися, але в цілому система стандарт-косту, як і раніше, відіграє важливу роль [2].

Методи директ-костингу та стандарт-косту використовують на підприємствах сукупно або окремо.

Таргет-костинг є методом управління витратами за цільовою собівартістю. Ідея, що покладена в основу цього методу, є простою й революційною одночасно. Японські менеджери просто вивернули «навиворіт» традиційну формулу ціноутворення: Собівартість + Прибуток = Ціна, яка в новій концепції трансформувалась у рівняння: Ціна – Прибуток = Собівартість. Таке просте рішення дало змогу отримати чудовий і простий інструмент контролю та економії витрат ще на стадії проектування, оскільки таргет-костинг передбачає розрахунок собівартості виробу, виходячи з попередньо встановленої ціни реалізації. Цю ціну визначають за допомогою маркетингових досліджень, тобто фактично вона є очікуваною ринковою ціною продукту або послуги [3].

Ще одним методом управління витратами є кайзен-костинг, який ідейно схожий із таргет-костингом. Його також застосовують для досягнення цільової собівартості, але, на відміну від таргет-костингу, цей метод полягає в постійному вдосконалюванні якості процесів на всьому підприємстві за участю всіх його працівників.

Робота в незалежних робочих групах дає змогу комплексно розглянути взаємозв'язок окремих процесів у діяльності підприємства, зменшити непродуктивні витрати. Крім робочих груп, працівники підприємства можуть вносити індивідуальні пропозиції щодо зменшення витрат. Концепція кайзен-костингу передбачає також наявність окремих працівників, основним завданням яких є технічне й організаційне вдосконалення бізнес-процесів на підприємстві [6].

Перевагою кайзен-костингу є те, що він забезпечує постійне зменшення витрат й утримання їх на заданому рівні, а основним недоліком – необхідність мотивації працівників, що підтримує залучення персоналу в діяльність організації.

Ще один метод управління витратами – абзорпшн-костинг. Його сутність полягає в тому, що до собівартості продукції входять усі витрати, у тому числі й накладні. Умовою застосування методу є використання методів розподілу накладних витрат, що дають змогу найточніше встановити величину накладних витрат, які входять до собівартості одиниці продукції.

Перевагами абзорпшн-костингу є відсутність поділу витрат підприємства на постійні та змінні; точніше визначення фінансового результату діяльності підприємства; відображення покриття доходом від реалізації продукції кожного виду не тільки прямих змінних витрат, а й постійних накладних витрат; підвищення обґрунтованості вибору додаткового замовлення або відмови від нього.

У кінці 1980-х рр. американські економісти Купер Р. і Каплан Р. розробили новий підхід, який дає змогу точніше калькулювати собівартість продукції. Вони назвали його обліком витрат на основі видів діяльності (activity-based-costing, ABC). Автори системи стверджують, що облік витрат на підставі видів діяльності може контролювати накладні витрати шляхом виділення першопричин тих чи інших витрат. Управління витратами на основі видів діяльності передбачає, що будь-яка діяльність, яка потребує витрачання ресурсів, породжує витрати. Собівартість продукції визначається операціями, необхідними для її створення: розробкою, проектуванням, виробництвом, маркетингом, доставкою й сервісним обслуговуванням. Зрозумівши всі операції, які утворюють те чи інше виробництво, можна управляти витратами [5].

Ця система управління витратами передбачає спочатку групування накладних витрат за основними видами діяльності, а потім розподіл їх між видами продукції, виходячи з того, які види діяльності необхідні для виробництва цього продукту. Недоліками є те, що він потребує суттєвих змін у системі бухгалтерського обліку й удосконалення системи інформаційної підтримки, що зумовлює зростання витрат на управління.

Одним із напрямів застосування ABC-методу є формування на підприємстві системи бюджетів, при цьому діє ABC-модель визначення обсягу та вартості робіт, а також потреб у ресурсах.

Досить новим методом управління витратами є бенчмаркінг витрат. Бенчмаркінг є способом оцінки стратегій і цілей роботи організації порівняно з успішними підприємницькими організаціями для визначення свого місця на конкретному ринку [6]. Перевагами бенчмаркінгу витрат є відсутність потреби у винаході власних способів зменшення витрат і вдосконалення процесів у діяльності підприємства, оскільки це вже зроблено лідером ринку або підприємством, узятим за зразок; можливість комбінування різних методів, що забезпечили успіх у зменшенні витрат іншим підприємствам.

Одним із найжорсткіших методів управління витратами є кост-кілінг. Результатом його застосування є зменшення витрат на оплату праці і, як наслідок, скорочення штату працівників, вивільнення та продаж невикористовуваних або маловикорстовуваних активів, повне або практично повне зменшення витрат на соціальну сферу.

Ще одним методом управління витратами є CVP-аналіз (аналіз точки беззбитковості), який ґрунтується на зіставленні трьох величин: витрат підприємства, доходу від реалізації й отримуваного прибутку, залежність яких дає змогу визначити виторг від реалізації (обсяг реалізації), що за відомих величин постійних витрат підприємства і змінних витрат на одиницю продукції забезпечить беззбитковість діяльності або запланований фінансовий результат.

CVP-аналізу дає змогу визначити обсяг продажу, за якого досягається беззбитковість виробництва або заданий фінансовий результат; простота, наочність і оперативність методу.

Ще одним досить новим методом є LCC-аналіз (Life Cycle Costing), або розрахунок витрат за етапами життєвого циклу продукції. Його застосовують в стратегічному управлінні, оскільки метод охоплює період у кілька років. Планові витрати визначають за кожною стадією життєвого циклу продукту: розробкою, виведенням на ринок, зростанням, зрілістю і спадом.

Наступним методом, який нещодавно почали використовувати в управлінні витратами, є EVA – метод економічної доданої вартості. Цей метод дає змогу прив'язати створення вартості до певних груп робітників або підрозділів і в такий спосіб отримувати критерій для диференційованої винагороди за виконану роботу на підприємстві.

Таким чином, досконалих методів управління витратами не існує. Застосування кожного з них є найдоцільнішим для конкретних умов і цілей управління витратами. Щоб обрати найкращий метод, керівництву підприємства необхідно провести ґрунтовні дослідження майже з усіх питань функціонування підприємства. Крім того, для ефективного управління витратами необхідно використовувати сукупність методів, наприклад, взаємодія таргет-костингу та кайзен-костингу дасть змогу ефективно управляти собівартістю; застосування системи ABC + EVA – розподілити витрати капіталу за роботами та продуктами, після чого, склавши їх з попередньо визначеними операційними витратами, ідентифікувати групу продукції, яка створює додану вартість для інвесторів. Від правильно вибраного методу або їх сукупності залежить досягнення ефективності управління витратами.

Науковий керівник – канд. екон. наук, доцент Голофаєва І. П.

Література: 1. Шандора Н. В. Створення ефективної системи управління витратами підприємства. *Фінанси України.* 2003. № 7. С. 97–101. **2.** Багдасарян О. А. Система контролю за витратами виробництва в сучасних умовах. *Економіка та підприємництво.* 2007. №. 3. С. 257– 261. **3.** Гришко Н. В. Місце процесу управління витратами в діяльності промислового підприємства. *Економіст.* 2006. № 11. С. 68–69. **4.** Николаева С. А. Особенности учета затрат в условиях рынка: система «директ-костинг». М. : Финансы и статистика, 1993. 128 с. **5.** Власик Г. В. Аналіз та оцінка існуючих систем управління витратами. *Економіка та підприємництво.* 2006. № 6. С. 76–79. **6.** Пилипенко О. О. Управління витратами на сучасних підприємствах. *Формування ринкових відносин в Україні.* 2006. № 12. С. 8–11.

ВПЛИВ ВАЛЮТНОГО КУРСУ НА ФІНАНСОВІ РЕЗУЛЬТАТИ ПІДПРИЄМСТВА

УДК 339.743:658.14/.17

Бобошко М. О.

Студент 2 курсу
факультету консалтингу і міжнародного бізнесу ХНЕУ ім. С. Кузнеця

Анотація. *Обґрунтовано значення оцінювання впливу валютного курсу на фінансові результати підприємства. Проаналізовано проблеми, що є пов'язаними із зміною валютного курсу. Запропоновано напрями ефективного вирішення проблем.*

Ключові слова: *економіка, підприємство, фінанси, валюта, валютний курс, фінансовий результат, хеджування, демпінг.*

Аннотация. *Обосновано значение оценки влияния валютного курса на финансовые результаты предприятия. Проанализированы проблемы, связанные с изменением валютного курса. Предложены направления эффективного решения проблем.*

Ключевые слова: *экономика, предприятие, финансы, валюта, валютный курс, финансовый результат, хеджирование, демпинг.*

Annotation. *The significance of the assessment of the impact of the exchange rate on the financial results of the enterprise is substantiated. The problems analyzed are related to the change in the exchange rate. Directions for effective solution of problems are proposed.*

Keywords: *economy, enterprise, finance, currency, exchange rate, financial result, hedging, dumping.*

Сучасна економічна ситуація в Україні не є достатньо стабільною. Валютний курс змінюється щодня, більшість експертів не беруться передбачити, що станеться завтра. Підприємства не можуть розраховувати на допомогу від країни, тому зміни у валютних курсах завдають великої шкоди підприємцям. Щоб залишитися на ринку, потрібно знати причини коливань у валютному курсі.

Питання зміни валютного курсу перебуває в центрі уваги вчених. Значний внесок у вирішення цієї проблеми зробили Стровський Л. Є., Климова Н. В. та ін. У своїй роботі Стровський Л. Є. розглянув проблему змін валютного курсу в дуже вузькому напрямку, на прикладах продемонстрував вплив коливань валютного курсу на експортерів, імпортерів, споживачів та ін. [2]. Климова Н. В. детально розглянула, що впливає на валютний курс і який вплив має валютний курс на економіку в цілому [1]. Але деякі питання потребують подальшого розвитку і пошуку обґрунтованих підходів.

Метою написання статті є визначення впливу змін у валютному курсі на результати діяльності підприємств і роль держави у контролі валютного курсу.

Отримання позитивного фінансового результату є основною метою діяльності будь-якого підприємства. Способи підвищення фінансових результатів відрізняються залежно від виробничих можливостей, величини капіталу, можливості залучення додаткових джерел коштів та ін. Але існують і такі економічні фактори впливу на фінансовий результат, які не залежать від суб'єкта господарювання. Ці економічні фактори можуть не тільки нашкодити, а й відкрити нові можливості для підприємства. До таких факторів належить і курс валют.

Постійні коливання валютних курсів є однією з причин змін вартості товару, який купують або продають. Курс валют впливає на зовнішню торгівлю підприємств, на співвідношення в ціні експортних і імпортних операцій, спричиняє зміни в конкурентоспроможності та прибутках. Це стосується фірм, які закуповують або беруть товари в борг і заробляють у різних грошових одиницях, адже компанії, що займаються зовнішньоекономічною діяльністю, у більшості випадків є експортерами та імпортерами одночасно. На момент підписання контракту курс валют міг бути стабільним, а в результаті коливань підприємець сильно ризикує, і контракт, який був вигідним, може принести збитки [3].

Національна валюта може знецінитися, що дає змогу експортерам знизити ціни власної продукції в іноземній валюті і, якщо не протидіють інші фактори, є можливість отримати премію при обміні валюти, яка подорожчала. Продаючи товари за вартістю нижче середньої, підприємства збагачуються, коли держава несе втрати. Зниження валютного курсу приводить до зменшення заборгованості в національній валюті, підвищуючи при цьому зовнішні борги. Іноді держави навмисно маніпулюють валютним курсом, щоб домогтися вирішення певних завдань. Штучне заниження – девальвація національної валюти – спричиняє покращення експорту, зростання конкурентоспроможності, але починають зростати ціни на імпортні товари, і населення вірогідніше придбає

© Бобошко М. О., 2017

товари місцевого виробника, що є корисним для країни [4]. На такий результат сподівається держава, але ніколи так не станеться. Негативними наслідками є зменшення ефективності національного виробника, адже в нього немає конкурентів, і підвищення рівня інфляції.

Через зниження валютного курсу виникають умови для валютного демпінгу, який може бути використаний для витіснення конкурентів з ринків. Це може стати причиною конфліктів між країнами, через що в 1967 р. був прийнятий Антидемпінговий кодекс (остання редакція – 1994 р.), у якому передбачені спеціальні санкції для країн, які застосовують демпінг [5]. Потерпіле від демпінгу підприємство має право на оподаткування товарів спеціальним митом, що дорівнює різниці між внутрішньою ціною на ринку країни-експортера, і ціною, за якою цей товар експортується. На сьогоднішній день валютний демпінг є рідким явищем, адже конкурентоспроможність товарів визначається не тільки ціною, а й якістю та іншими показниками [6].

Підвищення валютного курсу призводить до збільшення імпорту, що може погіршити економічне становище, адже внутрішній ринок буде перенасичений товарами. Підприємствам складніше реалізувати свою продукцію за кордоном, ефективність експорту зменшується, що може стати причиною зменшення підприємств, які займаються експортом товарів. Протилежною девальвації є ревальвація. Вона дозволяє купити іноземну валюту за зниженим курсом, дає можливість підприємствам збільшити капітал, інвестиції за кордоном. Ревальвація, як правило, не відповідає національним інтересам, отже, її не часто застосовують.

У такий спосіб валютні коливання впливають на експортерів та імпортерів, але також існує непрямий вплив: підприємство залежить від інших підприємств, на які впливає валютний курс. Наприклад, компанія нічого не продає, не закупає в інших країнах. Однак, вона використовує вантажівки для перевезення продукції країною. У результаті змін у валютному курсі ціна на пальне змінюється (воно було імпортоване), і це впливає на діяльність компанії.

Ризики, що є пов'язаними з коливанням валюти, можна визначити і заздалегідь, але іноді підприємства вважають їх незначними і починають серйозно про них замислюватися запізно. Деякі контракти дають можливість зміни грошової одиниці на іншу, але це передбачено рідко. Інший спосіб – запропонувати партнеру розподілити ризик, пов'язаний з курсовими коливаннями грошової одиниці [3]. За відмови можна використовувати зовнішнє хеджування з третьою стороною. «Компанії хеджують за різних причин, але всі вони зіштовхуються з однаковою проблемою, – вважає Карлієн Порре, партнер у міжнародній практиці надання консультаційних послуг скарбниці «Делойт», – вони хочуть захистити свої фінансові результати» [7]. Це – своєрідне страхування від небажаних втрат, і хоча підприємство позбавляється в результаті страхування частини прибутку, без хеджування втрати можуть стати значно більшими. Хеджування простежується в авіаційній індустрії: усі авіалінії хеджують ціни на паливо. Уявіть, що одна авіалінія зафіксувала ціну на 12 місяців, а інша – на 3. Якщо ціни на паливо несподівано впадуть, першій авіалінії доведеться сплачувати більше, друга зможе здешевити ціни на квитки завдяки дешевшому пальному. Отже, хеджування також має свої особливості.

Для зменшення ризику можна скористатися послугами валютного брокера. Вибирати його потрібно з обережністю, адже не всі брокери можуть бути надійними. Вони можуть запропонувати підприємству доступ до сервісу, за допомогою якого воно зможе зафіксувати сприятливий курс валюти на строк до двох років до початку торгів. Це корисно, якщо підприємству відомо, що доведеться придбати товар, сировину в іноземного постачальника. Недоліком може стати надто завчасне встановлення ставки. Валютний брокер також стане в нагоді, якщо підприємство сплачує регулярні платежі за кордон, як-от заробітну плату в іноземній валюті. На відміну від більшості банків, брокери не стягують плату за переказ і комісію, а можуть також запропонувати вигідніший обмінний курс [7].

За результатами дослідження можна зробити пропозиції щодо зменшення ризиків, що є пов'язаними з коливаннями валютного курсу:

– постійно слідкувати за курсом валют;
– проводити закупки зарубіжних товарів у найвигідніший момент;
– переводити частину витрат на споживача, наприклад підвищити ціну;
– укладати валютні форвардні контракти;
– скористатися послугами надійного валютного брокера.

Таким чином, коливання валютного курсу безпосередньо впливають на фінансові результати діяльності підприємств. Незначне коливання може привести до суттєвих проблем у діяльності підприємства. Хеджування спроможне захистити суб'єкти господарювання від фінансових ризиків. Необхідно пам'ятати, що надія на коливання валютного курсу й отримання доходу за цих обставин не може бути завданням компанії. З цих та інших причин змінам у валютному курсі потрібно приділяти значну увагу, оскільки багато чого можна передбачити та захиститися від небажаних впливів.

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

Література: 1. Климова Н. В. Причины валютных колебаний и их влияние на экономические изменения. URL: https://cyberleninka.ru/article/n/prichiny-valyutnyh-kolebaniy-i-ih-vliyanie-na-ekonomicheskie-izmeneniya. **2.** Влияние валютных курсов на финансовые результаты деятельности предприятия. URL: https://works.doklad.ru/view/5FODQAoZTUM.html. **3.** Влияние валютного курса на внешнюю торговлю. URL: https://www.inventech.ru/lib/macro/macro-0072. **4.** Господарський кодекс України: Закон України від 16.01.2003 № 436-IV // База даних «Законодавство України»/Верховна Рада України. URL: http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/436-15. **5.** Влияние изменения валютных курсов на международные отношения. URL: http://www.bibliotekar.ru/valyutno-creditnye-otnosheniya/8.htm. **6.** The business of hedging. URL: http://www.bbc.com/news/business-37655837. **7.** How do foreign exchange rate fluctuations affect your business. URL: https://startups.co.uk/currencyzone/how-do-foreign-exchange-rate-fluctuations-affect-your-business.

УПРАВЛІННЯ ОБОРОТНИМИ АКТИВАМИ ПІДПРИЄМСТВА

УДК 336.663

Бобрицька М. О.

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

Анотація. *Визначено сутність поняття «оборотні активи», розглянуто основні принципи та функції управління оборотними активами підприємства. Конкретизовано основні методи управління оборотними активами. Запропоновано заходи для підвищення ефективності використання оборотних коштів.*

Ключові слова: *підприємство, організація, фінанси, активи, оборотні активи, управління активами, модель управління.*

Аннотация. *Определена сущность понятия «оборотные активы», рассмотрены основные принципы и функции управления оборотными активами предприятия. Конкретизированы основные методы управления оборотными активами. Предложены меры по повышению эффективности использования оборотных средств.*

Ключевые слова: *предприятие, организация, финансы, активы, оборотные активы, управление активами, модель управления.*

Annotation. *The essence of the concept «current assets» is defined, the basic principles and functions of management of the company's circulating assets are considered. The basic methods of management of circulating assets are concretized. Measures are proposed to increase the efficiency of the use of working capital.*

Keywords: *enterprise, organization, finances, assets, current assets, asset management, management model.*

Для сучасної національної економіки характерними є нестабільність і висока динамічність зовнішнього середовища. Ці фактори негативно впливають на фінансовий стан підприємства, змушують його керівників постійно приймати рішення за умов невизначеності. Унаслідок цього на перший план виходять саме фінансові аспекти діяльності підприємства. Одним із таких аспектів є вартість активів підприємства та підтримання їх на достатньому рівні. Політика управління активами підприємства в межах його фінансової політики формує ідеологію управління фінансами, орієнтовану на реалізацію заходів, спрямованих на підвищення ефективності їх використання, збільшення їх вартості та вартості бізнесу в цілому.

Проблеми вдосконалення методології управління оборотними активами, теоретичного та практичного обґрунтування питань, що є пов'язаними з їх обліком, аналізом і управлінням, досліджували Коптева О. П., Биков-

© Бобрицька М. О., 2017

ський В. В., Бондаренко О. С., Носов П. Л., Чебанова Н. В., Чухно І. С. та ін. Однак, потребують уваги та вирішення питання застосування програмно-цільового підходу до управління оборотними активами підприємств. Актуальність проблеми управління активами є зумовленою необхідністю підвищення ефективності виробничої діяльності підприємств шляхом удосконалення управління оборотними активами.

Метою написання статті є аналіз теоретичних положень управління оборотними активами підприємства й обґрунтування їх застосування.

Для нормального функціонування підприємства необхідно ефективно управляти його оборотними активами. Оборотні активи – це грошові кошти та їх еквіваленти, що не обмежені у використанні, а також інші активи, призначені для реалізації чи споживання протягом операційного циклу або протягом дванадцяти місяців з дати балансу [7].

Під системою управління оборотними активами розуміють сукупність відокремлених, але пов'язаних між собою елементів, що забезпечують цілеспрямований вплив на об'єкт управління шляхом реалізації функцій управління через використання комплексу методів управління для забезпечення належного рівня фінансової стійкості, платоспроможності та ліквідності підприємства.

Управління оборотними активами підприємства передбачає такі етапи: аналіз оборотних активів підприємства в попередньому періоді, вибір політики формування оборотних активів підприємства, оптимізацію обсягу оборотних активів, оптимізацію співвідношення постійної та змінної частин оборотних активів, забезпечення необхідної ліквідності оборотних активів, забезпечення необхідної рентабельності оборотних активів і вибір форм і джерел фінансування оборотних активів (рис. 1) [2; 6].

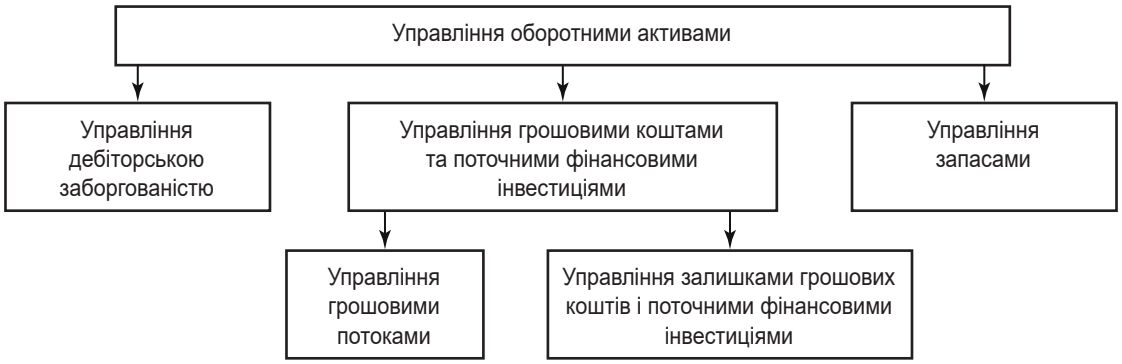


Рис. 1. **Схема управління оборотними активами підприємства**

Функціями управління оборотними активами є:

– контрольна, що є пов'язаною зі створенням системи постійного контролю за обсягами оборотних активів і за станом ліквідності та платоспроможності підприємства;

– стабілізуюча, у процесі реалізації якої має забезпечуватися достатній рівень ліквідності та платоспроможності підприємства, що є досить важливим для стабільного його функціонування й подальшого розвитку;

– аналітична, реалізація якої забезпечує проведення постійного аналізу стану оборотних активів і всіх їх складових, порівняння обсягів оборотних активів із поточними зобов'язаннями, дослідження їх динаміки, здійснення аналізу факторів, що впливають на стан оборотних активів [5].

Стратегія і тактика управління оборотними засобами мають забезпечити вирішення двох важливих завдань: забезпечення платоспроможності та прийнятного обсягу, структури й рентабельності активів [3].

Стратегії фінансування оборотних активів залежать від покладених у їх основу принципів фінансування змінної частини. При цьому постійна частина оборотних активів визначається на рівні мінімальної потреби в оборотних активах у досліджуваному періоді. Змінна частина є різницею між фактичною та мінімальною потребою в оборотних активах, як правило, це запаси сировини та матеріалів. У теорії фінансового менеджменту виділяють чотири стратегії фінансування оборотних активів: ідеальну, агресивну, консервативну й компромісну (табл. 1) [4].

Стратегія фінансування оборотних активів підприємства значно впливає на його фінансову стійкість. Питання фінансування оборотних активів є пов'язаним, з одного боку, зі співвідношенням постійних (частина оборотних активів, яка може бути визначена як мінімум коштів, необхідних для здійснення виробничої діяльності) і змінних (частина оборотних активів, що варіює) видів цих активів, а з іншого боку – із принциповим вибором довгострокових або короткострокових джерел фінансування оборотних активів [4; 6].

Таблиця 1

Характеристика стратегій фінансування оборотних активів

Стратегія	Сутність
Ідеальна	Довгострокові пасиви встановлюються на рівні необоротних активів, а оборотні активи – на рівні поточних пасивів
Агресивна	Довгострокові пасиви є джерелом покриття необоротних активів і постійної частини оборотних активів; змінна частина оборотних активів у повному обсязі покривається поточними зобов'язаннями
Консервативна	Фінансування всіх активів за рахунок довгострокових пасивів
Компромісна	Необоротні активи, постійна частина оборотних активів і приблизно половина змінної частини оборотних активів покриваються довгостроковими пасивами

Таким чином, ефективне управління оборотними активами відіграє важливу роль у забезпеченні платоспроможності та конкурентоспроможності підприємства. Важливим аспектом управління оборотними активами є вибір стратегії їх фінансування. За умови забезпечення вдалого управління оборотними активами на підприємстві вдається досягти деякого вивільнення активів, які можна застосувати для забезпечення зростання прибутковості функціонування, пришвидшення обіговості оборотних коштів, забезпечення безперебійної виробничої діяльності та максимізації прибутковості.

Науковий керівник – канд. екон. наук, доцент Голофаєва І. П.

Література: 1. Брушко Г. В. Методологічні основи управління оборотними активами. *Культура народов Причерноморья.* 2010. № 179. С. 31–33. **2.** Казачков І. О., Даньченко О. Е. Напрямки вдосконалення процесу управління оборотними коштами підприємства. *Економічний випуск Запорізької державної інженерної академії.* 2014. № 7. С. 136–143. **3.** Ковалев В. В. Введение в финансовый менеджмент. М. : Финансы и статистика, 2001. 768 с. **4.** Омельченко Л. С., Піскульова І. В. Аналіз стратегій управління оборотними активами промислових підприємств. *Економіка: реалії часу.* 2015. № 3. С. 178–183. **5.** Проскуріна Н. М., Романюк Н. С. Управління оборотними активами в умовах кризового стану підприємства. *Економічний вісник Національного гірничого університету.* 2009. № 3. С. 55–63. **6.** Сєрік Ю. В. Управління оборотними активами підприємства. *Економіка і управління.* 2013. № 4. С. 69–75. **7.** Швець Ю. О., Скворцова А. В. Управління оборотними активами підприємств. *Економіка і менеджмент.* 2015. № 13. С. 127–130. **8.** Шматковська Т., Демедюк Л., Ворона О. Деякі аспекти проблематики управління оборотними активами на підприємстві. *Науковий вісник Одеського національного економічного університету.* 2016. № 3. С. 174–184.

АНАЛІЗ ДІЛОВОЇ АКТИВНОСТІ ПАТ «ЗВЕНИГОРОДСЬКИЙ СИРОРОБНИЙ КОМБІНАТ»

УДК 005.52:330.341.1

Бойко Ю. Ю.

Студент 4 курсу
факультету консалтингу і міжнародного бізнесу ХНЕУ ім. С. Кузнеця

Анотація. *Обґрунтовано необхідність аналізу ділової активності підприємства, розглянуто його сутність. Досліджено підходи різних науковців до оцінювання ділової активності підприємства. Проаналізовано результативність фінансово-господарської діяльності ПАТ «Звенигородський сироробний комбінат».*

© Бойко Ю. Ю., 2017

Ключові слова: *підприємство, ділова активність, фінансово-господарська діяльність, оборотність, фінанси, результативність, капітал.*

Аннотация. *Обоснована необходимость анализа деловой активности предприятия, рассмотрена его сущность. Исследованы подходы разных ученых к оценке деловой активности предприятия. Проанализирована результативность финансово-хозяйственной деятельности ОАО «Звенигородский сыродельный комбинат».*

Ключевые слова: *предприятие, деловая активность, финансово-хозяйственная деятельность, оборачиваемость, финансы, результативность, капитал.*

Annotation. *The necessity of the analysis of business activity of the enterprise is justified, its essence is considered. The approaches of various scientists to the evaluation of the business activity of the enterprise are explored. The effectiveness of financial and economic activities of JSC «Zvenigorod Cheese Factory» is analyzed.*

Keywords: *enterprise, business activity, financial activity, economic activity, turnover, finance, productivity, capital.*

За сучасних ринкових умов запорукою успіху підприємства є організація ефективного його функціонування. Одним із найважливіших факторів, що впливають на конкурентоспроможність підприємства, є ділова активність. Під нею розуміють, наскільки ефективно використовуються активи, тобто це співвідношення вкладених ресурсів та їх використання в процесі виробництва. Рівень ділової активності має особливе значення для інвесторів і кредиторів. Висока ділова активність може позитивно вплинути на рішення інвесторів щодо операцій з активами, вкладення коштів. Банки з більшою впевненістю надають кредитні ресурси підприємству, що має високу ділову активність.

Проблеми визначення сутності, змісту та методик оцінки ділової активності досліджували Брейлі У. Р., Хорн В. Д., Гарасюк О. А., Ковальов В. В., Савицька Г. В., Сайфулін Р. С., Турило А. М., Цал-Цалко Ю. С., Шеремет А. Д. та ін. У процесі дослідження літературних джерел було розглянуто чимало тлумачень сутності поняття ділової активності та підходів до її оцінки.

Метою написання статті є вдосконалення методологічного забезпечення аналізу ділової активності підприємства.

Під діловою активністю розуміють усі зусилля, що є спрямованими на просування підприємства на ринках продукції, праці та капіталу, тобто результативність роботи відносно вкладених коштів чи величини їх споживання в процесі виробництва [5].

Коваленко Л. О., Ремньова Л. М., Цал-Цалко Ю. С надають повну характеристику ділової активності підприємства, що передбачає визначення місця підприємства на ринку окремих товарів, розгалуженості ділових відносин, репутації підприємства як партнера, оцінку конкурентоспроможності [6; 10].

Науковці розглядають формування ділової активності залежно від зовнішньої та внутрішньої ефективності, найкращого асортименту готової продукції та організації господарської діяльності. Вважають, що ділова активність є складовою економічної активності підприємства [3].

Оцінка ділової активності є спрямованою на аналіз результатів і ефективності поточної діяльності підприємства й оцінюється за застосування кількісних та якісних критеріїв [2].

Аналіз ділової активності є автономною складовою комплексного фінансового аналізу діяльності підприємства, значення якого полягає у формуванні економічно обґрунтованої оцінки ефективності та інтенсивності використання ресурсів.

Як правило, ділова активність залежить від показників оборотності – відносних кількісних критеріїв, однак, їх аналіз не дає повну оцінку, а лише загальну, у вагомих аспектах.

Проводячи аналіз, застосовуємо лише відносні показники, оскільки вони допомагають оцінити ефективність використання ресурсів підприємства: збільшення показника оборотності свідчить про високу рентабельність використання ресурсів і зменшення ресурсів, необхідних для його діяльності. У табл. 1 подано набір коефіцієнтів, необхідних і достатніх для кількісної оцінки підприємства [1; 8].

Проаналізувавши показники (табл. 1), і розрахувавши базисні темпи зростання (як базисний узято 2014 р.), можна охарактеризувати ділову активність підприємства. Зростання швидкості обігу (кількості оборотів за період) капіталу підприємства на 13,1 % можливе за рахунок інфляційного зростання цін, а також є пов'язаним із зменшенням числа оборотів запасів, тобто відносним збільшенням виробничих запасів і незавершеного виробництва. Прискорення обороту готової продукції на 149,7 % вказує на зростання попиту на продукцію підприємства.

Підвищення швидкості оборотності дебіторської заборгованості на 17 % може вказувати на скорочення продажу в кредит. Позитивною тенденцією є зниження терміну погашення дебіторської заборгованості на 14,3 %.

Таблиця 1

Відносні показники аналізу ділової активності ПАТ «Звенигородський сироробний комбінат» за 2014–2016 рр.

Показники	2014	2015	2016	Базові темпи зростання 2016 р. до 2014 р., %
1. Коефіцієнт загальної оборотності капіталу	1,931	2,155	2,184	113,1
2. Коефіцієнт оборотності оборотних активів	7,635	7,864	6,419	84,1
3. Коефіцієнт оборотності матеріальних оборотних активів	8,400	8,248	7,363	87,7
4. Коефіцієнт оборотності готової продукції	12,328	13,491	30,779	249,7
5. Коефіцієнт оборотності дебіторської заборгованості	6,310	6,502	7,386	117,0
6. Середній термін оборотності дебіторської заборгованості	57,844	56,139	49,554	85,7
7. Коефіцієнт оборотності кредиторської заборгованості	10,202	10,483	9,769	95,8
8. Середній термін оборотності кредиторської заборгованості	35,778	34,817	37,466	104,7
9. Фондовіддача основних засобів та інших необоротних активів	4,581	6,329	8,177	178,5
10. Коефіцієнт оборотності власного капіталу	2,488	3,128	3,065	123,2

У підприємства зростає частка закупівель у кредит на 4,2 %, що свідчить про збільшення комерційного кредиту, наданого підприємству. Що ж стосується боргів підприємства, середній термін погашення зріс на 4,7 %.

Фондовіддача зросла на 78,5 %, що вказує на зростання ефективності використання основних засобів та інших необоротних активів у розрахунку на одну гривню вартості реалізованої продукції. Швидкість обороту власного капіталу для акціонерних товариств вказує на ділову активність коштів, які вкладають акціонери.

Таким чином, у науковій літературі існує чимало підходів до визначення сутності поняття ділової активності. Однак, існує потреба в обґрунтуванні шляхів розробки ефективних методик аналізу використовуваних для її оцінювання показників. Щодо досліджуваного підприємства, було визначено аспект, що негативно впливає на його ділову активність. Він є пов'язаним зі зростанням кредиторської заборгованості. Зауважимо, що для більш повного й цілісного аналізу доцільно дослідити якісні показники разом із кількісними. Саме такі дані можна використовувати для аналізу динаміки ділової активності як підприємства, так і в порівнянні з іншими учасниками ринку. У перспективі це дозволить удосконалити методичне забезпечення міжфірмового аналізу ділової активності.

Науковий керівник – канд. екон. наук, доцент Мішин О. Ю.

Література: 1. Річна фінансова звітність. Публічне акціонерне товариство «Звенигородський сироробний комбінат» // Smida. URL: https://smida.gov.ua. **2.** Антипенко Є. Ю., Ногіна С. М., Піддубна Ю. С. Аналіз теоретичних аспектів ділової активності підприємства та існуючих підходів до її оцінювання. *Сталий розвиток економіки.* 2013. № 3. С. 76–80. **3.** Брели Р., Майерс С. Принципы корпоративних финансов / пер. с англ. Н. Баршинковой. М. : Олимп-Бизнес, 2008. 1008 с. **4.** Гарасюк О. А. Проблеми визначення сутності поняття «ділова активність підприємства». *Вісник КТУ.* 2010. № 22. С. 63–66. **5.** Ковалев В. В. Финансы организаций (предприятий). М. : ТК Велби; Проспект, 2006. 352 с. **6.** Коваленко Л. О., Ремньова Л. М. Фінансовий менеджмент : навч. посіб. Київ : Знання, 2005. 484 с. **7.** Савицька Г. В. Економічний аналіз діяльності підприємства : навч. посіб. Київ : Знання, 2004. 654 с. **8.** Турило А. М. Теоретико-методичні підходи до визначення сутності поняття «економічна активність підприємства». *Фінанси України.* 2011. № 10. С. 79–84. **9.** Хорн Ван Д. Основы управления финансами. М. : Финансы и статистика, 2003. 800 с. **10.** Цал-Цалко Ю. С. Фінансова звітність підприємства та її аналіз : навч. посіб. Київ : Центр навч. літ., 2002. 360 с. **11.** Шеремет А. Д. Методика финансового анализа. М. : Инфра-М, 2008. 208 с.

ДІАГНОСТУВАННЯ РОЗВИТКУ КРИЗОВИХ ЯВИЩ НА ПІДПРИЄМСТВІ

УДК 332.146.3

Бойко О. М.

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

Анотація. *Узагальнено підходи до визначення сутності поняття «діагностування кризового стану підприємства». Розглянуто застосування структурно-логічної схеми для діагностування кризового стану підприємства. Проведено аналіз методик оцінювання кризових явищ.*

Ключові слова: *економіка, підприємство, фінанси, криза, кризові явища, банкрутство, антикризове управління, діагностування, оцінювання, інтегральна оцінка, аналіз, прогнозування.*

Аннотация. *Обобщены подходы к определению сущности понятия «диагностирование кризисного состояния предприятия». Рассмотрено применение структурно-логической схемы для диагностирования кризисного состояния предприятия. Проведен анализ методик оценки кризисных явлений.*

Ключевые слова: *экономика, предприятие, финансы, кризис, кризисные явления, банкротство, антикризисное управление, диагностирование, оценка, интегральная оценка, анализ, прогнозирование.*

Annotation. *The approaches to the definition of the essence of the concept of «diagnosing a crisis state of an enterprise» are generalized. The application of the structural-logical scheme for diagnosing the crisis state at the enterprise is considered. The analysis of methods for assessing crisis phenomena is carried out.*

Keywords: *economy, enterprise, finances, crisis, crisis phenomena, bankruptcy, crisis management, diagnosis, assessment, integrated assessment, analysis, forecasting.*

Для сучасного етапу функціонування вітчизняної економіки характерними є наявність і розвиток глибоких кризових явищ, чим зумовлено низьку ефективність функціонування суб'єктів господарювання, погіршення їх фінансового стану, появу високої кількості збиткових підприємств і підприємств-банкрутів. Розвиток таких тенденцій вимагає широкого впровадження до діяльності суб'єктів господарювання процесів діагностування та моніторингу, оскільки адекватне реагування органів управління підприємством на кризову ситуацію можливе лише на основі своєчасного виявлення й діагностування симптомів і причин кризи, чим зумовлено актуальність цього дослідження.

Дослідженням питань діагностування та моніторингу кризових явищ в діяльності суб'єктів господарювання займалися Терещенко О. О., Бланк І. О., Коваленко О. В., Лігоненко Л. О., Берест М. М. та ін.

Метою написання статті є узагальнення сучасних підходів до розуміння змісту та розкриття методичних засад щодо проведення діагностування кризових явищ у діяльності підприємств.

У загальному розумінні діагностування в антикризовому управлінні – це багатофакторна категорія, що передбачає дослідження базових показників господарської діяльності соціально-економічної системи, всебічний аналіз впливу внутрішніх і зовнішніх факторів на фінансово-економічний і техніко-технологічний стан суб'єкта економічної діяльності й експертне оцінювання розроблених заходів, перспектив фінансового оздоровлення та превентивної санації, а також досягнення цілей прогнозування [1].

Для вищого керівництва і власників підприємства діагностування є засобом одержання достовірної якісної інформації про його реальні можливості на початковій стадії економічної кризи й основою для запровадження особливих методів і механізмів менеджменту. Діагностування кризової ситуації нарівні з методами її подолання є незамінною складовою будь-якої управлінської політики. Вона дає дані, які можна використовувати в майбутніх періодах, указує на помилки і недоліки існуючої виробничої та управлінської системи, виявляє причини виникнення кризової ситуації.

Аналіз літературних джерел та існуючих точок зору щодо сутності поняття «діагностування кризового стану підприємства» свідчить, що на сьогодні не існує однозначного підходу до його тлумачення. При розгляді діагностування кризового стану автори вкладають різний зміст залежно від цілей, суб'єктів, об'єктів і способів проведення аналізу.

Погляди окремих вітчизняних і зарубіжних авторів проаналізовано в табл. 1 [3; 4].

© Бойко О. М., 2017

Таблиця 1

Підходи до визначення сутності поняття «діагностування кризового стану підприємства»

Автор	Визначення	Ключові слова
Лігоненко Л. О.	Діагностування проблем, що виникли в процесі функціонування підприємства та можуть спричинити негативні наслідки у його життєдіяльності	Аналіз проблем у діяльності підприємства, що можуть спричинити негативні наслідки
Сажина М. А.	Система цільового фінансового аналізу, спрямованого на виявлення можливих тенденцій і негативних наслідків кризи	Фінансовий аналіз, спрямований на виявлення можливих тенденцій і негативних наслідків кризи
Бланк І. О.	Система цільового фінансового аналізу, спрямована на виявлення кризового стану підприємства, який загрожує банкрутством	Цільовий фінансовий аналіз як база для виявлення кризового стану підприємства
Коваленко О. В., Ремньова Л. М.	Сукупність методів аналізу для своєчасного розпізнавання симптомів фінансової кризи на підприємстві та оперативного реагування на неї на початкових стадіях задля зменшення ймовірності повної фінансової неспроможності суб'єкта господарювання	Аналіз симптомів фінансової кризи й оперативне реагування на неї задля попередження фінансової неспроможності підприємства на початкових стадіях
Градов А. П., Савицька Г. В.	Напрямок економічного аналізу, що дозволяє виявити характер порушення нормального ходу економічних процесів на підприємстві	Виявлення порушення нормального ходу економічних процесів
Муравйов А. І.	Спосіб установлення характеру порушень нормального ходу господарського процесу на підставі типових ознак, властивих тільки певному порушенню	Установлення характеру порушень нормального ходу господарського процесу
Верба В. А., Решетняк Т. І.	Процес детального та поглибленого аналізу проблем, виявлення факторів, що впливають на них, підготовки всієї необхідної інформації для прийняття рішення, а також виявлення головних аспектів взаємозв'язку між проблемами, загальними цілями та результатами діяльності підприємства	Виявлення факторів, що впливають на проблеми в діяльності підприємства

Узагальнення й аналіз основних підходів до визначення діагностування в економічній літературі дає змогу зробити висновки, що концепція діагностування на сучасному етапі ще не склалася остаточно і потребує подальшого глибокого вивчення та розвитку. Проведений аналіз дає змогу визначити такі напрямки діагностування кризи: виявлення проблем щодо негативних наслідків діяльності підприємства, установлення наявності або відсутності кризової ситуації, дослідження цілей функціонування підприємства та методів їх реалізації.

На основі аналізу існуючих підходів до визначення діагностування визначатимемо діагностування кризового стану підприємства як багатофакторну категорію, що передбачає дослідження показників, які характеризують ефективність функціонування господарської діяльності соціально-економічної системи, а також всебічний аналіз впливу внутрішніх і зовнішніх факторів на фінансово-економічний і техніко-технологічний стан підприємства.

Заслуговує на увагу модель Лігоненко Л. О., у якій запропоновано комплексний підхід до проведення діагностування кризи на підприємстві. Структурно-логічну схему цього підходу подано на рис. 1 [3].

Визначення глибини кризового стану підприємства є комплексним діагностичним дослідженням, яке пропонується здійснювати у такому порядку. На етапі діагностування кризового стану підприємства на базі публічної звітності підприємства із застосуванням спеціальних прийомів аналізу виявляють зовнішні ознаки наявності кризового стану.

Запропонована декомпозиція процесу діагностування кризових явищ на підприємстві дає змогу чітко структурувати процес дослідження, виокремити завдання та об'єкти окремих етапів діагностування, надати керівництву підприємства й іншим користувачам діагностування об'єктивну й повну інформацію для прийняття управлінських рішень та обґрунтування програми необхідних антикризових заходів. Під час проведення діагностування велике значення має вибір методу обстеження, яких нині чимало (рис. 2) [3; 4].

Таким чином, нині розроблено чимало методик діагностування кризового стану підприємства. Однак, незважаючи на наявність численних методик і моделей, однозначно завершеної й ефективної не існує. Більшість моделей або не враховують деяких етапів для проведення повноцінного діагностування, або не враховують методів визначення заходів подолання кризового стану для відповідного суб'єкта господарювання. Фактори, що спричиняють виникнення кризових ситуацій на підприємстві, не завжди можна оцінити кількісно. Науковці певною мірою визначилися стосовно переліку показників, за допомогою яких доцільно діагностувати кризу на підприємстві. Несприятливі зовнішні фактори посилюють внутрішні проблеми, що є пов'язаними з помилками управлінців, невідповідною роботою аналітиків, низькою кваліфікацією персоналу, недосконалою політикою збуту тощо.



Рис. 1. **Схема проведення діагностування кризових явищ на підприємстві**



Рис. 2. **Класифікація методів діагностування кризових явищ на підприємстві**

Розробка й застосування ефективних методик діагностування кризового стану вітчизняних підприємств є підґрунтям для формування сукупності антикризових фінансових рішень, спрямованих на виведення підприємств зі стану кризи, підвищення рівня їх платоспроможності та прибутковості, а також забезпечення подальшого стійкого функціонування.

Науковий керівник – канд. екон. наук, доцент Берест М. М.

Література: 1. Цапко К. О. Дослідження наукових підходів до визначення та оцінки кризового стану підприємства. *Управління розвитком.* 2012. № 2. С. 173–176. **2.** Мороз О. В. Фінансова діагностика у системі антикризового управління на підприємствах : монографія. Вінниця : Універсум, 2006. 167 с. **3.** Лігоненко Л. О. Антикризове управління підприємством: теоретико-методологічні засади та практичний інструментарій : монографія. Київ : Наукова думка, 2000. 390 с. **4.** Терещенко О. О., Островська О. А., Соколова О. Б. Управління фінансовою санацією підприємств у схемах і таблицях : навч. посіб. Київ : КНЕУ, 2014. 217 с.

УДОСКОНАЛЕННЯ МАРКЕТИНГОВОЇ ТОВАРНОЇ ПОЛІТИКИ ПІДПРИЄМСТВА

УДК 339.138

Бондаренко А. А.

Магістрант 1 року навчання
факультету менеджменту і маркетингу ХНЕУ ім. С. Кузнеця

Анотація. *Розглянуто підходи до тлумачення сутності поняття маркетингової товарної політики. Конкретизовано основні проблеми формування товарної політики. Запропоновано шляхи вдосконалення маркетингової товарної політики сучасних вітчизняних підприємств.*

Ключові слова: *підприємство, політика, маркетинг, товар, інновації, маркетингова товарна політика, інновація товару, диференціація, диверсифікація, модифікація, елімінація.*

Аннотация. *Рассмотрены подходы к толкованию сущности понятия маркетинговой товарной политики. Конкретизированы основные проблемы формирования товарной политики. Предложены пути совершенствования маркетинговой товарной политики современных отечественных предприятий.*

Ключевые слова: *предприятие, политика, маркетинг, товар, инновации, маркетинговая товарная политика, инновация товара, дифференциация, диверсификация, модификация, элиминация.*

Annotation. *Approaches to the interpretation of the essence of the concept of marketing commodity policy are considered. The main problems of the formation of the commodity policy are specified. Ways of perfection of the marketing commodity policy of modern domestic enterprises are offered.*

Keywords: *enterprise, policy, marketing, product, innovation, marketing commodity policy, product innovation, differentiation, diversification, modification, elimination.*

Основними завданнями маркетингової товарної політики на будь-якому підприємстві є забезпечення прибутку, зниження ризиків, підвищення товарообігу, зниження витрат на виробництво та поліпшення іміджу. Підприємства, які перебувають у приблизно однакових економічних умовах, по-різному вирішують товарні проблеми: одні є безпорадними, а інші, дотримуючись принципів і методів маркетингу, шукають шляхи ефективного вирішення складних питань.

Сучасний ринок товарів розвивається досить швидкими темпами і вимагає щоденного ретельного дослідження для оцінки ринкових можливостей і пошуку можливих споживачів.

Шляхи вирішення завдань маркетингової товарної політики та вдосконалення її діяльності досліджували вітчизняні та зарубіжні науковці, серед них Котлер Ф., Ламбен Ж., Ансофф І., Балабанова Л., Васютинська Ю., Гаркавенко С., Ілляшенко С., Корольчук О., Крамарчук С., Кревенс Д., Крикавський Є., Малюк С. та ін. Однак, деякі питання щодо ефективності впровадження маркетингової товарної політики, а саме питання запровадження

© Бондаренко А. А., 2017

нового товару та заміщення такого, який підлягає зняттю з виробничого процесу та виведенню з ринку, залишаються досить актуальними та потребують подальшого аналізу.

Останнім часом маркетингову товарну політику розглядають як систему дій підприємства з урахуванням поточних і довгострокових цілей для визначення місця товару на ринку, задоволення товарами потенційного споживача, забезпечення збереження й розвитку підприємства як соціально-економічної системи.

Визначення сутності поняття «маркетингова товарна політика», виокремлення найхарактерніших ознак, визначення впливу на діяльність підприємства як результат ґрунтовного аналізу наукової літератури подано в табл. 1 [4; 5; 8; 9; 11; 15].

Таблиця 1

Сутність поняття «маркетингова товарна політика»

Автор	Сутність поняття
Гаркавенко С. [4]	Комплекс заходів зі створення товарів як основний інструмент досягнення цілей
Ілляшенко С. [5]	Комплекс заходів зі створення товарів (послуг) і управління ними для задоволення потреб споживачів і отримання підприємством прибутку
Корольчук О. [8]	Комплекс заходів, у межах яких один чи декілька товарів використовуються як основні інструменти виробничо-збутової діяльності фірми
Котлер Ф. [9]	«Серце маркетингу», сукупність рішень стосовно формування ефективної орієнтованої на ринок виробничої програми підприємства
Кревенс Д. [11]	Сукупність заходів і стратегій, орієнтованих на постановку та досягнення підприємницьких цілей, що передбачають вихід нового товару або групи товарів на ринок, модернізацію товарів, які вже перебувають на ринку, або виведення з виробничої програми товару, що випускається, а також асортиментну політику
Сидоренко К. [15]	Комплекс заходів зі створення та управління продукцією підприємства для задоволення потреб споживачів і досягнення підприємством власних цілей

Погоджуючись із запропонованими визначеннями науковців, можна стверджувати, що маркетингова товарна політика – це комплекс маркетингових заходів стосовно формування стратегії та тактики розвитку товару із урахуванням інтересів споживачів, рівня впливу конкурентів, виробничих та інших ресурсних можливостей, які спрямовані на розвиток та зростання прибутку підприємства.

Підприємства, що функціонують за сучасних умов конкурентного ринкового середовища, можуть досягти потрібного рівня конкурентоспроможності лише за умови грамотно організованої маркетингової товарної політики. Товарна політика є особливою ланкою маркетингу як системи управління виробничо-збутовою діяльністю підприємства, що орієнтує діяльність підприємства на якісне задоволення попиту споживачів [3].

Сутність маркетингової товарної політики формують аналіз споживачів, конкурентів, ринків, середовища, вибір цільових ринків, їх сегментування, позиціонування товару, а також розробка маркетингових програм і маркетингових стратегій.

Основним завданням товарної політики є створення товару (послуги), що б задовольняв потреби покупців і приніс прибуток підприємству.

Зазначимо, що для реалізації запропонованого напряму у розвитку товарної політики слід орієнтуватися на залучення й збереження конкретних споживачів у певному ринковому сегменті, а також оцінку можливих варіантів щодо отримання максимального прибутку.

Проведені дослідження засвідчують, що сучасні підприємства при формуванні маркетингової товарної політики стикаються з проблемою вибору поведінки на вітчизняному товарному ринку та стратегії ведення товарної політики, що має забезпечити підприємству стійку структуру асортименту, постійний збут товару і приріст ключових економічних показників [73].

У процесі формування маркетингової товарної політики підприємство стикається з основними двома проблемами: необхідністю раціонально організувати роботу в межах наявної номенклатури товарів із урахуванням стадій життєвого циклу товару, а також передчасно здійснювати розробку нових товарів для заміни продукції, яка підлягає зняттю з виробництва та виведення її із товарного ринку.

Розробку товару проводять у двох напрямах: створення нового інноваційного товару, який уперше пропонується споживачеві або вдосконалення товару, який вже існує (модифікація, варіація). Тому підприємству необхідно правильно оцінити призначення інновації, оскільки від цього залежить рівень ризику, пов'язаного з її впровадженням [7].

Ілляшенко С. М. вважає, що інновацію можна подати у вигляді нових продуктів і послуг, змінивши спосіб їх виробництва та збуту, тобто впровадивши нововведення до організаційної, фінансової, науково-дослідної, маркетингової та інших сфер діяльності підприємства. Науковець пропонує класифікувати ці інновації за:

– ступенем новизни для підприємства;

– ступенем новизни для споживача;

– характером ідей, завдяки яким відбулися інновації [6].

Саме інновація товару є основою стійкості та стабільності діяльності підприємства. Необхідність оновлення товарного асортименту обумовлена зовнішніми (розвиток технологій, розвиток ринків, зміна ставлення споживачів до товарів) і внутрішніми (необхідність стабільного функціонування, зниження витрат, завантаження виробничих потужностей, забезпечення роботою працівників) факторами [3; 7; 10].

Інновацію товару можна провести у формі диференціації та диверсифікації товару [12].

Диференціація товару – це процес суттєвих модифікацій товару, який робить товар іншим на відміну від товару конкурентів. Поліпшення привабливості існуючого товару за рахунок його урізноманітнення передбачає розробку різних варіантів товарів: однотипних із конкурентами та товарами одного виробника, які орієнтовані на різні ринкові сегменти. Цей процес проводять для посилення конкурентоспроможності товару.

Ламбен Ж. під диференціацією товару розуміє виведення на ринок додаткових варіантів існуючого товару. Автор визначає критерії, за якими може відбуватися диференціація товарів:

– використання додаткових можливостей товару;

– ефективність використання товару;

– комфортність і надійність;

– стиль і дизайн товару [13].

Диверсифікація товару посідає особливе місце в маркетинговій товарній політиці підприємства, оскільки цю стратегію застосовують у випадку, коли підприємство випускає додаткові товари для нових ринків. За застосування такого заходу в підприємства виникають нові можливості щодо відновлення обігу та збільшення прибутку саме завдяки новим товарам для нових ринків, що сприяє зниженню підприємницьких ризиків [5].

Диверсифікація може змінювати як товар, так і ринки збуту. Для визначення стратегічних альтернатив у процесі пошуку способів освоєння цільових ринків підприємство може скористатися загальноприйнятою матрицею «товар – ринок» (Ансофф І.). Науковець запропонував чотири можливі стратегії освоєння джерел: проникнення на ринок, розвиток товару, розвиток ринку та диверсифікація [1].

На думку Ансоффа І., диверсифікація може здійснюватися лише тими компаніями, які мають розвинуту мережу бізнес-комунікацій і достатній потенціал та ділову активність для освоєння нових виробництв і нових товарів.

Розробка й упровадження нового товару є тривалим процесом, який до того ж є досить ризикованим, однак, інколи диверсифікація нового товару є єдиним можливим виходом. Зазвичай інноваційні товари з'являються рідко, що відображається на життєвому циклі товарної номенклатури підприємства.

Для підтримки безперервності збуту товарів підприємство може скористатися модифікацією існуючих товарів. Модифікація може стабілізувати збут і сприяти зростанню продажів, а відповідно і прибутку, докорінно не змінюючи товарну політику підприємства [1; 12].

Для здійснення варіації товару підприємство коригує програму виготовлення товару шляхом заміни одного або декількох елементів: фізичних і функціональних властивостей, естетичних або ринкової атрибутики товару. Це дає можливість товару підвищити свою привабливість, бути унікальним серед конкурентів, отримати престижне зовнішнє оформлення.

Для проведення ефективної маркетингової товарної політики необхідно постійно контролювати й регулювати виробничі програми та товарні номенклатури підприємства. Це дозволить вчасно помітити зниження обсягів продажу, проаналізувати та встановити причини таких знижень. Причинами зниження можуть бути моральне старіння товару, зміна уподобань споживачів і загострення конкуренції на товарному ринку. Якщо підприємству не вдасться стабілізувати існуюче становище товару на ринку, йому доведеться застосувати стратегію елімінації товару.

Основною метою проведення елімінації товару є виділення товарів, які викликають сумнів щодо їх конкурентоспроможності на ринку. Після проведення перевірки та перед прийняттям рішення щодо подальшого існування таких товарів (залишення їх у товарній номенклатурі підприємства чи виведення з ринку) доцільно провести аналіз програми збуту, дослідити структуру товарообігу та витрат, структуру споживачів, віковий ценз використання товару тощо.

Прийняті рішення можуть бути такими: виявлення «старіючих» товарів, розробка заходів щодо функціонування підприємства за умов спаду, вилучення товару з номенклатури та продовження діяльності з рештою асортименту, зняття товару з ринку [14].

Причинами прискорення процесу елімінації товару можуть бути порушення у виробничому процесі, ослаблення дії маркетингових заходів, зміна структури потреб на ринку та зміни у законодавстві.

Таким чином, можна стверджувати, що ефективне вирішення завдань маркетингової товарної політики на будь-якому підприємстві потребує стратегічного підходу. Це означає, що рішення мають прийматися не тільки з точки зору проблем сьогодення, але і з урахуванням перспектив, які впливатимуть на кінцеву мету діяльності підприємства. Удосконалення маркетингової товарної політики підприємства передбачає впровадження нових технологій, виробництво якісного та конкурентоспроможного товару, удосконалення обслуговування, проведення позиціонування товару. Товарна стратегія підприємства має розроблятися на перспективу та передбачати три стратегічні напрямки: інновацію, модифікацію та елімінацію товару. Саме ці маркетингові заходи спроможні вирішити проблему як раціональної організації роботи в межах існуючої номенклатури підприємства, так і проблему заміни товарів, які підлягають зняттю з виробництва та виведенню з товарного ринку

Науковий керівник – канд. екон. наук, доцент Рожко В. І.

Література: 1. Ансофф И. Новая корпоративная стратегия. СПб. : Питер, 1999. 416 с. **2.** Балабанова Л. В. Маркетинг : підручник. Київ : Знання-Прес, 2004. 645 с. **3.** Васютинська Ю. О. Товарна політика підприємства та проблеми її формування. *Актуальні проблеми економіки.* 2010. № 3. С. 138–142. **4.** Гаркавенко С. С. Маркетинг : підручник. Київ : Лібра, 2002. 712 с. **5.** Ілляшенко С. М. Маркетингова товарна політика промислового підприємства: управління стратегіями диверсифікації : монографія. Суми : Університетська книга, 2009. 328 с. **6.** Ілляшенко С. М. Товарна інноваційна політика. Суми : Університетська книга, 2005. 234 с. **7.** Каїра З. С. Маркетингова товарна політика підприємства та шляхи її удосконалення. *Бізнес Інформ.* 2011. № 8. С. 192–194. **8.** Корольчук О. П. Маркетинг: ситуативні, творчі та контрольні завдання. Київ : КНТЕУ, 2003. 258 с. **9.** Котлер Ф. Основы маркетинга / пер. с англ. М. : Вильямс, 2007. 656 с. **10.** Крамарчук С. А. Товарна політика в системі стратегічних цілей підприємства. *Економіка: проблеми теорії та практики.* 2012. № 129. С. 79–83. **11.** Кревенс Д. Стратегический маркетинг. М. : Вильямс, 2008. 512 с. **12.** Крикавський Є. В. Маркетингова товарна політика. Львів : Видавництво Національного університету «Львівська політехніка», 2008. 276 с. **13.** Ламбен Жан-Жак. Стратегический маркетинг / пер. с французского. СПб. : Наука, 1996. 589 с. **14.** Малюк С. О. Асортиментні стратегії у комплексній системі маркетингу підприємства. *Вісник аграрної науки Причорномор'я.* 2014. Вип. 3. С. 73–80. **15.** Сидоренко К. Є., Корпан О. С. Маркетингова товарна політика підприємства та шляхи її удосконалення. URL: http://nauka.kushnir.mk.ua/?p=68049.

РИНОК ПРАЦІ ТА ПРОБЛЕМИ ЗАЙНЯТОСТІ НАСЕЛЕННЯ УКРАЇНИ

УДК 336.331.5(477)

Бондаренко А. І.

Студент 3 курсу
факультету консалтингу і міжнародного бізнесу ХНЕУ ім. С. Кузнеця

Анотація. *Проаналізовано проблеми ефективного управління трудовими ресурсами на вітчизняному ринку праці, що передбачає безперервний розвиток і накопичення трудового потенціалу. Визначено загальні проблеми зайнятості в країні. Досліджено напрями повного й ефективного використання робочої сили на всіх рівнях господарювання.*

Ключові слова: *право на працю, ринок праці, безробіття, трудові ресурси, трудовий потенціал, зайнятість населення, міграція населення, політика зайнятості.*

Аннотация. *Проанализированы проблемы эффективного управления трудовыми ресурсами на отечественном рынке труда, что предполагает непрерывное развитие и накопление трудового потенциала. Опреде-*

© Бондаренко А. І., 2017

лены общие проблемы занятости в стране. Исследованы направления полного и эффективного использования рабочей силы на всех уровнях хозяйствования.

Ключевые слова: *право на труд, рынок труда, безработица, трудовые ресурсы, трудовой потенциал, занятость населения, миграция населения, политика занятости.*

Annotation. *The problems of effective labor resources management in the domestic labor market are analyzed, which implies the continuous development and accumulation of labor potential. The general problems of employment in the country are determined. The directions of full and effective use of the labor force at all levels of management have been explored.*

Keywords: *right to work, labor market, unemployment, labor resources, labor potential, employment of population, population migration, employment policy.*

За сучасних економічних умов зайнятість населення є важливою складовою системи трудових відносин. Особливістю є те, що вона має всебічний характер, оскільки є невід'ємною частиною будь-якого виробництва, визначальним фактором та основною умовою розвитку й функціонування виробничих сил. Головна проблема полягає в тому, що під впливом різних факторів зайнятість населення змінюється, що впливає на рівень економічного зростання та розвитку країни. Саме тому тема дослідження є актуальною [4].

Дослідженням проблем ринку праці й аналізом окремих його аспектів займалися Аблов А., Волкова О., Головіна С., Кривенко С., Крушельницька О., Колот А., Мочерний С. та ін. Але на сьогодні через нестабільний економічний стан існує чимало проблем, що є пов'язаними з підвищенням зайнятості населення та розвитком ринку праці.

Метою написання статті є аналіз вітчизняного ринку праці та проблем зайнятості населення.

Нині економічні зміни в Україні, що є спричиненими передусім фінансовою кризою, активізують необхідність вирішення соціально-економічних проблем щодо формування та ефективного функціонування ринку праці. Сучасна інфраструктура ринку праці не може виконувати свої функції в повному обсязі, через це зростає безробіття населення, що обумовлює деградацію трудового потенціалу. Через ці проблеми актуальними є питання працевлаштування робітників і збалансованості попиту, зберігається нераціональна структура зайнятості.

На ринку праці постійно виникають проблеми як економічного, так і соціального характеру, що потребує створення відповідних інститутів, діяльність яких була б спрямована на їх вирішення. Особливе місце в цьому відведено державним органам влади, які одночасно є і елементом інфраструктури ринку праці, і суб'єктом управління інфраструктурою ринку праці [4].

Держава здійснює регулювання ринку праці на основі підтримання балансу інтересів верств населення та норм, які містяться в конвенціях і рекомендаціях Міжнародної організації праці, Конституції України, Кодексі законів про працю та законодавчих актах України [2].

Нині ринок праці є складною системою економічних, політичних і суспільних відносин, що відображають сучасний рівень розвитку й узгодження інтересів учасників ринкових відносин (держави, підприємців, працівників) щодо купівлі-продажу робочої сили. Структурними елементами ринку праці є попит на робочу силу, пропозиція, вартість і ціна робочої сили. Попит створюють роботодавці, які наймають робочу силу; він віддзеркалює загальну структуру потреб країни з боку підприємств, установ, організацій. Пропозиція на ринку праці залежить від суспільної та демографічної ситуації в країні, віку, статі, освіти, кваліфікації працівників [5].

Згідно із даними Державної служби статистики України, ситуація на ринку праці залишається доволі неоднозначною, характеризується зменшенням зайнятості та зростанням безробіття. Чисельність зайнятого населення віком 15– 70 років у першому півріччі 2016 р. становила 16, 28 млн осіб, а рівень зайнятості – 56,3 % (у першому півріччі 2015 р. відповідно 16,44 млн осіб та 56,7 %). Найвищий рівень зайнятості спостерігався в Києві (62,4 %), Харківській (59,7 %) та Дніпропетровській областях (59,0 %), а найнижчий – у Донецькій (50,0 %), Волинській (50,3 %) та Тернопільській (51,6 %) областях [1].

Водночас визначимо позитивні тенденції щодо скорочення кількості зайнятих у неформальному секторі економіки. Так, кількість зайнятого населення в неформальному секторі економіки на перше півріччя 2016 р. порівняно з відповідним періодом 2015 р. скоротилася на 376 тис. осіб і становила 4 млн осіб. Питома вага таких осіб у загальній кількості зайнятих скоротилася з 26,4 % до 24,4 %. Серед видів економічної діяльності найбільш поширеною була зайнятість у сільському, лісовому та рибному господарствах, у оптовій та роздрібній торгівлі, а також будівництві.

За останніми даними Державної служби статистики України, у першому півріччі 2016 р. чисельність безробітних становила 1,7 млн осіб (у першому півріччі 2015 р. – 1,7 млн осіб), а рівень безробіття за методологією МОП – 9,4 % економічно активного населення (у першому півріччі 2015 р. – 9,2 %). Найнижчий рівень безробіття

у Одеській (5,8 %), Харківській (6,3 %), Київській (6,6 %) областях та в Києві – 6,3 %, а найвищий – у Луганській (16,4 %), Донецькій (14,2 %), Полтавській (13,1 %) та Кіровоградській (12,3 %) областях [3].

У загальній кількості зареєстрованих безробітних чоловіки становили 44,8 %, жінки – 55,2 %. У цілому по Україні серед зареєстрованих безробітних 39 % становлять мешканці сільської місцевості.

Характерною соціальною рисою вітчизняного ринку праці є загострення проблеми зайнятості людей середнього віку. Ефективними діями, спрямованими на розвиток конкурентоспроможної національної робочої сили, мають стати підвищення якості професійної освіти, визнання компетенції та їх сертифікація, надання нових знань у сфері електронної обробки інформації в ІТ-галузях людям старшого віку тощо. Ризики для розвитку національного ринку праці є пов'язаними з поглибленням зростання тимчасового безробіття внаслідок структурних змін і відсутності супроводу подальшого працевлаштування, зростанням масштабів неформальної та нестандартної зайнятості, загостренням конкуренції між вітчизняними та західними фахівцями і внутрішньої конкуренції за престижні робочі місця.

На сучасному етапі для вдосконалення стану вітчизняного ринку праці можна запропонувати запровадження таких заходів:

– удосконалення системи кваліфікаційної підготовки конкурентоспроможних кадрів відповідно до вимог ринку;

– збільшення інвестицій у галузь задля підвищення якості людського ресурсу на ринку праці;

– розвиток підприємництва як важливого фактора сприяння зайнятості населення;

– посилення мотивації до легальної продуктивної зайнятості;

– створення нових робочих місць на підприємствах, в установах та організаціях усіх форм власності;

– удосконалення надання послуг населенню службою зайнятості.

Таким чином, сучасна економічна ситуація вимагає нових раціональних підходів до вирішення проблемних питань ринку праці, адже домінуючим тут є саме людський фактор. Ринок праці забезпечує тісний взаємозв'язок між роботодавцями та найманими працівниками, залучаючи людей до процесу суспільного виробництва, розвиваючи їхні навички та здібності, сприяючи творчому розвитку особистості й підвищенню якості життя. Ефективне управління людськими ресурсами відіграє провідну роль у досягненні високого рівня прибутковості та забезпеченні конкурентоспроможності підприємств. Розробка підходів до вдосконалення ринку праці має базуватися на діях органів державної влади, до компетенції яких повинні входити створення й упровадження ефективної політики зайнятості, прогнозування сукупної робочої сили відповідно до потреб регіонів країни, створення цілісної системи професійної орієнтації, регулювання процесів трудової міграції, запровадження інноваційних інструментів і методів у роботі з безробітними громадянами.

Науковий керівник – канд. екон. наук, доцент Пилипенко С. М.

Література: 1. . Економічна активність населення України // Офіційний сайт Державної служби статистики України. URL: http://www.ukrstat.gov.ua. **2.** Конституція України : Закон України від 28.06.1996 № 254к/96-ВР // База даних «Законодавство України» / Верховна Рада України. URL: http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/254%D0%BA/96-%D0%B2%D1%80. **3.** Стан безробіття в Україні України // Офіційний сайт Державної служби зайнятості. URL: http://www.dcz.gov.ua. **4.** Волгин Н. А., Одегов Ю. Г. Экономика труда: социально-экономические отношения / под ред. Н. А. Волгина, Ю. Г. Одегова. М. : Экзамен, 2000. 736 с. **5.** Грішнова О. А. Економіка праці та соціально-трудові відносини : підручник. Київ : Знання, 2007. 559 с.

ЕТАПИ ФОРМУВАННЯ МАРКЕТИНГОВОЇ СТРАТЕГІЇ В ІНТЕРНЕТІ

УДК 339.138

Бондаренко М. О.

Магістрант 1 року навчання
факультету менеджменту і маркетингу ХНЕУ ім. С. Кузнеця

Анотація. *Проаналізовано особливості стратегії маркетингу в Інтернеті. Конкретизовано етапи формування маркетингової стратегії для поліпшення діяльності в Інтернеті.*

Ключові слова: *Інтернет, маркетинг, маркетингова стратегія, інтернет-маркетинг, WEB-технології, соціальні мережі.*

Аннотация. *Проанализированы особенности стратегии маркетинга в Интернете. Конкретизированы этапы формирования маркетинговой стратегии для улучшения деятельности в Интернете.*

Ключевые слова: *Интернет, маркетинг, маркетинговая стратегия, интернет-маркетинг, WEB-технологии, социальные сети.*

Annotation. *Features of marketing strategy on the Internet are analyzed. The stages of forming a marketing strategy for improving Internet activities are specified.*

Keywords: *Internet, marketing, marketing strategy, Internet marketing, WEB-technologies, social networks.*

Стрімкий розвиток технологій, зростаючі вимоги споживачів, посилення конкуренції на глобальному рівні, глибокі соціальні зміни – усе це відкриває широкі можливості в різних галузях економічної діяльності.

За сучасних умов підприємства змінюють свою організаційну структуру, стратегії та ставлення до маркетингу, оскільки прагнуть стати ближче до своїх споживачів, усунути конкурентні загрози і посилити свою конкурентну перевагу. Нині зростає кількість компаній, які вдаються до Інтернету як до джерела ефективного впливу на споживача, тому правильне формування стратегії маркетингу в Інтернеті є актуальним питанням [2; 3].

Метою написання статті є теоретичне обгрунтування маркетингової стратегії й висвітлення особливостей формування маркетингової стратегії в Інтернеті.

Дослідженням особливостей маркетингової стратегії підприємства займалися Друкер П., Котлер Ф., Коно Т., Вотерман Р., Чорний С., Даніельс Д., Фостер Р. та ін.

Один із провідних фахівців в галузі маркетингу Котлер Ф. визначає маркетингову стратегію як логічну схему маркетингових заходів, за допомогою яких компанія сподівається виконати свої маркетингові задачі [4].

Зміст стратегії маркетингу в Інтернеті полягає у визначенні, якими є ключові характеристики товарної пропозиції фірми (товар / послуга, ціна, просування і розподіл), що мають сприяти досягненню цілей маркетингової стратегії [3].

Зауважимо, що протягом останніх двадцяти років виникли нові потужні інструменти формування стратегії підприємства, що є зумовленим використанням Інтернету. Одним із таких інструментів є веб-сайт організації як продукт Інтернету та WEB-технологій [5].

Інтернет – це місце, де стрімко розвивається бізнес, що вимагає застосування маркетингових інтернет-стратегій. Комплексна стратегія інтернет-маркетингу може розпочати продажі чи збільшити обсяги продажів для бізнесу. Інтернет-маркетинг потребує знань про соціальні медіа, передбачає оптимізацію пошукових систем (SEO), ведення блогів, списків електронної пошти, афілійований маркетинг тощо. Якщо потрібно започаткувати бізнес або продукт, необхідно досліджувати, створювати та відстежувати маркетингову стратегію як в Інтернеті, так і в друкованому вигляді [4; 5].

Проведений аналіз дає змогу конкретизувати етапи формування маркетингової стратегії в Інтернеті (рис. 1) [3–6].

На першому етапі необхідно вивчити конкурентів. Пошук інформації й аналіз отриманої інформації, у тому числі конкурентні маркетингові стратегії, можливий із застосуванням веб-сайта конкурента [6]. На цьому етапі визначають минулі та поточні маркетингові стратегії конкурентів, щоб знати, як і що працює на досліджуваному ринку.

© Бондаренко М. О., 2017

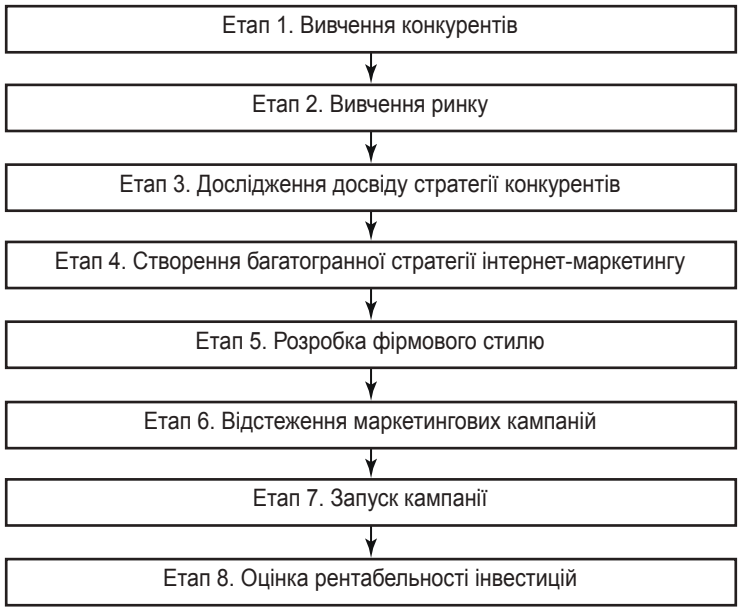


Рис. 1. **Етапи формування маркетингової стратегії підприємства в Інтернеті**

На другому етапі необхідно вивчити ринок, вирішити, чи є підприємство частиною ринку ніші. Якщо так, то необхідно розглянути зосередження стратегії на демографічній показнику, а не з орієнтацією на всіх споживачів Інтернету.

Далі необхідно вибрати ідеального споживача, визначити, хто є цільовою аудиторією, щоб націлитися на формування стратегії.

На третьому етапі важливо імітувати успішні маркетингові стратегії конкурентів. Маркетингові дослідження мають визначити, скільки послідовників конкуренти мають у Facebook, скільком споживачам вони надсилають списки електронною поштою і скільки людей коментують їх записи в блозі [6]. Демографічні показники слід проаналізувати належним чином, і ці кампанії мають бути першими у списку.

На четвертому етапі слід створити багатогранну маркетингову стратегію в Інтернеті. Для посилення упізнаваності й ототожнення з брендом слід одночасно запустити кілька маркетингових кампаній. Наступні маркетингові стратегії мають бути розглянуті після впровадження.

На п'ятому етапі необхідно розробити власну торговельну марку та імідж, перш ніж спілкуватися з цільовим ринком [6]. У сучасному маркетинговому світі назва компанії та її імідж є настільки ж важливими, як і сама стратегія. Бренд сприяє упізнаваності серед конкурентів, тому важливо вибрати назву, торговельну марку, створити веб-сайт та розробити бізнес-план. Важливо вести облікові записи в соціальних мережах і призначати день, щоб запускати цікаві матеріали. Для залучення послідовників облікові записи в соціальних мережах слід постійно оновлювати.

Доцільно написати й розміщувати статті, які містять згадки й популярні ключові слова, що є пов'язаними з продуктом, а також пропонують поради й рекомендації. Це допомагає веб-сайту відображатися на перших сторінках пошуку в Інтернеті, а також є чудовим засобом ознайомлення людей із продуктом.

Ще один важливий крок – зібрати або купувати списки електронних листів. Люди, які мають інтернет-магазини, найімовірніше збирали електронні листи протягом багатьох років; така кореспонденція може використовуватися для поштових повідомлень [4]. Якщо немає електронних листів, можна придбати їх у маркетингових компаній. Доцільно надсилати перші повідомлення та щомісячні новини, які залучають клієнтів.

Добре створити відеоролик, де споживачі смакують продукт чи оцінюють продукцію, розмістити відео на веб-сайті, у YouTube, Vimeo, Facebook або в інших місцях, щоб зацікавити цільову аудиторію.

Слід також розміщати оголошення на сайтах, які обслуговують ринок. Якщо немає навичок розробки добре продуманої реклами, необхідно найняти графічного дизайнера, щоб створити якісну рекламу.

На шостому етапі важливо налаштувати можливості відстеження для всіх кампаній. Найпростіший спосіб це зробити – налаштувати обліковий запис Google Analytics через головний обліковий запис Google. Потрібно створити кампанію для кожного аспекту стратегії, щоб можна було пізніше переглянути та визначитися, які з них мають найбільшу рентабельність інвестицій (ROI).

На сьомому етапі необхідно запустити кампанію за ті самі кілька днів і тижнів. Треба бути послідовними, якщо метод вимагає спілкування з клієнтами, отримати всі замовлення якомога швидше, щоб отримати позитивні відгуки на веб-сайті й інших ринках.

На восьмому етапі вже можна оцінити рентабельність інвестицій і застосовувати успішні стратегії, запускаючи нові продукти. Можна спробувати поступово або вірусно і надалі застосовувати маркетингові стратегії.

Таким чином, за глобалізаційних та інтеграційних процесів, що відбуваються в світі, інтернет-маркетинг є позитивним способом просування компанії на внутрішніх і зовнішніх ринках, можливістю налагодження взаємовигідного співробітництва з клієнтами і партнерами, що дає змогу отримувати й розвивати конкурентні переваги задля існування на ринку в довгостроковій стратегічній перспективі.

Науковий керівник – канд. екон. наук, доцент Рожко В. І.

Література: 1. Starch D. Principles of Advertising. Chicago : IL A.W. Shaw Company, 1923. **2.** Shiller G., Robert J. Phishing for Phools. The Economics of Manipulation and Deception. Princeton : Princeton University Press, 2015. **3.** Голубков Е. П. Основы маркетинга : учебник. М. : Финпресс, 1999. 656 с. **4.** Котлер Ф. Основы маркетинга / пер. с англ. М. : Вильямс, 2007. 656 с. **5.** Ілляшенко С. М. Сучасні тенденції застосування інтернет-технологій у маркетингу. *Маркетинг і менеджмент інновацій.* 2011. № 4. С. 64–74. **6.** Robin O. How to Create An Internet Marketing Strategy. URL: https://www.wikihow.com/Create-An-Internet-Marketing-Strategy.

ОБҐРУНТУВАННЯ ПОБУДОВИ ФІНАНСОВОГО МЕХАНІЗМУ УПРАВЛІННЯ ЛІКВІДНІСТЮ СУБ'ЄКТА ГОСПОДАРЮВАННЯ

УДК 336.71

Варавіна Р. О.

Магістрант 2 року навчання
фінансового факультету ХНЕУ ім. С. Кузнеця

Анотація. *Досліджено теоретичні підходи до побудови фінансового механізму управління ліквідністю суб'єкта господарювання. Розглянуто тлумачення сутності поняття «фінансовий механізм». Визначено сутність поняття управління ліквідністю банку. Конкретизовано функції фінансового механізму управління ліквідністю банківської установи.*

Ключові слова: *підприємство, організація, суб'єкт господарювання, банк, банківська установа, банківська система, банківська політика, ліквідність, фінансовий механізм, управління ліквідністю.*

Аннотация. *Исследованы теоретические подходы к построению финансового механизма управления ликвидностью предприятия. Рассмотрены толкования сущности понятия «финансовый механизм». Определена сущность понятия управления ликвидностью банка. Конкретизированы функции финансового механизма управления ликвидностью банка.*

Ключевые слова: *предприятие, организация, субъект хозяйствования, банк, банковское учреждение, банковская система, банковская политика, ликвидность, финансовый механизм, управление ликвидностью.*

Annotation. *Theoretical approaches to the construction of a financial mechanism for managing the liquidity of an enterprise are explored. The interpretation of the essence of the concept «financial mechanism» is considered. The essence*

© Варавіна Р. О., 2017

of the concept of liquidity management of the bank is defined. The functions of the financial mechanism for managing the liquidity of the bank are specified.

Keywords: *enterprise, organization, business entity, bank, banking institution, banking system, banking policy, liquidity, financial mechanism, liquidity management.*

Ліквідність банку є однією з найважливіших системних характеристик банківської діяльності, яка потребує аналізу, вивчення та ефективного управління. Через постійне зростання масштабів діяльності банків, посилення конкуренції, розвиток фінансового ринку банки дедалі більшу увагу приділяють управлінню ліквідністю.

Управління ліквідністю має не лише забезпечити виконання банком своїх зобов'язань, але і задовольнити наявний попит на кредити, раціонально використовуючи банківські ресурси, і мінімізувати ризик ліквідності. Для цього необхідною є побудова фінансового механізму управління ліквідністю банку задля організації ефективної системи взаємодії всіх елементів, що беруть участь у процесі управління ліквідністю банку. Саме тому дослідження фінансового механізму управління ліквідністю банку є досить важливим і актуальним.

Дослідження фінансового механізму управління ліквідністю банку передбачає визначення двох складових цього питання – фінансового механізму й управління ліквідністю банку. Поняття фінансового механізму, його функцій та елементів розглядали Артус М. М., Балабанов І. Т., Бланк І. О., Ковалюк О. М., Криклій О. А., Маслак Н. Г. та ін. Щодо банківської ліквідності, то різноманітним аспектам цього питання присвячено чимало робіт вітчизняних і зарубіжних науковців: Помориної М. А., Шаталова А. Н., Бабанова В. В. та ін. Вагомий внесок у дослідження проблемних питань ліквідності банку зробили вітчизняні науковці: Васюренко О. В., Івасів І. Б., Молчанов О. В., Пернарівський О. В., Сало І. В. та ін.

Поняття банківської ліквідності є досить багатогранним, тому потребує всебічного дослідження. Провідними фахівцями досліджено такі питання, як визначення й оцінка ліквідності банку, управління, регулювання, контроль ліквідності банку й інші аспекти банківської ліквідності. Високо оцінюючи внесок науковців у дослідження цих питань, зауважимо, що на сьогодні не існує єдиного визначення сутності поняття фінансового механізму управління ліквідністю банку. Відповідно, не визначено складові елементи цього механізму, об'єкти та суб'єкти фінансового механізму управління ліквідністю банку, а також їх функції.

Метою написання статті є побудова фінансового механізму управління ліквідністю банку й визначення основних елементів такого механізму.

Перш ніж дослідити основні елементи механізму управління ліквідністю, потрібно визначити сутність поняття «фінансовий механізм». Фінансовий механізм може розглядатися як на мікрорівні – конкретного суб'єкта господарювання, його підрозділів чи окремих операцій (наприклад кредитний механізм), так і на макрорівні – фінансовий механізм організації економіки, банківської системи тощо.

Серед розмаїття визначень і підходів науковців і практиків до визначення сутності поняття «фінансовий механізм» найбільшої уваги заслуговують два аспекти, два підходи до його розуміння. Перший підхід полягає в тому, що під фінансовим механізмом розуміють функціонування безпосередньо фінансів. На підставі такого підходу існує розуміння фінансового механізму як організаційного відображення фінансових відносин. Другий підхід до розгляду сутності поняття «фінансовий механізм» полягає в тому, що його розуміють як сукупність методів і форм, інструментів, прийомів і важелів впливу на стан і розвиток суб'єкта господарювання. Але, незважаючи на існування двох основних підходів, у науковій літературі до цього часу чіткого визначення сутності поняття фінансового механізму не існує.

Так, Ковалюк О. М. зазначає, що на макрорівні фінансовий механізм є складовою єдиної фінансової системи, способом взаємодії об'єкта (сфери фінансів) і суб'єкта фінансової системи (сукупності фінансових органів) (рис. 1) [2].

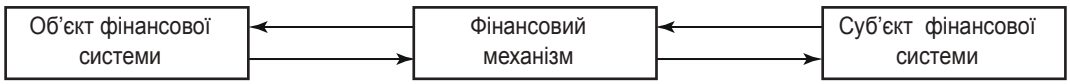


Рис. 1. **Місце фінансового механізму у фінансовій системі**

На думку Балабанова І. Т., фінансовий механізм являє собою систему дії фінансових важелів, що виражається в організації, плануванні та стимулюванні використання фінансових ресурсів [3].

Кірейцев Г. Г. визначає поняття фінансового механізму як сукупність методів реалізації економічних інтересів шляхом фінансового впливу на соціально-економічний розвиток підприємства [1]. Бланк І. О. розглядає сутність фінансового механізму як сукупність основних елементів впливу на процес розробки та реалізації управлінських рішень в галузі фінансової діяльності [4]. Науковець Артус М. М. фінансовий механізм розглядає як трирівневу структуру [3].

Отже, можна визначити основні підходи до розкриття та вирішення цієї проблематики. У вузькому розумінні фінансовий механізм управління – це статична єдність певних елементів, що є інструментом організації та регулювання економічних процесів і відносин. У широкому розумінні – це динаміка, реальне функціонування всієї статичної єдності елементів [5].

Розглянувши підходи до трактування категорії фінансового механізму, зупинимося на визначенні сутності поняття управління ліквідністю банку. Управління ліквідністю банку полягає в забезпеченні безперебійного проведення поточних платежів, основними аспектами якого є оцінка умов діяльності банку за попередні періоди, вибір найбільш оптимальних сценаріїв розвитку подій, оцінка ліквідної позиції банку, розробка управлінських рішень, спрямованих на зниження ризику виникнення дефіциту ліквідної позиції й мінімізацію витрат [6]. При цьому в процесі управління ліквідністю банку завжди постає проблема дотримання необхідного рівня ліквідності та максимізації прибутку. Чим більшою є прибутковість певного виду активів, тим меншою є його ліквідність.

Управління із застосуванням фінансового механізму може досягти необхідного результату лише за поєднання доцільно спрямованого взаємовпливу всіх його елементів.

Зрозуміло, що розглянуті визначення сутності поняття фінансового механізму управління та його елементів є досить різноманітними, але, базуючись на цих висновках, пропонуємо власну структуру фінансового механізму управління ліквідністю банків (рис. 2) [5–9].

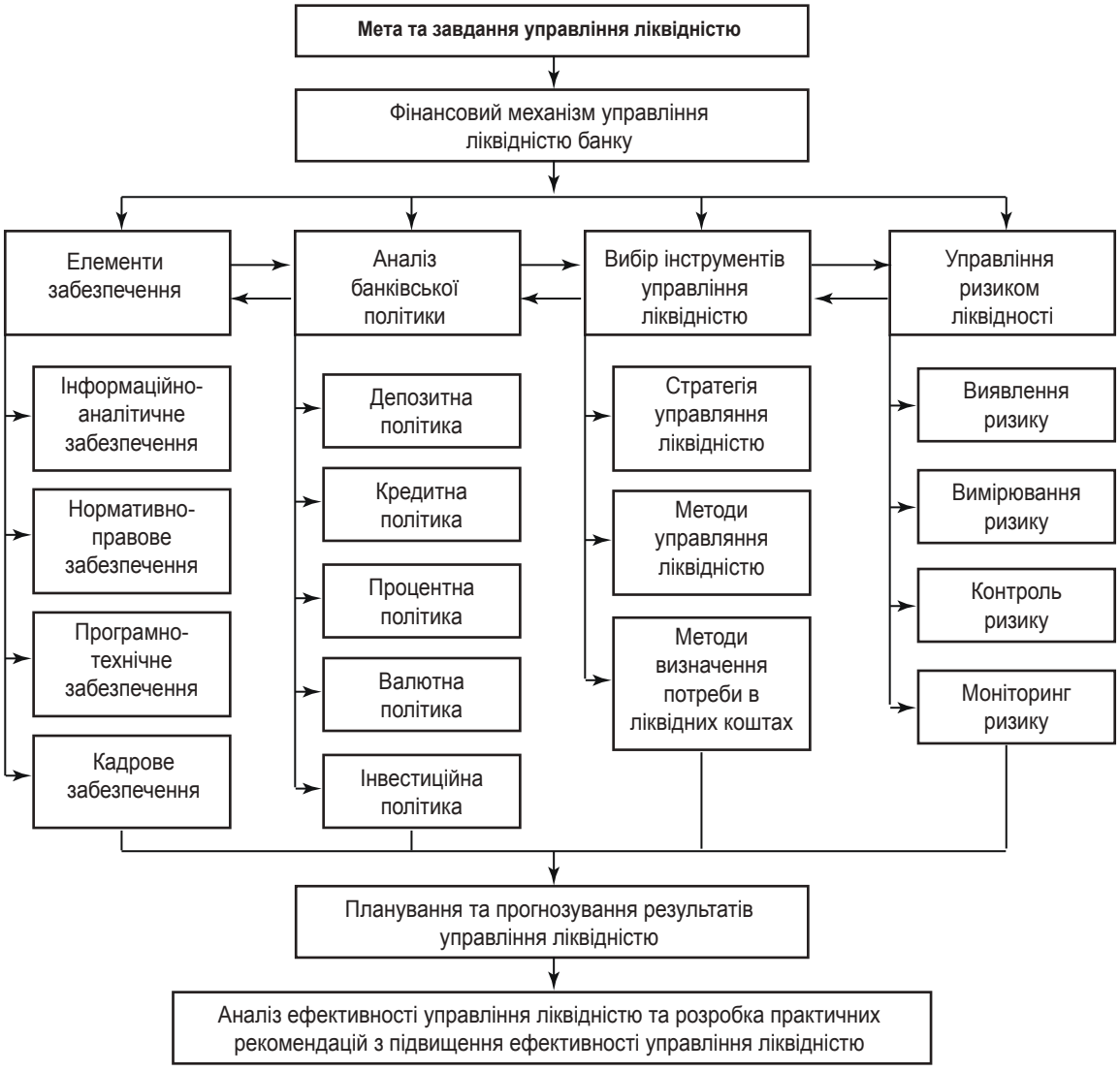


Рис. 2. **Основні складові фінансового механізму управління ліквідністю банку**

В основі ефективного функціонування будь-якого фінансового механізму – узгоджене цілеспрямоване взаємодоповнююче функціонування всіх складових механізму. Для цього необхідно чітко сформулювати головну мету, для досягнення якої є використовуваним фінансовий механізм.

Отже, головною метою управління ліквідністю банку є забезпечення необхідного рівня ліквідності за одночасного зростання прибутку й розширення масштабів банківської діяльності.

Для досягнення поставленої мети в процесі управління ліквідністю банку доводиться розв'язувати такі завдання: щоденно вивчати дотримання банком і його відділеннями нормативів ліквідності (Н4, Н5, Н6), що встановлені Національним банком України; оцінювати стан і дотримання графіка та сум відрахувань до обов'язкових мінімальних резервів від залучених коштів на депозити; вивчати динаміку трансформації ресурсів, оборотності активів і зміни ділової активності банку; оцінювати ліквідну позицію банку на довільну дату; аналізувати структури активів і пасивів балансу з урахуванням фактора часу й обсягів за кожною статтею; аналізувати вплив окремих факторів на динаміку ліквідності балансу; визначати закономірності й тенденції; виявляти на їх основі резерви підвищення ліквідності [7; 8].

Таким чином, дослідження підходів до визначення сутності поняття «фінансовий механізм», визначення основних складових фінансового механізму дали змогу обґрунтувати побудову фінансового механізму управління ліквідністю банку. Запропонована схема фінансового механізму управління ліквідністю банківської установи поєднує всі основні елементи процесу управління ліквідністю.

Науковий керівник – канд. екон. наук, доцент Полтініна О. П.

Література: 1. Кірейцев Г. Г. Фінансовий менеджмент : навч. посіб. Київ : Центр навч. літ., 2002. 495 с. **2.** Ковалюк О. М. Методологічні основи фінансового механізму. *Фінанси України.* 2003. № 4. С. 51–60. **3.** Артус М. М. Фінансовий механізм в умовах ринкової економіки. *Фінанси України.* 2005. № 5. С. 54–59. **4.** Бланк И. А. Финансовый менеджмент : учебный курс. Киев : Эльга; Ника-Центр, 2006. 522 с. **5.** Криклій О. А., Маслак Н. Г. Визначення сутності та структури фінансового механізму управління філіями банку. *Вісник УАБС.* 2007. № 1. С. 53–58. **6.** Сало І. В., Криклій О. А. Фінансовий менеджмент банку : навч. посіб. Суми : Університетська книга, 2007. 312 с. **7.** Щибиволок З. І. Аналіз банківської діяльності : навч. посіб. Київ : Знання, 2006. 312 с. **8.** Єпіфанов А. О., Маслак Н. Г., Сало І. В. Операції комерційних банків : навч. посіб. Суми : Університетська книга, 2007. 522 с. **9.** Бабанов В. В., Шемпелев В. А. Новый поход к управлению ликвидностью. *Банковское дело.* 2001. № 3. С. 7–12. **10.** Балабанов И. Т. Основы финансового менеджмента : учебное пособие. М. : Финансы и статистика, 1998. 477 с. **11.** Молчанов О. В. Теоретичні підходи до управління ліквідністю сучасних банків. *Формування ринкових відносин в Україні.* 2006. № 10. С. 48–51. **12.** Пернарівський О. Аналіз та оцінка ризику ліквідності банку. *Вісник Національного банку України.* 2006. № 10. С. 26–29. **13.** Пернарівський О. Ризик і ліквідність комерційного банку. *Вісник Національного банку України.* 2000. № 4. С. 31–34. **14.** Поморина М. А. О некоторых подходах к управлению банковской ликвидностью. *Банковское дело.* 2001. № 9. С. 5–11. **15.** Стоянова Е. С. Финансовый менеджмент: теория и практика : учебник / под ред. Е. С. Стояновой. М. : Перспектива, 2000. 655 с. **16.** Шаталов А. Н. Управление ликвидностью в рамках финансового менеджмента банка. *Финансовый менеджмент.* 2004. № 6. С. 101–110.

ДІАГНОСТУВАННЯ КРЕДИТНОГО ПОРТФЕЛЯ БАНКУ З ПОЗИЦІЇ КРЕДИТНОГО РИЗИКУ

УДК 336.77

Вашакідзе Л. К.

Магістрант 2 року навчання
фінансового факультету ХНЕУ ім. С. Кузнеця

Анотація. *Розглянуто динаміку та структуру кредитного портфеля ПАТ КБ «Приватбанк» у розрізі суб'єктів господарювання. Проаналізовано структуру кредитів за видами економічної діяльності. Досліджено забезпечення виданих ПАТ КБ «Приватбанк» кредитів у розрізі суб'єктів кредитування.*

© Вашакідзе Л. К., 2017

Ключові слова: *банк, банківська установа, банківська система, кредит, кредитні операції, кредитний портфель, суб'єкти кредитування, кредитне забезпечення, структура кредитів.*

Аннотация. *Рассмотрена динамика и структура кредитного портфеля ПАО КБ «Приватбанк» в разрезе субъектов хозяйствования. Проанализирована структура кредитов по видам экономической деятельности. Исследовано обеспечение выданных ПАО КБ «Приватбанк» кредитов в разрезе субъектов кредитования.*

Ключевые слова: *банк, банковское учреждение, банковская система, кредит, кредитные операции, кредитный портфель, субъекты кредитования, кредитное обеспечение, структура кредитов.*

Annotation. *The dynamics and structure of the loan portfolio of PJSC KB «Privatbank» in the context of business entities is considered. The structure of loans by types of economic activity is analyzed. The security of loans given to PJSC CB «Privatbank» by lending subjects was investigated.*

Keywords: *bank, banking institution, banking system, credit, lending operations, loan portfolio, lending entities, credit support, credit structure.*

Банки відіграють вирішальну роль у системі фінансового посередництва, через це вони повинні не тільки діагностувати потенційні загрози, але й мати відповідний механізм нейтралізації їх негативного впливу. Вивчення видів банківських ризиків, причин їх виникнення та методів управління є вкрай необхідним для банківської системи. Саме від ступеня ризику залежить розмір прибутку банку та його ліквідність. Основним джерелом виникнення банківських ризиків є кредитні операції, тому діагностування кредитного портфеля банку є підґрунтям для оцінювання рівня ризикованості банківських операцій, що обумовлює актуальність теми дослідження.

Загальну характеристику та класифікацію банківських ризиків подано у працях сучасних науковців Братанович С., Бурденко І., Валенцевої Н., Деволда У., Дзюблюка О., Савлука М. та ін. Дослідженню специфіки кредитного ризику присвячено також роботи Альтмана Е., Вітлінського В., Герасименка С., Ковальова В., Лахтінової В.

Метою написання статті є діагностування кредитного портфеля банку з погляду виявлення ризиків його кредитних операцій.

Кредитний портфель – це сукупність кредитів, наданих банком на певну дату задля одержання доходу у вигляді відсотків. Кредитний ризик банку – це міра (ступінь) невизначеності щодо виникнення небажаних подій під час здійснення фінансових угод, сутність яких полягає в тому, що контрагент банку не зможе виконати взятих на себе за угодою зобов'язань, і при цьому не вдасться скористатися забезпеченням повернення позичених коштів [1].

Зауважимо, що з кредитним ризиком пов'язані не лише кредитні операції банку, але й інвестиційні (формування портфеля цінних паперів), гарантійні послуги, операції з деривативами, а також послуги кредитного характеру (лізинг, факторинг тощо) [4].

Як свідчить аналіз фінансової звітності ПАТ КБ «Приватбанк», у структурі його активів кредити мають найбільшу питому вагу і забезпечують отримання ним понад половини всіх доходів. Кредитні операції є високодоходними, але водночас зростання частки кредитних вкладень у загальному обсязі активів свідчить про підвищення ризиковості діяльності банку в цілому. Динаміку основних складових кредитного портфеля ПАТ КБ «Приватбанк» подано на рис. 1 [6].

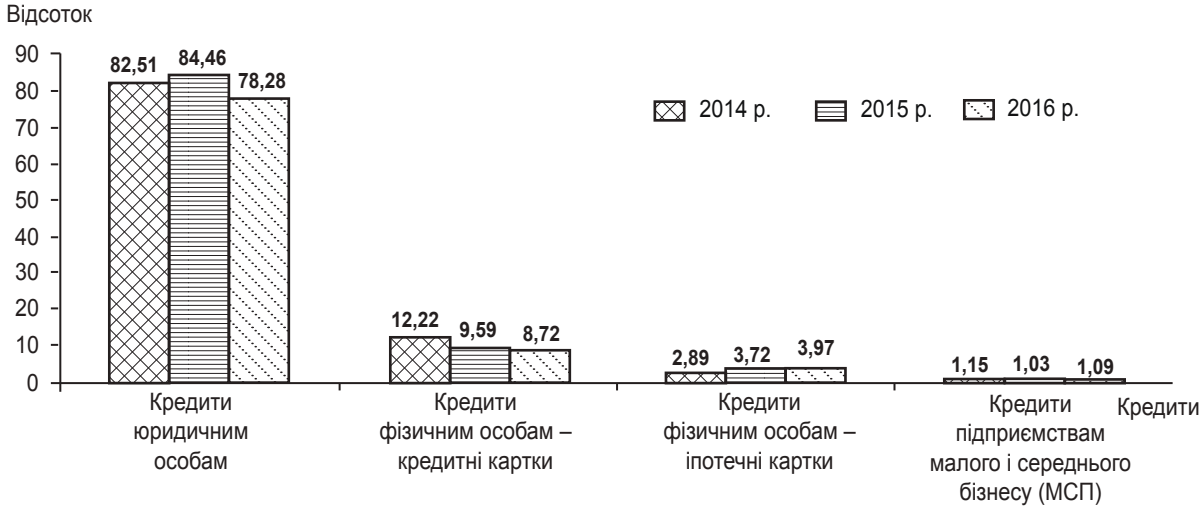


Рис. 1. **Динаміка кредитного портфеля ПАТ КБ «Приватбанк»**

Розглянемо структуру кредитного портфеля ПАТ КБ «Приватбанк» у розрізі суб'єктів господарювання у 2014–2016 рр. (табл. 1) [6].

Таблиця 1

Структура кредитного портфеля ПАТ КБ «Приватбанк» у розрізі суб'єктів господарювання

№	Найменування статті	2014		2015		2016	
1	Кредити юридичним особам	млн грн	%	млн грн	%	млн грн	%
		149 113	82,51	183 864	84,46	178 428	78,28
2	Кредити фізичним особам – кредитні картки	22 092	12,22	20 884	9,59	19 878	8,72
3	Кредити фізичним особам – іпотечні кредити	5 228	2,89	8 099	3,72	9 048	3,97
4	Кредити фізичним особам – кредити на придбання автомобіля	232	0,13	261	0,12	264	0,12
5	Кредити фізичним особам – споживчі кредити	171	0,09	88	0,04	1 069	0,47
6	Кредити фізичним особам – інші кредити	1 141	0,63	1 648	0,76	1 283	0,56
7	Кредити підприємствам малого та середнього бізнесу (МСП)	2075	1,15	2 252	1,03	2 494	1,09
8	Дебіторська заборгованість за фінансовим лізингом – юридичні особи	410	0,23	329	0,15	15 296	6,71
9	Дебіторська заборгованість за фінансовим лізингом – юридичні особи	252	0,14	264	0,12	164	0,07
10	Усього кредитів та авансів клієнтам, загальна сума, мінус резерв на знецінення кредитів	180 714 (21 541)	11,92	217 689 (28 375)	13,03	227 924 184 341	80,88
11	Разом кредитів та авансів клієнтам	159 173	100	189 314	100	43 583	100

Як свідчать дані табл. 1, протягом досліджуваного періоду (2014–2016 рр.) існувала тенденція до підвищення обсягів кредитування ПАТ КБ «Приватбанк» Так, у 2014 р., обсяг виданих банком кредитів юридичним особам становив 149 113 млн грн, станом на 2015 р. – 183 864 млн грн, а станом на 2016 р. – 178 428 млн грн. Питома вага іпотечних кредитів фізичним особам підвищується, у 2014 р. становить 2,89 %, у 2015 р. – 3,72 %, а у 2016 р. – 3,97 %.

Кредити підприємствам малого та середнього бізнесу (МСП) у 2014 р. становили 2075 млн грн, у 2016 р. – 2494 млн грн. Як правило, кредитні кошти банків спрямовуються на задоволення регулярних потреб малих підприємств і на довгострокові інвестиції. Зростання зацікавленості фінансових установ у розвитку малого підприємництва зумовлено перспективою розширення ринку збуту банківських послуг за рахунок нового сектора економіки та низкою переваг, які має кредитування малого бізнесу порівняно з великим [2]. Можна помітити, що найбільшу вагу в кредитному портфелі банку мають кредити юридичним особам (85 % від загального обсягу наданих кредитів), а найменшу – споживчі кредити фізичним особам і кредити на придбання автомобіля (менше 1 %). Така висока питома вага кредитування юридичних осіб банківською установою свідчить про задовільну структуру кредитного портфеля з погляду галузевої диверсифікації.

Аналіз структури кредитів за видами економічної діяльності дає змогу охарактеризувати галузеву диверсифікацію кредитів порівняно з попередньою звітною датою. Для цього розраховують питому вагу вкладених у окремі галузі позик в цілому за короткостроковими та довгостроковими позиками, а також у динаміці [3].

Склад кредитів за видами економічної діяльності у 2014–2016 рр. подано в табл. 2 [4].

Таблиця 2

Склад кредитів за видами економічної діяльності

Вид економічної діяльності	2014		2015		2016	
	млн грн	%	млн грн	%	млн грн	%
1	2	3	4	5	6	7
Торгівля нафтопродуктами	42 510	27	40 603	22	93 233	41
Кредити фізичним особам	27 724	17	29 273	16	31 706	14
Виробництво феросплавів і торгівля	18 649	12	24 807	14	29 700	13
Сільське господарство, сільськогосподарське машинобудування, харчова промисловість	17 029	11	21 872	12	18 521	8
Промислове виробництво, хімічна промисловість	16 312	11	21 408	12	18 240	8
Комерційна діяльність, фінансові операції, торгівля цінними паперами	7 058	5	10 744	6	22 099	10

Закінчення табл. 2

1	2	3	4	5	6	7
Авіаперевезення	5 508	4	9 411	5	4 491	2
Гірськолижний курорт, туризм, футбольні клуби	4 678	3	6 780	4	389	2
Будівництво нерухомості	5 951	4	6 690	4	4 581	2
Підприємства малого та середнього бізнесу (МСП)	2 318	2	2 075	1	2 494	-
Інше	6 483	4	7 051	4	2 470	1
Разом кредитів і авансів клієнтам, загальна сума	154 220	100	180 714	100	227 924	100

Виходячи з даних табл. 2, можна зробити висновки, що в цілому у 2015 р. збільшилися кредити за всіма видами економічної діяльності, а кредити на сільське господарство у 2015 р. зросли вдвічі. У складі торгівлі нафтопродуктами кредити й аванси клієнтам у сумі 40 603 млн грн, або 22 % від загальної суми кредитів і авансів клієнтам (у 2014 р. – 42 510 млн грн, або 27 %), у 2016 р. – 93 233, або 41 % видані компаніям, які займаються гуртовою та роздрібною торгівлею бензином, нафтою та нафтопродуктами. Ці компанії складають єдину систему постачання, тому кредитний ризик за цими кредитами є, згідно з оцінками керівництва, нижчим унаслідок такої системи. Кредити, видані цим компаніям в Україні у 2014 р., на суму 42 510 млн грн, у 2016 р. – 93 233 млн. грн., були забезпечені запасами нафти, газу та нафтопродуктів, а також корпоративними правами на частки (акції) в акціонерному капіталі позичальників та їхніх поручителів заставною вартістю.

У складі промислового виробництва та хімічної промисловості відкрито кредити й аванси клієнтам на суму 16 312 млн грн у 2014 р., у 2015 р. – 21 408 млн грн, та у 2016 р. – 18 240 млн грн, видано компаніям, які об'єднані в одну структуру, але виробляють і реалізують різноманітну продукцію на ринках Західної, Центральної та Східної Європи. Загальна сума кредитів і авансів клієнтам у 2014 р. становить 154 220 млн грн, у 2015 р. – 180 714 млн грн, а у 2016 р. порівняно з 2015 р. зросла на 47210 млн грн і становить 27924 млн грн, що свідчить про збільшення обсягів кредитів щороку.

Аналіз динаміки та структури прострочених кредитів ПАТ КБ «Приватбанк», проведений за даними його фінансової звітності, показав, що у 2016 р. найвища частка прострочених кредитів спостерігається відносно кредитів, наданих фізичним особам за кредитними картками, частка індивідуально знецінених кредитів є найвищою за кредитами, наданими юридичним особам [6]. Обсяг знецінених кредитів, виданих юридичним особам, у 2016 р. зріс більш ніж удвічі – до 176547 млн грн. Співвідношення активів із недостатнім заставним забезпеченням і активів із надлишковим заставним забезпеченням у 2014 р. становило 10,2 %, у 2015 р. – 11,9 %, а у 2016 р. зросло до майже 50 %, що свідчить про збільшення ризику невідшкодування вартості кредитів у разі їх неповернення за рахунок реалізації заставного забезпечення. Усе це свідчить про зростання рівня ризику кредитних операцій ПАТ КБ «Приватбанк».

Таким чином, отримані результати дали змогу провести діагностування кредитного портфеля ПАТ КБ «Приватбанк» і встановити зростання рівня кредитного ризику. Процес управління кредитним портфелем банку полягає в забезпеченні максимальної доходності за певного рівня ризику. Під час оцінювання кредитного ризику доцільно розподіляти кредитний ризик на рівні угоди й кредитний ризик на рівні портфеля банку. Саме тому в процесі управління ризиком кредитного портфеля обов'язковою умовою є проведення аналізу його структури, адже саме від складу кредитного портфеля залежить ефективність і прибутковість банківської установи.

Науковий керівник – канд. екон. наук, доцент Берест М. М.

Література: 1. Бугель Ю. Основні шляхи вдосконалення оцінки кредитоспроможності позичальника. *Банківська справа.* 2007. № 4. С. 54–59. **2.** Карагодова О., Распутна Л. Проблеми оптимізації структури кредитного портфеля комерційного банку. *Банківська справа.* 2000. № 2. С. 40–42. **3.** Волкова Н. І. Модель оцінювання ризику кредитного портфеля банку. *Економіка і регіон.* 2015. № 1. С. 11–17. **4.** Кігель В. Про визначення оптимального кредитного портфеля банку в умовах ризику неповернення коштів позичальникам. *Вісник Національного банку України.* 2010. № 1. С. 15–17. **5.** Камінський А., Кияк А. Ідентифікація, аналіз та управління операційними ризиками в українських банках (дослідження Агентства фінансових ініціатив). URL: http://www.afi.com.ua. **6.** Офіційний сайт ПАТ КБ «Приватбанк». URL: https://privatbank.ua.

АНАЛІЗ ФІНАНСОВОЇ СТІЙКОСТІ НА ПРИКЛАДІ АГРОФІРМИ ТОВ «НАДІЯ»

УДК 657.37:658.14/.17

Вергун Т. В.

Студент 4 курсу
факультету консалтингу і міжнародного бізнесу ХНЕУ ім. С. Кузнеця

Анотація. *Досліджено рівень фінансово-економічної стійкості сільськогосподарського підприємства ТОВ «Надія». Для максимально правильної оцінки стану агрофірми ТОВ «Надія» розраховано показник фінансової стійкості за 2016 р.*

Ключові слова: *підприємство, господарство, сільське господарство, сільськогосподарське підприємство, фінанси, фінансовий стан, фінансова стійкість.*

Аннотация. *Исследован уровень финансово-экономической устойчивости сельскохозяйственного предприятия ООО «Надежда». Для максимально правильной оценки состояния агрофирмы ООО «Надежда» рассчитан показатель финансовой устойчивости за 2016 г.*

Ключевые слова: *предприятие, хозяйство, сельское хозяйство, сельскохозяйственное предприятие, финансы, финансовое состояние, финансовая устойчивость.*

Annotation. *The level of financial and economic sustainability of the agricultural enterprise LLC «Nadezhda» was investigated. For the most correct assessment of the condition of the agricultural firm LLC «Nadezhda», the financial stability indicator for 2016.*

Keywords: *enterprise, farm, agriculture, agricultural enterprise, finance, financial condition, financial stability.*

Сучасними економічними умовами зумовлено необхідність реформування аграрного сектора. Економічна ситуація в сільському господарстві протягом тривалого часу характеризувалася платіжною кризою, зниженням прибуткової діяльності суб'єктів господарювання, зростанням частки збиткових підприємств, скороченням їх фінансових ресурсів і, як наслідок, погіршенням фінансової стійкості підприємств аграрної галузі.

Термін «фінансова стійкість» є широко використовуваним у науковій літературі, вивчення її теоретико-методичні основ є предметом уваги багатьох науковців-економістів, серед них Ареф'єва О. В., Харчук Т. В., Білик М. Д. та ін.

Фінансова стійкість – це динамічна інтегральна характеристика спроможності підприємства як системи трансформування ресурсів і ризиків повноцінно виконувати свої функції, витримуючи вплив факторів зовнішнього та внутрішнього середовища. Подальшого дослідження потребує з'ясування рівня економічної стійкості сільськогосподарських підприємств, адже вони мають свою специфіку. Вона характеризує фінансовий стан, спроможність ефективно функціонувати у довгостроковому періоді, одержуючи достатній для повноцінного розвитку й відтворення прибуток, забезпечуючи економічно обґрунтоване співвідношення джерел фінансування підприємства та його активів і збалансований стан вхідних і вихідних грошових потоків.

Мета написання статті – проаналізувати звіти підприємства ТОВ «Надія», розкрити методику здійснення аналізу фінансового стану сільськогосподарського підприємства, обґрунтувати систему показників для оцінки фінансової стійкості сільськогосподарського підприємства, використовуючи аналіз даних підприємства.

На рис. 1 подано діаграму динаміки стійкості аграрних підприємств за 2007–2016 рр. Індикатори оцінки фінансового стану підприємства мають бути такими, щоб усі, хто пов'язаний із економічною діяльністю підприємства, могли дізнатися, наскільки надійною є компанія як фінансовий партнер, для прийняття рішення щодо економічної доцільності встановлення чи продовження відповідних відносин.

Не завжди досвід перебування підприємства на ринку забезпечує позитивні фінансові результати діяльності. Так само новостворені підприємства з самого початку не завжди забезпечують очікувані результати.

Дослідження фінансової стійкості на прикладі конкретних підприємств набуває все більшої актуальності. Агрофірма ТОВ «Надія» не є винятком: після кризового стрибка фінансова стійкість підприємства значно змінилася, після чого було вирішено розрахувати показник фінансової стійкості, щоб визначити й оцінити умови адаптації до ринкової моделі розвитку економіки [5].

Для оцінки фінансової стійкості агрофірми ТОВ «Надія» було розраховано відповідний показник за 2016 р., аналіз проведено за відкритими інформаційними даними балансу, звіту про фінансовий результат, звіту про

© Вергун Т. В., 2017

власний капітал, звіту про рух грошових коштів і за даними статистичної звітності й оперативними даними.

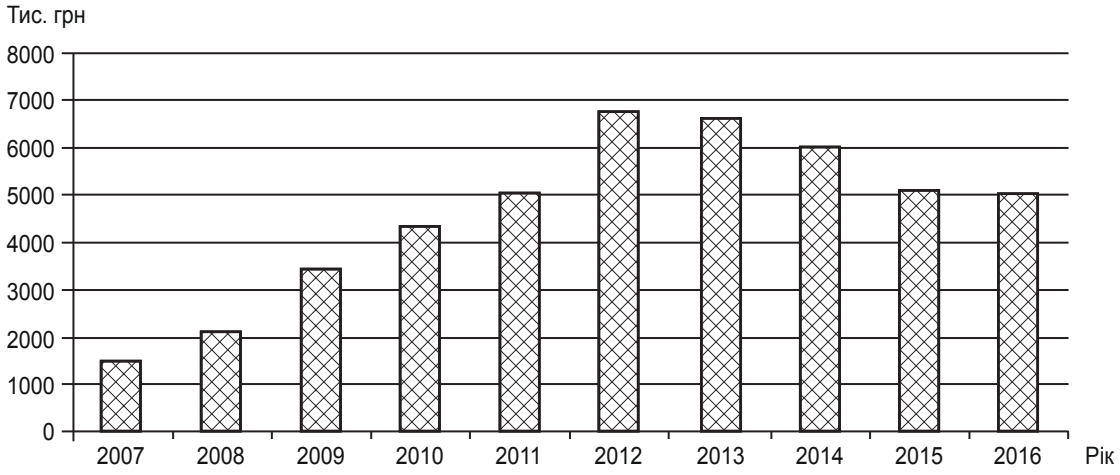


Рис. 1. **Динаміка стійкості аграрних підприємств, 2007–2016 рр.**

Для визначення фінансової стійкості потрібно розрахувати власний капітал підприємства агрофірма ТОВ «Надія», який показує, яка частина активів профінансована власними коштами. Його наявність і величина є найважливішими характеристиками фінансової стійкості.

Для розрахунку цього показника застосовують формулу:

Власний капітал = Валюта балансу – Зобов'язання підприємства. Власний капітал агрофірми ТОВ «Надія» = = 108 924 – 8 398 = 100 526 *(тис. грн).*

Сукупний власний капітал підприємства відбивається в балансі в таких основних формах: статутний фонд, резервний фонд, цільові фінансові фонди, нерозподілений прибуток, інші форми власного капіталу. Показники дають змогу визначити рівень фінансового ризику агрофірми ТОВ «Надія», що є пов'язаним із формуванням структури джерел капіталу, а відповідно і міру стабільності фінансової бази розвитку підприємства на перспективу. Важливішою характеристикою фінансового стану підприємства є фінансова стійкість, тобто стабільність фінансового стану підприємства, що є забезпечуваною достатньою часткою власного капіталу в складі джерел фінансування.

Фінансова стійкість підприємства ТОВ «Надія», виходячи з розрахунків, має показники, нижчі від 1, це свідчить про не зовсім стійкий характер підприємства.

На фінансовий стан агропромислових підприємств впливає економічна ситуація в країні. Для поліпшення функціонування підприємств аграрного сектора необхідними є забезпечення свободи вибору нових організаційно-правових форм господарювання на засадах удосконалення земельних і майнових відносин власності, удосконалення системи управління аграрною сферою, підвищення якості й соціально-економічної результативності, удосконалення системи оподаткування з урахуванням специфіки галузі, надання правовому забезпеченню більшої динамічності формування ефективної цінової політики, збалансоване поєднання державного регулювання економіки агропромислового виробництва з економічною свободою підприємств, належний страховий захист сільськогосподарських товаровиробників, розвиток інфраструктури агропромислового ринку. Доцільним є використання внутрішніх резервів і створення належного середовища для сільськогосподарських товаровиробників, що сприятиме фінансовій стабільності окремих суб'єктів господарювання [5].

Таким чином, для позитивної оцінки фінансової стійкості сільськогосподарських підприємств доцільно використовувати наявні методичні підходи, ураховувати специфіку їх функціонування, зокрема у розрізі встановлення нормативних значень показників оцінки діяльності аграрних підприємств.

Науковий керівник – канд. екон. наук, доцент Сапрун Г. Г.

Література: 1. Чіп Л. О. Напрямки підвищення економічної стійкості аграрних підприємств. *Агросвіт*. 2008. № 23. С. 32–36. **2.** Чіп Л. О. Проблеми підвищення економічної стійкості аграрних підприємств. *Агросвіт*. 2008. №11. С. 25–29. **3.** Ареф'єва О. В., Кузенко Т. Б. Економічні умови формування фінансової складової економічної безпеки. *Актуальні проблеми економіки.* 2009. № 1. С. 98–103. **4.** Харчук Т. В. Характеристика економічної стійкості

підприємства та її елементів. *Вісник економіки транспорту і промисловості.* 2011. № 34. С. 332–335. **5.** Білик М. Д., Бабич В. В. Обліково-аналітичне забезпечення управління фінансовими результатами діяльності підприємств. *Бізнес Інформ.* 2015. № 4. С. 205–213. **6.** Макаренко П. М., Чіп Л. О. Показники оцінки економічної стійкості аграрних підприємств. *Агросвіт.* 2008. № 24. С. 34–37.

ФОРМУВАННЯ МІНІМАЛЬНОЇ ЗАРОБІТНОЇ ПЛАТИ В УКРАЇНІ ЯК ДЕРЖАВНОЇ СОЦІАЛЬНОЇ ГАРАНТІЇ

УДК 331.215.53(477)

Водолазко О. Є.

Студент 3 курсу
факультету консалтингу і міжнародного бізнесу ХНЕУ ім. С. Кузнеця

Анотація. *Досліджено особливості формування мінімальної заробітної плати в Україні, а також закони, що її регулюють. Визначено її вплив на продуктивність праці. Проаналізовано зв'язок між продуктивністю й оплатою праці в Україні за останні кілька років.*

Ключові слова: *держава, економіка, політика, право на працю, ефективність виробництва, продуктивність праці, оплата праці, заробітна плата, мінімальна заробітна плата, соціальний захист.*

Аннотация. *Исследованы особенности формирования минимальной заработной платы в Украине, а также законы, которые ее регулируют. Определено ее влияние на производительность труда. Проанализирована связь между производительностью и оплатой труда в Украине за последние несколько лет.*

Ключевые слова: *государство, экономика, политика, право на труд, эффективность производства, производительность труда, оплата труда, заработная плата, минимальная заработная плата, социальная защита.*

Annotation. *The features of the formation of the minimum wage in Ukraine, as well as the laws that regulate it are investigated. Its influence on labor productivity has been determined. The relationship between productivity and labor remuneration in Ukraine over the past few years has been analyzed.*

Keywords: *state, economy, politics, right to work, production efficiency, labor productivity, wages, minimum wages, social protection.*

У кожній економічно розвиненій країні світу держава законодавчо регулює розмір мінімальної заробітної плати, яка має забезпечувати необхідний рівень життя й змогу задовольняти базові людські потреби. Заробітна плата є основою якості життя населення, вона має відповідати прожитковому мінімуму, якості праці та її результатам. Дослідження особливостей формування мінімальної заробітної плати є актуальним, оскільки заробітна плата впливає не тільки на рівень життя населення, але й на продуктивність праці та задоволення від неї.

Мета написання статті – дослідити особливості формування й регулювання мінімальної заробітної плати відповідно до законодавства, а також її вплив на продуктивність праці в Україні.

Зв'язок розміру заробітної плати та продуктивності праці, а також особливості її формування вивчали Білуха М. Т., Калина А. В., Колот А. М., Сопко В. В., Ткаченко Н. М. та ін.

Питання, пов'язані з формуванням системи оплати праці на підприємстві, є важливими в соціально-трудових відносинах. Держава повинна приймати рішення щодо забезпечення населення мінімальною заробітною платою, яка є соціальною гарантією.

У міжнародних нормах розмір мінімальної заробітної плати розглянуто як нижню межу, яка може задовольняти основні потреби робітника та його родини. У Рекомендації Міжнародної організації праці від 22 червня

© Водолазко О. Є., 2017

1970 р. № 135 «Про встановлення мінімальної заробітної плати з особливим врахуванням країн, що розвиваються» визначено, що регулювання мінімальної оплати праці має бути одним із елементів соціальної політики, спрямованої на боротьбу з бідністю та забезпечення мінімальних потреб родини. Крім того, у цьому ж документі визначено критерії формування мінімальної оплати праці, серед яких потреби працюючого та його родини; загальний рівень заробітної плати в країні; вартість життя та зміни в ній; допомога з мінімального забезпечення; порівняльний рівень життя інших соціальних груп; економічні фактори, які враховують економічний розвиток, рівень ефективності праці та підтримку високого рівня зайнятості [1].

Систему формування заробітної плати в Україні забезпечують нормативно-правові акти: Закон України «Про оплату праці», Кодекс законів про оплату праці, Закон України «Про загальнообов'язкове державне соціальне страхування», податкове законодавство, Закон України «Про колективні договори і угоди». У ст. 3 Закону України «Про оплату праці» визначено мінімальну заробітну плату як установлений законом мінімальний розмір оплати праці за виконану працівником місячну (годинну) норму праці [2].

У ст. 9 Закону наголошено, що регулювання мінімальної заробітної плати є здійснюваним під впливом загального рівня середньої заробітної плати; вартісної величини достатнього для забезпечення нормального функціонування організму працездатної людини, збереження її здоров'я; мінімального набору непродовольчих товарів, послуг і продуктів харчування, необхідних для задоволення основних соціальних і культурних потреб особистості; продуктивності праці та рівня зайнятості [2].

З 1 січня 2017 р. набув чинності Закон України «Про внесення змін до деяких законодавчих актів України», за яким роботодавці мають донараховувати працівникам заробітну плату, якщо її сума є нижчою від законодавчо встановленого розміру мінімальної заробітної плати. У Законі визначено, що розмір цієї заробітної платні стосується не тільки кваліфікованої праці, як раніше, але і некваліфікованої [3].

Згідно із нормами Кодексу законів про працю та Закону «Про оплату праці» мінімальна заробітна плата має місячний і годинний розмір мінімальної оплати, яку має отримати робітник за виконану працю. Так, за ст. 8 Закону України «Про Державний бюджет України на 2017 рік» розмір місячної мінімальної заробітної платні становить 3 200 грн, а розмір годинної – 19,34 грн [2; 5; 6].

Верховна Рада України 7 грудня 2017 р. ухвалила Закон України «Про Державний бюджет України на 2018 рік», за яким розмір мінімальної заробітної плати підвищиться у місячному розмірі до 3 723 грн, а у погодинному – до 22,41 грн [4].

Згідно зі ст. 95 «Кодексу законів про працю» та Закону «Про оплату праці» мінімальна заробітна плата є соціальною гарантією, яка є обов'язком для підприємств усіх форм власності на території України та фізичних осіб, які використовують найману працю працівників незалежно від системи оплати праці. З 1 січня 2017 р. усі роботодавці повинні гарантувати своїм працівникам виплату мінімальної заробітної плати за умови виконання місячної (годинної) норми праці [5].

Відповідно до ст. 7 Закону України «Про Державний бюджет України на 2017 рік» розмір прожиткового мінімуму становить 1 600 грн [6]. Рівень прожиткового мінімуму застосовують для встановлення розмірів мінімальної оплати праці та пенсії, визначення розмірів соціальних допомог, установлення розміру неоподаткованого прибутку громадян тощо. За новим Законом «Про Державний бюджет України на 2018 рік» з 1 січня 2018 р. розмір прожиткового мінімуму зросте до 1 700 грн. У Законі визначено, що підвищення прожиткового мінімуму у 2018 р. відбуватиметься поступово. З 1 липня він становитиме 1 777 грн, а з 1 грудня – 1 853 грн [4].

Продуктивність праці є одним із найважливіших показників результатів роботи підприємства, який виражається в ефективності витрат праці. Якщо продуктивність праці постійно зростає, підприємство зростає економічно.

На зростання продуктивності праці впливає чимало факторів, але одним з пріоритетних є розмір заробітної плати. Можливість підвищення заробітної платні є стимулом зростання в кваліфікаційному та професійному плані, що в результаті впливає на якість виконаної роботи та на зменшення кількості часу виконання робіт. Тому власники підприємств мають приділяти більше уваги впливу оплати праці на її продуктивність, а держава, у свою чергу, – забезпечувати та гарантувати працівникам мінімальний розмір оплати праці.

Продуктивність праці характеризує ефективність використання людських ресурсів і показує кількість продукції, виготовленої одним працівником. Кожна людина намагається підвищити рівень свого життя, отже, прагне збільшення заробітної плати.

Існують три моделі визначення зв'язку між темпами зростання продуктивності праці та розміром заробітної плати, коли зростання оплати праці:

– є пропорційним продуктивності праці;

– відстає від зростання її продуктивності;

– випереджає зростання її продуктивності.

Перша модель є ідеальною, оскільки не породжує інфляції на рівні держави, а на рівні підприємства стимулює працівників до підвищення продуктивності. Цю систему використовують підприємства, які прагнуть економічного зростання й зростання продуктивності праці прямо пропорційно зростанню заробітної плати. Тобто працівники вмотивовані розвиватися професійно, працювати краще й якісніше, бо оплата праці впливає на її продуктивність разом з іншими факторами.

Друга модель не породжує інфляції, але зовсім не стимулює працівників до підвищення продуктивності, що пригальмовуватиме зростання всієї компанії.

Третя модель стимулює до зростанню праці у деяких варіантах, а іноді – навпаки, не стимулює працівників розвиватися професійно; ця модель також є причиною розвитку інфляції.

Зазвичай експерти засвідчують, що в Україні низький рівень продуктивності праці, причинами якого є малоефективна організація праці більшості підприємств, застаріли методи та засоби виробництва, відсутність зростання й модернізації технологічного процесу, відсталість фінансової системи й чимало інших факторів.

Таким чином, держава має створювати сприятливе середовище для розвитку підприємств, що в результаті сприятиме зниженню рівня бідності, зростанню професійної підготовки працівників і зростанню економіки всієї країни через зростання обсягу валового внутрішнього продукту; регулювати розмір мінімальної заробітної плати задля забезпечення соціальних гарантій. Тільки із застосуванням державного регулювання можна забезпечити задоволеність і врахування інтересів усіх учасників трудового процесу та підвищення рівня відтворення робочої сили.

Науковий керівник – канд. екон. наук, доцент Пилипенко С. М.

Література: 1. Про встановлення мінімальної заробітної плати з особливим врахуванням країн, що розвиваються : Міжнародний документ від 22.06.1970 № 131 // База даних «Законодавство України» / Верховна Рада України. URL: http://zakon5.rada.gov.ua/laws/show/993_149. **2.** Про оплату праці : Закон України від 24.03.1995 № 108/95-ВР // База даних «Законодавство України» / Верховна Рада України. URL: http://zakon5.rada.gov.ua/laws/show/108/95-%D0%B2%D1%80. **3.** Про внесення змін до деяких законодавчих актів України : Закон України від 06.12.2016 № 1774-VIII // База даних «Законодавство України» / Верховна Рада України. URL: http://zakon5.rada.gov.ua/laws/show/1774-19. **4.** Проект Закону про Державний бюджет України на 2018 рік від 15.09.2017 № 7000. URL: http://w1.c1.rada.gov.ua/pls/zweb2/webproc4_1?pf3511=62551. **5.** Кодекс законів про працю України : Закон України від 10.12.1971 № 322-VIII // База даних «Законодавство України» / Верховна Рада України. URL: http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/322-08. **6.** Про Державний бюджет України на 2017 рік : Закон України від 21.12.2016 № 1801-VIII // База даних «Законодавство України» / Верховна Рада України. URL: http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/1801-19.

ОСОБЛИВОСТІ АНАЛІЗУ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ ГРОМАДСЬКОГО ХАРЧУВАННЯ

УДК 641.07

Волосюк В. К.

Студент 4 курсу
факультету консалтингу і міжнародного бізнесу ХНЕУ ім. С. Кузнеця

Анотація. *Розглянуто особливості економічного аналізу діяльності підприємств громадського харчування, підприємств роздрібного продажу та харчової промисловості. Охарактеризовано види та показники аналізу. Досліджено питання аналізу та планування товарообігу.*

© Волосюк В. К., 2017

Ключові слова: *підприємство, громадське харчування, ресторан, бар, кафе, їдальня, закусочна, товарообіг, доходи громадського харчування, витрати громадського харчування.*

Аннотация. *Рассмотрены особенности экономического анализа деятельности предприятий общественного питания, предприятий розничной продажи и пищевой промышленности. Охарактеризованы виды и показатели анализа. Исследован вопрос анализа и планирования товарооборота.*

Ключевые слова: *предприятие, общественное питание, ресторан, бар, кафе, столовая, закусочная, товарооборот, доходы общественного питания, расходы общественного питания.*

Annotation. *Features of the economic analysis of the activity of catering enterprises, retail enterprises and food industry are considered. Types and indicators of analysis are characterized. The issue of analysis and planning of trade turnover has been studied.*

Keywords: *enterprise, catering, restaurant, bar, cafe, dining room, snack bar, turnover, public catering incomes, catering expenses.*

Громадське харчування, як і роздрібна торгівля, має високі темпи товарообігу та є перспективною галуззю для економічного розвитку України. Як галузь громадське харчування розвивається за рахунок того, що виконує певні специфічні функції.

Метою написання статті є виявлення й обґрунтування специфічних особливостей аналізу діяльності підприємств громадського харчування.

Дослідженням особливостей аналізу діяльності торговельних підприємств займалися Гура І. О., Зайцев Н. *Л.*, Савицька Г. В., Кравченко *Л.* І. та ін.

Громадське харчування – це галузь виробничо-торговельної діяльності, у якій виробляють і продають продукцію власного виробництва та закупні товари, що є, як правило, призначеними для споживання на місці [1].

Завданнями аналізу громадського харчування є:

– задоволення постійно зростаючих потреб у продуктах харчування населення задля подальшого отримання вигоди;

– об'єктивне оцінювання виконання плану та динаміки товарообігу;

– виявлення й розробка наявних резервів.

За типами громадське харчування розподіляють на:

– ресторани – підприємства громадського харчування, що пропонують споживчий асортимент страв високого рівня приготування;

– бари – невеликі за обсягом підприємства громадського харчування;

– кафе – підприємства громадського харчування, що мають обмежений асортимент порівняно із ресторанами;

– їдальні – загальнодоступні або для певної категорії споживачів підприємства комунального харчування;

– закусочні – невеликі підприємства з легкими для приготування стравами [3].

Від вибраного типу підприємства громадського харчування залежить кількість витрат власників на облаштування закладу та рекламу. Інтер'єр закладів вищого рівня (ресторани, бари, кафе) впливає на кількість відвідувачів.

Виділяють такі специфічні функції громадського харчування порівняно із харчовою промисловістю:

– виробництво кулінарних виробів, виробів пекарень та обідньої продукції;

– організація харчування у санітарно-гігієнічних умовах;

– реалізація готових продуктів харчування або напівфабрикатів [3].

Громадське харчування за аналізом структури товарообігу поєднують із торгівлею. Це пояснюється тим, що в цій галузі також наявний елемент роздрібної торгівлі.

Специфічна інформаційна база аналізу складається з денних збірних листів, якими оформлюють відпуск готової продукції, калькуляційні картки.

Основними складовими аналізу підприємств такого типу є:

– товарообіг;

– кількість і швидкість випуску страв;

– кількість працівників;

– стан матеріально-технічної бази;

– фінансовий результат;

– продуктивність праці.

Особливостями зростання товарообігу є:

– неперервне зростання обсягу;

– зміни розміщення за економічними районами;

– вищі темпи зростання в малих містах і селах, ніж у великих містах.

Товарообіг громадського харчування відрізняється від товарообігу роздрібних продажів тим, що в першому випадку продукцією є сировина та продукти після кулінарної обробки, які мають вигляд кулінарного виробу та реалізовані на лінії роздачі або із доставкою додому. При розрахунках обсягу виробництва обліковують страви. Випуск готової продукції (страв) планується за середньою кількістю клієнтів (споживачів). Чисельність споживачів розраховують:

– вибірковим підрахунком;

– із урахуванням реалізації за попередній період;

– із урахуванням загальної реалізації на одного відвідувача [4].

У процесі розрахунків планових показників використовують ціни із залученням націнок громадського харчування. На збільшення товарообігу на таких підприємствах впливає:

– формування асортименту товарних груп із урахуванням часу доби;

– вивчення попиту споживачів;

– проведення рекламних заходів;

– організація додаткових місць для обслуговування відвідувачів у літній період;

– ритмічна забезпеченість сировиною;

– упровадження нових технологій приготування [2].

Ключовими завданнями планування товарообігу є покращення забезпечення гарячою продукцією, поліпшення якості їжі, скорочення часу приготування, збільшення охоплення території, куди підприємство має можливість доставляти продукцію. План товарообігу охоплює обсяг реалізації, надходження та залишок товарних запасів і сировини.

На темпи зростання товарообігу впливають:

– зміна чисельності тих, хто харчується;

– ціни на сировину, продовольчі товари та кулінарну продукцію;

– доходи населення;

– зміна матеріально-технічної бази.

Після проведення аналізу випуску продукції та товарообігу необхідною є розробка заходів, спрямованих на усунення виявлених недоліків.

Витрати громадського харчування – це витрати виробництва, витрати, які виникають при організації споживання їжі клієнтами та витрати реалізації (доставка). Зауважимо, що витрати громадського харчування втричі перевищують витрати роздрібної торгівлі за рахунок витрат на продукцію власного виробництва, витрат на організацію споживання та значних витрат на заробітну плату працівників.

Дохід закладів громадського харчування складається з доходів від реалізації товарів (страв) або напівфабрикатів і від операцій із тарою. Доходи таких закладів є нерегульованими, оскільки через залежність від специфікації, сезонності, складу меню, обслуговування та місця розташування мають нестійку кількість клієнтів. Часто у таких закладів виникають збитки; за таких умов слід проаналізувати основні помилки, порівняти тенденції на ринку та провести ребрединг закладу.

Таким чином, економічний аналіз підприємств громадського харчування здійснюють у тісному зв'язку й співвідношенні із галузями роздрібної торгівлі та харчової промисловості, але він має свої особливості. Планування й аналіз товарообігу громадського харчування дає змогу отримати чітку картину розвитку підприємства за існування чималої кількості ризиків. Науковим результатом є систематизація особливостей аналізу діяльності підприємств громадського харчування, що в перспективі подальших наукових досліджень дасть змогу вдосконалити методичне забезпечення аналізу їх діяльності.

Науковий керівник – канд. екон. наук, доцент Мішин О. Ю.

Література: 1. Гура Н. О. Облік видів економічної діяльності : навч. посіб. Київ : Знання, 2004. 541 с. **2.** Зайцев Н. Л. Экономика, организация и управление предприятием. М. : Инфра-М, 2008. 455 с. **3.** Савицька Г. В. Економічний аналіз діяльності підприємства : навч. посіб. Київ : Знання, 2007. 668 с. **4.** Кравченко Л. И. Анализ хозяйственной деятельности в торговле. М. : Новое знание, 2005. 512 с. **5.** Мішин О. Ю., Мішина С. В. Аналітичне забезпечення оцінки витрат на соціальний розвиток підприємства // Економічний розвиток та спадок Семена Кузнеця: матеріали міжнародної наукової конференції. Харків : ХНЕУ, 2016. С. 365–368.

ОСОБЛИВОСТІ ЗАСТОСУВАННЯ ТЕОРІЇ МАСОВОГО ОБСЛУГОВУВАННЯ ЯК МЕТОДУ ВИВЧЕННЯ ГОСПОДАРСЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

УДК 519.872

Волосюк В. К.

Студент 4 курсу
факультету консалтингу і міжнародного бізнесу ХНЕУ ім. С. Кузнеця

Анотація. *Наведено теоретичне обґрунтування сутності поняття «система масового обслуговування». Розглянуто основні теоретичні показники теорії масового обслуговування, виявлено ключові напрямки її застосування. Проаналізовано основну класифікацію системи масового обслуговування з прикладами застосування в галузях економіки.*

Ключові слова: *масове обслуговування, теорія масового обслуговування, система масового обслуговування, потік подій.*

Аннотация. *Приведено теоретическое обоснование сущности понятия «система массового обслуживания». Рассмотрены основные теоретические показатели теории массового обслуживания, выявлены ключевые направления ее применения. Проанализирована основная классификация системы массового обслуживания с примерами применения в отраслях экономики.*

Ключевые слова: *массовое обслуживание, теория массового обслуживания, система массового обслуживания, поток событий.*

Annotation. *The theoretical substantiation of the essence of the concept of «queuing system» is given. The main theoretical indicators of queuing theory are considered, the key directions of its application are identified. The main classification of the queuing system with examples of applications in the sectors of the economy is analyzed.*

Keywords: *mass service, queuing theory, queuing system, the flow of events.*

Теорія масового обслуговування дає змогу оптимізувати обслуговування в різних сферах економіки, розробляти оптимальні варіанти організації нормального процесу обслуговування для власників, що задовольнятимуть усі запроси та заявки клієнтів.

Метою написання статті є виявлення та теоретичне обґрунтування специфіки й особливостей застосування теорії масового обслуговування.

Дослідженням особливостей аналізу діяльності торговельних підприємств займалися Чейз Р., Фадєєв В., Макаров В., Фатхутдинов Р. та ін.

Теорія масового обслуговування (теорія черг) вивчає статистичні закономірності в масових операціях, що передбачають велику кількість однорідних елементарних операцій. Прикладами застосування цього методу

© Волосюк В. К., 2017

є складання однотипних деталей на конвеєрі, видача інструментів, ремонт верстатів, обслуговування покупців у магазинах, білетних касах, перукарнях та ін. Метою цього є розробка методів управління, за яких не виникатимуть простої та черги клієнтів. У процесі вивчення цієї теорії застосовують методи теорії ймовірності та математичної статистики.

За великої кількості каналів обслуговування система зазнає збитків через ймовірність тривалих простоїв каналів. За малої кількості каналів обслуговування збитки спричиняють черги, які накопичуються [2].

Предметом теорії масового обслуговування є побудова калькуляційних моделей, які пов'язують умови роботи систем масового обслуговування з показниками ефективності систем, що описують їх спроможність справлятися з потоком заявок.

Потік подій – це послідовність однакових подій, які настають одна за одною в невстановлений момент часу. Ступінь складності задачі оптимізації потоку подій залежить від структурних особливостей самої системи масового обслуговування, а також від того, наскільки широким є діапазон альтернатив, які проаналізують. Так, якщо потрібно обрати з двох варіантів розв'язку, що визначають число касових апаратів у магазині, оптимальний визначають шляхом простого порівняння кількісних характеристик кожного з варіантів.

Система масового обслуговування (СМО) – це сукупність обслуговуючих систем і тих, що обслуговуються, разом із правилами, які установлюють організацію процесу. СМО поділяють на типи:

– з очікуванням – надійшла в момент зайнятості каналів і не відправляється, а стає в чергу;

– з відмовою – надійшла в момент, коли всі канали зайняті, але не залишає систему, не беручи участі в подальшому розгляді (рис. 1) [3].

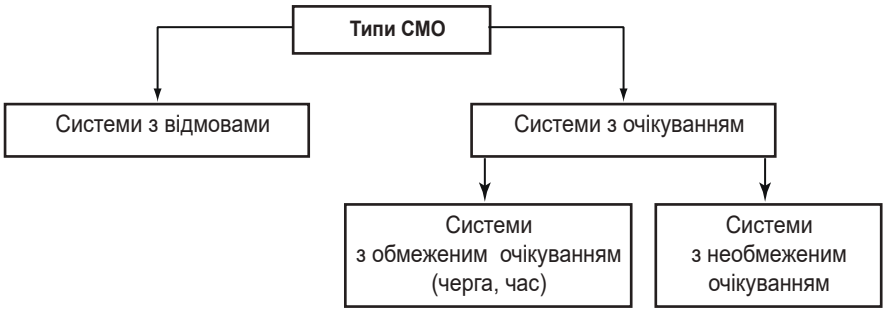


Рис. 1. **Типи систем масового обслуговування**

Прикладом системи масового обслуговування з відмовою є дзвінки на гарячу лінію. Якщо в той момент, як клієнт телефонує, усі оператори (канали) зайняті, його не ставлять на очікування, а скасовують дзвінок.

Основними елементами СМО є:

– джерело;

– вхідний потік вимог;

– черга вимог;

– канали обслуговування;

– вихідний потік вимог;

– потік на повторне обслуговування;

– потік втрачених вимог.

Елементи системи для візуального розуміння можна об'єднати в схему (рис. 2) [3; 4].

У деяких випадках дисципліна черги є випадковою, наприклад, при опитуванні учнів шкільним вчителем. В інших випадках дисципліна черги будується за певною системою пріоритетів (у разі порятунку пасажирів корабля, що потопає, спочатку рятують дітей і жінок).

Найяскравішим прикладом системи масового обслуговування з очікуванням є магазини та супермаркети, де кількість працюючих кас (каналів) у певний період часу впливає на кількість не обслугованих своєчасно покупців (кількість черг). У цьому випадку застосування теорії масового обслуговування дає змогу визначити, коли і скільки кас повинно працювати, щоб не утворювалися великі черги.

Задля виявлення ефективності використання теорії масового обслуговування використовують такі показники:

– середня кількість заявок, які обслуговуються за одиницю часу;

– середня кількість заявок у черзі;

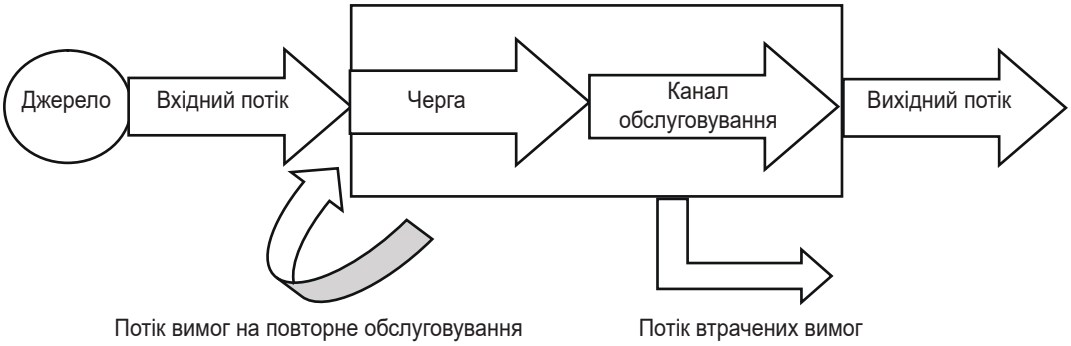


Рис. 2. **Елементи системи масового обслуговування**

– середній час очікування на обслуговування;

– ймовірність відмови від обслуговування без очікування, залежить від інтенсивності потоку заявок та інтенсивності обслуговування;

– ймовірність, що всі канали будуть вільні або зайняті;

– ймовірність привішення заявок у черзі;

– коефіцієнт простою та завантаження каналів [4].

Існують відмінності в застосуванні каналів обслуговування: у одній ситуації всі клієнти змушені використовувати один канал обслуговування за інших вільних (при посадці літака для паспортної перевірки пасажири використовують один виділений термінал), а в іншій – розподіляються по всіх вільних (черги в час пік до залізничних кас).

Важливо, щоб керівник брав до уваги всі три компоненти системи масового обслуговування: вхідний потік вимог на обслуговування, дисципліну черги та механізм обґрунтування. Більш того, між різними варіантами керуючих рішень існують певні взаємозв'язки. Так, середню тривалість очікування для вимоги на обслуговування можна зменшити шляхом зміни частоти надходжень вимог на вхід обслуговуючої системи, збільшенням кількості обслуговуючих приладів, застосуванням пришвидшених приладів, а також скороченням розкиду часу обслуговування [4].

Таким чином, теорія масового обслуговування може застосовуватися в різних галузях економіки. Вона вивчає процеси, які притаманні діяльності промислових підприємств: обслуговування цехів, виробничих ліній, транспортне обслуговування торговельних та обслуговуючих організацій. Апарат цієї теорії дає змогу визначити конкретні шляхи скорочення черг, а також оптимізації процесів обслуговування.

Науковий керівник – канд. екон. наук, професор Іванієнко В. В.

Література: 1. Фадеев В. В., Гармаш А. Н., Орлова И. В. Экономико-математические методы и прикладные модели : учебное пособие. М. : Юнити-Дана, 2004. 304 с. **2.** Чейз Р., Эквилайн Н., Якобс Р. Производственный и операционный менеджмент / пер. с англ. М. : Вильямс, 2000. 704 с. **3.** Макаров В. М. Производственный менеджмент. Модели и методы организации производственного процесса. СПб. : СПбГТУ, 2001. 76 с. **4.** Фатхутдинов Р. А. Производственный менеджмент : учебное пособие. М. : Дашков и К°, 2002. 472 с.

ЗАСТОСУВАННЯ ЕФЕКТУ ФІНАНСОВОГО ЛЕВЕРИДЖУ В УПРАВЛІННІ ФІНАНСОВОЮ СТІЙКІСТЮ ПІДПРИЄМСТВА

УДК 685.14-048.34

Воронова А. В.

Магістрант 2 року навчання
фінансового факультету ХНЕУ ім. С. Кузнеця

Анотація. *Розглянуто механізм формування ефекту фінансового левериджу, що може бути застосовуваним підприємством для підвищення ефективності використання власного капіталу за умови залучення позикових коштів. Обґрунтовано й розраховано оптимальне співвідношення власного та позикового капіталу ДП «Електроважмаш» для підвищення його фінансової стійкості.*

Ключові слова: *підприємство, організація, фінанси, фінансовий стан, доходи, капітал, управління фінансовою стійкістю, левердж, фінансовий левердж, власний капітал, позиковий капітал, рентабельність капіталу.*

Аннотация. *Рассмотрен механизм формирования эффекта финансового левериджа, который может применяться предприятием для повышения эффективности использования собственного капитала при привлечении заемных средств. Обосновано и рассчитано оптимальное соотношение собственного и заемного капитала ГП «Электротяжмаш» для повышения его финансовой устойчивости.*

Ключевые слова: *предприятие, организация, финансы, финансовое состояние, доходы, капитал, управление финансовой устойчивостью, левердж, финансовый левердж, собственный капитал, заемный капитал, рентабельность капитала.*

Annotation. *The mechanism of forming the effect of financial leverage is considered, it can be used by the enterprise to increase the efficiency of using its own capital provided that borrowed funds are raised. The optimal ratio of own and borrowed capital of SE «Elektrotyazhmash» is justified and calculated for its financial stability.*

Keywords: *enterprise, organization, finance, financial condition, income, capital, financial stability management, leverage, financial leverage, equity, borrowed capital, return on equity.*

За сучасних економічних умов однією з істотних складових підтримки фінансової стійкості підприємства є наявність у нього фінансових ресурсів, достатніх для розвитку конкурентоспроможного виробництва. Залучення позикових коштів до обігу підприємства – нормальне явище, що сприяє покращенню фінансового стану за умови, що кошти не заморожуються на тривалий час у обігу та своєчасно повертаються. Ефективна зміна співвідношення між власним і позиковим капіталом є фактором збільшення віддачі на власний капітал, що дає змогу отримувати максимальний прибуток, підвищити рентабельність, фінансову стійкість, ліквідність і платоспроможність підприємства. Тому актуальним є дослідження підходів до обґрунтування оптимального співвідношення між власними та позиковими коштами суб'єктів господарювання.

Зв'язок дії фінансового левериджу та рівня прибутковості власних коштів підприємства досліджували Бланк І. О., Балабанов І. Т., Ковальов В. В., Матюшенко І. Ю., Поддєрьогін А. М., Самсонов Н. Ф. та ін.

Метою написання статті є розробка рекомендацій щодо формування оптимального співвідношення власного та позикового капіталу підприємства задля підвищення рівня його фінансової стійкості.

Кожне підприємство прагне досягти такого співвідношення внутрішніх і зовнішніх джерел коштів, яке б здійснювало максимальний позитивний вплив на досягнення його стратегічних цілей. За розмаїття можливих напрямків використання капіталу головними факторами, що впливають на прийняття рішення, є економічна віддача на кожну вкладену гривню та рівень ризику втрати коштів. Одним з основних механізмів реалізації цього завдання є фінансовий левердж.

Фінансовий левердж характеризує використання підприємством позикових коштів, що впливає на зміну коефіцієнта рентабельності власного капіталу. Іншими словами, фінансовий левердж є об'єктивним фактором, який виникає з появою позикових коштів у обсягу використовуваного підприємством капіталу і дозволяє йому отримати додатковий прибуток на власний капітал [2].

Залучення позикового капіталу в розумних межах надає можливості одержати так званий ефект фінансового левериджу, який мають ураховувати фінансові менеджери, регулюючи структуру капіталу підприємства. Це дасть змогу підтримувати кредитну репутацію підприємства та використовувати позитивний ефект фінансового левериджу. Ефект фінансового левериджу розраховують за формулою:

© Воронова А. В., 2017

$$ЕФЛ = (1 - Спп) \cdot (КВРа - ВК) \cdot \frac{ПК}{ВК}, \quad (1)$$

де *ЕФЛ* – ефект фінансового левериджу, %;

Спп – ставка податку на прибуток;

КВРа – коефіцієнт валової рентабельності активів, %;

ПК – сума використовуваного підприємством позикового капіталу;

ВК – середня сума власного капіталу підприємства [3].

Із формули розрахунку ефекту фінансового левериджу можна виділити три основні його складові:

– податковий коректор фінансового левериджу (1 – Спп) вказує, якою мірою проявляється ефект фінансового левериджу у зв'язку з різним рівнем оподаткування прибутку;

– диференціал фінансового левериджу (КВРа – ВК) характеризує різницю між коефіцієнтом валової рентабельності активів і середнім розміром відсотка за кредит;

– коефіцієнт фінансового левериджу характеризує суму використовуваного підприємством позикового капіталу в розрахунку на одиницю власного капіталу [4].

Виокремлення цих складових дає змогу цілеспрямовано керувати ефектом фінансового левериджу в процесі управління фінансовою стійкістю підприємства.

Розглянемо механізм формування ефекту фінансового левериджу на прикладі ДП «Електроважмаш». Для цього спершу визначимо прогнозний обсяг капіталу, що використовуватиметься підприємством у прогнозному періоді (2017 р.), а також спрогнозуємо валовий прибуток підприємства на основі аналізу ретроспективних тенденцій показників (табл. 1) [5].

Таблиця 1

Аналіз ретроспективних тенденцій фінансових показників підприємства

	2013	2014	2015	2016
Сума використовуваного капіталу, тис. грн	1516692	1425063	1297674	1284411
Темп зростання, %	-	93,96	91,06	98,98
Середній темп зростання, %	94,67			
Сума валового прибутку, тис. грн	378296	313774	261000	265176
Темп зростання, %	-	82,94	83,18	101,60
Середній темп зростання, %	89,24			

Аналіз даних табл. 1 дає підстави говорити, що сума капіталу підприємства та валового прибутку зменшуються, про що свідчать темпи їх зростання. Спираючись на виділені тенденції, зауважимо, що прогнозна сума капіталу підприємства у 2017 р. становитиме 1215951,9 тис. грн, а валового прибутку – 236643,06 тис. грн.

Сформуємо можливі варіанти структури капіталу ДП «Електроважмаш» у 2017 р.:

– у варіанті А частка власного капіталу складатиме 75%;

– у варіанті Б власний капітал дорівнюватиме позиковому;

– у варіанті В частка власного капіталу складатиме 40%;

– у варіанті Г частка власного капіталу складатиме 25%.

Згідно зі ст. 136 Податкового кодексу України базова ставка на прибуток становить 18 %. Після аналізу пропозицій провідних банків України було розраховано, що середній рівень відсотків за кредит підприємств становить 12,5 % [6].

Використовуючи отримані дані, розрахуємо прогнозні значення ефекту фінансового левериджу для досліджуваного підприємства у 2017 р. для обраних варіантів структури його капіталу (табл. 2) [6].

У результаті проведення розрахунків (табл. 2) визначено, що чим вищою є питома вага позикових коштів у загальній сумі використовуваного підприємством капіталу, тим вищим є рівень прибутку, отримуваного на власний капітал. При використанні позикового капіталу розміром 911963,92 тис. грн (75 %) ефект фінансового левериджу найбільший і становить 17,13 %. За такого співвідношення власного та позикового капіталу ефект фінансового левериджу збільшився порівняно з попереднім роком на 3,45 %. Розглянемо, як така структура капіталу вплине на фінансову стійкість підприємства (табл. 3) [6].

Таблиця 2

Розрахунок прогнозного ефекту фінансового левериджу для ДП «Електроважмаш» на 2017 р.

№ з / п	Показники	2016	Варіанти розрахунку			
			А	Б	В	Г
1	Середня сума всього капіталу підприємства, тис. грн	1284411	1215951	1215951	1215951	1215951
2	Середня сума власного капіталу, тис. грн	272901	911963,92	607975,95	486380,76	303987,97
3	Середня сума позикового капіталу, тис. грн	1011510	303987,9	607975,9	729571,1	911963,9
4	Сума валового прибутку (без відсотків за кредит), %	265176	236643,1	236643,1	236643,1	236643,1
5	Коефіцієнт валової рентабельності активів (без урахування витрат зі сплати відсотків за кредит), %	17	19	19	19	19
6	Середній рівень відсотків за кредит, %	12,5	12,5	12,5	12,5	12,5
7	Сума відсотків за кредит, сплачена за використання позикового капіталу, тис. грн	126438,8	37998,50	75996,99	91196,39	113995,5
8	Сума валового прибутку підприємства з урахуванням витрат зі сплати відсотків за кредит, тис. грн	138737,3	198644,6	160646,1	145446,7	122647,6
9	Ставка податку на прибуток, %	0,18	0,18	0,18	0,18	0,18
10	Сума податку на прибуток, тис. грн	24972,71	35756,02	28916,29	26180,40	22076,56
11	Сума чистого прибутку після сплати податку, тис. грн	113764,6	162888,6	131729,8	119266,3	100571
12	Коефіцієнт рентабельності власного капіталу або коефіцієнт фінансової рентабельності, %	29,52	17,86	21,67	24,52	33,08
13	Ефект фінансового левериджу, %	13,68	1,90	5,71	8,56	17,13

Таблиця 3

Прогнозування впливу фінансового левериджу та фінансової стійкості ДП «Електроважмаш»

	2016	2017	Відхилення
Сума всього використовуваного капіталу, тис. грн	1284411	1215951,9	-68459,1
Сума власного капіталу, тис. грн	272901	303987,97	31086,97
Сума позикового капіталу, тис. грн	1011510	911963,92	-99546,08
Коефіцієнт автономії, %	21	25	4
Ефект фінансового левериджу, %	13,68	17,13	3,45

З розрахунків (табл. 3) можна зробити висновок, що за співвідношення власного та позикового капіталу на рівні 25 % / 75 % коефіцієнт автономії збільшиться у 2017 р. на 0,04 в. п. Підприємству пропонується підвищити суму власного капіталу на 31086,97 тис. грн, а обсяг зобов'язань – скоротити до 911963, 92 тис. грн. Прогнозоване зростання частки власного капіталу у загальній сумі капіталу сприятиме підвищенню фінансової стійкості підприємства, при цьому значення ефекту фінансового левериджу також зросте.

Таким чином, застосування підприємством фінансових інструментів сприятиме підвищенню якості управлінських рішень, покращенню фінансового стану, зростанню фінансової стійкості, забезпечить підґрунтя для стійкого розвитку суб'єкта господарювання.

Науковий керівник – канд. екон. наук, доцент Берест М. М.

Література: 1. Семенов А. Г., Король С. А. Методи оптимізації структури капіталу. *Держава та регіони.* 2011. № 2. С. 181–188. **2.** Чернелевський Л. М., Слободян Н. Г., Михайленко О. В. Аналіз діяльності підприємств та банківських установ: економічний, фінансово-інвестиційний, стратегічний. Київ : Хай-Тек Прес, 2008. 640 с. **3.** Яремко І. Й. Управління капіталом підприємства: економічний і фінансовий інструментарій : монографія. Львів : Каменяр, 2006. 176 с. **4.** Швиданенко Г. О., Шевчук Н. В. Управління капіталом підприємства : навч. посіб. Київ :

КНЕУ, 2006. 440 с. **5.** Бланк И. А. Управление формированием капитала. Киев : Ника-Центр ; Эльга, 2002. 512 с. **6.** Литовченко О. Ю., Макуха С. А. Оптимізація структури капіталу як складова стратегії забезпечення фінансової безпеки підприємства. *Вісник економіки та промисловості.* № 29. 2010. С. 134–136.

ОСОБЛИВОСТІ АНАЛІЗУ ДІЯЛЬНОСТІ КОНТРАГЕНТІВ ПІДПРИЄМСТВА

УДК 338.26 (657.1)

Воротинцева Р. В.

Магістрант 1 року навчання
факультету консалтингу і міжнародного бізнесу ХНЕУ ім. С. Кузнеця

Анотація. *Проаналізовано основні методи та етапи проведення аналізу дебіторської заборгованості, що є придатними для застосування на сучасних вітчизняних підприємствах. Обґрунтовано можливість використання бенчмаркінгу для подальшого розвитку підприємств. Розглянуто основні аспекти системи контролю розрахунків із контрагентами в Україні та за кордоном, а також порядок визначення їх благонадійності.*

Ключові слова: *підприємство, організація, фінанси, контрагент, постачальники, покупці, розрахунки, бенчмаркінг, заборгованість, дебіторська заборгованість, кредиторська заборгованість, динаміка заборгованості.*

Аннотация. *Проанализированы основные методы и этапы проведения анализа дебиторской задолженности, применяемые на современных отечественных предприятиях. Обоснована возможность использования бенчмаркинга для дальнейшего развития предприятий. Рассмотрены основные аспекты системы контроля расчетов с контрагентами в Украине и за рубежом, а также порядок определения их благонадежности.*

Ключевые слова: *предприятие, организация, финансы, контрагент, поставщики, покупатели, расчеты, бенчмаркинг, задолженность, дебиторская задолженность, кредиторская задолженность, динамика задолженности.*

Annotation. *The main methods and stages of analysis of accounts receivable are analyzed, suitable for use in modern domestic enterprises. The possibility of using benchmarking for the further development of enterprises is substantiated. The main aspects of the system for controlling settlements with counterparties in Ukraine and abroad, as well as the procedure for determining their reliability are considered.*

Keywords: *enterprise, organization, finances, counterparty, suppliers, buyers, calculations, benchmarking, debt, accounts receivable, accounts payable, debt dynamics.*

За сучасних економічних умов розрахунки з клієнтами є полем для господарської діяльності підприємств, функціонування яких є пов'язаним із фінансовими ризиками. Невиконання договірних зобов'язань, несвоєчасне погашення заборгованості, здійснення неефективної політики комерційного кредитування – це далеко не всі труднощі, із якими стикаються компанії в щоденній діяльності. Такими подіями обумовлено необхідність пильної уваги до сфери розрахунків із зовнішніми контрагентами.

Дослідженням економічної природи заборгованості й завдань, що є є пов'язаними з її врахуванням, контролем і аналізом, займалися Пилипенко А. А., Бабаєв В. Ю., Бичкова С. М., Ткаченко Н. М., Єдинак Т. С. та ін.

Згідно із П(С)БО 10 під дебіторською заборгованістю слід розуміти суму заборгованості дебіторів підприємству на певну дату [6]. Контроль за станом дебіторської заборгованості є необхідною умовою стабільного фінансового стану фірми. Це обумовлено тим, що на неї потрібно близько третини всіх оборотних активів компанії.

На величину дебіторської заборгованості впливають загальний обсяг продажів, заведена в організації система розрахунків, платіжна дисципліна клієнтів, політика стягнення заборгованостей, стан бухгалтерського обліку,

© Воротинцева Р. В., 2017

регулярне проведення інвентаризації, наявність ефективної системи внутрішнього контролю, якість аналізу дебіторської заборгованості та черговість його підсумків.

Дебіторська та кредиторська заборгованість є неминучим наслідком сучасної системи грошових розрахунків між організаціями, за якої завжди існує розрив часу платежу з фактом переходу права власності на предмет торгівлі. Дебіторська заборгованість є тимчасовим відволіканням коштів з обігу установи та застосування їх в обігу контрагентів, тобто між поданням платіжних документів до сплати та часом їх фактичної оплати зазвичай минає певний час.

У процесі аналізу необхідно вивчити динаміку, склад, причини і давність утворення дебіторської заборгованості, установити, чи немає в її складі сум, нереальних для стягнення, або таких, за якими закінчуються терміни позовної давності. Якщо такі є, необхідно терміново вжити заходів щодо їх стягнення.

Аналіз дебіторської заборгованості проводять поетапно (рис. 1) [1–4]. Спроби скористатися досвідом успішної роботи в минулому або прогнозами власних фахівців не можуть замінити об'єктивного оцінювання й аналізу діяльності як організації в цілому, так і її підрозділів порівняно з кращими внутрішніми або зовнішніми зразками, тобто бенчмаркінгу.

Бенчмаркінг є інструментом визначення об'єктів для збору інформації, необхідної в процесі реалізації програм безперервного вдосконалення й завоювання організацією переваг у конкурентній боротьбі.

Харрингтон Х. визначає бенчмаркінг як стандарт, або еталон, спосіб визначення, розуміння й розвитку найкращих продуктів, послуг, дизайну, обладнання, процесів і практик задля поліпшення реальної ефективності організації [7]. У найбільш простій і ясній формі бенчмаркінг можна визначити як процес знаходження й вивчення найкращих із відомих методів ведення бізнесу.

На думку Кузнєцової Л. М., бенчмаркінг з позиції практичного застосування в бухгалтерському обліку має стати ефективним методом систематичного й безперервного оцінювання процесів, практик і методології обліку організації, зіставлення їх із досвідом діяльності організацій з лідируючими позиціями задля отримання інформації та прийняття рішень, удосконалення власної діяльності, що містить різні сегменти фінансового й управлінського обліку [8].

Збільшення продажів, що не приносить прибутку, може свідчити лише про кількісне зростання організації. Можна говорити про те, що продажі приносять прибуток лише після того, як отримано гроші за реалізовані товари й послуги, причому витрати, що є пов'язаними з продажами, мають не перевищувати одержувані при цьому доходи.

Необхідно прагнути якомога швидше отримати реальну оплату за продані товари або послуги, а не задовольнятися обіцянками, що за них заплатять незабаром. Водночас слід пам'ятати, що споживачі є головним об'єктом діяльності організацій, а їх збереження – основною умовою її успішного існування в бізнесі. Отримані кошти компанія зазвичай пускає в обіг, розраховуючись із постачальниками або купуючи майно і запаси сировини, матеріалів і комплектуючих виробів.

Перевірка нових контрагентів є необхідною ще із урахуванням такого поняття, як необґрунтована податкова вигода, яку, як передбачається, отримують ті підприємці, які мінімізують оподаткування, ухиляючись від податків. Крім податкових ризиків, за яких найвища відповідальність лягає на підприємства, у процесі роботи з контрагентом можуть виникати і фінансові ризики: зрив термінів постачань, постачання неякісного товару та ін.

Документами, які потрібно витребувати в контрагента для аналізу, є копія статуту організації, копія свідоцтва про державну реєстрацію, копія свідоцтва про постановку на облік у податковому органі, бухгалтерська звітність за попередній рік, копія паспорта керівника організації (рис. 2) [8].

Таким чином, під час укладання угоди компанії слід переконатися в благонадійності контрагента. Але якщо вітчизняні фірми можна дослідити, оглянувши їх офіс і познайомившись із керівником, то з зарубіжною організацією ці пункти дослідження доведеться пропустити. Контрагента можна перевірити в такий саме спосіб, як вивчаємо діяльність українського постачальника.

Необхідні документи запитують у письмовому вигляді. Можна запитати нотаріально завірену виписку з реєстру. Небезпека роботи з сумнівною організацією на території України і за кордоном істотно відрізняється: через укладання угоди з неблагонадійною вітчизняною фірмою організацію може бути звинувачено у зв'язках з «одноденками» й отриманні необґрунтованої податкової вигоди.

Науковий керівник – канд. екон. наук, доцент Іващенко Г. А.

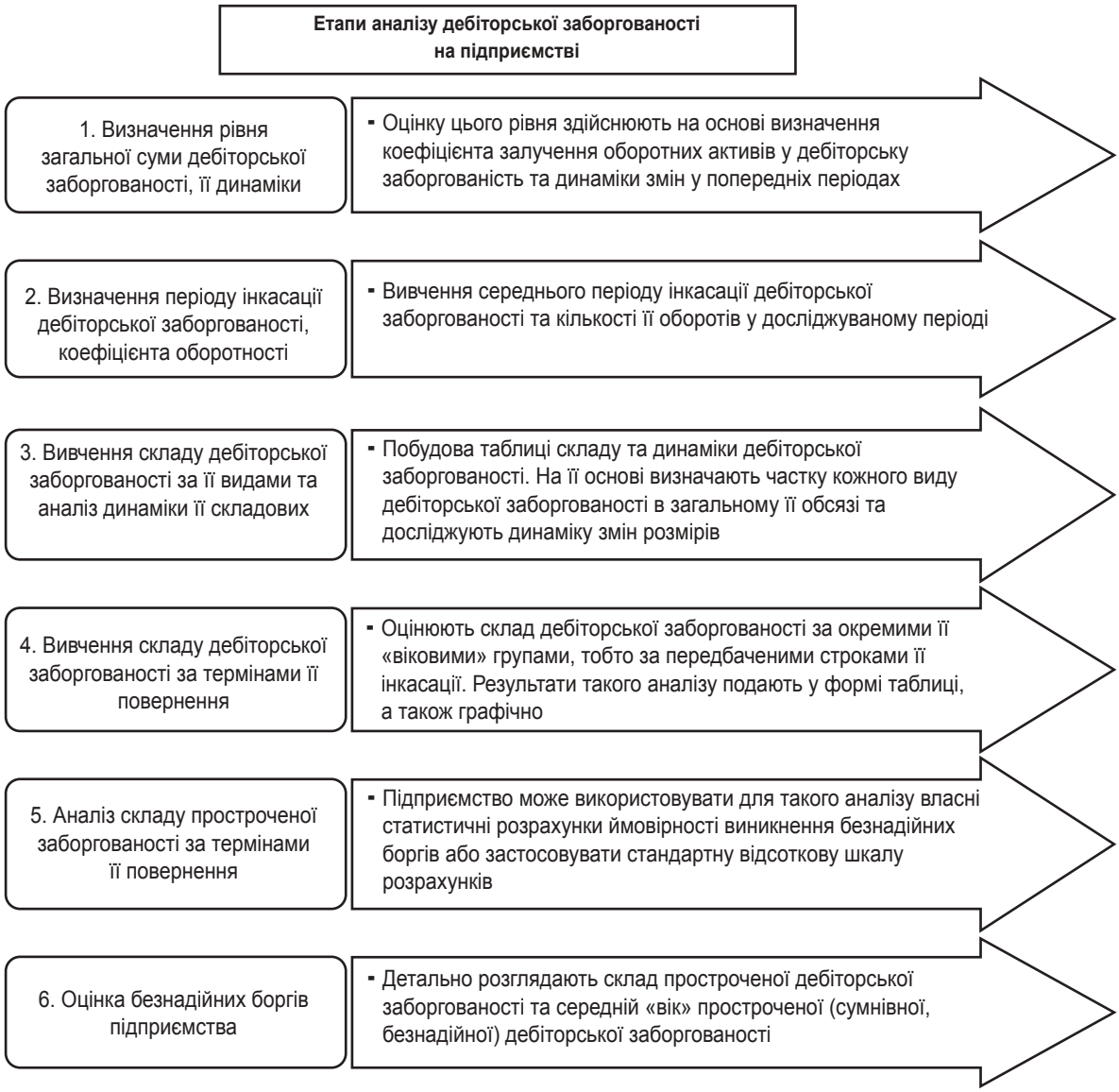


Рис. 1. **Етапи аналізу дебіторської заборгованості на підприємстві**



Рис. 2. **Основні етапи роботи з контрагентами**

Література: 1. Пилипенко А. А., Литвиненко А. О. Реструктуризація потенціалу матеріально-технічної бази в контурі стратегічного управління розвитком підприємства. *Бізнес Інформ.* 2011. № 12. С. 165–168. **2.** Бабаєв В. Ю., Гальченко І. О. Управління дебіторською заборгованістю підприємств. *Теорія та практика державного управління*. 2011. № 8. С. 203–209. **3.** Бычкова С. М., Овчинников А. С. Повышение устойчивости развития предпринимательских структур и анализ их деятельности на основе управления стоимостью : монография. СПб. : СпбГАУ, 2011. 196 с. **4.** Ткаченко Н. М. Бухгалтерський фінансовий облік : підручник. Київ : Алерта, 2008. 926 с. **5.** Єдинак Т. С. Проблеми управління дебіторською заборгованістю підприємств в умовах фінансово-економічної кризи. *Держава та регіони.* 2009. № 3. С. 190–196. **6.** Про затвердження Положення (стандарту) бухгалтерського обліку : Закон України від 08.10.1999 № 237 // База даних «Законодавство України» / Верховна Рада України. URL: http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/z0725-99. **7.** Харрингтон Х. Д., Харрингтон Д. С. Бенчмаркинг в лучшем виде / пер. с англ. под ред. Б. Резниченко. СПб. : Питер, 2004. 176 с. **8.** Кузнецова Л. Н. Застосування бенчмаркінгу в аудиті. *Бізнес Інформ.* 2013. № 7. С. 264–268.

ПОТОЧНІ ЗОБОВ'ЯЗАННЯ ТА ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ПІДПРИЄМСТВ В УКРАЇНІ

УДК 347.768(477)

Глущенко Ю. М.
Сергієнко А. В.

Студенти 3 курсу
фінансового факультету ХНЕУ ім. С. Кузнеця

Анотація. *Розглянуто поточні зобов'язання та забезпечення підприємств в Україні. Проаналізовано їх динаміку за сучасних економічних умов. Досліджено поточні забезпечення як складову поточних зобов'язань підприємств. Конкретизовано структуру зобов'язань та її зміни під впливом економічної нестабільності.*

Ключові слова: *підприємство, організація, фінанси, капітал, забезпечення, зобов'язання, заборгованість, поточні зобов'язання, поточні забезпечення, кредиторська заборгованість, дебіторська заборгованість, позиковий капітал.*

Аннотация. *Рассмотрены текущие обязательства и обеспечение предприятий в Украине. Проанализирована их динамика в современных экономических условиях. Исследовано текущее обеспечение как составляющая текущих обязательств предприятий. Конкретизирована структура обязательств и ее изменения под влиянием экономической нестабильности.*

Ключевые слова: *предприятие, организация, финансы, капитал, обеспечение, обязательства, задолженность, текущие обязательства, текущие обеспечения, кредиторская задолженность, дебиторская задолженность, заемный капитал.*

Annotation. *Considered current liabilities and provision of enterprises in Ukraine. Their dynamics in modern economic conditions is analyzed. The current security is considered as a component of current liabilities of enterprises. The structure of obligations and its changes under the influence of economic instability are specified.*

Keywords: *enterprise, organization, finance, capital, security, liabilities, debt, current liabilities, current collateral, accounts payable, accounts receivable, borrowed capital.*

© Глущенко Ю. М., Сергієнко А. В., 2017

За несприятливих економічних умов в Україні все більш розповсюдженою є проблема забезпечення фінансової стабільності та підвищення ефективності господарської діяльності підприємств, чим зумовлено необхідність використання суб'єктами підприємницької діяльності, крім власного, позикового капіталу. Залучений із зовнішніх джерел капітал спричиняє виникнення зобов'язань, що, однак, є нормальним станом будь-якого діючого підприємства, основою взаємозв'язків між суб'єктами господарювання. На сучасному етапі розвитку економіки питання стану та динаміки поточних зобов'язань підприємства є актуальним.

Дослідженням поточних зобов'язань і забезпечень підприємств займалися Бутинець Ф. Ф., Білуха М. Т., Грабов Н. М., Філімоненков О. С., Кравчук О. М. та ін. Але, незважаючи на наявність численних теоретичних розробок, питання щодо сутності та динаміки поточних зобов'язань і забезпечень підприємств потребують подальшого деталізованого розгляду.

Метою написання статті є аналіз поточних зобов'язань і забезпечень вітчизняних підприємств за сучасних економічних умов, дослідження структури та визначення їх місця в діяльності суб'єктів господарювання.

Існує чимало підходів вітчизняних економістів до визначення сутності поняття поточних зобов'язань. Так, Качалін В. В. вважає, що поточні зобов'язання – це зобов'язання, для ліквідації яких використовують поточні активи, які могли б бути використані в звичайній діяльності підприємства [2]. Науковець Травінська С. І. розглядає поточні зобов'язання як зобов'язання, що підлягають погашенню на вимогу кредиторів, а також як частину зобов'язань, що буде погашеною протягом операційного циклу або одного року, починаючи з дати балансу [3]. Таке трактування є подібним до визначення, наведеного в Положенні (стандарті) бухгалтерського обліку. Так, згідно із П(с)БО № 11 «Зобов'язання» поточними вважають зобов'язання, що будуть погашені протягом операційного циклу підприємства або мають бути погашені протягом дванадцяти місяців, починаючи з дати балансу [4].

Зобов'язання є одним з основних факторів впливу на ліквідність, кредитоспроможність і стійкість підприємства. Поточними зобов'язаннями є короткострокові кредити банків; поточна заборгованість за довгостроковими зобов'язаннями; короткострокові векселі видані; кредиторська заборгованість за товари, роботи, послуги; поточна заборгованість за розрахунками: за одержаними авансами, бюджетом, позабюджетними платежами, зі страхування, з оплати праці, з учасниками, з внутрішніх розрахунків, інші поточні зобов'язання [4].

Раціональна організація обліку зобов'язань сприяє зміцненню договірної та розрахункової дисципліни, прискоренню оборотності оборотних коштів і поліпшенню фінансового стану підприємства. Правильно розроблена стратегія управління зобов'язаннями, у свою чергу, сприяє формуванню репутації надійного й відповідального підприємства.

За таких умов необхідність докладного вивчення цього поняття та його класифікації є очевидною, адже детальна класифікація дає змогу глибше зрозуміти сутність поточних зобов'язань, а також допомагає внутрішнім і зовнішнім користувачам отримувати різнобічну інформацію про зобов'язання задля їх оптимізації (табл. 1) [2; 3].

Таблиця 1

Класифікація поточних зобов'язань

Критерії	Види зобов'язань
Співвідношення прав і обов'язків суб'єктів	– односторонні; – взаємні
Час виникнення	– поточні; – майбутні
Спосіб погашення	– монетарні; – немонетарні
Вартість	– відсоткові; – безвідсоткові
Вид діяльності	– операційні; – фінансові; – ті, що виникли внаслідок іншого виду діяльності
Можливість оцінювання	– фактичні; – оцінювальні
Складність погашення	– прості; – складні

Дискусійним є також питання віднесення забезпечень до зобов'язань. Забезпечення характеризуються невизначеним терміном і сумою погашення, тобто є особливим видом зобов'язань, а зобов'язання, у свою чергу, мають фіксовану дату погашення та суму, яку необхідно сплатити.

У МСБО 37 «Забезпечення, умовні зобов'язання та умовні активи» зазначено, що забезпечення слід відрізняти від інших видів зобов'язань, оскільки існує певна невизначеність щодо сум і часу їх погашення. Що стосується іншої кредиторської заборгованості, то інформація такого типу, зазвичай, офіційно зафіксована в угоді з постачальниками й іншими кредиторами [5].

У цьому нормативному акті визначено, що забезпечення визнають як зобов'язання, якщо припустити, що їх можна достовірно оцінити. Однак, із визначення забезпечення зрозуміло, що їх неможливо раціонально оцінити. Звідси випливає, що забезпечення недоречно визнавати зобов'язаннями, оскільки підприємство не володіє достатньою кількістю інформації про них. Однією з умов визнання забезпечення є наявність зобов'язання, що виникло внаслідок минулих подій. Водночас МСБО 37 стверджує, що в деяких випадках може бути не зрозуміло, чи існує зобов'язання. Тоді припускають, що зобов'язання існуватиме на кінець звітного періоду, якщо це є більш можливим. Але інформація, заснована тільки на припущеннях, не може бути достовірно відображеною в бухгалтерському обліку та звітності, у яких мають бути лише фактичні дані.

Тому забезпечення не слід відносити до зобов'язань. Забезпечення доцільніше було б відображати в балансі у складі власного капіталу, оскільки вони є певною мірою резервуванням коштів підприємства для покриття майбутніх витрат. Більше того, у Плані рахунків забезпечення не відображають у складі зобов'язань, а залучають до 4 класу «Власний капітал та забезпечення зобов'язань» [6].

У П(С)БО № 11 «Зобов'язання» передбачено, що забезпечення можуть створюватися для відшкодування таких майбутніх операційних витрат: на виплату відпусток працівникам, додаткове пенсійне забезпечення, виконання гарантійних зобов'язань, реструктуризацію, виконання зобов'язань щодо обтяжливих контрактів та ін. [4].

Однак, забезпечення є використовуваним для відшкодування лише тих витрат, для покриття яких воно було створене, заборонено створювати забезпечення для покриття майбутніх збитків від діяльності підприємства.

Сума забезпечення є визначуваною за обліковою оцінкою ресурсів, необхідних для погашення відповідного зобов'язання, на дату балансу. Залишок забезпечення переглядають на кожну дату балансу і за потреби коригують – збільшують або зменшують. За потреби забезпечення для відшкодування витрат на реконструкцію його створюють за наявності затвердженого на підприємстві плану реконструкції з конкретними заходами, термінами їх виконання та сумою витрат на їх здійснення.

Протягом 2014–2016 рр. спостерігалася стабільна позитивна динаміка рівня поточних зобов'язань і забезпечень вітчизняних підприємств: значення цього показника зросло від 3 121 253 млн грн до 5 846 688,7 млн грн (табл. 2) [7].

Таблиця 2

Поточні зобов'язання та забезпечення вітчизняних підприємств

Показник	2014		2015		2016	
	млн грн	Частка, %	млн грн	Частка, %	млн грн	Частка, %
Поточні зобов'язання та забезпечення всього, у тому числі	3151253,0	100,0	4114903,2	100	5846688,7	100,0
– короткострокові кредити банків	428243,2	13,59	455709,4	11,07	496947,2	8,5
– кредиторська заборгованість	1733245,0	55,0	2196263,4	53,37	2587426,8	44,25
– поточні забезпечення	45794,7	1,45	30456,8	0,74	59357,8	1,02
– доходи майбутніх періодів і відстрочені комісійні доходи від перестраховиків	29025,8	0,92	31486,1	0,77	37109,7	0,63
– інші поточні зобов'язання	914944,3	29,03	1400987,5	34,05	2665847,2	45,6

Найбільшу частку поточних зобов'язань і забезпечень становить кредиторська заборгованість. У 2014 р. вона перевищувала половину всього обсягу зобов'язань і становила 55 %. Наступного року частка кредиторської заборгованості зменшилася майже на 2 %. На кінець 2016 р. цей показник у структурі зобов'язань становив уже менше половини – лише 44 % порівняно з попередніми роками. Проте у грошовому еквіваленті значення цієї складової поточних зобов'язань і забезпечень зростало протягом усього досліджуваного періоду. Кредиторська заборгованість вітчизняних підприємств з 2014 р. зросла від 1 733 245 млн грн до 2 587 426,8 млн грн.

Інші поточні зобов'язання – наступна за величиною складова поточних зобов'язань і забезпечень. Їх обсяг протягом останніх трьох років зростав як у грошовому вираженні, так і щодо структури поточних зобов'язань. У 2013 р. інші поточні зобов'язання становили майже 30 % від загального обсягу. Наступного року спостерігалося зростання показника в структурі на 4 %. Так, у 2016 р. інші поточні зобов'язання становили вже майже половину всіх зобов'язань – 45,6 %.

Також вагоме значення у структурі поточних зобов'язань мають короткострокові кредити банків, однак, їх частка зменшувалася протягом 2014–2016 рр. – від 13,59 % до 8,5 %. У грошовому вираженні вони становили: у 2013 р. – 428 243,2 млн грн, у 2015 р. – 455 709,4 млн грн., у 2016 р. – 496 947,2 млн грн.

Незначну частку поточних зобов'язань і забезпечень вітчизняних підприємств Україні становлять поточні забезпечення. Вони мали нестабільну динаміку протягом досліджуваного періоду на відміну від усіх інших складових і поточних зобов'язань і забезпечень у цілому. У 2014 р. поточні забезпечення становили лише 45 794,7 млн грн (1,45 % від загального обсягу зобов'язань і забезпечень). Наступного року їх обсяг зменшився до 30 456,8 млн грн, що становить менше 1 % у структурі, а вже у 2016 р. обсяг зріс майже на 30 млн грн і становив 59 357,8 млн грн.

Найменше на формування поточних зобов'язань і забезпечень підприємств впливають доходи майбутніх періодів і відстрочені комісійні доходи від перестраховиків, їх частка у структурі становить менше 1 % і протягом останніх трьох років зменшувалася.

У таблиці наведено дані щодо темпів зростання поточних зобов'язань і забезпечень вітчизняних підприємств (табл. 3) [7]. Як було зазначено, протягом 2014–2016 рр. спостерігалася позитивна динаміка: у 2014 р. відбулося зростання на 17,18 %, у 2015 р. – на 30,58 %, у 2016 – на 42,09 %. Обсяг короткострокових кредитів банків також зростав, але повільніше: на 15,19 %, 6,41 % та 9,05% відповідно у 2014, 2015 та 2016 рр. Кредиторська заборгованість зростала лише за останні 2 роки – на 26,71 % та 17,81 %, а у 2014 р. спостерігався спад кредиторської заборгованості – на 20,12 %.

Щодо поточних забезпечень, то їх обсяг не був стабільним і постійно змінювався. У 2014 р. він збільшився втричі, що не є характерним для жодної іншої складової поточних зобов'язань і забезпечень. Наступного року відбулося скорочення поточних зобов'язань більш ніж на 30 %, а вже у 2016 р. знову спостерігалося стрімке зростання майже вдвічі.

Доходи майбутніх періодів і відстрочені комісійні доходи від перестраховиків зростали лише у 2015–2016 рр. – від 8 % до 17 %. Інші поточні зобов'язання також зростали в цей період значними темпами – на 53,12 % у 2015 р. та на 90,28 %, майже вдвічі, – у 2016 р.

Таблиця 3

Темпи зростання поточних зобов'язань і забезпечень вітчизняних підприємств, у відсотках

	2015 / 2014	2016 / 2015	2016 / 2014
Поточні зобов'язання та забезпечення всього, у тому числі	130,58	142,09	185,54
– короткострокові кредити банків	106,41	109,05	116,04
– кредиторська заборгованість	126,71	117,81	149,28
– поточні забезпечення	66,51	194,89	129,62
– доходи майбутніх періодів і відстрочені комісійні доходи від перестраховиків	108,48	117,86	127,85
– інші поточні зобов'язання	153,12	190,28	291,37

Отже, поточні зобов'язання і забезпечення вітчизняних підприємств протягом 2014–2016 рр. зростали значними темпами. Лише деякі складові протягом нетривалого періоду мали негативну динаміку, що суттєво не впливало на загальну картину, адже вони найменше впливали на формування поточних зобов'язань і забезпечень. Така позитивна динаміка поточних зобов'язань і забезпечень вітчизняних підприємств засвідчує, що діяльність підприємств є активною, обсяги виробництва й обіг коштів значним. Про це також свідчить позитивна динаміка власного капіталу підприємств за останні роки. Можна зробити висновок, що наявність поточних зобов'язань (короткострокова заборгованість перед постачальниками, овердрафти, інші короткострокові кредити, тимчасові касові розриви, форс-мажорні обставини тощо) лише підтверджує безперервну діяльність підприємств.

Таким чином, покращення фінансового стану суб'єктів господарювання залежить від їх платоспроможності, зменшення обсягу кредиторської заборгованості, забезпечення виконання зобов'язань перед кредиторами. На сучасному етапі розвитку економічних відносин безконтрольне зростання кредиторської заборгованості стає поширеним явищем. Суб'єкти господарської діяльності не можуть своєчасно та в повному обсязі розраховуватися за власними зобов'язаннями через обмежені фінансові можливості. За таких умов підтримка на прийнятному рівні фінансової стабільності підприємства, що функціонує у несприятливому конкурентному середовищі, залежить від своєчасного надходження коштів від покупців і можливості відстрочки платежів за власними короткостроковими зобов'язаннями.

Науковий керівник – канд. екон. наук, доцент Сабліна Н. В.

Література: 1. Михайлишин Н. П. Сутність зобов'язань та їх класифікація: економічний та правовий аспекти. *Економіка: реалії часу.* 2012. № 2 (3). С. 130–135. **2.** Качалин В. В. Финансовый учет и отчетность в соответствии со стандартами GAAP. М. : Дело, 1998. 432 с. **3.** Травінська С. І. Класифікація поточних зобов'язань в законодавстві та бухгалтерському обліку. URL: http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=3605. **4.** Про затвердження Положення (стандарту) бухгалтерського обліку № 11 «Зобов'язання» : Закон України від 31.01.2000 № 20 // База даних «Законодавство України» / Верховна Рада України. URL: http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/z0085-00. **5.** Міжнародний стандарт бухгалтерського обліку № 37 «Забезпечення, умовні зобов'язання та умовні активи» : Міжнародний документ від 01.01.2012. URL: http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/929_051. **6.** Ганусич В. О., Лоя М. І. Удосконалення обліку поточних зобов'язань. *Науковий вісник Ужгородського університету.* 2015. № 1 (45). С. 238–241. **7.** Статистична інформація // Офіційний сайт Державної служби статистики України. URL: http://www.ukrstat.gov.ua.

ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

УДК 005.332.4

Голуб М. А.

Магістрант 1 року навчання
факультету менеджменту і маркетингу ХНЕУ ім. С. Кузнеця

Анотація. *Досліджено сутність поняття «конкурентоспроможність». Проаналізовано основні напрями підвищення конкурентоспроможності підприємства за сучасних економічних умов.*

Ключові слова: *економіка, підприємство, організація, товар, потенціал, конкурентоспроможність, потенціал підприємства, інновації.*

Аннотация. *Исследована сущность понятия «конкурентоспособность». Проанализированы основные направления повышения конкурентоспособности предприятия в современных экономических условиях.*

Ключевые слова: *экономика, предприятие, организация, товар, потенциал, конкурентоспособность, потенциал предприятия, инновации.*

Annotation. *The essence of the concept of «competitiveness» is investigated. The basic directions of increase of competitiveness of the enterprise in modern economic conditions are analyzed.*

Keywords: *economy, enterprise, organization, goods, potential, competitiveness, enterprise potential, innovations.*

Світовою наукою та практикою накопичено чималий досвід щодо створення механізмів ефективного менеджменту та їх упровадження. Однак, низький рівень конкурентоспроможності підприємств вітчизняної промисловості багато в чому є обумовленим нерозвиненістю концептуальних основ ефективного українського менеджменту.

Активізація економічних процесів в Україні призвела до загострення конкуренції, що змушує учасників ринку шукати ефективніші шляхи економічного зростання. За сучасних умов господарювання ефективне управління є одним із найважливіших напрямів підвищення конкурентоспроможності підприємств, що займаються виробництвом і реалізацією товарів.

Механізм управління конкурентоспроможності підприємств діє через економічні інтереси як усвідомлені матеріальні потреби людей і містить комплекс економічних способів, методів, важелів, нормативів і показників, за допомогою яких реалізуються об'єктивні економічні закони.

© Голуб М. А., 2017

Важлива задача стратегічного планування за ринкових умов – забезпечити підприємству можливості досягнення необхідної переваги перед іншими конкурентами шляхом використання найефективніших засобів. Ті підприємства й компанії, які планують і підтримують високий потенціал свого розвитку, є сильними й прибутковими, помітними у світовому діловому суспільстві. Щоб фірма могла встановити власний довгостроковий цикл розвитку, вона має зростати швидше, ніж підвищується потенціал її основних конкурентів [1].

Планування розвитку потенціалу підприємства виконується за такими напрямками: розробка конкурентоспроможної продукції, упровадження прогресивної технології, удосконалення організації виробництва, автоматизація виробничих процесів, створення нових господарчих підрозділів, реструктуризація чинного виробництва, зниження витрат виробничих ресурсів, удосконалення управління підприємством, підвищення професіоналізму персоналу, зростання виробничої потужності підприємства, стандартизація та уніфікація продукції [2].

Конкурентна стратегія фірми є націленою на досягнення конкурентних переваг. Якщо організація складається з кількох ділових одиниць (стратегічних підрозділів), кожна з них розробляє власну цільову стратегію. Для отримання та збереження конкурентних переваг фірма має:

– орієнтуватися на новітні технології (продавати тим покупцям і через ті канали збуту, які висувають найвищі вимоги, зробити нормою перевищення найжорсткіших регламентаційних бар'єрів або стандартів якості товарів, мати джерелом накопичення найбільш передових і задіяних у міжнародному бізнесі постачальників, які базуються в країні, ставитися до працюючих як до постійного персоналу;

– своєчасно підмічати зміни, що наближаються: розпізнавати й обслуговувати нових покупців і посередників, чиї потреби першими захоплюють потреби інших, відкривати й висвічувати тенденції щодо значущості факторів, підтримувати постійні відносини з дослідницькими центрами й групами найталановитіших людей, вивчати всіх конкурентів, особливо нових і незвичайних;

– удосконалювати взаємообмін з покупцями, постачальниками, посередниками;

– здійснювати обслуговування на внутрішньому ринку покупців, які мають міжнародний і багатонаціональний характер.

Сучасне економічне середовище в Україні в цілому і в промисловості зокрема характеризується нестійкістю. Зростає рівень невизначеності та ризики, що ускладнюють діяльність підприємств на внутрішньому ринку. Як свідчить світова практика, до такого середовища адаптується підприємство, яке має чіткі орієнтири на майбутнє і спрямовує свої зусилля на пошук довгострокових конкурентних переваг.

Підвищення конкурентоспроможності кожного окремого підприємства є результатом не тільки локальних дій на мікроекономічному, але і наслідком активізації діяльності щодо підвищення конкурентоспроможності на галузевому, регіональному та державному рівнях. Основою конкурентоспроможності країни є конкурентоспроможні національні підприємства, вони є основою для створення національного багатства, а їх успіх у конкурентоспроможності багато в чому є визначуваним різноманітними векторами в корпоративному й соціальному середовищі. Саме тому країни конкурують в умінні ефективно створювати таке середовище, а також тому, що глобальні ринки сьогодні відкриті й мобільні, а нові технології та глобалізація роблять їх не лише відкритими, прозорими, а й мінливими.

Питання конкуренції та конкурентоспроможності перебувають у центрі уваги дослідників протягом усієї історії розвитку економічних відносин. Нині існує чимало визначень поняття «конкурентоспроможність підприємства».

На думку Покропивного С. Ф., конкурентоспроможність підприємства – це його спроможність до ефективної господарської діяльності та забезпечення прибутковості за умов конкурентного ринку, спроможність забезпечити випуск і реалізацію конкурентоспроможної продукції, яка має будь-які переваги в порівнянні з продукцією інших товаровиробників [4].

Нині багато науковців визначають конкурентоспроможність підприємства як узагальнюючу оцінку його конкурентних переваг у питаннях формування ресурсного потенціалу, якості задоволення споживчого попиту та досягнутої за рахунок цього ефективності функціонування господарчої системи на момент чи протягом періоду оцінювання [5].

Ансофф І. трактує поняття «конкурентного статусу фірми» як своєрідне мірило її становища на ринку та позиції в конкуренції [2]. Як зазначає Фасхієв Х., висока конкурентоспроможність підприємства є зумовленою наявністю трьох ознак: задоволеності споживачів та їх бажанням зробити повторну покупку; відсутності претензій до фірми з боку суспільства, акціонерів і партнерів, а також відчуття гордості працівників фірми за діяльність у ній і бажання сторонніх отримати роботу саме в цій компанії. Іншими словами, конкурентоспроможність підприємства – це результат конкурентних переваг за всім спектром проблем управління компанією.

Підприємство розглядають як систему, конкурентоспроможність якої залежить від конкурентоспроможності її входу, тобто ресурсного потенціалу; конкурентоспроможності кожної підсистеми підприємства та їх вза-

ємодії; конкурентоспроможності виходу, тобто товару. При входженні на новий ринок, прийнятті рішень щодо діяльності підприємства необхідною є оцінка підприємства в цілому.

Вважаємо доречним визначати конкурентоспроможність підприємства як комплекс економічних характеристик, що є орієнтованими на потреби споживачів і здібності конкурентів, знання стану та тенденцій розвитку ринку, уміння створювати продукцію і доводити її до споживачів, які віддадуть перевагу їй перед іншими товарами на ринку. Підвищення конкурентоспроможності є процесом змін, що потребують управління та стратегічного підходу підприємства, тобто для ефективного функціонування підприємства необхідною є розробка стратегії такого підвищення із урахуванням усіх аспектів сприяння та протидії.

Процес підвищення конкурентоспроможності потребує врахування специфіки взаємозв'язку як між елементами організації, так і з їх оточенням, є процесом прийняття рішень, включаючи цілі, методи, плани. Основними сферами підвищення конкурентоспроможності є управління інноваціями та технологіями, процес виробництва, використання інформації, управління людськими ресурсами, управління змінами тощо. У сфері технологій вагомими резервами підвищення конкурентоспроможності є виключення дублювання в дослідженнях задля уникнення зайвих витрат, усталене фінансування державного замовлення на дослідження та реалізацію національних цільових програм, спільні роботи з зарубіжними інвесторами. Упровадження інновацій сприяє досягненню ринкових конкурентних переваг завдяки випередженню конкурентів у часі.

Перспективними напрямками підвищення конкурентоспроможності у виробництві є вдосконалення використання обладнання, матеріалів та енергії, а також організації процесу виробництва, покращення якості та своєчасності отримання інформації всіма ланками виробничого процесу.

Активізація людського фактора у підвищенні конкурентоспроможності є супроводжуваною зміною системи організаційних цінностей і правил поведінки, покращенням ставлення до виконуваної роботи окремих працівників. Кадри є важливим капіталом підприємства, а їх навчання як короткотерміновий систематичний процес, спрямований на вдосконалення умінь і навичок, призначений для вирішення завдань конкурентоспроможності, сприяє у тому числі зниженню соціальної напруженості, покращенню внутрішнього організаційного клімату.

Основними засобами підвищення конкурентоспроможності є ґрунтовне вивчення запитів споживачів і аналіз конкурентів, обґрунтована рекламна політика, створення нової продукції, підвищення техніко-економічних і якісних характеристик продукції, виявлення і забезпечення переваг продукту порівняно з його замінниками, виявлення та використання в діяльності фірми переваг і недоліків товарів-аналогів конкурентів, модернізація обладнання, визначення можливих модифікацій продукту, всебічне зниження витрат, виявлення та застосування цінових факторів підвищення конкурентоспроможності продукції, удосконалення обслуговування у процесі купівлі та післяпродажного сервісу, пристосування продукції до роботи за різних умов, диференціація продукції, посилення впливу на споживачів тощо.

Таким чином, підтримка високої конкурентоспроможності підприємства означає, що всі його ресурси є використовуваними настільки продуктивно, що воно стає більш прибутковим, ніж його головні конкуренти. Це одночасно передбачає, що підприємство посідає стабільне місце на ринку товарів і послуг, а його продукція користується постійним попитом.

Науковий керівник – канд. екон. наук, доцент Рожко В. І.

Література: 1. Азоев Г. Л., Челенко Л. П. Конкурентные преимущества фирмы. М. : Новости, 2000. 256 с. **2.** Ансофф И. Стратегическое управление. М. : Экономика, 1989. 520 с. **3.** Буркинский Б. В., Лазарева Е. В., Агеева И. Н., Брыкалина С. В. Конкурентоспособность продукции и предприятия. Одесса : ИПРЭЭИ НАН Украины, 2002. 132 с. **4.** Покропивний С. Ф. Економіка підприємства : підручник / за заг. ред. С. Ф. Покропивного. Київ : КНЕУ, 2001. 528 с. **5.** Мазаракі А. А. Економіка торговельного підприємства / за ред. Н. М. Ушакової. Київ : Хрещатик, 1999. 800 с. **6.** Іванов Ю. Б., Тищенко О. М., Назарова Г. В. Теоретичні основи конкурентної стратегії підприємства : монографія / за заг. ред. О. М. Тищенка. Харків : ХНЕУ, 2006. 384 с.

КЛАССИФИКАЦИЯ ВИДОВ, ФОРМ И МЕТОДОВ ЭКОНОМИЧЕСКОГО АНАЛИЗА В ДЕЯТЕЛЬНОСТИ СУБЪЕКТОВ ХОЗЯЙСТВОВАНИЯ В СОВРЕМЕННЫХ УСЛОВИЯХ

УДК 33.021

Гончаренко А. И.

Студент 4 курса
факультета международных экономических отношений ХНЭУ им. С. Кузнеца

Аннотация. *Рассмотрены класификации видов, форм и методов экономического анализа. Проведен анализ точек зрения экономистов о формировании классификаций видов, форм и методов экономического анализа, определены классификационные признаки. Конкретизировано место классификаций видов, форм и методов экономического анализа в аналитических исследованиях.*

Ключевые слова: *предприятие, организация, субъект хозяйствования, финансы, экономический анализ, формы анализа, методы анализа, классификация.*

Анотація. *Розглянуто класифікації видів, форм і методів економічного аналізу. Проведено аналіз поглядів економістів на формування класифікацій видів, форм і методів економічного аналізу, визначено класифікаційні ознаки. Конкретизовано місце класифікацій видів, форм і методів економічного аналізу в аналітичних дослідженнях.*

Ключові слова: *підприємство, організація, суб'єкт господарювання, фінанси, економічний аналіз, форми аналізу, методи аналізу, класифікація.*

Annotation. *The classification of types, forms and methods of economic analysis is considered. The analysis of economists' points of view on the classification of species, forms and methods of economic analysis is carried out, classification characteristics are determined. The place of classification of kinds, forms and methods of the economic analysis in analytical researches is concretized.*

Keywords: *enterprise, organization, business entity, finance, economic analysis, forms of analysis, methods of analysis, classification.*

В условиях формирования рыночной экономики Украины экономический анализ деятельности отечественных предприятий становится все более значимым с точки зрения науки и практики. Современная глобализация экономики и жесткая конкуренция требуют от предприятий повышения конкурентоспособности продукции, использования инноваций, новейших техник и технологий, эффективных форм управления, повышения эффективности производства. Реализация этих задач невозможна без знания видов, форм и методов экономического анализа и их практического использования на предприятии.

Целью написания статьи является детальное изучение и классификация видов, форм и методов экономического анализа. Объект исследования – процессы формирования организационно-методологических основ аналитических исследований деятельности предприятия. Предмет исследования – классификация видов, форм и методов экономического анализа.

В научной литературе экономический анализ хозяйственной деятельности предприятия классифицируют по разным признакам: авторы имеют разные взгляды на формирование классификационных признаков анализа. Признаки, которые выделяет Шеремет А. Д., схематически представлены на рис. 1 [1].

Войтоловский Н. В., Калинина А. П. и Мазурова И. И. выделяют такие классификационные признаки (табл. 1) [2].

Считаем предоставленные классификации научно обоснованными, они имеют определенную широту формирования классификационных признаков разделения форм, видов и методов экономического анализа и могут быть использованы в практике аналитических исследований.

Экономический анализ хозяйственной деятельности предприятия имеет ряд форм: пространственные, подразумевающие внешний и внутренний анализ, и временные, включающие предварительный, оперативный и последующий анализ. Кроме того, выделяют комплексный анализ по отдельным направлениям деятельности предприятия. Такое разделение анализа имеет прикладное значение и позволяет вести аналитические исследования более содержательно.

© Гончаренко А. И., 2017



Рис. 1. **Классификация видов экономического анализа**

Таблица 1

Классификация видов экономического анализа

Классификационный признак	Виды анализа
По субъектам экономического анализа	– внутренний; – внешний
По времени проведения	– проводимый после совершения производственных хозяйственных и финансовых операций: итоговый, последующий, периодический, ретроспективный; – проводимый до проведения производственных хозяйственных и финансовых операций: предварительный, перспективный, прогнозный, анализ планов; – проводимый в момент совершения операций: оперативный
По направлению исследования	– общеэкономический; – технико-экономический
По содержанию и уровню организации	– комплексный; – тематический

В аналитических исследованиях анализ организуют в рамках отдельных направлений, предусматривающих анализ:

– хозяйственной деятельности – изучение и оценка использования всех видов хозяйственных ресурсов и результатов работы предприятий и организаций с целью повышения их эффективности;

– положения предприятия – выявление сильных и слабых сторон предприятия с позиции конкуренции;

– безубыточности – определение объема сбываемой продукции, при котором выручка покрывает издержки за соответствующий период;

– общей экономической ситуации – выявление общеэкономических факторов, которые могут повлиять на условия сбыта на рынке;

– инфляционных процессов – повышения цен;

– задач – процесс расчленения общей задачи на ряд составных, например, при структурировании организации;

– степени риска – используют при принятии решений в ситуации, когда неопределенность высока, для оценки этой неопределенности [3].

Как и для любой деятельности, для проведения какого-либо вида или формы анализа необходимо также использовать определенные методы аналитических исследований. Метод экономического анализа – это способ познания действительности, объединяющий научно-обоснованную систему теоретико-познавательных категорий, принципов, способов и специальных приемов исследования [4].

Классификация методов экономического анализа представлена на (рис. 2) [5].

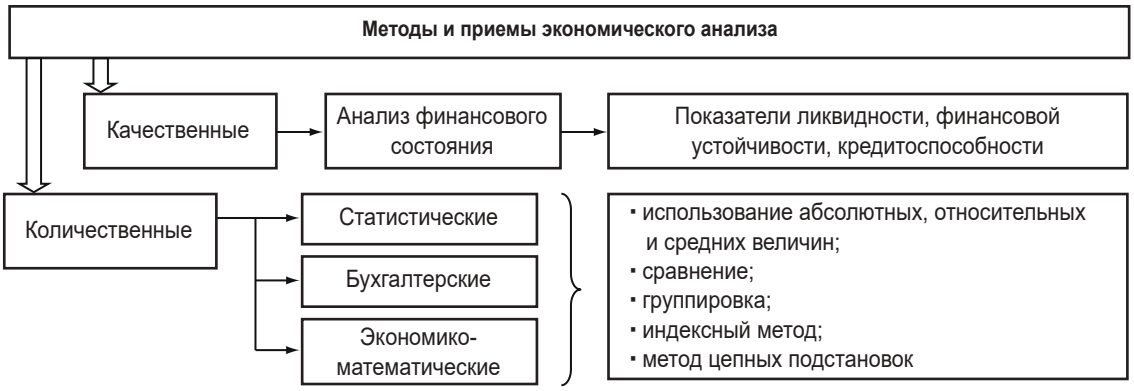


Рис. 2. **Классификация методов экономического анализа**

Сурнина Е. С. и Кулик Е. С. выделяют среди методов экономического анализа детализацию, обобщение, сравнение, балансовый и интегральный методы, метод паевого участия, индексный метод, группировку и экономико-математические методы [6].

Таким образом, выделяют множество форм, видов и методов экономического анализа, которые имеют разное содержание и прикладное значение для решения разнообразных управленческих задач. Полнота формирования их классификаций способствует улучшению качества управления, разработке управленческих решений и повышению эффективности хозяйственной деятельности предприятия. В условиях постоянно меняющейся внешней среды необходимы новые методы экономического анализа. Особое внимание следует уделить экономико-математическим методам анализа, планирования и прогнозирования хозяйственной деятельности предприятия.

Научный руководитель – канд. экон. наук, профессор Иваниенко В. В.

Литература: 1. Шеремет А. Д. Теория экономического анализа : учебное пособие. М. : Инфра-М, 2005. 650 с. **2.** Войтоловский Н. В., Калинина А. П., Мазурова И. И. Комплексный экономический анализ предприятия. СПб. : Питер, 2009. 576 с. **3.** Мних Є. В. Сучасний економічний аналіз: питання методології та організації. *Бухгалтерський облік і аудит.* 2006. № 1. С. 56–61. **4.** Парасий-Вергуненко И. Г. Современный инструментарий экономического анализа в системе стратегических исследований. *Бухгалтерский учет и аудит.* 2008. № 9. С. 105–109. **5.** Селезнева Н. Н., Ионова А. Ф. Финансовый анализ : учебное пособие. М. : Юнити-Дана, 2002. 478 с. **6.** Сурнина Е. С., Кулик Е. С. Система методов экономического анализа хозяйственной деятельности предприятия. *Культура народов Причерноморья.* 2009. № 154. С. 32–36.

УДОСКОНАЛЕННЯ АНАЛІЗУ ФІНАНСОВОГО СТАНУ ПІДПРИЄМСТВА

УДК 658.14/.17:005.52

Гривенко Т. М.

Студент 4 курсу
факультету консалтингу і міжнародного бізнесу ХНЕУ ім. С. Кузнеця

Анотація. *Розкрито сутність поняття фінансового стану підприємства. Досліджено основні фактори, етапи та методи проведення аналізу фінансового стану підприємства. Запропоновано напрями покращення фінансового стану підприємств за сучасних економічних умов.*

Ключові слова: *підприємство, організація, фінанси, фінансовий стан, фінансова стабільність, конкурентоспроможність, рентабельність, платоспроможність, ділова активність.*

Аннотация. *Раскрыта сущность понятия финансового состояния предприятия. Исследованы основные факторы, этапы и методы проведения анализа финансового состояния предприятия. Предложены направления улучшения финансового состояния предприятий в современных экономических условиях.*

Ключевые слова: *предприятие, организация, финансы, финансовое состояние, финансовая стабильность, конкурентоспособность, рентабельность, платежеспособность, деловая активность.*

Annotation. *The essence of the concept of the financial state of the enterprise is disclosed. The main factors, stages and methods of analyzing the financial condition of the enterprise are investigated. The directions of improving the financial condition of enterprises in modern economic conditions are proposed.*

Keywords: *enterprise, organization, finance, financial condition, financial stability, competitiveness, profitability, solvency, business activity.*

Для вирішення питань забезпечення конкурентоспроможності, із якими стискається майже кожне підприємство не лише в Україні, а й в інших країнах із різним рівнем економіки та фінансової стійкості, необхідно якісно оцінювати фінансовий стан суб'єкта господарювання та своєчасно проводити аналіз підприємства в цілому, виявляти й усувати фактори, що негативно впливають на його діяльність.

На сьогодні існують різні методи проведення аналізу й оцінювання діяльності підприємства та напрямки їх здійснення. Щоб вижити за ринкових умов, підприємство повинно бути фінансово стабільним, тобто платоспроможним, дотримуватися рівноваги між власними та залученими засобами. Фінансова стійкість є необхідною для постійного перевищення доходів над витратами, вільного маневрування грошовими коштами.

Метою написання статті є деталізоване вивчення наукових досліджень щодо аналізу й оцінювання фінансового стану підприємства, а також виокремлення факторів впливу на їх діяльність за сучасних економічних умов.

Основним завданням економічного аналізу є оцінювання внутрішніх і зовнішніх відносин організації, ефективності та прибутковості діяльності, платоспроможності підприємства.

Щоб підтримувати фінансову стійкість підприємства, важливо бути обізнаним у багатьох сферах: знати про регулярні зміни на фінансових ринках, особливості зовнішнього середовища, фактори впливу на конкурентоспроможність підприємства.

Зарубіжні та вітчизняні науковці по-різному трактують сутність поняття «фінансовий стан підприємства». Теоретичним підґрунтям оцінювання фінансового стану підприємства є науковий доробок вчених-економістів. Так, Дем'яненко М. Я. розглядає фінансовий стан підприємства як комплекс виробничої та фінансової діяльності, що є результатом реалізації відповідних елементів внутрішніх і зовнішніх фінансових відносин підприємства [1]. Цал-Цалко Ю. С. вважає, що фінансовий стан підприємства – це сукупність показників, які надають інформацію про ресурси підприємства та його фінансові можливості в майбутньому. Щоб стабілізувати фінансовий стан підприємства, потрібно мати постійний прибуток і створювати додаткові джерела коштів [2].

Аналіз фінансового стану є складовою загального аналізу господарської діяльності підприємства, що передбачає фінансовий та управлінський аналіз [3].

Фінансовий стан підприємства є одним з найголовніших показників результативності та стійкості організації, що надає інформацію про діяльність і конкурентоспроможність підприємства. Загальної методики визначення фінансового стану підприємства не існує. Вітчизняні науковці розглядають організаційний, розрахунковий

© Гривенко Т. М., 2017

і заключний етапи проведення аналізу фінансового стану підприємства. Організаційний етап враховує всі фактори, які аналізуватимуться, до цього етапу завжди можна повернутися, додати та скорегувати.

Розрахунковий етап передбачає чотири підетапи аналізу.

1. Експрес-аналіз фінансового стану підприємства (експрес-аналіз окремих статей балансу підприємства). Висновком експрес-аналізу є доцільність подальшого детального аналізу фінансово-господарської діяльності підприємства.

2. Поглиблений аналіз фінансового стану підприємства, аналіз фінансової звітності підприємства:

– складання агрегованого балансу, його оцінювання шляхом горизонтального й вертикального аналізу за статями;

– розрахунок системи коефіцієнтів;

– порівняння коефіцієнтів із нормативними або середніми в галузі;

– висновки щодо загальної оцінки фінансового стану підприємства.

3. Факторний аналіз, діагностування банкрутства підприємства – раннє виявлення ознак кризового розвитку підприємства та попередня оцінка масштабів кризового стану. Основним завданням є оцінювання результатів господарської діяльності за відповідні періоди, аналіз позитивних і негативних впливів на показники підприємства.

У процесі діагностування широко застосовують математичні моделі інтегрального оцінювання: моделі Альтмана, Таффлера, Ліса, Чессера. Вони мають невелику кількість показників, але дають високу точність результатів, можливість поєднати кілька об'єктів для оцінювання прогнозування банкрутства. Ці моделі розроблені для фінансової звітності і показників у міжнародній практиці. Вітчизняні та зарубіжні моделі дещо різняться, застосовують різні критерії, тому українські підприємства не завжди можуть використовувати міжнародні моделі.

4. Визначення інтегрального показника фінансового стану підприємства, а також порівняння його з аналогічними показниками конкурентів.

Основними аналітичними показниками, що характеризують фінансовий стан, є коефіцієнти ліквідності та платоспроможності, фінансової стійкості, ділової активності, активів і пасивів балансу, рентабельності підприємства.

Для оцінювання фінансового стану використовують кілька груп показників.

1. Показники ліквідності. Під ліквідністю розуміють спроможність підприємства перетворювати свої активи на гроші без втрат їх ринкової вартості для покриття всіх необхідних платежів за настання їх термінів і швидкість здійснення цього перетворення.

2. Показники платоспроможності. Лахтіонова Л. А. трактує сутність поняття платоспроможності як можливість підприємства наявними грошовими ресурсами своєчасно погасити свої термінові зобов'язання [5].

3. Показники стійкості впливають на досягнення підприємством фінансової рівноваги та фінансової стабільності [6].

4. Показники ділової активності. На думку Куриленка Т. П., цей процес є спрямованим на забезпечення розвитку підприємства, збільшення трудової зайнятості й ефективне використання всіх видів ресурсів задля досягнення ринкової конкурентоспроможності й формування сучасного інноваційно-інвестиційного потенціалу суб'єктів ринкових відносин і національної економіки в цілому:

– показники ліквідності характеризують здатність фірми виконувати свої поточні зобов'язання за рахунок поточних активів;

– коефіцієнт забезпеченості запасів власними коштами оцінює достатність власних оборотних коштів підприємства;

– оборотність кредиторської (дебіторської) заборгованості;

– рентабельність продажу є узагальнюючим показником ефективності роботи підприємства [7].

Існують кілька напрямів покращення фінансового стану підприємства:

– зниження собівартості продукції;

– збільшення грошових коштів на розрахунковому рахунку підприємства збільшить коефіцієнт абсолютної ліквідності, дасть змогу підприємству оформляти довгострокові та короткострокові позики в банку для фінансування поточної діяльності;

– аналіз і прогнозування змін із застосуванням даних про фінансовий стан.

Складності проведення аналізу фінансового стану підприємства в Україні виникають через нестабільність економіки, політичні зміни, зміни законодавчої бази.

Найуживанішою для аналізу фінансового стану підприємства є американська модель Альтмана (1968 р.) – послідовність інтегрального оцінювання стану платоспроможності підприємства, що є заснованою на сукупному

аналізі показників, які дають змогу визначити ступінь стійкості фінансового стану підприємства. Оцінювання фінансового стану підприємства за п'ятифакторною моделлю загрози банкрутства Альтмана розширює можливості однофакторного аналізу Бівера.

Науковий керівник – канд. екон. наук, професор Іванієнко В. В.

Література: 1. Дем'яненко М. Я., Лузан Ю. Я. Фінансовий словник-довідник / за ред. М. Я. Дем'яненка. Київ : ІАЕУААН, 2005. 507 с. **2.** Цал-Цалко Ю. С. Фінансовий аналіз : підручник. Київ : Центр навч. літ., 2008. 502 с. **3.** Поддєрьогін А. М. Фінанси підприємства : підручник / за ред. А. М. Поддєрьогіна. Київ : КНЕУ, 2000. 460 с. **4.** Чупис А. В., Царенко А. М., Кашенко О. Л. Финансовое положение предприятия (оценка, анализ, планирование). Сумы : Университетская книга, 1998. 332 с. **5.** Лахтіонова Л. А. Фінансовий аналіз суб'єктів господарювання : монографія. Київ : КНЕУ, 2001. 378 с. **6.** Оспіщев В. І., Нагорна І. В. Фінансова стійкість як економічна категорія // Оптимізація наукових досліджень-2009 : матеріали Всеукраїнської науково-практичної конференції. Миколаїв, 2009. С. 168–172. **7.** Куриленко Т. П. Теоретичні аспекти визначення ділової активності. URL: http://www.dy.nayka.com.ua/?op=1&z=1035.

ІНТЕРНЕТ-ТЕХНОЛОГІЇ ЯК ІНСТРУМЕНТ ІНТЕГРОВАНИХ МАРКЕТИНГОВИХ КОМУНІКАЦІЙ У ДІЯЛЬНОСТІ СУЧАСНИХ ПІДПРИЄМСТВ

УДК 004.738.5:339.138

Грипась Т. О.

Магістрант 1 року навчання
факультету менеджменту і маркетингу ХНЕУ ім. С. Кузнеця

Анотація. *Обґрунтовано необхідність застосування ефективної системи маркетингової комунікаційної діяльності. Досліджено особливості сучасних інструментів маркетингових комунікацій. Проаналізовано особливості й можливості застосування інтернет-технологій в управлінні комунікативною діяльністю сучасних вітчизняних підприємств.*

Ключові слова: *підприємство, організація, маркетинг, комунікація, реклама, комунікаційна діяльність, маркетингова діяльність, маркетингові комунікації, інтернет-комунікація, інтернет-реклама, інтегровані маркетингові комунікації.*

Аннотация. *Обоснована необходимость применения эффективной системы маркетинговой коммуникационной деятельности. Исследованы особенности современных инструментов маркетинговых коммуникаций. Проанализированы особенности и возможности применения интернет-технологий в управлении коммуникативной деятельностью современных отечественных предприятий.*

Ключевые слова: *предприятие, организация, маркетинг, коммуникация, реклама, коммуникационная деятельность, маркетинговая деятельность, маркетинговые коммуникации, интернет-коммуникация, интернет-реклама, интегрированные маркетинговые коммуникации.*

Annotation. *The necessity of applying an effective system of marketing communication activity is substantiated. Features of modern tools of marketing communications are investigated. Features and possibilities of application of Internet technologies in management of communicative activity of modern domestic enterprises are analyzed.*

Keywords: *enterprise, organization, marketing, communication, advertising, communication, marketing activities, marketing communications, Internet communication, Internet advertising, integrated marketing communications.*

© Грипась Т. О., 2017

За сучасних економічних умов успішна діяльність і розвиток підприємств різних сфер і галузей неможлива без маркетингової комунікаційної діяльності. Гостра конкуренція на ринку, складні умови ведення бізнесу та зростаючі потреби споживачів змушують компанії витрачати зусилля не тільки на створення нових унікальних товарів і послуг, а й на створення унікальних технологій з їх просування. Активізується пошук ефективних способів спілкування зі споживачами, без розробки яких під загрозою опиняється саме існування компанії. Прийняття рішення щодо структури маркетингових комунікацій є одним із головних завдань планування маркетингових комунікацій на підприємстві.

Нині Інтернет є найбільш повним і оперативним джерелом інформації про світ, найважливішим засобом спілкування і комунікації. Популярність інтернет-ресурсів серед широких верств населення зумовлює розгляд їх як ефективного засобу поширення інформації про діяльність підприємства. Тому дослідження ролі, можливостей і особливостей застосування сучасних засобів інтернет-комунікацій в управлінні комунікативною діяльністю компанії є дуже актуальним.

Дослідженням сутності, місця та ролі маркетингових комунікацій займалися Котлер Ф., Армстронг Г., Сміт П., Ромат Є., Кузнєцова І. та ін. Сучасні дослідники приділяють все більше уваги перспективам використання інтерактивних маркетингових комунікацій у різних галузях, розглядають методологічні питання класифікації засобів маркетингової комунікативної діяльності з урахуванням появи нових інструментів [5].

Метою написання статті є обґрунтування необхідності застосування засобів інтернет-комунікації в процесі організації інтегрованих маркетингових комунікацій для сучасних підприємств.

За умови формування інформаційної економіки в Україні та світі значення маркетингових комунікацій зростає, оскільки вони є джерелом і носієм інформації. Під час реалізації стратегії підприємництва маркетингові комунікації є інструментом високої ефективності.

Ромат Є. визначає систему маркетингових комунікацій як комплекс, що об'єднує учасників, засоби комунікацій організації, спрямований на формування одержувачем комунікацій певних цільових установок, які в результаті сприяють досягненню маркетингових цілей [10].

Під маркетинговими комунікаціями слід розуміти процес передачі інформації про підприємство та його товар задля впливу на цільову й інші аудиторії та отримання зустрічної інформації про реакцію цих аудиторій на здійснений підприємством вплив [9].

Загальна програма маркетингової комунікації підприємства є поєднанням засобів реклами, особистого продажу, стимулювання збуту, зв'язків з громадськістю і інструментів прямого маркетингу. Цими засобами просування не вичерпуються всі його елементи. До синтетичних засобів належать також виставки та ярмарки, спонсорство, брендинг, інтегровані маркетингові комунікації в місцях продажу [3]. Усі ці інструменти компанії використовують для досягнення рекламних і маркетингових цілей.

Застосування різних засобів маркетингових комунікацій створюють у покупців позитивне уявлення: підвищують задоволення купленим економічним благом і надають продукції підприємства додаткову цінність в очах споживачів [8]. Найпоширенішими завданнями маркетингових комунікацій є інформування, переконування, нагадування споживачам про товар фірми, підтримка його збуту, створення позитивного іміджу компанії.

Нині все більшої популярності набувають інтегровані маркетингові комунікації (ІМК). Одним з основоположників теорії інтегрованих маркетингових комунікацій є Сміт П., який визначив ІМК як взаємодію всіх форм комплексу комунікацій, за якого кожна форма комунікацій має бути інтегрована з іншими інструментами маркетингу й підкріплена ними для досягнення максимальної економічної ефективності [12].

Ромат Є. зазначає, що інтегровані маркетингові комунікації – це концепція, що поєднує всі засоби комунікації в єдиний комплекс: рекламу, PR, особисті продажі, стимулювання збуту, канали інтернет-маркетингу, комплекс директ-маркетингу.

Серед нових інструментів маркетингових комунікацій все частіше виокремлюють комплекс інтернет-комунікацій. Під інтернет-комунікаціями розуміють сукупність засобів і механізмів поширення інформації серед аудиторії із застосуванням сайтів, порталів, пошукових систем, груп-новин, e-mail [3]. Деякі науковці розглядають комплекс інтернет-комунікацій як окрему форму, властиву лише віртуальному середовищу [4].

Особливості використання засобів інтернет-комунікації при організації інтегрованих маркетингових комунікацій для сучасних підприємств конкретизовано у табл. 1 [3; 5; 7].

Таблиця 1

Особливості використання засобів інтернет-комунікації при організації інтегрованих маркетингових комунікацій для сучасних підприємств

Види комунікацій	Носії	Цілі
Реклама	– банерна реклама; – інформаційні матеріали різних контент-ресурсів; – рекламні блоки; – текстові записи на масово відвідуваних ресурсах; – flash-ролики, анімована блокова реклама; – реклама в повідомленнях служб поштових розсилок; – інтернет-радіо; – сайти підприємств	– інформація; – створення позитивного враження про товар; – вплив на споживача
Стимулювання збуту	– конкурси; – ігри; – вікторини; – опитування на власному сайті або на спеціалізованому рекламному майданчику	– активізація споживачів; – підтримка рекламної кампанії; – позбавлення від надлишків; – отримання користі від подій
Прямий маркетинг	– електронні поштові розсилки; – ICQ, AIM, інші служби швидкого обміну повідомленнями; – електронні магазини; – торговельні прилавки в складі електронних торговельних майданчиків; – партнерські програми; – форуми, дошки оголошень, чати	– просування товару, послуги
Зв'язки з громадськістю, паблісіті	– спеціалізовані довідкові ресурси та дошки оголошень; – спонсорство відомих інтернет-ресурсів і їх окремих публічних проектів; – тематичні спеціалізовані контент-ресурси; – служби тематичних поштових розсилок; – публікації прес-релізів (проблемних статей) на галузевих ресурсах; – корпоративні портали	– публічність; – гласність; – створення популярності; – інформація про товар; – формування та захист іміджу

Отже, можна виділити найпридатніші засоби маркетингових комунікацій залежно від цілей підприємства, які варто поєднувати для досягнення найкращого комунікаційного ефекту. Застосування цих засобів має певні переваги. Подання рекламної інформації в Інтернеті забезпечує оперативність, повноту, зручність сортування й швидкий пошук цін і модифікацій товарів за заданими критеріями. Для досягнення запланованих результатів підприємству необхідно особливу увагу приділяти формуванню оптимальної комбінації носіїв комунікацій, що є визначуваними цілями інтернет-комунікацій, які, у свою чергу, формують цільову аудиторію, параметри інтернет-ресурсів, бюджет та ін.

Ефективне управління маркетинговими комунікаціями можливе лише в межах концепції інтегрованих маркетингових комунікацій (ІМК), що дає змогу створити узгоджену комунікаційну стратегію із застосуванням різних засобів інформаційного впливу, передусім тих, що надають можливість активізації взаємодії компанії зі споживачами.

Таким чином, було проведено деталізований аналіз застосування різних засобів маркетингових комунікацій із урахуванням цілей, які формуються залежно від стадії взаємодії компанії зі споживачем. Раніше науковці виділяли можливості використання певних засобів маркетингових комунікацій, однак, не було визначено чітку залежність між цілями та засобами маркетингових комунікацій. Результати дослідження специфіки й особливостей застосування різних засобів маркетингових комунікацій мають важливе практичне значення для ефективного розвитку інтегрованих маркетингових комунікацій на сучасних вітчизняних підприємствах.

Науковий керівник – канд. екон. наук, доцент Рожко В. І.

Література: 1. Армстронг Г., Котлер Ф. Введение в маркетинг. М. : Диалектика, 2007. 254 с. **2.** Бихова О. М. Адаптація соціального медіамаркетингу до ринку послуг в Україні. *Вісник Київського національного університету технологій та дизайну.* 2016. № 2 (97). С. 87–95. **3.** Гаркавенко С. С. Маркетинг : підручник. Київ : Лібра, 2002. 712 с. **4.** Котлер Ф., Келлер К. Маркетинг менеджмент : экспресс-курс. СПб. : Питер, 2012. 810 с. **5.** Кожухівська Р. Б. Цілі маркетингових комунікацій та використання інтернет-реклами. *Актуальні проблеми економіки.* 2010. № 7. С. 120–127. **6.** Кузнєцова І., Дудяк Р., Бугіль С., Грабовський Р. Економічна сутність та особливості мар-

кетингових комунікацій. *Вісник Львівського національного аграрного університету.* 2015. № 22 (1). С. 142–148. **7.** Литовченко І. Л. Удосконалення класифікації засобів маркетингової комунікативної діяльності. *Вісник Національного університету «Львівська політехніка».* 2014. № 64. С. 97–104. **8.** Майовець Є. Й., Кузик О. В. Маркетингові комунікації. Львів : Вид-во Львівського національного університету ім. Івана Франка, 2013. 192 с. **9.** Пацалюк К. Маркетингові комунікації в сучасному менеджменті. *Вісник Житомирського державного технологічного університету.* 2013. № 1. С. 294–295. **10.** Ромат Е. Реклама : учебник. СПб. : Питер, 2008. 512 с. **11.** Смит П., Бэрри К., Пулфорд А. Коммуникации стратегического маркетинга : учебное пособие / пер. с англ. под ред. Л. Ф. Никулина. М. : Юнити-Дана, 2001. 416 с. **12.** Смит П. Маркетинговые коммуникации. Интеграционные достижения : монография. М. : Издательский Дом Гребенникова, 1993. 296 с.

ТЕОРЕТИЧНИЙ ОГЛЯД ТА УЗАГАЛЬНЕНА КЛАСИФІКАЦІЯ РЕКРУТИНГУ ПЕРСОНАЛУ

УДК 331.5

Демченко К. О.

Студент 4 курсу
факультету економіки і права ХНЕУ ім. С. Кузнеця

Анотація. *Висвітлено теоретичні засади рекрутингу персоналу й особливості його розвитку. Розроблено й узагальнено класифікацію рекрутингових послуг.*

Ключові слова: *економіка, економічна нестабільність, підприємство, право на працю, зайнятість, ринок праці, рекрутинг, ринок рекрутингових послуг, конкурентні стратегії.*

Аннотация. *Освещены теоретические основы рекрутинга персонала и особенности его развития. Разработана и обобщена классификация рекрутинговых услуг.*

Ключевые слова: *экономика, экономическая нестабильность, предприятие, право на труд, занятость, рынок труда, рекрутинг, рынок рекрутинговых услуг, конкурентные стратегии.*

Annotation. *The theoretical bases of recruiting of personnel and features of its development are covered. The classification of recruiting services is developed and generalized.*

Keywords: *economy, economic instability, enterprise, right to work, employment, labor market, recruiting, recruiting services market, competitive strategies.*

Ринок рекрутингових послуг є порівняно новим напрямом у сфері ділових послуг в Україні, однак, він динамічно розвивається та має серйозні перспективи в майбутньому. Деякі спеціалісти вважають, що діяльність рекрутингових агенцій призводить до зростання безробіття, мобільності робочої сили, що негативно впливає на професіоналізм працівників і сприяє зменшенню взаємної лояльності між працівником і роботодавцем. З іншого боку, існує думка, що діяльність рекрутингових агенцій сприяє встановленню цивілізованих правових відносин між працівником і роботодавцем, підвищує мотиваційні стимули, оскільки завдяки рекрутингу вони мають змогу знайти високооплачувану роботу та зробити кар'єру. Вітчизняні рекрутингові компанії активно використовують у своїй роботі новітні інформаційні технології, що сприяють їх розвитку, впливають на регулювання безробіття, а також є одним із факторів підвищення конкурентоспроможності вітчизняної економіки.

Метою написання статті є дослідження теоретичних аспектів рекрутингу персоналу, уточнення сутності поняття, а також узагальнення класифікації за визначеними ознаками.

Дослідженням надання рекрутингових послуг займалися Армстронг М., Кутчен Ф., Сулліван Д., Іванова С., Карташов С., які у своїх працях висвітили проблеми ринку праці, рекрутингу, управління персоналом, працевлаштування та кадрової політики. У свою чергу, вітчизняні науковці Назарова Г., Писаревська Г. у своїх працях приділили увагу розвитку ринку рекрутингових послуг і кадрових агенцій в Україні.

© Демченко К. О., 2017

Останнім часом вітчизняна економіка зазнає безперервних змін, що не може не відображатися на ринку праці. Під впливом західної культури відбувається переоцінка значущості праці для українця, і вже мотивацією при пошуку роботи є не тільки отримання матеріальної винагороди, а й пошук стабільності, прагнення самореалізації, професійного й індивідуального зростання. Роботодавець зацікавлений у тому, щоб його майбутній працівник відповідав усім його вимогам, а на пошук було витрачено якомога менше часу, тож існує проблема ефективного працевлаштування.

Нині державна служба зайнятості є активним посередником на ринку праці між роботодавцями і шукачами роботи, яка на безоплатній основі надає послуги із пошуку придатної роботи та підбору персоналу. Однак, ця установа не спроможна задовольнити вповні потреби учасників ринку праці, оскільки часто може запропонувати тільки тимчасову або сезонну роботу.

У процесі становлення вітчизняного ринку праці змінюються підходи до визначення поняття рекрутингу персоналу. Раніше рекрутинг персоналу визначали як перший етап процесу заповнення вакансій, що передбачає вивчення характеристик вакантного місця, розгляд умов залучення відповідних кандидатур, установлення контактів із претендентами, отримання від них заповненої анкети вступника на роботу [4]. Рекрутинг персоналу є процесом вивчення психологічних і професійних якостей працівника задля поставлення його до виконання обов'язків на певному робочому місці або посаді та вибору із сукупності претендентів найбільш відповідних із урахуванням відповідності кваліфікації, спеціальності, особистісних якостей і здібностей характеру діяльності, інтересам організації та його самого [5].

Сьогодні рекрутинг персоналу є комунікативною бізнес-діяльністю, під час якої у процесі управління інформаційними ресурсами та потоками із застосуванням знань і умінь комунікативних процесів досягаються цілі організації. Рекрутинг персоналу є процесом визначення відповідності людей і роботи, людей поза компанією (рекрутинг і відбір нових працівників) або всередині (призначення на посаду та просування) (рис. 1) [1–4; 6]. Це процес, помилки й неточності у якому можуть негативно вплинути на кадрову безпеку підприємства, похитнути її.

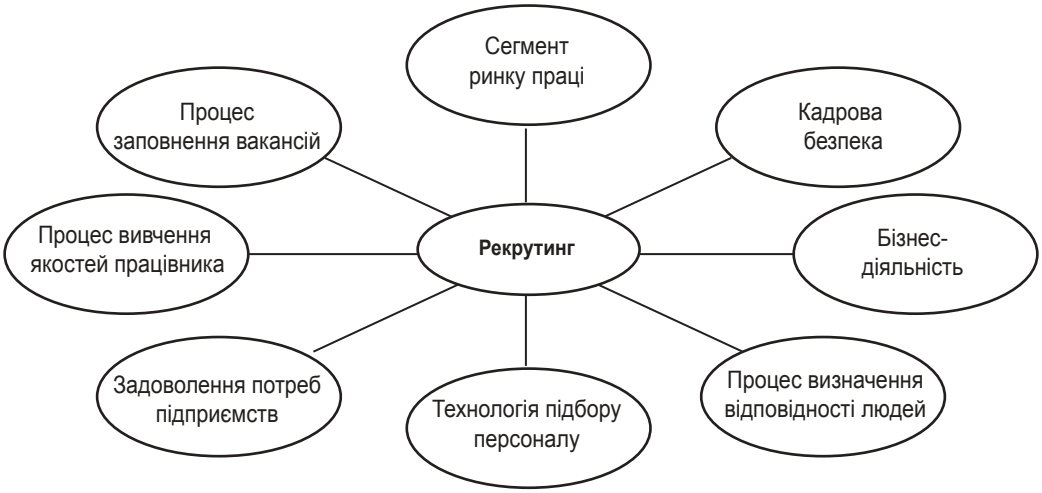


Рис. 1. **Сутність поняття рекрутингу персоналу**

Отже, рекрутинг – це діяльність зі створення умов для заповнення вакансій у компанії-замовника (роботодавця) компетентними фахівцями, що відповідають вимогам замовника. Рекрутинг передбачає комплекс організаційних заходів, які запроваджують у інтересах організації-замовника, що полягає у формуванні та поданні замовнику списків кандидатів задля подальшого прийому їх на роботу замовником.

Послугами рекрутингових компаній є:

– класичний рекрутмент – пошук і відбір керівництва середньої ланки, спеціалістів та офісного персоналу;

– Executive Search – пошук і відбір керівництва вищої ланки та висококваліфікованих спеціалістів;

– Head-hunting – пошук і відбір керівництва вищої ланки (у суворій конфіденційності), переманювання певного ексклюзивного спеціаліста (відоме ім'я та посада) для компанії-замовника;

– Outplacement – послуги з працевлаштування персоналу, який звільняється з компанії замовника в певні терміни на визначених умовах;

– Leasing – послуги з оренди співробітників на визначений період і на визначених умовах, які перебувають у трудових відносинах із агенцією.

У результаті дослідження перелік сучасних рекрутингових послуг, що надаються суб'єктам господарювання, узагальнено класифікацію за ознаками (табл. 1) [4–7].

Таблиця 1

Узагальнена класифікація рекрутингових послуг за ознаками

Ознака	Групи рекрутингових послуг
Широта охоплення ринку праці	– локальний підбір персоналу; – регіональний підбір персоналу; – підбір зарубіжної робочої сили на незатребувані робочі місця
Кількість потрібного персоналу	– одиничний рекрутинг (підбір персоналу на одну-дві вакантні посади); – масовий рекрутинг (підбір персоналу більш ніж на три вакантні посади)
Рівень кваліфікації персоналу	– прямий пошук вищого керівництва / унікальних фахівців (Executive Search); – підбір середньої управлінської ланки (Management Selection); – підбір фахівців і лінійних менеджерів на типові позиції (Staff Selection); – підбір персоналу на робочі посади
Складність виконання замовлення	– типова послуга; – ексклюзивна послуга
Періодичність, повторюваність замовлення	– разове замовлення на послугу підбору персоналу; – сезонне або періодичне замовлення на послугу; – підбір тимчасового персоналу; – абонентське обслуговування
Вартість послуг	– погодинна оплата послуг; – змінювана вартість послуги (виплата певного відсотка від річного заробітку спеціаліста); – фіксована вартість послуги
Супутні послуги	– проведення досліджень ринку праці; – проведення огляду заробітних плат; – організація корпоративних заходів; – оцінка персоналу, проведення атестацій

Організації зацікавлені у залученні та прийомі талановитих співробітників, останнім часом за них точиться серйозна боротьба, що ускладнюється дією соціальних мереж, міжнародних неформальних мереж і новими уявленнями про кар'єрний розвиток і привабливість працедавців. Виникає необхідність упровадження нової стратегії залучення талановитих працівників, завданням якої стає сталий рівень високої результативності, зміцнення свого лідерського потенціалу, фокус на критичному досвіді, а також створення власного плану розвитку.

Головним завданням ефективного рекрутингу є збільшення прибутку агентства, а також якість і швидкість обслуговування замовників. Саме ці три параметри впливають на ефективність взаємодії рекрутингової компанії та клієнта. Для досягнення швидкості та якості необхідно застосовувати в процесі підбору персоналу математичну модель і структурувати технології [7].

Таким чином, важливо приділяти увагу організації процесу рекрутингу з урахуванням сучасних світових тенденцій ринку праці та сучасного бізнесу. Для цього доцільно використовувати нові високоефективні технології рекрутингу, що передбачають удосконалення технології оцінювання кандидатів із застосуванням моделі компетенцій, упровадження найсучасніших технологій пошуку кандидатів, глобальний масштаб рекрутингу на локальному ринку. Це, у свою чергу, сприятиме підвищенню якості наданих послуг, зростанню професіоналізму рекрутерів, розширенню переліку наданих послуг, а отже, і ефективній діяльності та розвитку рекрутингу. Лише комплексний підхід до вирішення завдань, що стоять перед рекрутинговими агенціями сьогодні, забезпечить ефективність їх діяльності на ринку спеціалізованих послуг у майбутньому.

Науковий керівник – канд. екон. наук, доцент Лебединська О. С.

Література: 1. Грэхем Х., Беннетт Р. Управление человеческими ресурсами / пер. с англ. под ред. Т. Ю. Базарова и Б. Л. Еремина. М. : Юнити-Дана, 2003. 598 с. **2.** Веснин В. Р. Практический менеджмент персонала. М. : Юрист, 1998. 496 с. **3.** Наумік-Гладка К. Г., Жиляєва І. Ю. Уточнення змісту поняття «рекрутинг» як інструменту гармонізації комунікаційних процесів в організації. *Проблеми економіки.* 2014. № 2. С. 56–60. **4.** Семів Л. К. Управління персоналом в умовах економіки знань / за ред. Л. К. Семів. Київ : УБС НБУ, 2011. 388 с. **5.** Писаревська Г. І. Організація процесу зовнішнього рекрутингу. *Бізнес Інформ.* 2015. № 2. С. 296–301. **6.** Назарова Г. В. Технології підбору персоналу на базі сучасних програмних продуктів. *Вісник Донбаської державної машинобудівної академії.* 2012. № 1. С. 162–165. **7.** Писаревська Г. І. Розвиток ринку рекрутингових послуг в Україні. *Бізнес Інформ.* 2013. № 10. С. 227–232.

НЕОБХІДНІСТЬ ЗАЛУЧЕННЯ ІНОЗЕМНИХ ІНВЕСТИЦІЙ У ЕКОНОМІКУ УКРАЇНИ

УДК 330.322

Дзюба А. В.

Студент 4 курсу
фінансового факультету ХНЕУ ім. С. Кузнеця

Анотація. *Обґрунтовано необхідність залучення інвестицій у економіку України. Проаналізовано сучасний стан та особливості прямих інвестицій у економіку країни. Виявлено основні проблеми надходження іноземного капіталу та депозитів населення, залучених банками, запропоновано шляхи їх ефективного вирішення.*

Ключові слова: *держава, економіка, населення, інвестиції, інвестиційна привабливість, інвестиційний клімат, прямі іноземні депозити.*

Аннотация. *Обоснована необходимость привлечения инвестиций в экономику Украины. Проанализированы современное состояние и особенности прямых инвестиций в экономику страны. Выявлены основные проблемы поступления иностранного капитала и депозитов населения, привлеченных банками, предложены пути их эффективного решения.*

Ключевые слова: *государство, экономика, население, инвестиции, инвестиционная привлекательность, инвестиционный климат, прямые иностранные депозиты.*

Annotation. *The necessity of attracting investments into the economy of Ukraine is grounded. The current state and peculiarities of direct investments into the economy of the country are analyzed. The main problems of receiving foreign capital and deposits of the population attracted by banks have been identified, and ways of their effective solution have been proposed.*

Keywords: *state, economy, population, investment, investment attractiveness, investment climate, foreign direct deposits.*

Кожна держава за певних обставин потребує залучення інвестицій, що є необхідним як для її політичного, так і для економічного розвитку. Основною метою цього процесу є насичення інвестиційними потоками пріоритетних напрямів розвитку економіки держави. Якщо в країні немає сприятливого інвестиційного клімату, то залучення іноземних інвестицій може стати проблемою, що, у свою чергу, гальмуватиме соціально-економічний розвиток країни. Отже, це питання на сьогоднішній день є актуальним.

Україна як держава з трансформаційною економікою, що перебуває у кризовому стані, потребує чіткого визначення напряму соціально-економічного розвитку й формування системи заходів та інструментів структурної перебудови економіки, технологічного оновлення виробничої сфери, які спрямовані на інноваційний розвиток. Тому особливої гостроти проблеми іноземного інвестування в Україні набувають саме тепер, коли українське суспільство, а не лише національна економіка, опинились у стані загострення та поглиблення кризових явищ.

Вплив інвестицій на розвиток і становлення сучасної економіки неможливо переоцінити, оскільки саме цей напрямок є найголовнішим в утворенні реального сектора економіки, розширенні виробництва та створенні нових робочих місць.

Вагомий внесок у висвітлення проблем залучення іноземних інвестицій зробили Вербицька Г. Л., Костіна Т. Ю., Паламарчук І. В., Савицька О. П., Чернова О. В. та ін.

Метою написання статті є обґрунтування необхідності залучення прямих іноземних інвестицій до України в умовах формування глобального економічного простору, визначення проблем іноземного інвестування та пошук шляхів їх вирішення.

Упродовж двадцяти шести років незалежності Україна втратила значну частину свого промислового потенціалу, тому необхідність його відновлення є пов'язаною з будівництвом нових і реконструкцією старих підприємств, розробкою й упровадженням нових технологій. Усе це потребує значних обсягів фінансових ресурсів, які в нашій країні нині відсутні. Перед Україною стоїть завдання перейти від запозичення коштів у інших держав і міжнародних фондів до створення сприятливих умов для залучення прямих іноземних інвестицій, які б дозволили відновити виробництво широкого спектра промислових товарів у нашій країні. Водночас важливо відновити довіру населення до вітчизняної банківської системи, що забезпечить зростання депозитів домашніх господарств, залучених банками, які також можна перетворювати на інвестиційні ресурси [7].

© Дзюба А. В., 2017

Основними проблемами залучення іноземних інвестицій в економіку України є:

– нестабільність і недосконалість законодавства;
– високий податковий тиск на капітал підприємства;
– відсутність дієвої системи страхування інвестицій;
– незбалансованість економіки;
– нестійкість політичного середовища;
– неконтрольованість інфляції;
– негативний міжнародний імідж України;
– низька розвиненість інвестиційної інфраструктури [6].

З метою створення сприятливого правового поля для залучення прямих іноземних інвестицій у 1996 р. було схвалено Закон України «Про режим іноземного інвестування» [8]. Однак, на сьогодні ключовими недоліками в законодавчій базі є нестабільність і ненадійність, а також відсутність комплексності та суперечність власне у законодавчих актах. Іноді стабільність нормативно-правового забезпечення для інвестора є більш пріоритетним фактором, ніж податкові пільги, наприклад. У Законі України «Про режим іноземного інвестування» відсутні будь-які конкретні положення стосовно найважливіших об'єктів регулювання, пріоритетних галузей економіки, соціальної сфери тощо. Порядок отримання коштів від здійснення іноземних інвестицій є визначуваним тільки Національним банком України, відповідного законодавчого акта не існує.

Розглянувши економічну активність іноземних інвесторів в Україні за допомогою динаміки прямих іноземних інвестицій за останні двадцять років, можна стверджувати, що обсяг залучених іноземних інвестицій в Україну залишається незначним. Після прийняття Законі України «Про режим іноземного інвестування» впродовж 1996–2001 рр. можна спостерігати, що прямі іноземні інвестиції в економіку України зросли у 5,46 разів, 2002–2010 рр. – у 7,96 разів. Проте, починаючи з 2010 р., притік іноземних інвестицій в економіку України уповільнився. Так, протягом 2010 р. вони зросли на 16,35 %, 2011 р. – на 6,23 %, 2011 р.– на 7,28 %, 2013 р. – на 3,87 %, а протягом 2014 р. – зменшилися на 24,17 %, 2015 р. – на 11,22 %, а впродовж 2016 р. знову зросли приблизно на 3,24 % (табл. 1) [9].

Якщо протягом 1996–2013 рр. прямі іноземні інвестиції в економіку з Кіпру зросли приблизно в 341 раз, Вергінських островів – у 455 разів, Белізу – 1027 разів, то з США – тільки у 5 разів, Німеччини – 19 разів, Італії – 31 раз, Швейцарії – 36 разів, Великої Британії – 51 раз, Російської Федерації – 71 раз. У 2014 р. інвестиції в національну економіку зменшилися з усіх країн, крім Швейцарії. При цьому США з лідера серед країн – інвесторів в економіку України перетворилися на одного з аутсайдерів.

Протягом аналізованих років обсяг прямих іноземних інвестицій збільшується, але водночас щороку зменшується темп приросту, що свідчить про те, що обсяг іноземних інвестицій у вітчизняну економіку порівняно з попередніми роками зменшується.

Отже, зростання прямих іноземних інвестицій в економіку України з потужних економічно розвинених країн було в десятки, а то й у сотні разів меншим, ніж з офшорних зон, до яких належать Кіпр, Вергінські острови та Беліз. Цей аналіз підтверджує давно всім відомий факт, що вітчизняні олігархи повертають в Україну свої кошти, що були раніше легалізовані з країни в офшорні зони без оподаткування. Очевидно, це свідчить про ухилення певних вітчизняних суб'єктів господарювання від оподаткування в Україні й зумовлено несприятливими умовами для інвестування вільних коштів.

Таблиця 1

Прямі іноземні інвестиції в економіку України, млн дол. США

Країни	Роки, на 1 січня									
	1996	2002	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11
Усього	897	4900,2	38992,9	45370,0	48197,6	51705,3	53704,0	40725,4	36154,5	37325
У тому числі										
Кіпр	52	478	8603,1	9620,5	12700,8	15907,7	17725,6	12769,4	10239,5	9569,9
Німеччина	157	249,5	6009,6	5001,2	5329,8	4496,3	2908,4	2105,2	1598,2	1607,4
Нідерланди	47	370,2	7461,3	11389,8	9323,8	8727,6	9007,5	6986,7	6184,7	5844,6
Російська Федерація	50	295,1	1900,2	2692,7	2876,1	3040,5	3525,9	2338,9	3036,9	4317,5
Австрія	16	144,1	1674,7	1798,9	2317,5	2476,9	2314,0	1648,7	1559,8	1271,3
Велика Британія	54	420,4	2234,1	2229,9	2536,4	2496,9	2768,2	2153,4	1790,3	2008,5
Вергінські острови	5	248,2	1283,6	1384,9	1580,2	1888,2	2275,9	1988,3	1715,0	1682,5
Франція	11	60	1381,1	2105,4	1993,1	1510,3	1520,5	1394,6	1305,4	1294,6

Закінчення табл. 1

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11
Швейцарія	38	193,1	785,7	852,7	939,3	1097,6	1351,0	1391,5	1390,8	1451,9
Італія	19	97	354,2	352,7	349,2	401,7	584,6	371,5	343,6	319,6
США	183	730,9	1260,0	1107,6	966,6	976,5	934,7	701,6	634,1	674,6
Польща	21	119	847,0	913,0	834,3	897,2	819,8	808,6	758,3	771,1
Беліз	1	30	112,9	132,4	151,7	809,2	1026,6	652,5	535,1	604,1

Важливим фактором, що може також забезпечити зростання інвестицій у національну економіку, є депозити домашніх господарств, залучені банками. Однак, для цього необхідно відновити довіру населення до Національного банку України та вітчизняної банківської системи, яку було втрачено впродовж останніх років.

У 2005 р. депозити вітчизняних домашніх господарств, залучені банками, зросли у 10,8 рази, у 2010 р. відносно 2005 р. – у 3,7 рази, а в 2017 р. відносно 2012 р. збільшилися лише у 1,2 рази. До того ж у 2014 р. порівняно з попереднім роком обсяг депозитів зменшився на 5,4 % (табл. 2) [9].

Таблиця 2

Депозити домашніх господарств, залучені банками, млн грн

Депозити	Роки, на 1 січня								
	2000	2005	2010	2012	2013	2014	2015	2016	2017
Усього	6940	74778	275093	369264	441951	418135	410895	430337	437689
У валюті									
– національній	3632	43688	142924	186772	257829	200859	198876	204240	206075
– іноземній	3307	31090	132169	182493	184122	217275	212019	226097	231614

Очевидно, іноземні та вітчизняні інвестори, а також населення України не зацікавлені в тому, щоб вкладати свої кошти в національну економіку. Депозити населення безпосередньо не інвестуються в національну економіку, але банки, залучивши їх, отримують можливість не тільки надавати всім бажаючим кредити, а й здійснювати власні інвестиції в інші банки, промислову, будівельну та інші галузі. Для відновлення довіри населення до вітчизняної банківської системи слід скасувати оподаткування його депозитів і на законодавчому рівні закріпити зобов'язання Фонду гарантування вкладів фізичних осіб відшкодовувати вкладникам всю суму депозиту у разі банкрутства банку [7].

Серйозною перешкодою на шляху інвестиційних процесів є значна тінізація економіки України. Сучасні економічні реалії засвідчують, що українська економіка щонайменше на 50 % характеризується як «тіньова». Причина полягає в слабкості державних інститутів і податкової системи. Фактично податкова система України є однією з найбільш складних і заплутаних серед податкових систем країн Центральної та Східної Європи. Очевидно, що за таких умов існує ризик репатріації «брудного» капіталу. Звісно, існують і позитивні моменти у залученні іноземних інвестицій: вигідне географічне розташування, потенційно великий ринок, відносна дешевизна робочої сили, низький курс національної валюти тощо. Але, незважаючи на це, на сьогодні Україна є інвестиційно непривабливою порівняно не тільки з країнами із розвиненою ринковою економікою, а й з окремими східноєвропейськими країнами [2].

Для покращення інвестиційного клімату в Україні потрібно унеможливити зміну законів, що стосуються інвестування, хоча б три роки; максимально спростити процедури, що регламентують взаємовідносини між державою та підприємцями відносно залучення іноземних інвестицій; реформувати податкову систему; створити дієву систему страхування інвестицій та удосконалити механізм протидії корупції в Україні.

Таким чином, на сучасному етапі головним завданням для України є створення сприятливих умов для інвесторів. Важко робити довгостроковий інвестиційний прогноз, але можна говорити про фактори, від яких залежатиме обсяг інвестицій. Якщо процес ефективних реформ буде продовжено, це стане важливим аспектом підвищення привабливості для іноземних інвесторів, забезпечить сприйняття інвесторами України як стабільної та надійної країни.

Науковий керівник – канд. екон. наук, доцент Дзеніс В. О.

Література: 1. Дзеніс В. О., Дзеніс О. О., Шестакова О. А. Міжнародна інвестиційна привабливість підприємства. *Світове господарство і міжнародні економічні відносини.* 2017. № 5. С. 23–29. **2.** Вербицька Г. Л. Проблеми та

перспективи залучення інвестицій в економіку України. *Інноваційна економіка.* 2016. № 1. С. 48–52. **3.** Костіна Т. Ю. Роль політики України щодо залучення іноземних інвестицій. *Сталий розвиток економіки.* 2015. № 2. С. 57–60. **4.** Паламарчук І. В. Шляхи стимулювання залучення іноземних інвестицій в економіку України. *Економічна безпека: теорія і практика.* 2012. № 3. С. 233–236. **5.** Савицька О. П., Бай Т. В. Особливості залучення прямих іноземних інвестицій в економіку України. *Науковий вісник НЛТУ України.* 2014. № 24. С. 277–283. **6.** Чернова О. В. Сучасний стан залучення прямих іноземних інвестицій в економіку України. *Науковий вісник Національного університету ДПС України.* 2014. № 1. С. 85–93. **7.** Якубовський М., Новицький В., Кіндзерський Ю. Концептуальні основи стратегії розвитку промисловості України на період до 2017 року. *Економіка України.* 2007. № 11. С. 4–20. **8.** Про режим іноземного інвестування : Закон України від 19.03.1996 № 93/96-ВР // База даних «Законодавство України» / Верховна Рада України. URL: http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/93/96-%D0%B2%D1%80. **9.** Статистична інформація // Офіційний сайт Державної служби статистики України. URL: http://www.ukrstat.gov.ua.

НЕЧІТКО-МНОЖИННИЙ ПІДХІД ДО ОЦІНЮВАННЯ РИЗИКУ ЛІКВІДНОСТІ БАНКУ

УДК 345

Дігтярюк А. О.

Магістрант 2 року навчання
фінансового факультету ХНЕУ ім. С. Кузнеця

Анотація. *Обґрунтовано доцільність застосування нечітко-множинного підходу в процесі оцінювання ризику ліквідності банку. Визначено рівень ризику короткострокової ліквідності ПАТ КБ «ПриватБанк», запропоновано заходи задля його поліпшення.*

Ключові слова: *банк, банківська установа, банківська система, фінанси, прибутковість, ліквідність, управління ліквідністю, фінансові ризики, ризик ліквідності, нечітко-множинний підхід, рівень ризику ліквідності.*

Аннотация. *Обоснована целесообразность применения нечетко-множественного подхода при оценке риска ликвидности банка. Определен уровень риска краткосрочной ликвидности ПАО КБ «ПриватБанк», предложены меры для его улучшения.*

Ключевые слова: *банк, банковское учреждение, банковская система, финансы, доходность, ликвидность, управление ликвидностью, финансовые риски, риск ликвидности, нечетко-множественный подход, уровень риска ликвидности.*

Annotation. *The expediency of using the fuzzy-multiple approach in assessing the liquidity risk of the bank is substantiated. The level of short-term liquidity risk of PJSC CB «PrivatBank» has been determined, and measures have been proposed to improve it.*

Keywords: *bank, banking institution, banking system, finance, profitability, liquidity, liquidity management, financial risks, liquidity risk, fuzzy approach, liquidity risk level.*

Протягом останнього півстоліття питання теорії та практики управління економічними ризиками в зарубіжних країнах є предметом підвищеної уваги, особливо в контексті банківської діяльності, а управління ризиками традиційно розглядають як ключовий елемент менеджменту. На сьогодні науковцями розроблено чимало методів управління ризиком, серед них коефіцієнтний, або метод показників ліквідності; метод структури коштів; метод співставлення термінів платежу тощо.

Однак, нині для вітчизняної банківської системи існує лише одна офіційна методика аналізу ліквідності – методика коефіцієнтного аналізу діяльності комерційних банків [2]. Зрозуміло, що такий аналіз є дещо обмеженим і потребує доповнення, оскільки не дає повної картини рівня ризикових позицій комерційного банку.

© Дігтярюк А. О., 2017

Необхідність застосування математичних підходів, у тому числі нечітко-множинного підходу, для оцінювання фінансових ризиків, було обґрунтовано в працях науковців Заде Л., Ісаєвої Т., Тищенко О., Норик Л., Недосекіна А., Матвійчука А., Серпенінової Ю., Соколової Н., Фурсової В. та ін. Незважаючи на існування значної кількості досліджень у сфері застосування теорії нечітких множин для аналізу фінансових ризиків, наочного прикладу застосування цієї теорії для аналізу ризику ліквідності комерційного банку в цих дослідженнях не було.

Метою написання статті є аналіз ризику ліквідності комерційного банку із застосуванням теорії нечітких множин на прикладі ПАТ КБ «ПриватБанк», а також конкретизація рекомендацій щодо мінімізації рівня ризику ліквідності цього банку.

Основою формалізації цього методу є підхід до оцінювання ризику за допомогою застосування кількісних показників; можливість формалізації нечітких уявлень; побудова комплексного показника, що дозволяє визначити рівень фінансового неблагополуччя; можливість оперативного оцінювання впливу управлінських рішень на ризик ліквідності; можливість створення програмного забезпечення для подальшого оцінювання [2].

Методичний підхід до проведення оцінювання із застосуванням нечітких множин передбачає кілька етапів. На першому етапі відбувається вибір показників. В основі формування набору показників – оцінювання ризику короткострокової ліквідності, але за аналогічною схемою можна розглядати як середньострокову, так і довгострокову ліквідність (табл. 1) [2–4].

Таблиця 1

Показники короткострокової ліквідності ПАТ КБ «ПриватБанк», 2016 р.

Назва показника	Спосіб розрахунку	Розрахунок
Норматив поточної ліквідності, Н5,	Співвідношення вимог і зобов'язань із кінцевими термінами погашення до 30 днів	59
ВЛА / З	Відношення високоліквідних активів до зобов'язань банку	9,36
GAP / А	Відношення сукупного розриву ліквідності на вимогу та до одного місяця до активів банку	-15,45
МБК / А,	Відношення нетто міжбанківських кредитів до активів банку	-6
ПРК / З	Відношення коштів на поточних рахунках клієнтів до зобов'язань банку	13,33

Наступним етапом є класифікація отриманих показників (табл. 2) [2–4].

Таблиця 2

Класифікація значень показників короткострокової ліквідності

Найменування показника	Критерії розбивки за рівнями, Т-числа - α для значень лінгвістичної змінної В				
	Дуже низький	Низький	Середній	Високий	Дуже високий
X_1	(0,4;0,45;0,05)	(0,45;0,50;0,55;0, 6;0,65)	(0,6;0,65;0,7;0, 75;0,8)	(0,75;08;0,85; 0,9;0,95)	(0,9;0,95;1; 1)
X_2	(0;0,04; 0,08)	(0,4; 0,08; 0,12; 0,16;0,2)	(0,16;0,2;0,24; 0,28;032)	(0,28;032;0,36;0,42;0,46)	(0,42;0,46 ;1)
X_3	(-1;0;0,01)	(0;0,01;0,02; 0,03;0,04)	(0,03;0,04; 0,05;0,06;0,07)	(0,06;0,07;0, 08;0,09;0,1)	0,09;0,1; 0,11)
X_4	(-1;0;0,01)	(0;0,01;0,02; 0,03;0,04)	(0,03;0,04;0,05 ;0,06;0,07)	(0,06;0,07;0, 08;0,09;0,1)	0,09;0,1; 0,11)
X_5	(0;0,2;0,4)	(0,2;0,04;0,06; 0,08;0,1)	(0,08;0,1;0,12;0,14;0,16)	(0,14;0,16;0, 18;0,2;0,22)	(0,2;0,22;1)

Для цього побудуємо класифікацію поточних значень показників *X* як критерій розбиття повної множини їх значень на нечіткі підмножини виду В. Розглянемо приклад такої класифікації одразу із п'ятьма показниками, наведеними на першому етапі. При цьому у клітинках стоять трапецієподібні числа, що характеризують відповідні функції належності.

Для нормативу поточної ліквідності X_5 мінімальним розміром виконання враховуватимемо 40 %, оскільки цей рівень є законодавчо визначеним як мінімальний, нижче за цей рівень банк не може мати значення цього показника. Кожний наступний крок зроблено із таким розрахунком, щоб середнє значення відповідало на цей момент середньому значенню по системі.

Відношення високоліквідних активів до зобов'язань банку починатиметься з нульової відмітки на найнижчому рівні та прямуватиме до 100 % на дуже високому. При цьому оскільки оптимальне значення перебуває в межах 20 %, то розподіл відбуватиметься із зміною в 4 %, починаючи від нуля.

Наступним показникам, а саме показникам відношення сукупного розриву ліквідності на вимогу та до одного місяця до активів банку і відношення нетто міжбанківських кредитів до активів банку є притаманною однакова

розбивка за інтервалами, що починається з –1 на досить низькому рівні та закінчується 1 – на досить високому рівні, при цьому середнє значення перебуває на рівні 5 % (межі, рекомендовані Національним банком України, мають не перевищувати 10 %).

Показник, що відтворює відношення коштів на поточних рахунках клієнтів до зобов'язань банку, матиме за мінімальне значення 0 %, а за максимальне – 100 %; середнє значення перебуватиме на рівні 10–12 % (табл. 3) [4].

Таблиця 3

Рівні приналежності носіїв нечітким підмножинам

Найменування показника	Результат класифікації підмножин				
	Bi_1	Bi_2	Bi_3	Bi_4	Bi_5
X_1	0	0,8	0,2		
X_2	0,4	0,6			
X_3	1				
X_4	1				
X_5			1		

На наступному етапі розраховуємо безпосередньо показник ризику короткострокової ліквідності; розрахункове значення дорівнює 0,67. Оскільки 0,67 лежить у проміжку параметра G_2 ($0,65 \le G \le 0,75$), то рівень ризику банку є високим. Отже, незважаючи на виконання нормативів ліквідності, можна засвідчити, що банк має проблеми з короткостроковою ліквідністю та потребує покращення управління ліквідністю.

Задля зменшення ризику ліквідності ПАТ КБ «ПриватБанк» має проводити сек'юритизацію активів, що дасть змогу виконувати нормативи достатності власного капіталу, ліквідності й максимального кредитного ризику на одного позичальника; поліпшити якість управління активами, пасивами, ліквідністю й ризиками; поліпшити якість управління власними засобами за рахунок їх повторного використання; запровадити трансфертне ціноутворення (визначає напрямок руху коштів у банку та сприяє оптимальному переміщенню ресурсів між підрозділами). Обов'язковою умовою ефективного управління ліквідністю ПАТ КБ «ПриватБанк» через систему трансфертного ціноутворення має стати диференціація трансфертних цін за строковістю активів і пасивів банку; збільшення резервного фонду; надання кредитів тільки надійним позичальникам; зменшення обсягів кредитів для фізичних осіб та одночасно збільшення кредитування юридичних осіб. Такі дії можна обґрунтувати фактом наявності значних розмірів незабезпечених кредитів з боку фізичних осіб.

Таким чином, окреслений підхід до оцінювання ризику ліквідності дає змогу менеджеру щонайкраще формалізувати свої нечіткі уявлення, перетворивши експертні оцінки на кількісну оцінку ризику ліквідності, побудувати карту ліквідності та на її підставі зробити висновок щодо поточного стану. Цей метод є також найбільш прийнятним для проведення антикризового моніторингу, адже дає змогу відстежити вплив зміни показників кредитного, валютного та процентного ризиків на ризик ліквідності банківської установи.

Науковий керівник – канд. екон. наук, доцент Кіпа М. О.

Література: 1. Ісаєва Т. М. Нечітко-множинний підхід до оцінки ризику банкрутства. *Вісник Бердянського університету менеджменту і бізнесу.* 2012. № 1 (17). С. 108–112. **2.** Тищенко О. М., Норик Л. А. Використання теорії нечітких множин у процесі діагностики стану підприємства. *Вісник національного університету «Львівська політехніка».* 2009. № 647. С. 610–618. **3.** Бурденко І. М., Дмитрієв Є. Є., Ребрик Ю. С. Фінансовий механізм управління ліквідністю банку : монографія. Суми : Університетська книга, 2011. 136 с. **4.** Фурсова В. А. Модель оценки риска ликвидности коммерческих банков Украины с использованием нечетких описаний. *Економіка: проблеми теорії та практики.* 2006. № 15. С. 103–108.

РОЗВИТОК НЕТРАДИЦІЙНИХ ІНСТРУМЕНТІВ МАРКЕТИНГУ НА ПІДПРИЄМСТВАХ УКРАЇНИ

УДК 658.8:659

Дінжос К. В.

Магістрант 1 року навчання
факультету менеджменту і маркетингу ХНЕУ ім. С. Кузнеця

Анотація. *Розглянуто питання розвитку нетрадиційних інструментів маркетингу та зміни їх ролі в межах сучасних концепцій маркетингу за умов вітчизняного ринку. Проведено аналіз нетрадиційних інструментів з метою підвищення ефективності їх впливу на функціонування сучасних вітчизняних підприємств. Наведено коротку характеристику сучасного вітчизняного ринку маркетингу.*

Ключові слова: *економіка, підприємство, організація, фінанси, маркетинг, інновації, нетрадиційні інструменти, креативний маркетинг, маркетинг інновацій.*

Аннотация. *Рассмотрены вопросы развития нетрадиционных инструментов маркетинга и изменения их роли в пределах современных концепций маркетинга в условиях отечественного рынка. Проведен анализ нетрадиционных инструментов с целью повышения эффективности их влияния на функционирование современных отечественных предприятий. Приведена краткая характеристика современного отечественного рынка маркетинга.*

Ключевые слова: *экономика, предприятие, организация, финансы, маркетинг, инновации, нетрадиционные инструменты, креативный маркетинг, маркетинг инноваций.*

Annotation. *The issues of development of non-traditional marketing tools and changing their role within the modern marketing concepts in the conditions of the domestic market are considered. An analysis of non-traditional instruments has been carried out to improve the effectiveness of their influence on the functioning of modern domestic enterprises. Brief description of the modern domestic marketing market is given.*

Keywords: *economy, enterprise, organization, finance, marketing, innovation, non-traditional tools, creative marketing, marketing of innovations.*

За сучасних умов проблема ефективного використання маркетингових інструментів, на які підприємства витрачають значні кошти для просування своєї продукції, створення позитивного іміджу підприємства на вітчизняному ринку, накопичення лояльних споживачів, посідає одне з найперших місць. Величезні обсяги комерційної інформації, яка безперервним потоком виливається на споживачів із різних джерел, вимагають від тих, хто подає цю інформацію, пошуку нових нестандартних інструментів її подання, яскравих творчих підходів і рішень. Проблема подолання інформаційної перенасиченості в маркетингу ще більше загострюється під впливом економічної кризи, що обмежує можливості виділення значних коштів на формування конкурентних інструментів просування в маркетингу.

За цих умов організації, намагаючись підвищити ефективність комунікативного впливу на свої цільові аудиторії, починають активно застосовувати інструментарій нетрадиційних методів просування як головний елемент своїх комплексів маркетингових комунікацій. Однак, процес формування цих комплексів має складний і неоднозначний характер, а проблеми, що є з ним пов'язаними, мають кілька аспектів, серед яких, крім проблем креативних, слід виділити термінологічні, морально-етичні та правові.

Проблема підвищення ефективності маркетингового впливу на цільові аудиторії шляхом застосування маркетингових інструментів нетрадиційних маркетингових комунікацій, що є особливо актуальним за умов перенасиченості інформаційного бізнес-простору й обмеженості коштів на просування, висвітлюється у працях як зарубіжних, так і вітчизняних авторів, серед них Аакер *Д.*, Траут *Д.*, *Джулер Д.*, Долхаш М., Ромат Є., Примак Т., Ковальчук С., Тябіна О., Василенко М., Макаренко *Л.* та ін.

Неузгодженістю позицій окремих авторів щодо можливостей та інструментів нетрадиційних методів маркетингових комунікацій, а також напрямів ефективного використання цих методів у контексті концепції інтегрованих маркетингових комунікацій обумовлено необхідність подальших деталізованих досліджень цієї проблеми.

Метою написання статті є пошук нестандартних інструментів реклами для залучення споживачів за сучасних умов розвитку маркетингу в Україні.

У сучасному світі через загострення конкуренції серед підприємств інструменти класичного маркетингу не завжди бувають досить дієвими. Тому виробники товарів і послуг мають шукати більш ефективні методи [2].

© Дінжос К. В, 2017

Еволюція інноваційної теорії маркетингу є пов'язаною передусім із появою нових видів маркетингу, які формують нестандартні (нетрадиційні) підходи до діяльності підприємств на вітчизняному ринку.

Нині нерозуміння ролі маркетингу у виробничій діяльності багатьох підприємств є одним із найбільш актуальних питань. Проблема в тому, що керівники підприємств недооцінюють роботу маркетингових відділів, а часто просто відмовляються від них задля економії. Основною причиною є недостатня поінформованість про прямий зв'язок між вчасно проведеним маркетингом і подальшим вдалим позиціонуванням підприємства в конкурентному середовищі й отримуваним прибутком.

Вітчизняні підприємства мають справу зі складним і швидкоплинним макросередовищем, із чим пов'язане руйнування традиційних ринків збуту, зростання рівня конкуренції та кількості вимогливих споживачів. Змінюваним макросередовищем зумовлено необхідність активного розвитку маркетингу, що надає, з одного боку, одиницям бізнесу можливість зростання, а з іншого – створює перешкоди на його шляху і змінює рівень і методи конкурентної боротьби.

Нині існує величезна кількість різних видів реклами, однак, стає все важче привернути увагу споживача, застосовуючи стандартні канали: пресу, радіо, телебачення, зовнішню рекламу. Величезні рекламні бюджети ще не гарантують успішну кампанію: як показує практика, ефект від масштабних акцій щороку разом помітно знижується [5].

У сучасних літературних джерелах до нестандартних методів маркетингових комунікацій різні автори зараховують партизанський маркетинг, вірусний маркетинг, buzz-маркетинг, хорор-маркетинг, провокаційний маркетинг, ембієнт-медіа, паразитичний маркетинг та ін. За умов економічної кризи все більшої популярності набирає партизанський маркетинг, який автори називають ще малобюджетним, маловитратним маркетингом, однак, трактують його по-різному [5].

До партизанського маркетингу зараховують флешмоб – певні заздалегідь сплановані акції, вірусний маркетинг, мобільний маркетинг та ін. За оцінками фахівців Української асоціації маркетингу, партизанський маркетинг – це передусім засіб прихованої реклами, коли споживача втягують у заздалегідь спланований спектакль. Спеціально навчені й оплачені «партизани», якими можуть бути і професійні актори, з'являються в місцях скупчення цільової аудиторії й намагаються схилити її до купівлі певного товару. Цей метод використовують не лише невеликі виробники. Так, компанія Sony Ericsson просувала на ринок одну з нових моделей телефонів із вбудованою фотокамерою за участю 60 акторів. Під виглядом туристів вони ходили містом і просили перехожих сфотографувати їх за допомогою мобільного пристрою, при цьому охоче розписували його переваги [4].

Вірусний маркетинг – це технологія, що застосовує соціальні мережі для сповіщення про бренд, товар або послугу. Наголошують також на тому, що вірусний маркетинг є одним із найефективніших засобів реклами. Вірусний маркетинг – це не реклама, а інший елемент системи маркетингових комунікацій, поштовхом для застосування якого може бути і нестандартна реклама [5].

Головною характеристикою цих інструментів маркетингу є застосування специфічної технології, сутність якої зводиться до створення зацікавленості представників цільової аудиторії, захоплення їх «вірусом» головної ідеї, яка може бути відтвореною зокрема і в рекламному ролику, із подальшим передаванням інформації знайомим, колегам, друзям.

Подальші дослідження матимуть за мету вивчення змін у сприйнятті нестандартних комунікаційних технологій різними цільовими аудиторіями, зокрема молодіжними, на вітчизняному ринку. Однак, засобами однієї тільки, нехай навіть найефективнішої, реклами неможливо вирішити всі завдання, що виникають у процесі виведення та просування товару на ринку. Тільки грамотний маркетинг-мікс, який передбачає і політику ціноутворення, і політику продажів, і оптимальні характеристики продукту, може забезпечити створення успішного бренда і сприятиме збільшенню обсягу продажів.

Науковий керівник – канд. екон. наук, доцент Рожко В. І.

Література: 1. Ковальчук С. В., Тябіна О. С. Сучасний «партизанський маркетинг». *Маркетинг в Україні.* 2009. № 5. 38–41. **2.** Ковальчук С. В., Тябіна О. С. Вірусний маркетинг – ліки від кризи. *Вісник Хмельницького національного університету.* 2009. № 6. С. 72–75. **3.** Криворог Е. Партизанский маркетинг, или нестандартные коммуникационные приемы на рынке Украины. *Маркетинг и реклама.* 2010. № 4. С. 38–41. **4.** Линдстром М. Чувство бренда. Воздействие на пять органов чувств для создания выдающихся брендов. М. : Эксмо, 2006. 272 с. **5.** Мороз Л. А. Проблеми використання нестандартних методів комунікації. *Вісник Національного університету «Львівська політехніка».* 2010. № 6. С. 109–111. **6.** Левитас А. М. Больше денег от вашего бизнеса: скрытые методы увеличения прибыли. М. : Манн, Иванов и Фербер, 2013. 320 с.

МОДЕЛІ ФІНАНСУВАННЯ ОБОРОТНИХ АКТИВІВ ПІДПРИЄМСТВА

УДК 336.663

Донцова Н. Ю.

Магістрант 2 року навчання
фінансового факультету ХНЕУ ім. С. Кузнеця

Анотація. *Проаналізовано основні моделі фінансування оборотних активів підприємств, критерії їх вибору із урахуванням загальної стратегії формування активів підприємства й особливостей його операційної діяльності. Запропоновано додаткові критерії, урахування яких сприяє вибору найбільш ефективної моделі фінансування оборотних активів підприємства.*

Ключові слова: *підприємство, організація, фінанси, активи, платоспроможність, рентабельність, оборотні активи, моделі фінансування оборотних активів, джерела фінансування.*

Аннотация. *Проанализированы основные модели финансирования оборотных активов предприятий, критерии их выбора с учетом общей стратегии формирования активов предприятия и особенностей его операционной деятельности. Предложены дополнительные критерии, учет которых способствует выбору наиболее эффективной модели финансирования оборотных активов предприятия.*

Ключевые слова: *предприятие, организация, финансы, активы, платежеспособность, рентабельность, оборотные активы, модели финансирования оборотных активов, источники финансирования.*

Annotation. *The main models of financing the current assets of enterprises, the criteria for their selection, taking into account the general strategy for the formation of the assets of the enterprise and the features of its operating activities are analyzed. Additional criteria have been proposed, accounting for which contributes to the selection of the most effective model for financing the current assets of the enterprise.*

Keywords: *enterprise, organization, finances, assets, solvency, profitability, current assets, models of financing current assets, sources of financing.*

Кризові явища в економіці останніх років суттєво вплинули на господарську діяльність вітчизняних підприємств. Для багатьох із них гостро постала проблема нестачі як власних, так і позикових джерел фінансування оборотних активів, що є причиною зниження ефективності використання оборотних коштів. У зв'язку із цим набуває актуальності питання обґрунтованого вибору моделі фінансування оборотних активів підприємства та забезпечення оптимальної структури джерел їх фінансування.

Дослідженням теоретико-методичного забезпечення фінансування оборотних активів підприємства в контексті управління займалися Бригхем Ю., Ван Хорн Д., Бланк І., Білик М., Лахтіонова Л., Соляник Л., Царенко О., Роганова Г. та ін. Але, незважаючи на часте згадування в економічній літературі моделей фінансування як етапу побудови системи управління поточними активами, актуальною залишається проблема обґрунтування їх вибору та застосування із урахуванням специфіки діяльності окремого суб'єкта господарювання.

Метою написання статті є узагальнення й аналіз моделей фінансування оборотних активів, визначення критеріїв їх вибору на підприємстві для забезпечення ефективності використання оборотних коштів.

Основоположним принципом фінансування діяльності підприємств є принцип узгодження джерел формування активів і напрямків їх розміщення за умови відповідності часу їх використання. У процесі фінансування оборотних активів цей принцип дещо трансформується, пов'язуючи вибір довгострокових чи короткострокових джерел покриття оборотних коштів із розміщенням їх у оборотних активах, структурованих за принципом системної (мінімального запасу оборотних коштів для підтримки діяльності) та варіативної частин.

Беручи до уваги різні варіанти їх співвідношення, у економічній теорії виділяють від трьох до шести моделей фінансування оборотних активів. Вважаємо найбільш обґрунтованим виділення чотирьох моделей: консервативної, компромісної, агресивної та ідеальної (табл. 1) [1–4].

Характеристика ефекту від застосування моделей є заснованою на одному з основних фінансових постулатів: рентабельність є прямо пропорційною ризику й обернено пропорційною ліквідності. Застосування тієї чи іншої моделі для фінансування оборотних активів є засобом установлення компромісу між ризиком втрати ліквідності й ефективністю використання (рентабельністю) оборотних активів. Так, моделі з мінімальним рівнем залучення короткострокових пасивів – консервативна та компромісна – забезпечують більший рівень платоспроможності,

© Донцова Н. Ю., 2017

водночас через високу вартість власного та довгострокового позикового капіталу генерують менший прибуток. Натомість короткострокові пасиви, як правило, є дешевшими, тож моделі з їх використанням є рентабельнішими, але при цьому зростає ризик неспроможності вчасно розрахуватися з боргами.

Таблиця 1

Порівняльна характеристика моделей фінансування оборотних активів

Модель	Схема фінансування	Співвідношення «ризик--рентабельність»	Рекомендації до застосування
Консервативна	Оборотні активи в повному обсязі фінансуються за рахунок довгострокових пасивів, короткострокові зобов'язання відсутні. Є спрямованою на максимізацію чистого оборотного капіталу	Висока ліквідність, найнижчий рівень ризику втрати платоспроможності. Низький рівень рентабельності, економічно не є вигідною	Нестабільна робота підприємства та відсутність регулярних надходжень грошових коштів. Наявність пільгових умов для довгострокового кредитування. Високі темпи інфляції, що підвищують вартість короткострокових позикових джерел
Компромісна	За рахунок довгострокових пасивів фінансується системна частина оборотних активів і половина їх варіативної частини. Залишок покривається за рахунок короткострокових зобов'язань	Можливість установлення прийнятного рівня ліквідності. Негативний вплив на рівень рентабельності за тимчасового зниження потреби у оборотних активах	Значна стабільність обсягів оборотних активів, низький рівень сезонності виробничої діяльності. Є доцільною за переважання оборотних активів у структурі активів підприємства
Агресивна	Системна частина оборотних активів покривається за рахунок довгострокових пасивів. Варіативна частина оборотних активів фінансується за рахунок поточних зобов'язань	Ризикова з позиції ліквідності. Відчутною є можливість втрати платоспроможності. Має місце відносно висока поточна рентабельність	Є прийнятною за сезонності виробництва. Потребує можливості отримання підприємством комерційного кредиту. Є доцільною за неусталеної номенклатури виробництва
Ідеальна	Оборотні активи в повному обсязі фінансуються за рахунок поточних зобов'язань. Мінімізація чистого оборотного капіталу	Є найбільш ризиковою з позиції втрати платоспроможності, ліквідність є низькою. Найбільший рівень рентабельності	Потребує наявності високого кредитного рейтингу для отримання банківського кредитування. Є доцільною за важкої структури активів

Однак, зосередження лише на співвідношенні «ризик–рентабельність» не дозволяє в повній мірі обґрунтовано застосувати моделі фінансування як інструмент управління оборотними коштами підприємства. Як багатоелементна сукупність мобільних активів, вони перебувають під впливом низки об'єктивних і суб'єктивних факторів, що формують особливості управління оборотними активами [1; 4]. Ураховуючи зв'язок цих факторів із моделями фінансування оборотних активів, розглянемо такі додаткові критерії вибору моделей.

1. Структура активів. За значної питомої ваги оборотних коштів доцільно проводити фінансування за рахунок власного капіталу; це – компромісна та консервативна (на прибуткових підприємствах з усталеним виробничим циклом) моделі фінансування.

2. Сезонність операційної діяльності. За високого її значення задля уникнення накопичення надмірної ліквідності під час сезонних спадів фінансування оборотних активів доцільніше проводити за рахунок короткострокових джерел, застосовуючи агресивну чи компромісну моделі.

3. Доступність джерел фінансування. Нині довгострокові джерела є досить дефіцитними. Переважання негативного фінансового результату у діяльності підприємств призводить до зниження обсягів власних джерел фінансування. Можливості залучення довгострокового позикового капіталу на вітчизняному фінансовому ринку майже немає. Щодо доступності короткострокових джерел покриття, потрібно враховувати галузевий фактор. Так, фондоємні галузі мають низький кредитний рейтинг у банках, що знижує можливість залучення короткострокових кредитів. Також у певних галузях можуть виникати проблеми з отриманням комерційного кредиту від постачальників.

4. Усталеність виробництва. Оборотні активи характеризуються також високою залежністю від тривалості операційного циклу, обсягів виробництва, номенклатури продукції. Ефективність управління оборотними активами є прямо пропорційною швидкості їх реагування на зміну цих факторів. Тож підприємства, сфера діяльності яких вимагає можливості оперативних змін у складі продукції та обсягах виробництва, потребують більш динамічних моделей фінансування – ідеальної та агресивної.

5. Стратегія формування капіталу підприємства. Питання фінансування активів необхідно узгоджувати із загальною стратегією формування капіталу підприємства, дотримуючись визначених у ній меж вартості капіталу, міри ризику та ступеня концентрації власного капіталу для підтримання рівня фінансової самостійності підприємства. Щодо вартості капіталу, зауважимо, що, незважаючи на те, що у моделях фінансування закладено

принцип переважання вартості довгострокових джерел перед короткостроковим, цей аспект також потребує попереднього аналізу умов надання як короткострокових банківських, так і комерційних кредитів. Останнє джерело хоча і визначають як безкоштовне, однак, воно також потребує певних витрат [6].

У зарубіжній практиці при обґрунтуванні вибору моделей користуються принципом узгодження термінів використання активів і повернення пасивів, що втілюється у моделі співставлення термінів, що за своєю формою найбільш відповідає агресивній моделі, і наявності сезонності виробництва. Значну увагу при виборі моделі фінансування активів при цьому приділяють не раціональному дотриманню критеріїв вигідності моделі, а суб'єктивній схильності менеджера до ризику.

Підсумовуючи, зазначимо, що всі описані моделі мають теоретичну обґрунтованість ефективності застосування за визначених раніше умов. На практиці на поширеність і ефективність моделей впливають загальні тенденції розвитку економіки та кон'юнктура фінансового ринку [3; 7].

Найчастіше на практиці в умовах вітчизняної економіки застосовують агресивну модель фінансування. Цьому сприяє доступність комерційного кредиту та повільний приріст чистих оборотних активів на тлі загального скорочення довгострокових позикових джерел фінансування. Підприємства із низькою рентабельністю чи збитковістю діяльності застосовують ідеальну модель.

За сучасних умов найменш дієвою заведено вважати консервативну модель. Фінансування поточних активів за рахунок довгострокових джерел покриття спричиняє проблеми надмірного залучення коштів у обіг, зменшує можливість маневрування обсягу оборотних активів за змін обсягу виробництва, сезонних і циклічних коливаннях, сприяючи при цьому надмірному накопиченню грошових коштів, а отже, спричиняючи витрати через вплив інфляції. В економічній теорії консервативна модель фінансування згладжує ці недоліки не лише за рахунок низької ризиковості. Тимчасовий надлишок оборотних коштів резервується у вигляді короткострокових вкладень та у високоліквідні цінні папери, що підвищує рівень рентабельності моделі. Однак, за сучасної ситуації на фінансовому ринку за відсутності можливості отримання довгострокового кредитування, а також за проблем розміщення коштів у високоліквідних активах (фондовий ринок України характеризується нестачею високоліквідних цінних паперів), ця модель є важко реалізованою та економічно невигідною [8].

Таким чином, фінансування оборотних активів є спрямованим передусім на пошук компромісу між підтриманням ліквідності й ефективністю їх використання. Моделі фінансування оборотних активів ілюструють варіанти такого компромісного рішення шляхом узгодження структури джерел їх фінансування (короткострокові чи довгострокові) та напрямків розміщення (системна та варіативна частини). Запропоновані додаткові критерії дають змогу прийняти обґрунтоване рішення щодо вибору моделей фінансування з урахуванням комплексу факторів впливу на формування оборотних активів підприємства та залучення джерел їх фінансування.

Науковий керівник – канд. екон. наук, доцент Меренкова Л. О.

Література: 1. Бланк И. А. Управление активами. Киев : Ника-Центр ; Эльга, 2004. 656 с. **2.** Омельченко Л. С., Піскульова І. В. Аналіз стратегій управління оборотними активами промислових підприємств. *Економіка: реалії часу.* 2015. № 3 (19). С. 178–183. **3.** Brigham E. F. Financial Management: Theory and Practice. South-Western College Pub, 2010. 1187 p. **4.** Роганова Г. О. Стратегія фінансування оборотних активів: позиція персоналістів. *Економічний часопис-XXI.* 2013. № 3 (1). С. 82–85. **5.** Ван Хорн Д. С. Основы финансового менеджмента / пер. с англ. М. : Вильямс, 2008. 1232 с. **6.** Проскуріна Н. М., Романюк Н. С. Управління оборотними активами в умовах кризового стану підприємства. *Економічний вісник Національного гірничого університету.* 2009. № 3. С. 55–63. **7.** Царенко О. В. Формування політики управління оборотними активами. *Науковий вісник Академії муніципального управління.* 2013. № 1. С. 41–51. **8.** Кошельок Г. В., Коваль В. В., Белік Д. О. Теоретичні основи оптимізації структури оборотних коштів підприємства. *Зовнішня торгівля: економіка, фінанси, право.* 2015. № 1. С. 50–57.

ОСОБЛИВОСТІ НЕКОМЕРЦІЙНОГО МАРКЕТИНГУ В СФЕРІ ОСВІТНІХ ПОСЛУГ

УДК 339.138: 37

Древаль А. А.

Магістрант 1 року навчання
факультету менеджменту і маркетингу ХНЕУ ім. С. Кузнеця

Анотація. *Проаналізовано сутність поняття некомерційного маркетингу, його основні структурні елементи та їх взаємодію. Досліджено специфіку організації маркетингу в комерційному та некомерційному секторах надання освітніх послуг та їх співвідношення.*

Ключові слова: *підприємство, організація, комерція, маркетинг, некомерційна організація, освітні послуги, соціальний вплив, некомерційний (соціальний) маркетинг, маркетинг взаємовідносин.*

Аннотация. *Проанализированы сущность понятия некоммерческого маркетинга, его основные структурные элементы и их взаимодействие. Исследована специфика организации маркетинга в коммерческом и некоммерческом секторах предоставления образовательных услуг и их соотношение.*

Ключевые слова: *предприятие, организация, коммерция, маркетинг, некоммерческая организация, образовательные услуги, социальное влияние, некоммерческий (социальный) маркетинг, маркетинг взаимоотношений.*

Annotation. *The essence of the concept of non-commercial marketing, its main structural elements and their interaction are analyzed. The specifics of the organization of marketing in the commercial and non-commercial sectors of providing educational services and their correlation are explored.*

Keywords: *enterprise, organization, commerce, marketing, nonprofit organization, educational services, social influence, non-commercial (social) marketing, relationship marketing.*

В останні роки в Україні й у світовій економіці спостерігається тенденція проникнення елементів маркетингу до сфери некомерційної діяльності. Через високу конкуренцію, що панує майже в усіх сферах економіки, нині необхідність використання цілісної концепції маркетингу некомерційних суб'єктів у діяльності інститутів державної влади та управління, політичних партій і рухів, некомерційних фондів і державних бюджетних структур охорони здоров'я, освіти, науки і культури є аргументовано виправданою. Попри те, що існує потужна база наукових розробок як у сфері комерційного маркетингу, так і некомерційного, виокремлення ключових особливостей останнього залишається актуальним завданням.

Дослідженням основ некомерційного (соціального) маркетингу займалися Мерфі П., Котлер Ф., Расел Д., Андрєєв С., Мельниченко Л., Вайсборд Б., Бунеєва Р., Колодій А., Гарань О., Ромат Є. В. та ін.

Основи вітчизняної освіти закладалася ще за умов централізованого планового господарства СРСР, що виключало будь-яку можливість його адміністративної, а тим більше фінансової самостійності. Нині переважна кількість освітніх установ працюють на некомерційній основі, але в межах ринкових відносин, на яких базується сучасне суспільство, вони поступово освоюють практику маркетингового управління. Слід детально розібратися в цьому понятті, що вже доволі давно вивчається науковцями.

Теорія виробництва суспільних благ Шифа Д. і Вайсброда Б. некомерційним (соціальним) маркетингом називає вид маркетингу, що є спрямованим на формування суспільних цінностей. Застосування його на практиці дає змогу стимулювати споживання окремими соціальними групами суспільних благ, пропонованих організаціями культури, науки й освіти [1].

У роботах Котлера Ф. та Лі Н. поняття соціального маркетингу звужується майже до пропаганди, визначається як використання принципів і методів маркетингу для надання такого впливу на цільову аудиторію, який би переконав її добровільно прийняти, відкинути, модифікувати або припинити певну поведінку в інтересах окремих зацікавлених людей, груп або суспільства в цілому [2].

Орієнтація безпосередньо на соціум є основою діяльності некомерційних організацій. Андрєєв С. і Мельниченко Л. визначають некомерційний маркетинг як діяльність некомерційних утворень або фізичних осіб у конкурентному середовищі, що є заснованою на принципах класичного маркетингу й спрямованою на досягнення цілей, не пов'язаних із отриманням прибутку [3].

На соціальній спрямованості некомерційного маркетингу акцентує увагу і Ромат Є., конкретизуючи це поняття як сферу соціальної взаємодії, що містить у собі спрямовану діяльність різноманітних суб'єктів, які не став-

© Древаль А. А., 2017

лять за мету досягнення певних економічних цілей (одержання прибутку), а отримують результати шляхом задоволення потреб конкретної спільноти споживачів [4].

У Цивільному кодексі України як некомерційну визначено організацію, метою діяльності якої не є отримання прибутку для його наступного розподілу між її учасниками [5].

Отже, некомерційний маркетинг має на меті поширення ідей, пропаганду цінностей і цілей громадських організацій, вплив на суспільство, політиків або діячів культури. Відгук на ці ідеї, прийняття цих поглядів і цінностей людьми (цільова аудиторія вироблених послуг) – ось основний результат, до якого прагне кожна некомерційна організація.

Основним фігурантом некомерційного маркетингу є некомерційний суб'єкт, який визначається як виробник, творець некомерційного продукту, зацікавлений у його некомерційній реалізації, або суб'єкт, який не виробляє, а лише реалізує некомерційний продукт. Досягнення так званих комерційних цілей некомерційним суб'єктом є можливим лише у разі соціальної затребуваності результатів його роботи й тісних стосунках зі споживачами. Маркетинг взаємовідносин є одним із ключових механізмів взаємодії зі споживачами. Споживачів послуг розглядають у маркетингу відносин як невід'ємну частину організації, партнерів з виробництва послуги, підкреслюючи неможливість роботи підприємства без них [7].

Виразним і актуальним прикладом технології застосування некомерційного маркетингу є сфера освіти. Освітні послуги – це блага з обмеженим доступом для споживачів, це обумовлює її активну комерціалізацію. Освітні установи надають свої послуги як на комерційній, так і на некомерційній основі, виробляючи й поширюючи такі продукти, як знання, світогляд і культурний досвід. Результатами діяльності освітнього закладу є суспільні блага.

Попит на освітні послуги настільки високий, що в цій сфері давно функціонує комерційна ніша: приватні ліцеї, школи, ВНЗ, а також персональне репетиторство та платні уроки. Популярність її свідчить про значний попит суспільства на якісну освіту. Однак, фінансове становище багатьох громадян не дозволяє їм самореалізуватися в тій чи іншій професійній сфері через брак коштів, тому некомерційна діяльність у цьому секторі залишається актуальною [7].

Цікаво, що маркетингова діяльність некомерційних освітніх організацій є тісно пов'язаною з діяльністю комерційних організацій. Задля визначення специфіки маркетингової діяльності некомерційної освітньої організації порівняємо її з комерційною організацією. Вони діють відповідно до принципів некомерційного маркетингу і класичного маркетингу (табл. 1) [4].

Таблиця 1

Специфіка організації маркетингу в комерційному та некомерційному секторах надання освітніх послуг

Основні характеристики	Маркетинг комерційної освітньої організації	Маркетинг некомерційної освітньої організації
1. Формування попиту на послугу	Попит є пов'язаним виключно із бажаннями та потребами кінцевого споживача (впливає ринкова ситуація)	Соціальне замовлення, суспільна потреба доповнюють попит кінцевого споживача
2. Кінцевий результат	Матеріальний дохід організації (прибуток)	Поведінковий відгук споживачів
3. Механізм отримання доходу	Ціноутворення на обраному сегменті ринку	Бюджетне фінансування та фандрейзинг
4. Показники ефективності діяльності	Виробничий потенціал організації (обсяг виробничих площ, матеріальне оснащення, кваліфікація персоналу та ін.)	Соціальний індекс організації (соціальна ефективність), коефіцієнт соціальної рентабельності

На ринку комерційної й некомерційної освіти попит формується за різними механізмами, також різні показники ефективності визначають результати діяльності організацій, що є пов'язаним із розходженням у основних стратегічних цілях. Фінансування організацій відрізняється за визначенням. Отже, маркетинг освітніх послуг поєднує два принципово різних управлінських підходи: комерційний та некомерційний, соціально орієнтований. Поєднання цих підходів сьогодні є звичайною практикою в будь-яких освітніх установах.

Повертаючись до особливостей некомерційного маркетингу в сфері освітніх послуг, зауважимо, що ринок некомерційних продуктів є визначуваним ключовими характеристиками. Основними елементами є пропозиція некомерційних продуктів, попит на них і ціна некомерційного продукту. Під попитом йдеться про готовність споживачів сприйняти некомерційний продукт, що відображає ступінь їх зацікавленості в результатах діяльності некомерційної організації (громадська думка про некомерційну організацію) [8].

Учні та студенти є не просто «одержувачами» освітнього продукту, а його безпосередніми виробниками, адже від їх зусиль залежить власне результат навчання. Елемент некомерційного маркетингу – маркетинг взаємовідносин – чітко визначає головну ідею всього комплексу: побудова довгострокових відносин, що базуються

на взаємодовірі. Вибір абітурієнтом, школярем навчального закладу – це сфера діяльності некомерційного маркетингу, що має на меті отримати поведінковий відгук, який неодмінно виявиться в загальному рейтингу навчальних закладів. Якщо розглядати соціальний вплив освітньої організації, то можна побачити цілком конкретні реальні показники особистісних змін, які відбуваються зі споживачами послуг (рівень знань, навичок, професійна культура, рівень вихованості, формування широкого світогляду).

Таким чином, слід відзначити перспективність застосування маркетингових механізмів управління в сфері надання освітніх послуг. На сьогодні комерційну складову вітчизняної освіти неможливо уявити без маркетингу. Упровадження поняття та механізмів функціонування некомерційного маркетингу до діяльності бюджетних освітніх установ є своєрідним поштовхом для всього третинного сектора економіки.

Науковий керівник – канд. екон. наук, професор Холодний Г. О.

Література: 1. Schiff J., Weisbrod B. Competition between For Profit and Nonprofit Organizations in Commercial Markets. *Annals of Public and Cooperative Economics.* 1991. № 4. P. 34–42. **2.** Котлер Ф., Ли Н. Маркетинг для государственных и общественных организаций. СПб. : Питер, 2008. 384 с. **3.** Андреев С. Н., Мельниченко Л. Н. Основы некоммерческого маркетинга. М. : Прогресс, 2000. 256 с. **4.** Божкова В. В. Використання некомерційного маркетингу для реалізації цілей сталого розвитку. URL: https://core.ac.uk/download/pdf/14039539.pdf. **5.** Цивільний кодекс України: Закон України від 16.01.2003 № 435-IV // База даних «Законодавство України» / Верховна Рада України. URL: http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/435-15. **6.** Бейкер М. Теория маркетинга. СПб. : Питер, 2002. 464. **7.** Каленюк І. С. Освіта в економічному вимірі: потенціал та механізм розвитку. Київ : Кадри, 2001. 326 с. **8.** Ванькина И. В., Єгоршин А. П., Кучеренко В. И. Маркетинг образования : учебное пособие. М. : Университетская книга, 2006. 215 с.

ЕКОНОМІЧНА СУТНІСТЬ УПРАВЛІННЯ ФІНАНСОВИМИ РИЗИКАМИ ПІДПРИЄМСТВА

УДК 658.155

Дятченко А. В.

Магістрант 2 року навчання
фінансового факультету ХНЕУ ім. С. Кузнеця

Анотація. *Проаналізовано визначення сутності понять «фінансовий ризик» і «управління» вітчизняними та зарубіжними науковцями. Запропоновано авторське визначення поняття «управління фінансовими ризиками підприємства».*

Ключові слова: *підприємство, організація, фінанси, ресурси, прибуток, банкрутство, фінансовий ризик.*

Аннотация. *Проанализированы определения сущности понятий «финансовый риск» и «управление» отечественными и зарубежными учеными. Предложено авторское определение понятия «управление финансовыми рисками предприятия».*

Ключевые слова: *предприятие, организация, финансы, ресурсы, прибыль, банкротство, финансовый риск.*

© Дятченко А. В., 2017

Annotation. *The definitions of the essence of the concepts of «financial risk» and «management» by domestic and foreign scientists are analyzed. The author's definition of the concept of «financial risk management of the enterprise» is proposed.*

Keywords: *enterprise, organization, finances, resources, profit, bankruptcy, financial risk.*

Визначення сутності поняття фінансових ризиків має важливе як теоретичне, так і прикладне значення. Фінансові ризики є необхідними для формування підприємством ефективної системи управління фінансовою безпекою.

Метою написання статті є теоретичне обґрунтування авторського визначення сутності поняття «управління фінансовими ризиками підприємства», що є можливим лише після деталізованого дослідження понять «фінансовий ризик» і «управління» як економічних категорій.

Істотний внесок у дослідження сутності фінансових ризиків зробили Бланк І., Бородина Є., Внукова Н., Говорушко Т., Бабенко В., Масалітіна В., Савченко О., Мельник Л., Райзберг Б., Кузьмін О. та ін.

Науковці Савченко О. та Мельник Л. визначають ризик як ймовірність збитку компанією частини власних ресурсів, недоотримання прибутків у результаті реалізації конкретної виробничої і фінансової діяльності. У своїй роботі Райзберг Б. визначає ризик як загрозу потенційно припустимої втрати ресурсів або недоотримання прибутків у зіставленні з варіантом, розрахованим за розумного використання ресурсів компанії [3]. Такого погляду дотримується і Кузьмін О., характеризуючи ризик як загрозу виникнення непередбачуваних збитків, спричинених зміною умов діяльності чи певними невигідними (несприятливими) ситуаціями [4]. А от Гончаров І. визначає ризик як загрозу невигідного наслідку передбачуваного явища, а варіант позитивного відхилення за сталих вимірювань називає шансом [5].

Відомі вітчизняні науковці Сахарцева І. та Шляга О. бачать у ризику ситуативну характеристику функціонування, що поєднує невизначеність її результату й можливість невигідних ефектів діяльності як наслідок невдачі [6]. Підходи науковців до визначення сутності поняття «фінансовий ризик» подано в табл. 1 [1–12] .

Таблиця 1

Підходи науковців до визначення сутності поняття «фінансовий ризик»

Автор	Визначення
Бородина Є. [7]	Ризик є пов'язаним із недоотриманням певного доходу при фінансових угодах із банками та іншими фінансовими організаціями
Масалітіна В. [8]	Невизначеність, що є пов'язаною з використанням власних і запозичених коштів у процесі фінансування операційної та інвестиційної діяльності підприємства
Внукова Н. [9]	Ризик виникає внаслідок невизначеності фінансових факторів, які за несприятливих умов призведуть до збитків, а у певних випадках – до банкрутства підприємства
Говорушко Т. [10]	Ймовірність зниження очікуваного прибутку, доходу, втрата частини чи всього капіталу за умов невизначеності фінансово-господарської діяльності підприємства
Бабенко В. [11]	Економічна категорія, що відображає існуючу невизначеність і конфліктність, які виникають у процесах створення, розподілу, перерозподілу та споживання доданої вартості й частини національного багатства між суб'єктами економічної діяльності
Бланк І. [12]	Є результатом вибору його власниками альтернативного фінансового рішення, спрямованого на отримання бажаного результату фінансової діяльності за ймовірності понесення фінансових втрат за умов невизначеності
Савченко О. [1], Мельник Л. [2]	Ймовірність втрати компанією частини власних ресурсів, недоотримання прибутків чи появи побічних затрат у результаті реалізації конкретної виробничої та фінансової діяльності
Райзберг Б. [3]	Загроза потенційно припустимої втрати ресурсів або недоотримання прибутків у зіставленні з варіантом, розрахованим за розумного використання ресурсів компанії
Кузьмін О. [4]	Загроза виникнення непередбачуваних збитків, спричинених зміною умов діяльності чи певними невигідними (несприятливими) ситуаціями
Гончаров І. [5]	Загроза невигідного наслідку передбачуваного явища; варіант позитивного відхилення за сталих вимірювань є шансом
Сахарцева І., Шляга О. [6]	Ситуація функціонування, що характеризується невизначеністю її результату й можливістю невигідних ефектів діяльності як наслідок невдачі

Отже, серед дослідників немає єдиної точки зору й однозначного розуміння сутності поняття ризику. Це зумовлено тим, що ризик є багатоаспектним явищем із безліччю незбіжних, інколи протилежних реальних основ, до того ж практично повним ігноруванням його нашим законодавством у реальній економічній практиці й управлінській діяльності. Опрацювання наукових джерел щодо тлумачення фінансового ризику як економічної

категорії дає підстави визначити його як специфічну економічну категорію, яка виникає в процесі господарської діяльності та відображає ймовірність зниження прибутку, втрати капіталу, банкрутства за умови невизначеності фінансових, виробничих та господарських факторів.

Одним з найважливіших функціональних завдань управління фінансами суб'єкта господарювання є управління фінансовими ризиками. Для розуміння сутності поняття управління фінансовими ризиками розглянемо окремо підходи авторів до визначення сутності поняття «управління» (табл. 2) [13–19].

Таблиця 2

Підходи науковців до визначення сутності поняття «управління»

Автор	Визначення
Десятов Т. [13]	Діяльність щодо управління кимось або чимось
Соловйов В.[14]	Цілеспрямований вплив на складну систему
Баєва О.В [15]	Цілеспрямована дія на керований об'єкт з метою зміни його стану
Мільнер Б. [16]	Соціальний феномен, що є характерним абсолютно для всіх сфер людської життєдіяльності: сім'ї, колективу друзів, громадського об'єднання тощо
Урбанович А. [17]	Сукупність структур і людей, що забезпечують використання та координацію всіх ресурсів соціальних систем для досягнення певних цілей
Шепелєва Ю. [18]	Спроможність ефективно застосовувати на практиці теоретичні основи управління, розроблені в межах наукового знання
Фалмер Р. [19]	Безперервний і цілеспрямований процес впливу на керований об'єкт для забезпечення його функціонування й ефективного розвитку; система управління є механізмом, що забезпечує цей процес

Ураховуючи наведені в табл. 2 тлумачення, визначимо управління як сукупність дій, що є спрямованими на досягнення певних цілей. На рис. 1 об'єднано два поняття і подано авторське визначення сутності поняття управління фінансовими ризиками підприємства.

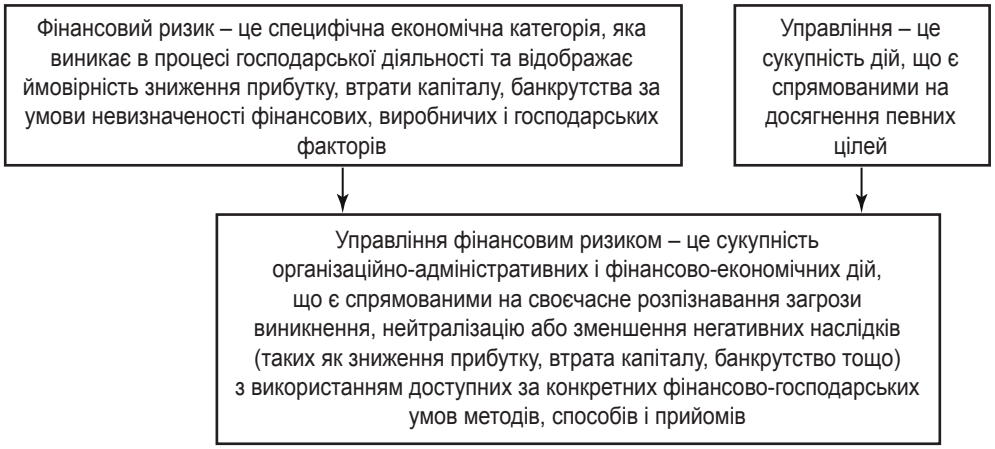


Рис. 1. **Визначення сутності поняття «управління фінансовими ризиками підприємства»**

Таким чином, управління фінансовими ризиками – це сукупність організаційно-адміністративних і фінансово-економічних дій, що є спрямованими на своєчасне розпізнавання загрози виникнення, нейтралізацію або зменшення негативних наслідків (таких як зниження прибутку, втрати капіталу, банкрутства тощо) із застосуванням доступних за конкретних фінансово-господарських умов методів, способів і прийомів.

Науковий керівник – канд. екон. наук, доцент Добринь С. В.

Література: 1. Савченко О. Р. Роль і місце ризик-менеджменту в діяльності підприємств. *Наукові записки ТДПУ ім. В. Гнатюка.* 2003. № 15. С. 155–160. **2.** Мельник Л. Г. Економіка підприємства. Суми : Університетська книга, 2002. 632 с. **3.** Райзберг Б. А. Курс экономики. М. : Инфра-М, 2000. 716 с. **4.** Кузьмін О. Є., Мельник О. Г. Основи менеджменту. Київ : Академвидав, 2013. 416 с. **5. Г**ончаров І. В. Ризик та прийняття управлінських рішень. Харків : НТУ ХПІ, 2002. 160 с. **6.** Сахарцева І. І., Шляга О. В. Ризики економічної діагностики підприємства. Київ : Кондор,

2004. 380 с. **7.** Бородина Е. И., Голикова Ю. С., Колчина Н. В. Финансы предприятий : учебное пособие / под ред. Е. И. Бородиной. М. : Банки и биржи, 1995. 208 с. **8.** Масалітіна В. В. Планування руху грошових коштів в системі управління фінансовими ризиками. Київ : Родовід, 2012. 120 с. **9.** Внукова Н. М., Успаленко В. І., Временко Л. В. Страхування: теорія та практика : навч. посіб. / за заг. ред. Н. М. Внукової. Харків : Бурун Книга, 2004. 377 с. **10.** Говорушко Т. А. Страхові послуги : навч. посіб. Київ : Центр навч. літ., 2005. 400 с. **11.** Бабенко В. Г. Страхування фінансових ризиків як механізм надання гарантій суб'єктам підприємницької діяльності : автореф. дис. ... канд. екон. наук : 08.00.08. Суми : УАБС НБУ, 2011. 21 с. **12.** Бланк И. А. Финансовый менеджмент. Киев : Ника-Центр ; Эльга, 2004. 656 с. **13.** Десятов Т. М., Коберник О. М., Тевлін Б. Л., Чепурна Н. М. Наука управління загальноосвітнім навчальним закладом. Харків : Основа, 2004. 240 с. **14.** Соловйов В. М. Поняття і сутність правового регулювання державного управління в Україні. *Університетські наукові записки.* 2007. № 3 (23). С. 27–33. **15.** Баєва О. В., Згалат-Лозинська Л. О, Фетісова Н. І. Основи менеджменту : навч. посіб. Київ: Центр навч. літ., 2007. 599 с. **16.** Мильнер Б. З. Теория организации: учебник. М. : Инфра-М, 2000. 480 с. **17.** Урбанович А. Л. Психология управления : учебное пособие. Мн. : Харвест, 2003. 329 с. **18.** Шепелева Ю. Е. Муниципальное управление: организационно-правовой аспект. М. : АНО РЖ «Социально-гуманитарные знания», 2005. 354 с. **19.** Фалмер Р. Энциклопедия современного управления. В 5-ти т. Т. 1. М., 1992. 525 с.

ЗАРУБІЖНИЙ ДОСВІД СОЦІАЛЬНОЇ ПОЛІТИКИ ТА ПОБУДОВИ СИСТЕМИ СОЦІАЛЬНОГО ЗАХИСТУ НАСЕЛЕННЯ

УДК 316.334.3

Єрохіна Д. В.

Студент 3 курсу
факультету міжнародних економічних відносин ХНЕУ ім. С. Кузнеця

Анотація. *Узагальнено досвід зарубіжних країн щодо соціальної підтримки населення, зокрема у сфері зайнятості, охорони здоров'я та пенсійного забезпечення.*

Ключові слова: *держава, економіка, суспільство, політика, соціальна політика, соціальний захист, удосконалення системи соціального захисту.*

Аннотация. *Обобщен опыт зарубежных стран касательно социальной поддержки населения, в частности в сфере занятости, здравоохранения и пенсионного обеспечения.*

Ключевые слова: *государство, экономика, общество, политика, социальная политика, социальная защита, совершенствование системы социальной защиты.*

Annotation. *The experience of foreign countries on social support of the population, in particular in the sphere of employment, health care and pensions has been summarized.*

Keywords: *state, economy, society, politics, social policy, social protection, improvement of the social protection system.*

За сучасних економічних умов важливим питанням є побудова ефективної системи соціального захисту населення, спроможної вирішувати нагальні й перманентні соціальні проблеми. Особливо гострим є питання переосмислення соціальної політики в Україні; проблема набуває особливої актуальності через нестабільність соціально-економічного розвитку.

Метою написання статті є аналіз досвіду соціальної політики та побудови системи соціального захисту населення в зарубіжних країнах.

Дослідженням соціальної політики та систем захисту в зарубіжних країнах займаються Коррес Д., Поліхронопулос Д., а в Україні – Глазко Н., Лопушняк Г., Тищенко О. та ін.

© Єрохіна Д. В., 2017

Соціальна політика – це діяльність держави щодо створення та регулювання соціально-економічних умов життя суспільства задля підвищення добробуту його членів, усунення негативних наслідків функціонування ринкових процесів, забезпечення соціальної справедливості та соціально-політичної стабільності у країні.

Соціальний захист є невід'ємною складовою соціальної політики держави, що є відповідальною за добробут, розвиток і безпеку своїх громадян. Це той фактор, від ефективності якого залежить цивілізаційний розвиток будь-якого суспільства. Це певний механізм, за допомогою якого досягається мінімальний життєвий рівень громадян, система заходів і відповідних інститутів, що є призначеними для забезпечення нормального існування людини, підвищення рівня задоволення її соціальних потреб, якості життя та перспектив [1].

У Конституції України соціальний захист громадян визначено як головну функцію держави [2]. За умов економічного спаду система соціального забезпечення, яка була створена ще за радянських часів, виявилася неспроможною захистити найбідніші прошарки населення.

Досвід здійснення соціальної політики в зарубіжних країнах засвідчує, що ці країни пройшли шлях від благодійності у соціальній підтримці населення до формування держави добробуту, яка гарантує своїм громадянам оптимальну систему соціальної безпеки та соціального захисту. Україна поки що перебуває на шляху пошуків і помилок у відпрацьовуванні власної моделі соціального захисту, стратегії й тактики її здійснення.

Залежно від співвідношення різних елементів у загальній структурі системи соціального захисту виділяють різні його моделі. Оскільки в основному завжди переважали два елементи – державне соціальне забезпечення та соціальне страхування, то і моделі мають назву універсальної (фінансується з державного бюджету) та страхової.

Основними перевагами універсальної моделі соціального захисту є досягнення соціальної справедливості в суспільстві, скорочення нерівності в розподілі соціальних та економічних ресурсів шляхом абсолютного зменшення різниці в статусі та доходах. За такого підходу держава гарантує визначений рівень доходів і соціальних послуг незалежно від особистого трудового внеску. У забезпеченні потреб найменш захищених верств населення переважають методи прямого перерозподілу через податкову систему та бюджет. Спостерігається тенденція до посилення ролі приватних і регіональних (муніципальних) служб соціального забезпечення для надання адресної допомоги. Витрати на соціальні послуги розглядаються як інвестиції у людський капітал. Майбутнє цієї моделі визначає глибоке усвідомлення того, що люди можуть власною працею поліпшити свій добробут [3].

Страхова модель соціального захисту є заснованою на системі соціального страхування з пайовим відрахуванням внесків працюючими громадянами та роботодавцями. Боротьба з бідністю поєднується з підтримкою високих стандартів життя всіх членів суспільства. Метою соціальної політики за такого підходу є забезпечення рівних можливостей, надання однакових шансів усім у досягненні соціального статусу, відповідного особистості кожного. Держава не несе відповідальності за соціальну перспективу громадян, але створює їм необхідні для цього економічні, правові й культурні умови [3].

Так, універсальна модель соціального захисту найбільш розвинена в Австралії, Данії та Новій Зеландії, де соціальне забезпечення в переважній більшості гарантовано державою. У таких країнах, як Німеччина, Бельгія, Австрія, Італія, Іспанія, Греція соціальний захист є здійснюваним через систему соціального страхування, тобто в них діє страхова модель соціального захисту.

У системі соціального захисту Швеції, Фінляндії та Норвегії вдало поєднуються державне соціальне забезпечення та соціальне страхування. Вона характеризується акумулюванням у руках держави значних фінансових ресурсів, домінуванням ідеї рівності та солідарності у здійсненні соціальної політики, профілактичними заходами у сфері зайнятості, жорсткою політикою доходів, високим рівнем соціального захисту населення, що є забезпечуваним переважно за державні кошти. Тут соціальна політика є тісно пов'язаною з державним регулюванням економіки, яке має чітко виражену соціальну спрямованість, тобто соціальна політика є метою економічної діяльності держави.

Для Великої Британії, Ірландії, Канади характерним є регулювання соціальних процесів з боку держави, проте нижчий, ніж в універсальній моделі, рівень оподаткування та перерозподіл валового внутрішнього продукту через державний бюджет. Крім того, має місце приблизно рівний розподіл витрат на соціальне забезпечення між державою та приватним сектором і пасивна державна політика на ринку праці.

Залучення до системи соціального захисту нових елементів, які є додатковими колективними чи індивідуальними формами захисту, змінює раніше створені стереотипи, передусім це стосується США та Японії. Низький рівень і обмежене поширення обов'язкових соціальних виплат стали передумовою посиленого розвитку добровільних форм соціального захисту. Лише у сфері страхуванні життя як Японія, так і США щорічно збирають стільки ж страхових премій, скільки всі країни Європейського Союзу, разом узяті. Тому за сучасних умов системи соціального захисту цих країн більше відповідають моделі корпоративного чи індивідуального захисту, ніж традиційним універсальним і страховим моделям.

На сьогодні соціальне страхування залишається найпоширенішим і найвагомішим елементом системи соціального захисту більшості держав світу. В європейській економічній зоні обсяг коштів, які щорічно проходять

через механізм соціального страхування, удвічі перевищує асигнування державного бюджету й утричі – надходження на додатковий захист. Заслуговує уваги шведський варіант державного соціального захисту, основним елементом якого є соціальне страхування. Основною особливістю соціального страхування є універсальність, тобто ним охоплений кожний житель Швеції, незалежно від роду занять. Такий стан справ у Швеції називають загальною соціальною політикою [4].

Після підписання угоди про асоціацію України з Європейським Союзом урахування досвіду країн Європейського Союзу має позитивно вплинути на розробку ефективної соціальної політики в нашій державі.

У листопаді 1997 р. Радою Європи була започаткована Стратегія підвищення рівня зайнятості в країнах – членах Європейського Союзу. Пріоритетними напрямами в галузі зайнятості є створення нових робочих місць на малих і середніх підприємствах, застосовують при цьому як пасивні, так і активні програми політики зайнятості.

Задля подолання проблем на ринку праці, а також втілення інших пріоритетів соціальної політики у червні 2000 р. країнами Європейського Союзу була прийнята нова соціальна програма.

Засобами забезпечення соціальної програми у сфері зайнятості є:

– підвищення кваліфікації людей, інвестування у навчальний процес (навчання протягом усього життя), використання найновіших технологій;

– сприяння підприємництву як засобу створення нових робочих місць за допомогою формування сприятливих умов для започаткування й розвитку нових видів підприємництва;

– створення сприятливих умов для розвитку бізнесу у сфері послуг [5].

У Франції розпочалося реформування ринку праці: знижено податки на заробітну плату деяких категорій робітників, в Іспанії запроваджено механізм індексації заробітної плати.

Як відомо, системи фінансування охорони здоров'я в Європі поділяються на два основна типи:

– фінансування за рахунок коштів бюджету та надання послуг державними медичними закладами (Велика Британія, скандинавські та південно-європейські країни);

– фінансування за рахунок фондів медичного страхування та надання послуг як державними, так і приватними закладами (Франція та Німеччина) [6].

Усі європейські країни стикаються з проблемою зростання витрат, зумовлених старінням населення, технологічним прогресом і зростанням громадських очікувань. Однак, шляхи розв'язання проблеми у різних типах систем охорони здоров'я різні. Витрати в державних медичних закладах стримуються шляхом ненадання медичних послуг вищого рівня й утворення черг на проведення медичних заходів. Системи медичного страхування мають меншу спроможність опиратися підвищенню вартості лікування, оскільки страхові фонди укладають угоди з асоціаціями лікарів і медичними закладами. Тому способом розв'язання проблеми є встановлення верхньої межі витрат і плати за медичні послуги, а також активізація конкуренції серед їх надавачів.

У загальній системі соціального захисту та забезпеченні стимулів до праці особливу роль відіграє пенсійне забезпечення. У всіх країнах Європейського Союзу існують державні пенсії та додаткові гарантовані доходи для людей похилого віку, хоча їхній рівень широко диференціюється у різних країнах Європейського Союзу. Уряди країн Європейського Союзу надають перевагу частковим реформам, у тому числі із заміною залежності пенсійних виплат від валового на чистий заробіток, зростання пенсійного віку, запровадження накопичувального елемента та, що є особливо цікавим, перехід від системи визначених витрат до системи визначених внесків [7].

Незважаючи на існування складної системи соціального захисту, надання допомоги різних типів, домінуючою нормою в країнах Європейського Союзу є те, що молодь і населення середнього віку, а останнім часом також і жінки, для одержання допомоги мають бути активними на ринку праці. Вищий рівень допомоги і більша тривалість виплати зменшують бажання у працівників шукати роботу чи прийняти пропозицію працювати, а це не сприяє скороченню кількості безробітних.

Таким чином, розглянувши особливості соціального захисту в провідних зарубіжних країнах, можемо констатувати, що в основі соціальної політики цих країн – людиноцентриська ідея, коли функціонування всього державного механізму спрямовано на покращення добробуту людини. Така політика сприяє дієвій реалізації соціального забезпечення всіх членів суспільства, регулює стан ринку праці, є ефективним стабілізатором соціальної ситуації в країні.

Науковий керівник – канд. екон. наук, доцент Аграмакова Н. В.

Література: 1. Назарова Г. В. Економіка праці та соціально-трудові відносини : навч. посіб. / за ред. Г. В. Назарової. Київ : Знання, 2012. 574 с. **2.** Конституція України : Закон України від 28.06.1996 № 254к/96-ВР // База даних

«Законодавство України» / Верховна Рада України. URL: http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/254%D0%BA/96-%D0%B2%D1%80. **3.** Глазко Н. Д. Зарубіжний досвід забезпечення соціальної сфери. *Ефективна економіка*. URL: http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=3059. **4.** Борисюк О. В. Імплементація зарубіжних моделей соціального страхування до вітчизняних реалій. *Молодий вчений.* 2017. № 4. С. 5–8. **5.** Тищенко О. В. Досвід соціального забезпечення населення в провідних країнах Європейського Союзу. *Науковий вісник Херсонського державного університету.* 2015. № 2. С. 76–81. **6.** Шевченко М. В., Карамзіна Л. А., Дорошенко О. О. Фінансування системи охорони здоров'я: зарубіжний та вітчизняний досвід. *Україна. Здоров'я нації.* 2012. № 2 (22). С. 97–100. **7**. Сазонець О. М. Європейські пріоритети у реформуванні пенсійної системи на Україні. *Ефективна економіка.* URL: http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=3591.

МЕТОДИЧНИЙ ПІДХІД ДО ВИЯВЛЕННЯ ФАКТОРІВ ВПЛИВУ НА РІВЕНЬ ФІНАНСОВОЇ БЕЗПЕКИ ПІДПРИЄМСТВА

УДК 005.585:[658.15+65.012.8]

Єфанов М. С.

Магістрант 2 року навчання
фінансового факультету ХНЕУ ім. С. Кузнеця

Анотація. *Розглянуто роль і місце фінансової безпеки в системі управління підприємством. Виявлено фактори, що визначають рівень фінансової безпеки підприємства. Проведено оцінювання рівня фінансової безпеки із застосуванням багатовимірного статистичного методу факторного аналізу.*

Ключові слова: *економіка, підприємство, організація, фінанси, фінансова безпека, факторний аналіз, кластерний аналіз, дискримінантний аналіз.*

Аннотация. *Рассмотрены роль и место финансовой безопасности в системе управления предприятием. Выявлены факторы, определяющие уровень финансовой безопасности предприятия. Проведена оценка уровня финансовой безопасности с применением многомерного статистического метода факторного анализа.*

Ключевые слова: *экономика, предприятие, организация, финансы, финансовая безопасность, факторный анализ, кластерный анализ, дискриминантный анализ.*

Annotation. *The role and place of financial security in the enterprise management system is considered. Factors determining the level of financial security of the enterprise are revealed. The level of financial security was assessed using a multivariate statistical method of factor analysis.*

Keywords: *economy, enterprise, organization, finance, financial security, factor analysis, cluster analysis, discriminate analysis.*

Сучасними умовами функціонування підприємств: посиленням конкуренції, дефіцитом фінансових ресурсів, наявністю значної кількості наявних і потенційних загроз, недосконалістю фінансової політики та неефективністю фінансового менеджменту – зумовлено потребу в розробці прогресивних способів і методів управління підприємствами, за яких зміна факторів навколишнього середовища не впливатиме суттєво на їх економічну діяльність.

Недостатня увага до ролі та місця фінансової безпеки в системі управління підприємством спричиняє виникнення кризових явищ, зменшення рівня ліквідності та платоспроможності, ускладнює процес прийняття ефективних управлінських рішень, не дає змоги забезпечити відповідний рівень їх економічного зростання. З огляду на це актуальними є наукові дослідження Кизима М. О., Шияна Д. В., Єрмошенко М. М. щодо розробки

© Єфанов М. С., 2017

й упровадження ефективної системи управління фінансовою безпекою, яка дозволить реалізувати комплекс заходів, що є спрямованими на захист від внутрішніх і зовнішніх ризиків.

Важливим є те, що саме завдяки запровадженню системи діагностування підприємство спроможне забезпечити зворотний зв'язок у процесі реалізації управлінських рішень. Сучасні науковці визначають діагностування фінансової безпеки підприємства як складову процесу відповідного управління, що передбачає оцінювання стану, величини відхилення від оптимального рівня, аналіз причин виникнення таких відхилень і розробку заходів щодо забезпечення необхідного рівня фінансової безпеки суб'єктів господарювання [1–5].

Узагальнення результатів дослідження наукових робіт дає змогу констатувати, що більшість методик ґрунтуються на принципах порівняння розрахованих значень коефіцієнтів із установленими нормативами, які були визначені науковцями, але, як підтверджує практика, не враховують особливості функціонування вітчизняних підприємств. У зв'язку із цим нині в Україні одним з актуальних завдань є розробка сучасних методологічних підходів до визначення рівня фінансової безпеки підприємства.

В економічних дослідженнях досить корисними є багатовимірні статистичні методи, які серед безлічі можливих ймовірнісних статистичних моделей дають змогу обґрунтовано вибрати ту, що найкраще відповідає початковим статистичним даним, які характеризують реальну поведінку досліджуваної сукупності об'єктів, оцінити надійність і точність висновків, зроблених на підставі обмеженого статистичного матеріалу. Серед багатовимірних статистичних методів найпоширенішими є факторний, кластерний і дискримінантний аналіз.

Метою написання статті є оцінювання рівня фінансової безпеки через проведення факторного аналізу для виявлення впливу факторів на діяльність підприємства.

Для проведення оцінювання рівня фінансової безпеки було використано багатовимірний статистичний метод факторного аналізу задля виявлення прихованих залежностей між показниками, які різнобічно характеризують фінансову безпеку та мають різну природу, зведення їх множини до меншої кількості. Застосування цього методу дозволить за допомогою нових найбільш важливих характеристик пояснювати значну частину варіації у значеннях аналізованих даних.

Проведення факторного аналізу здійснюють у кілька етапів. На першому етапі формують систему первісних показників, що охоплює основні складові забезпечення належного рівня фінансової безпеки підприємства, й обирають об'єкти дослідження. Як первісні показники розглядатимемо фінансові показники, які було запропоновано для оцінювання фінансової безпеки Білошицьким О. В.: коефіцієнт швидкої ліквідності, частку найбільш ліквідних активів у загальному обсязі активів, поточну платоспроможність, абсолютну ліквідність, коефіцієнт фінансової автономії, коефіцієнт маневреності власного капіталу, коефіцієнт фінансового ризику, достатність маржі платоспроможності, рівень покриття зобов'язань, рівень витрат, комбінований показник збитковості.

Об'єктами дослідження було обрано десять підприємств, які мають подібне становище на ринку порівняно із аналізованим; дані розглядатимемо за три роки, з 2014 р. до 2016 р.

Важливим з огляду на коректність результатів факторного аналізу є перевищення вдвічі кількості спостережень за кожним показником кількості показників, тобто кількість значень кожного показника має вдвічі перевищувати кількість використовуваних показників. У нашому дослідженні це правило витримане: кожний із 12 показників характеризується 30 спостереженнями (потрібно хоча б 26).

Факторний аналіз за предметом дослідження проводитиметься із застосуванням сформованої бази в пакеті прикладних програм Statgraphics Centurion. Після проведення процедури факторного аналізу отримано такі результати (табл. 1) [1–4].

Таблиця 1

Узагальнений результат факторного аналізу фінансової безпеки підприємств

Factor Number	Eigenvalue	Percent of Variance	Cumulative Percentage
1	3,63232	30,269	30,269
2	2,84063	23,672	53,941
3	2,33142	19,429	73,370
4	1,66757	13,896	87,266
5	0,692282	5,769	93,035
6	0,376732	3,139	96,175
7	0,215561	1,796	97,971
8	0,193799	1,615	99,586
9	0,0412052	0,343	99,929
10	0,00508165	0,042	99,972
11	0,00339552	0,028	100,000

Після аналізу даних (табл. 1) зауважимо, що кількість факторів є визначуваною величиною накопиченої дисперсії. Достатнім вважають значення накопиченої дисперсії, що перевищує 70 %. Це означає, що утворені фактори дійсно пояснюють 70 % мінливості досліджуваного процесу або явища, а 30 % є поясненими іншими факторами; отже, чотири фактори є узагальнюючими характеристиками (складовими) фінансової безпеки підприємства. Структуру цих факторів, тобто склад показників, що увійшли до кожного з них, подано в табл. 2 [1–4].

Таблиця 2

Результати факторного аналізу фінансової безпеки підприємства

Показник	Factor	Factor	Factor	Factor
Абсолютна ліквідність	0,983335	-0,119722	-0,0544529	0,0182963
Достатність маржі платоспроможності	-0,123142	-0,0401524	-0,488078	0,734451
Коефіцієнт фінансової автономії	0,183954	-0,94631	-0,0504827	-0,125722
Коефіцієнт маневреності власного капіталу	-0,00100319	-0,416642	0,201577	0,813903
Коефіцієнт фінансового ризику	-0,0830908	0,949408	-0,0279564	0,0879465
Коефіцієнт швидкої ліквідності	0,98743	-0,115081	-0,0493555	-0,0286558
Поточна платність	0,987433	-0,11508	-0,0493207	-0,0286307
Рівень витрат	-0,0386421	0,032673	0,979855	-0,0456097
Рівень покриття	-0,11276	0,861104	-0,0815097	-0,222079
Частка ліквідних активів	-0,121558	0,1961	-0,027956	0,862263

Для інтерпретації отриманих результатів необхідно проаналізувати стовпчики табл. 2, значення яких відображають навантаження відповідного фактора на кожний із показників відповідно за рядками. Вважають, що показник увійшов до фактора, якщо відповідне навантаження перевищує 0,70. Таке навантаження вважають вагомим, або значущим.

Аналіз та узагальнення даних табл. 2 дає змогу зробити такі висновки. До першого фактора увійшли показники абсолютної, швидкої та поточної ліквідності із навантаженням 0,983, 0987 та 0,987 відповідно. Отже, спроможність забезпечувати своєчасне перетворення активів на гроші для виконання із мінімальними затратами зобов'язань, що виникли, має першочергове значення у забезпеченні фінансової безпеки. В основі можливості такого перетворення лежать узгодженість руху активів і пасивів компанії. Це дає змогу інтерпретувати перший фактор як фактор ліквідності. Недостатня ліквідність може спричинити неочікуваний дефіцит платіжних засобів, який покривається шляхом збільшення затрат, що призводить до зменшення прибутковості або неплатоспроможності підприємства. Ризик ліквідності стосується неспроможності реалізувати активи для погашення зобов'язань точно на момент настання терміну погашення. Фундаментальним є розуміння того, чи достатньо потоків грошових коштів, що отримує підприємство, для виконання зобов'язань.

Структуру другого фактора визначають коефіцієнти фінансового ризику, автономії та покриття, а також рівень покриття резервів власним капіталом із навантаженням 0,949, –0,946 та 0,861 відповідно. Аналізуючи отримані значення навантажень коефіцієнтів, необхідно звернути увагу на те, що питання, якими показниками має вимірюватися якість капіталу, є дискусійним і на нього поки що немає одностайної відповіді ані в Україні, ані в країнах Європейського Союзу. За рахунок резервів має бути профінансована більша половина активів, для вітчизняних компаній ця частка має становити 65–70 %. Оскільки основу фінансового потенціалу становлять резерви, а не власний капітал, це пояснює від'ємне значення навантаження показника автономії. Збільшення обсягів сформованих резервів свідчить про посилення фінансової стійкості. Більше того, зважена політика управління резервами є вагомим фактором забезпечення ефективності діяльності, оскільки за рахунок ефективного розміщення резервних фондів досягається додатне значення результату фінансової діяльності. Отже, другий фактор можна інтерпретувати як якість структури джерел фінансування.

До третього фактора увійшли показники збитковості та витрат; навантаження цих показників у факторі становить 0,972 та 0,980. Слід звернути увагу, що ці показники дають змогу оцінити не лише витратність і збитковість операцій, а й ефективність політики управління, оскільки в процесі розрахунку не беруть до уваги участь у отриманих платежах і здійснених виплатах. Тому третій фактор доцільно інтерпретувати як ефективність операцій.

Четвертий фактор визначають показники достатності маржі платоспроможності з навантаженням 0,734, коефіцієнт маневреності – 0,813 та частка ліквідних активів – 0,862. Ці показники характеризують спроможність підприємства виконувати свої зобов'язання за договорами за допомогою власних ліквідних активів на даний момент часу. Четвертий фактор можна тлумачити як фактор платоспроможності.

Таким чином, фінансова безпека підприємства на 87 % залежить від чотирьох факторів: ліквідності, якості структури джерел фінансування, ефективності операцій і платоспроможності.

Науковий керівник – канд. екон. наук, доцент Голофаєва І. П.

Література: 1. Дацько О. М. Поняття фінансової безпеки розвитку підприємства. *Економіка розвитку.* 2005. № 2. С. 135–138. **2.** Єрмошенко М. М. Фінансова безпека держави: національні інтереси, реальні загрози, стратегія забезпечення. Київ : КНТЕУ, 2000. 310 с. **3.** Кизим М. О., Забродський В. А., Зінченко В. А. Оцінка і діагностика фінансової стійкості підприємства : монографія. Харків : ІНЖЕК, 2003. 144 с. **4.** Козаченко Г. В., Пономарьов В. П., Ляшенко О. М. Економічна безпека підприємства: сутність та механізм забезпечення : монографія. Київ : Лібра, 2003. 280 с. **5.** Шиян Д. В., Строченко Н. І. Фінансовий аналіз : навч. посіб. Київ : А. С. К., 2004. 230 с.

ОСОБЛИВОСТІ ВДОСКОНАЛЕННЯ СИСТЕМИ АУДИТУ ПЕРСОНАЛУ НА ПІДПРИЄМСТВІ

УДК 658.6

Єфремова О. О.

Магістрант 1 року навчання
факультету економіки і права ХНЕУ ім. С. Кузнеця

Анотація. *Розглянуто особливості аудиту персоналу підприємства. Подано оцінку ефективності аудиту персоналу в Україні. Запропоновано напрями вдосконалення аудиту персоналу.*

Ключові слова: *підприємство, організація, фінанси, право на працю, персонал, показники оцінки персоналу, аудит персоналу, система аудиту персоналу.*

Аннотация. *Рассмотрены особенности аудита персонала предприятия. Дана оценка эффективности аудита персонала в Украине. Предложены направления совершенствования аудита персонала.*

Ключевые слова: *предприятие, организация, финансы, право на труд, персонал, показатели оценки персонала, аудит персонала, система аудита персонала.*

Annotation. *Features of audit of the personnel of the enterprise are considered. Evaluation of the effectiveness of personnel audit in Ukraine is given. Suggestions for improving the audit of personnel.*

Keywords: *enterprise, organization, finances, labor right, personnel, personnel assessment indicators, personnel audit, personnel audit system.*

За сучасних економічних умов вітчизняний менеджмент персоналу стикається із певними складнощі: інформація для прийняття управлінських рішень часто є сильно фрагментованою, неповною, суперечливою, а нерідко й неправдивою через упередженість джерел інформації, а також навмисну дезінформацію. Сильно тисне і нестабільне навколишнє середовище. Чимало пересічних українців переосмислили своє світосприйняття, свою роль у суспільстві, у тому числі й у трудовому колективі. Вони вже ставляться інакше як до свого безпосереднього керівництва на роботі, так і до виконання своїх обов'язків на робочому місці. Урахування цього вимагає від менеджера з персоналу знання й розуміння не лише економічних законів чи постулатів менеджменту, а і базових основ таких неекономічних наук, як психологія, логіка, філософія, соціологія тощо. Завдає шкоди й мобілізація до лав Збройних Сил України, спроможна вирвати з трудового колективу нерідко найцінніші кадри. За таких умов менеджеру конче необхідний помічник – фахівець з аудиту персоналу.

© Єфремова О. О., 2017

За сучасних умов розвитку якісна робота персоналу будь-якого підприємства є одним із ключових аспектів ефективної діяльності. Аудит персоналу організації дає змогу виявити напрямки підвищення ефективності використання трудових ресурсів, а від цього багато в чому залежать важливі показники: обсяг виробництва продукції, рівень собівартості та якості виготовлюваної продукції, фінансовий результат, а як підсумок і економічний потенціал суб'єкта господарювання.

Дослідженням проблемних питань удосконалення аудиту персоналу займалися Хмелевський С. М., Писаревська Г. І., Лебединська О. С., Совершенна І. О., Назарова Г. В., Андрєєв В. Д. та ін.

Метою написання статті є обґрунтування напрямів удосконалення системи аудиту персоналу в Україні.

Під аудитом персоналу розуміють систему консультаційної підтримки, аналітичного оцінювання та незалежної експертизи кадрового потенціалу суб'єкта господарювання, що дає змогу виявити його відповідність цілям і стратегії розвитку. Цей вид аудиту має систему спеціальних інструментів зі збирання інформації, її аналізу й оцінювання на цій основі ефективності використання персоналу та його впливу на загальні результати господарської діяльності. Основне завдання аудиту персоналу полягає у виявленні проблем, що є пов'язаними із людськими ресурсами підприємства (установи, організації), розробці напрямів їх ефективного вирішення.

Необхідність аудиту персоналу є обумовленою високою плинністю кадрів на підприємстві, значними втратами робочого часу, необхідністю проведення атестації персоналу та запровадження нових посадових інструкцій, реорганізації підприємства.

Основними об'єктами аудиту персоналу є система управління персоналом і кадрова політика підприємства, організаційна структура підприємства та його кадровий потенціал [2].

Під час аудиторської перевірки мають бути вивчені не тільки кількісні та якісні характеристики персоналу, але й увесь спектр функцій управління персоналом, за допомогою яких досягається забезпечення інтересів організації [3].

У практиці вітчизняних консалтингових компаній, які надають такі послуги, найбільш поширені методи мінімального та розширеного кадрового аудиту. Під мінімальним кадровим аудитом (або експрес-аудитом) розуміють аудит персоналу компанії, найчастіше керівників середньої й вищої ланки, або будь-якого її підрозділу, для визначення відповідності персоналу стратегічним цілям компанії. Розширений кадровий аудит – це аудит персоналу та системи управління персоналом у цілому.

Процедура аудиту не повинна сприйматися як якась загроза для колективу, що порушує організацію роботи. «Увійти» в загальну систему кадрової роботи потрібно в такий спосіб, щоб аудит став додатковим фактором стабільності [4].

Кадрове оцінювання не повинне мати одноразовий характер. Це багатоступенева поетапна система кадрової роботи, що охоплює всі стадії кадрового циклу. При прийомі на роботу нового співробітника необхідно оцінити спроможність здобувача влитися в колектив, адаптуватися до соціально-психологічних умов, сформованих у ньому, пристосуватися до системи комунікативних зв'язків, установлених у організації. Необхідно з'ясувати реальний кваліфікаційний рівень працівника, наскільки він відповідає вимогам; чи правильно фахівець розуміє завдання, що ставить перед ним керівництво організації; спрогнозувати те місце, яке посідатиме претендент у соціальній структурі; чи не стане його поява через особистісні якості потенційно нового члена трудового колективу дестабілізуючим фактором. За умови підвищення, просування або функціонального переміщення необхідно оцінити рівень підготовки кандидата, його спроможність до виконання нових функціональних обов'язків. Не слід до того ж забувати про необхідність заповнення посади, щоб не ставити під загрозу керованість персоналу організації. У разі проведення навчання, підготовки або перепідготовки необхідно оцінити рівень професійної компетенції; скласти перелік знань і навичок, якими необхідно оволодіти; виявити стереотипи мислення, що заважають ефективно працювати або керувати; а також визначити напрямки, за якими мають відбуватися навчання й розвиток. Кадровий аудит має дати відповідь на запитання: якою є поточна ситуація і в чому невідповідність із тим, як має бути.

Аналізуючи кадрову політику підприємства, аудитори розглядають її відповідність офіційним цілям і загальним завданням розвитку підприємства, оцінюють, чи не є цей документ формальним. Це важливо, оскільки формально складений документ не може бути інструментом управління. Практика кадрового аудиту засвідчує, що більшість сучасних підприємств не мають чітко сформульованої стратегії розвитку та кадрової політики, що їй відповідає [5].

Таким чином, основною проблемою аудиту персоналу є наявність елементів суб'єктивізму через вплив людського фактора. Тому провідним завданням удосконалення системи аудиту персоналу має стати його інформатизація та підвищення технічного оснащення перевірки. За часів інформатизації суспільства цей напрямок розвитку є досить перспективним. Крім того, такі дії дають змогу протидіяти впливу людського фактора і зроблять аудит персоналу об'єктивнішим. Таким нововведенням може стати система, яка на основі введених даних про об'єкти аудиту самостійно формує аудиторський висновок. Отже, аудит персоналу, як і більшість інших видів

діяльності, має прямувати до інформатизації й оновлення, щоб за умов швидкого розвитку суспільства залишатися неупередженим. Напрямами подальших досліджень має стати розробка практичних рекомендацій щодо вдосконалення системи сучасного аудиту персоналу.

Науковий керівник – канд. екон. наук, доцент Писаревська Г. І.

Література: 1. Хмелевський С. М. Аудит персоналу: неекономічні аспекти. URL: http://global-national.in.ua/archive/3-2015/97.pdf. **2.** Писаревська Г. І. Формування системи аудиту персоналу на підприємстві. URL: http://www.ej.kherson.ua/journal/economic_13/163.pdf. **3.** Лебединська О. С. Зміст аудиту персоналу в системі аудиторських перевірок. URL: http://dspace.nbuv.gov.ua/bitstream/handle/123456789/97988/68-Lebedynska.pdf. **4.** Совершенна І. О. Кадровий аудит як інструмент підвищення результативності менеджменту і розвитку організації. *Економіка та управління підприємствами машинобудівної галузі.* 2013. № 1. С. 31–41. **5.** Кадровий аудит у допомогу керівнику. URL: http://www.profiz.ru/kr/2_2003/1110.

ПРОБЛЕМИ Й ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ РЕКРУТИНГУ ПЕРСОНАЛУ В УКРАЇНІ

УДК 331.108.2

Єфремова О. О.

Магістрант 1 року навчання
факультету економіки і права ХНЕУ ім. С. Кузнеця

Анотація. *Проаналізовано погляди науковців щодо сутності поняття «рекрутинг персоналу», запропоновано власне визначення. Досліджено основні проблеми у сфері рекрутингу персоналу. Запропоновано шляхи розвитку рекрутингу персоналу на сучасних вітчизняних підприємствах.*

Ключові слова: *підприємство, організація, фінанси, право на працю, кандидат, співробітник, персонал, рекрутинг, хедхантинг, адаптація.*

Аннотация. *Проанализированы точки зрения ученых о сущности понятия «рекрутинг персонала», предложено собственное определение. Исследованы основные проблемы в сфере рекрутинга персонала. Предложены пути развития рекрутинга персонала на современных отечественных предприятиях.*

Ключевые слова: *предприятие, организация, финансы, право на труд, кандидат, сотрудник, персонал, рекрутинг, хедхантинг, адаптация.*

Annotation. *The views of scientists on the essence of the concept of «personnel recruiting» have been analyzed, and a definition has been proposed. The main problems in the field of personnel recruiting were investigated. The ways of recruiting personnel development at modern domestic enterprises are suggested.*

Keywords: *enterprise, organization, finance, right to work, candidate employee, personnel, recruiting, headhunting, adaptation.*

За сучасних умов розвинених ринкових відносин на ринку праці існує велика кількість агентств, центрів зайнятості та інших організацій, які допомагають робітникам знайти потрібну компанію з прийнятними умовами праці. Внутрішньофірмове навчання не дозволяє вирішити проблему, оскільки більшості компаній фахівці потрібні «тут і зараз». Пошук резюме відповідних фахівців, первинний відбір і співбесіда – усе це потребує чимало часу, а головне – зусиль, які за неефективної методики підбору спеціалістів можуть не виправдати себе. Альтерна-

© Єфремова О. О., 2017

тивою самостійному пошуку необхідного кадрового потенціалу організації є рекрутингові агентства, працівники яких займаються пошуком та оцінюванням кандидатів.

Рекрутинг як вид підприємницької діяльності виник в Україні порівняно недавно та продовжує розвиватися, оскільки є доволі стійким до кризових явищ через зростаючу потребу у висококваліфікованих кадрах, навіть за складних економічних умов.

Дослідженням рекрутингу персоналу займалися Бакірова Г. Х., Іванісов О. В., Качан К. П., Науменко Л. М., Писаревська Г. І., Шпакович К. О., Галаз Р. І. та ін.

Метою написання статті є визначення проблем у сфері рекрутингу персоналу та розробка шляхів їх ефективного вирішення.

Завдання дослідження – розглянути та проаналізувати сутність поняття «рекрутинг персоналу» та систематизувати інформацію у вигляді авторського визначення; окреслити проблеми у сфері рекрутингу персоналу в Україні, а також виявити основні шляхи розвитку рекрутингу персоналу в Україні. Об'єктом дослідження є рекрутинг персоналу. Предметом дослідження є соціально-економічні відносини, що формуються в сфері рекрутингу.

Для забезпечення безперебійного процесу виробництва необхідно досягати відповідності між потребою в персоналі та його кількістю. Для цього на підприємстві здійснюється рекрутинг персоналу, що передбачає заповнення вакантної посади новим працівником за заданими параметрами.

Сутність поняття рекрутингу персоналу різні автори визначають по-різному. Для систематизації накопиченої інформації проаналізуємо визначення деяких науковців. Так, Науменко Л. М. розглядає рекрутинг персоналу як пошук і підбір кваліфікованих фахівців на платній основі; при цьому автор не визначає основної мети рекрутингу [6]. Шпакович К. О. визначає рекрутинг персоналу як діяльність зі створення умов для заповнення вакансій (вакантних робочих місць) у компанії-замовника (роботодавця) компетентними фахівцями, які відповідають своїми якостями вимогам замовника [12].

Писаревська Г. І. вважає, що рекрутинг персоналу є технологією підбору персоналу із зовнішніх джерел шляхом активного залучення потенційних кандидатів для задоволення рекрутинговими агенціями потреб підприємств [7].

Галаз Р. І. вказує на те, що це перший етап процесу заповнення вакансій, що передбачає вивчення характеристик вакантного місця, розгляд умов залучення відповідних кандидатур, установлення контактів з претендентами, отримання від них заповненої анкети претендента на роботу, процес вивчення психологічних і професійних якостей працівника для переведення його до виконання обов'язків на певному робочому місці або посаді та вибору із сукупності претендентів найбільш відповідних із урахуванням відповідності їх кваліфікації, спеціальності, особистісних якостей і здібностей характеру діяльності, інтересам організації та його самого [2].

Пул М. визначає рекрутинг як здійснення процедури залучення та первинного підбору, глибший відбір, який здійснює організація, у тому числі в період здійснення процедури зволікання та первинного відбору, часто в період випробувального терміну [8]. Бакірова Г. Х. визначає рекрутинг персоналу як процес створення бази даних про працівників потрібної кваліфікації для задоволення потреб організації в персоналі [1]. Качан К. П. вважає, що це двосторонній процес залучення й утримання персоналу; автор не визначає жодних особливостей такого способу набору персоналу [4].

Різноманітність методологічних підходів до визначення рекрутингу персоналу не дає змогу встановити єдину сутність цього поняття, склад його елементів. Різне розуміння одного й того самого явища суб'єктами ринку за їх спільної діяльності може перешкоджати узгодженості дій.

На основі систематизації та доповнення інформації пропонуємо визначати рекрутинг персоналу як технологію підбору персоналу, що передбачає заповнення вакансій у компанії-замовника кваліфікованими фахівцями з відповідними характеристиками на платній основі.

Мета рекрутингу – знайти кращих кандидатів на конкретну вакансію. Основні завдання рекрутингу – визначити потреби клієнта (детальне опрацьовування й правильне формулювання замовлення на цільовий пошук); проаналізувати інформацію (аналіз компаній певного сектора ринку, дослідження поточної ситуації в цих компаніях, вивчення професійного рівня фахівців, аналіз заробітної плати фахівців такого рівня, список потенційно цікавих кандидатів); відібрати кращих претендентів (використання особистих зв'язків і комунікацій, а також рекомендацій, соціальні мережі, форуми, проведення інтерв'ю з колегами й підлеглими потенційного кандидата, отримання прямих контактів, бази даних); представити кандидата (за результатами розгляду звіту проводиться відбір кандидатур і організовується інтерв'ю з кандидатами в компанії); рекрутер має виступати арбітром і консультантом (підібравши кандидата, консультант повинен «вести» фахівця до закінчення «гарантійного» терміну, а для подібних проектів це мінімум шість місяців, а часто і рік, виступати арбітром і консультантом для обох сторін, допомагати знаходити вирішення проблем, що виникають, і локальних конфліктів, які неминучі на перших етапах роботи) [3].

Рекрутмент у всьому світі розвивається бурхливо, особливо в країнах із ефективною економікою. На ринку виділяються лідери, які виконують до 30 % світового обсягу послуг, а регіонами, де галузь найсильніше розвивається, є Європа (40 % ринку) і Північна Америка (30 % ринку). Важливим питанням у процесі розгляду нового напрямку при підборі й оцінюванні персоналу є оплата праці. На сьогоднішній день в зарубіжній практиці гонорари за послуги рекрутера становлять 30–40 % річної заробітної плати знайденого професіонала; в Україні ця сума варіюється від 25 до 35% [5].

Незважаючи на те, що українські рекрутери у своїй роботі орієнтуються на західних, між ними існують відмінності: західні рекрутери є зазвичай більш зрілими, це люди, які пройшли менеджерську школу та школу життя, приблизно у передпенсійному віці зрозуміли, що вони спроможні радити іншим компаніям, кого наймати і як наймати. У нас це передусім працівники 25–35 років [9]. За кордоном значно ширше інформаційне поле, довідники є точнішими та доступнішими. Тому пошук, наприклад директора з маркетингу, полягає в натисканні декількох кнопок – і всі 95 маркетинг-директорів цього міста одразу з'являються на моніторі; ширші технічні можливості вийти на потрібну людину; рекрутинг без рекрутерів, хедхантинг без хедхантерів; істотнішою є роль особистісного фактора, ніж технологій; загальний кадровий «голод» у країні та дефіцит компетентних менеджерів [11].

Для вдосконалення процесу рекрутингу на будь-якому підприємстві важливо розуміти, які причини примушують працівників залишати свої робочі місця. Причини плинності кадрів є взаємопов'язаними з необхідністю рекрутингу в цілому та зі способами переманювання працівників зокрема.

Основними причинами плинності кадрів є незадоволеність рівнем заробітної плати (неконкурентоспроможний рівень заробітної плати, несправедлива структура оплати праці, нестабільний заробіток – усім цим зумовлено збільшення плинності кадрів у пошуку стабільнішої та вищої заробітної плати); несприятливі умови праці (тісні, мало освітлені приміщення, погані кліматичні умови, неякісне обладнання або його недолік – тільки частина незручностей, що спричиняють незадоволеність робочим простором); відсутність кар'єрного та професійного розвитку та навчання (з одного боку, роботодавці цінують амбітність співробітників, але, з іншого, вона може стати причиною звільнення, якщо працівники не бачать можливості кар'єрного зростання в межах організації); відсутність ефективної системи адаптації персоналу (непристосованість персоналу до умов праці та режиму праці в організації спричиняє звільнення вже на випробувальному терміні або на перших тижнях праці нових співробітників); незадоволеність керівництвом і його ставленням до персоналу (це може бути і особиста неприязнь до керівника, і незгода з методами управління. Плинність кадрів буває завищеною в середовищі з поганою комунікацією і погано розвиненою системою заохочень і винагород. У такій атмосфері працівники відчувають себе недооціненими).

Одним із головних стимулів перейти на інше підприємство є рівень заробітної плати. Застосування досвіду інших країн є доцільним для стимулювання економічного та соціального прогресу в Україні. У сфері оплати праці заходами, що забезпечать такий прогрес, можуть стати обґрунтована диференціація заробітної плати; гарантованість її виплати; зацікавленість роботодавця у тривалості трудових відносин. Міжгалузева диференціація в Україні є важливим фактором впливу на економічний і соціальний прогрес. На сьогоднішній день вона досягає 500–4000 %, тоді як у розвинених країнах вона не перевищує 150–200 %. Такий великий відсоток немає економічного обґрунтування, тому цей процес набуває вигляду деформації у заробітній платі. Потрібні заходи регулювання такої диференціації; при цьому постає проблема контролю частини заробітної плати, що проходить поза межами державного нагляду та видається в «конвертах».

Отже, структура заробітної плати в Україні потребує вдосконалення. Останнім часом знизилася питома вага основної заробітної плати, яка забезпечує матеріальне стимулювання основних результатів праці. Чітке визначення структури заробітної плати, виважена податкова політика, обов'язковий державний контроль – усе це є основними складовими реформування інституту оплати праці, у якому мають бути зацікавлені працівники, роботодавці та держава. На цьому етапі одним із важливих кроків є подальше вдосконалення існуючих і розробка нових принципів функціонування інституту оплати праці.

Для мотивації роботодавців до підвищення та легалізації заробітної плати пропонується здійснювати цільову підготовку кваліфікованої робочої сили, компенсувати роботодавцям витрати на підготовку робочої сили; зменшити відрахування до соціальних фондів, спростити податкове законодавство та ін.

Гідна праця для всіх громадян залишається актуальним орієнтиром соціальної політики української держави. Першочергове завдання – перейти від моделі з дешевою робочою силою до моделі із високим рівнем оплати та ефективною працею, побудованою на якості продукції та продуктивності праці. Слід розуміти, що підвищення заробітної плати – це збільшення доходів до місцевих бюджетів, збільшення відрахувань до Пенсійного фонду, зменшення трудової міграції. За умов відкритості ринків Україна не в змозі втримати висококваліфікованих спеціалістів, не підвищуючи середню заробітну плату. Надто низькі стандарти оплати праці, штучне заниження ціни праці, застаріла технологічна база виробництва й недостатня технічна оснащеність праці стримують процеси зростання та розвитку інтелектуального капіталу трудових ресурсів України, зокрема отримання та засто-

сування нових наукових знань, підвищення кваліфікації, професійне вдосконалення, що знижує якість трудового потенціалу українців і негативно позначається на розвитку всього суспільства.

Що стосується умов праці, то досить важко підвищити їх рівень, оскільки більшість робіт проводяться вручну та під відкритим небом. Для підвищення стандартів умов праці можна запропонувати впровадження автоматизованих систем, керованих людиною, при цьому людина все ще залишається виконавцем роботи.

Кар'єрне зростання в межах окремих галузей також має деякі нюанси, найчастіше досить важко піднятися кар'єрними сходами. Для зменшення дії цього фактора необхідно впровадити систему управління кар'єрою та побудувати кар'єрограму для кожного робітника. Така система не є розвиненою в Україні. Удосконалення також потребує система адаптації робітників. Необхідно враховувати, як мінімум, три стадії адаптації: вступ до підприємства, вхід до підрозділу, вступ на посаду.

Доцільним також є ретельніший підбір кваліфікованих керівників, саме це є провідним завданням рекрутингу, зокрема хедхантингу. Для підбору найбільш кваліфікованого керівника менеджеру необхідно вдосконалювати систему рекрутингу в межах підприємства або звернутися до спеціалізованих рекрутингових або хедхантингових агентств.

Для підвищення ефективності системи рекрутингу на підприємстві необхідним є впровадження єдиної бази кандидатів на конкретну посаду з їх основними характеристиками, що зменшить обсяг роботи рекрутера. Адже на сьогодні для підбору кандидата на вакансію йому необхідно обробити чимало різних джерел. Із застосуванням такої системи для пошуку кандидата йому необхідно буде лише вказати основні знання, навички та особистісні характеристики кандидата, і система відсортує необхідних кандидатів за ступенем схожості з вимогами. Спеціалісту з рекрутингу залишиться лише підібрати з отриманого списку кандидатуру, яка най точніше відповідає вимогам конкретної вакансії.

Таким чином, нині в Україні рекрутинг поступово розвивається, однак, не можна сказати, що він є поширеним: не вистачає фахівців, причому як серед об'єктів пошуку, так і самих рекрутерів. Останнім просто не вистачає досвіду, і діють вони часто грубо, із натиском. Предметом подальших досліджень має стати розробка напрямів удосконалення теоретичних і практичних аспектів організації рекрутингу у вітчизняних рекрутингових компаніях.

Науковий керівник – канд. екон. наук, доцент Іванісов О. В.

Література: 1. Бакирова Г. Х. Управление человеческими ресурсами. Спб. : Речь, 2003. 152 с. **2.** Галаз Р. І. Роль рекрутингу та розвитку персоналу в формуванні кадрової безпеки підприємства. *Наукові записки Львівського університету бізнесу та права.* 2014. № 12. С. 109–113. **3.** Іванісов О. В., Доровською О. Ф. Новітні напрями підбору висококваліфікованого персоналу в сучасному бізнесі. *Комунальне господарство міст.* 2014. № 3. С. 279–284. **4.** Качан К. П., Шушпанов Д. Г. Управління трудовими ресурсами. Київ : Юридична книга, 2003. 358 с. **5.** Назарова Г. В. Технології підбору персоналу на базі сучасних програмних продуктів. *Вісник Донбаської державної машинобудівної академії.* 2012. № 1. С. 162–168. **6.** Науменко Л. М. Рекрутинг як методологія підбору кадрів в управлінні персоналом. URL: http://intkonf.org/naumenko-lm-rekruting-yak-metodologiya-pidboru-kadriv-v-upravlinni-personalom. **7.** Писаревська Г. І. Розвиток ринку рекрутингових послуг в Україні. *Бізнес Інформ.* 2013. № 10. С. 227–232. **8.** Пул М., Уорнер М. Управление человеческими ресурсами. СПб. : Питер, 2002. 1200 с. **9.** Сорока В. Эффективное сотрудничество между рекрутером и менеджером по найму. URL: http://italabre.blogspot.com/2015/11/blog-post.html. **10.** Татарский И. В. Особенности «охоты за головами» : хедхантинг. URL: http://www.km.ru/referats/333530-osobennosti-%C2%ABokhoty-za-golovami%C2%BB-khedkhanting. **11.** Тюльпанов А. Зарубежный опыт развития рекрутинга. URL: http://www.top-personal.ru/issue.html?1762. **12.** Шпакович К. А., Юрик Я. І. Рекрутинг як технологія пошуку персоналу // Наукові здобутки молоді – вирішенню проблем харчування людства у XXI столітті : матеріали міжнародної наукової конференції молодих учених, аспірантів і студентів, 10–11 квітня 2014 р. Київ : НУХТ, 2014. С. 216–219.

ТЕХНОЛОГІЯ РОЗВИТКУ СИСТЕМИ АУТПЛЕЙСМЕНТУ ПЕРСОНАЛУ НА ВІТЧИЗНЯНИХ ПІДПРИЄМСТВАХ

УДК 005.956.2

Єфремова О. О.

Магістрант 1 року навчання
факультету економіки і права ХНЕУ ім. С. Кузнеця

Анотація. *Проаналізовано й удосконалено алгоритм ефективного управління аутплейсментом персоналу на вітчизняних підприємствах. Визначено план заходів, запроваджуваних відповідальними особами у ході звільнення персоналу. Конкретизовано завдання в межах розвитку системи аутплейсменту персоналу на сучасних вітчизняних підприємствах.*

Ключові слова: *підприємство, право на працю, співробітник, персонал, аутплейсмент, вивільнення персоналу, оцінювання персоналу, адаптація персоналу.*

Аннотация. *Проанализирован и усовершенствован алгоритм эффективного управления аутплейсментом персонала на отечественных предприятиях. Определен план мероприятий, проводимых ответственными лицами в ходе увольнения персонала. Конкретизированы задачи в рамках развития системы аутплейсмента персонала на современных отечественных предприятиях.*

Ключевые слова: *предприятие, право на труд, сотрудник, персонал, аутплейсмент, увольнение персонала, оценка персонала, адаптация персонала.*

Annotation. *The algorithm of effective management of outplacement of personnel at domestic enterprises is analyzed and improved. The plan of measures introduced by the responsible persons during the dismissal of personnel was determined. The tasks within the framework of development of the personnel outplacement system at modern domestic enterprises are specified.*

Keywords: *company, right to work, employee, staff, outplacement, staff dismissal, staff assessment, staff adaptation.*

За сучасних кризових умов звільненням працівників важливо ефективно управляти, інакше можна зруйнувати імідж роботодавця, який так довго й ретельно створювався. Для цього в дослідженні розроблено алгоритм ефективного управління системою аутплейсменту персоналу.

Дослідженням аутплейсменту персоналу займалися Клім Д. О., Іщук Л. В., Балабанова Л. В., Сардак О. В., Довгань Л. Є., Зленко А. М., Лаптєв В. І. та ін.

Метою написання статті є розробка технології розвитку системи аутплейсменту персоналу на сучасних вітчизняних підприємствах.

Завдання дослідження – деталізувати перелік і проаналізувати зміст етапів аутплейсменту персоналу; запропонувати план заходів, запроваджуваних відповідальними особами на етапі звільнення персоналу; окреслити основні завдання в межах розвитку системи аутплейсменту персоналу; визначити соціальну ефективність запропонованих заходів. Об'єктом дослідження є процес аутплейсменту персоналу. Предметом дослідження є соціально-економічні відносини, що формуються у сфері аутплейсменту.

На першому етапі проводиться аналіз причин оптимізації персоналу й оцінювання відповідних ризиків. Робочій групі, до складу якої мають увійти менеджери вищої та середньої ланки, фінансисти, юристи, HR-менеджери (за необхідності слід залучити профільних консультантів) необхідно визначити категорії персоналу, що потрапляють під скорочення (якісні характеристики), для яких здійснюватиметься планування та проводитиметься аутплейсмент, відповісти на запитання, що є пов'язаними з причинами оптимізації чисельності персоналу [6].

На другому етапі відбувається підготовка документів для процедури аутплейсменту співробітників, які підлягають звільненню. Необхідно затвердити принципи вибору співробітників, яких скорочуватимуть, і підготувати підсумкові документи: перелік пріоритетних посад і компетенцій, життєво важливих для збереження бізнесу; списки посад, що підлягають скороченню із зазначенням категорії та пріоритетності (критичності звільнення); план заходів з аутплейсменту із розмежуванням відповідальності учасників робочої групи з показниками ефективності [5].

© Єфремова О. О., 2017

На третьому етапі відбувається процедура звільнення персоналу. Управління процесом звільнення означає не тільки неухильне дотримання вимог законодавства, а й забезпечення психологічної підтримки, оскільки звільнення спричиняє чималий стрес і призводить до емоційної травматизації [2]. Відповідальні особи мають виконати певні завдання в межах зон відповідальності щодо інформування персоналу про причини скорочення штату та цілях реалізації програми аутплейсменту, провести співбесіди щодо звільнення, оформити необхідні документи та виплатити компенсації.

На четвертому етапі відбувається ознайомлення звільнюваного співробітника з ситуацією на ринку праці, із вимогами, що висуваються до працівників, особливостями працевлаштування в інших компаніях, про те, як уникнути шахраїв на ринку праці.

На п'ятому етапі HR-менеджери можуть надати потенційним кандидатам допомогу в розсилці резюме в компанії, які мають відкриті вакансії. Навіть якщо в інших організаціях ці працівники не будуть працевлаштовані, завдяки поширенню інформації вони виявляться конкурентоспроможними на ринку праці, їх статус буде вищим, ніж у інших претендентів. На цьому етапі важливою є розробка й упровадження автоматизованої системи підбору персоналу. Підприємство, що проводить процедуру аутплейсменту, може укласти угоду зі своїми компаніями-партнерами про інформування один одного щодо відкритих вакансій. Так, усі вакансії, на які потрібні працівники, можна подати в одній базі даних, яка буде доступною кожному підприємству-партнеру, що сприятиме підвищенню ефективності процесу рекрутингу персоналу.

На шостому етапі HR-менеджерам необхідно щотижня або раз на два тижні збирати інформацію про хід працевлаштування (вести оперативний облік, обдзвонювати працівників тощо). Коли чисельність звільнених є досить великою, можна скласти графік контактів, це потрібно для контролю ефективності аутплейсменту.

На сьомому етапі HR-менеджерам доцільно сформувати для потенційного кандидата на певні позиції (сейлз-менеджерів, менеджерів середньої ланки, торговельних представників та ін.) за наявності відповідних тимчасових ресурсів, компетентності ведення міні-переговорів, ділових комунікацій, у тому числі телефонних, навичок самопрезентації, уміння задавати запитання, вирішення певних тестів [3]. Це є додатковим кроком, оскільки якісна попередня робота може виключити необхідність цього міні-тренінгу.

Перелік завдань, які вирішують при звільненні співробітників у межах програми аутплейсменту, подано в табл. 1 [2–7].

Таблиця 1

Завдання в межах розвитку системи аутплейсменту персоналу

Завдання	Відповідальна особа
На загальних зборах колективу докладно викласти причини прийнятого рішення про скорочення штату, чесно розповісти про труднощі, з якими зіткнулася організація, і про запроваджені заходи. Необхідно повідомити про принципи, за якими здійснюватиметься скорочення, затверджені процедури, види передбачених компенсаційних виплат, соціальних допомог, які буде надано звільнюваним працівникам	Топ-менеджери
Необхідно провести співбесіди на тему звільнення, забезпечити безперервність процесу виробництва й виконання планових показників діяльності, передачу матеріальних цінностей, захист комерційної інформації, передачу виробничих завдань і перерозподіл функцій	Лінійні менеджери
Своєчасно оформити та видати на руки звільнюваним усі необхідні документи, допомогти менеджерам у врегулюванні конфліктів, за потреби надати психологічну допомогу, проконсультувати їх стосовно виконання програм допомоги з працевлаштуванням	Менеджери з персоналу
Перевірити правильність оформлення документів, проконсультувати всіх учасників процесу скорочення зі складних питань, що є пов'язаними з трудовим законодавством	Юристи
Своєчасно провести розрахунки та виплати звільнюваним, проконсультувати їх з питань пенсійного забезпечення, виплати кредитів, погашення позик	Фахівці бухгалтерії

Запропонована технологія розвитку аутплейсменту персоналу дає змогу допомогти менеджерам компанії з перерозподілом між рештою працівників функцій, які раніше виконувалися скороченими співробітниками; усуненням неузгодженостей між обсягом нових обов'язків і прав; розробкою заходів щодо профілактики стресів, пов'язаних із перевтомою, браком досвіду та кваліфікації; підтримати контакти з колишніми співробітниками з ключових питань задля їх повернення в компанію за відновлення проектів після подолання кризової ситуації; отримати додаткову підтримку в реалізації процесу звільнення; допомогти звільнюваним на початковому етапі нового шляху: створити тренувальні програми, допомогти в оцінці отриманих пропозицій про наймання на роботу, надати пораду стосовно налагодження нових контактів.

Таким чином, результати оцінювання соціальної ефективності запропонованих заходів дають змогу зробити висновок, що позитивним від їх впровадження є створення сприятливого клімату в колективі за рахунок існування

гарантій працевлаштування; зменшення конфліктних ситуацій на ґрунті особистісних і професійних розбіжностей; згуртування колективу як результат зменшення кількості конфліктних ситуацій на підприємстві; зниження рівня плинності кадрів на підприємстві за рахунок впевненості працівників у роботодавці; удосконалення стилю керівництва завдяки повнішому розумінню вимог працівників та їх потреб; збереження іміджу компанії, що проводить процес звільнення персоналу. Очевидно, що запропоновані заходи є соціально ефективними. Напрямами подальших досліджень має стати розробка практичних рекомендацій щодо вдосконалення теоретичних і практичних аспектів організації аутплейсменту на сучасних вітчизняних підприємствах.

Науковий керівник – канд. екон. наук, доцент Іванісов О. В.

Література: 1. Балабанова Л. В., Сардак О. В. Організація праці менеджера : підручник. Київ : Професіонал, 2007. 416 с. **2.** Бойко О. В., Довгань Л. Є. Застосування аутплейсменту: українські реалії та зарубіжний досвід. *Актуальні проблеми економіки та управління.* 2015. № 4. С. 106–109. **3.** Зленко А. М. Аутплейсмент – мистецтво звільнення персоналу. *Економічний вісник університету.* 2014. № 22 (1). С. 63–66. **4.** Іщук Л. В. Аутплейсмент – новий підхід до звільнення. *Ефективна економіка.* 2014. № 12. С. 18–29. **5.** Камарова Т. А. Аутплейсмент как социальная технология в современном управлении высвобождения персонала. *Актуальные проблемы социологии молодежи, культуры, образования и управления.* 2014. № 4. С. 16–19. **6.** Клим Д. А. Аутплейсмент как красивое расставание. URL: http://actiong.com.ua/novosti/76-autplaycmant.html. **7.** Лаптев В. И. Реализация методов гибкой политики занятости в контексте эффективного кадрового менеджмента на предприятии. *Бизнес Информ.* 2013. № 5. С. 345–351. **8.** Писаревська Г. І. Розвиток ринку рекрутингових послуг в Україні. *Бізнес Інформ.* 2013. № 10. С. 227–232.

ДІАГНОСТИКА ФІНАНСОВОГО СТАНУ ПІДПРИЄМСТВ МОЛОЧНОЇ ГАЛУЗІ УКРАЇНИ ІЗ ЗАСТОСУВАННЯМ МЕТОДІВ КЛАСТЕРНОГО АНАЛІЗУ

УДК 658.56:637.1

Жукова А. О.

Магістрант 2 року навчання
фінансового факультету ХНЕУ ім. С. Кузнеця

Анотація. *Проведено діагностику фінансового стану підприємств молочної галузі України із застосуванням методів кластерного аналізу. Обґрунтовано критерії кластеризації, виокремлено та проаналізовано кластери із різним рівнем схильності до виникнення фінансових ризиків.*

Ключові слова: *підприємство, організація, молочна галузь, фінанси, фінансові ризики, платоспроможність, рентабельність, ліквідність, оборотність коштів, кластер, кластерний аналіз.*

Аннотация. *Проведена диагностика финансового состояния предприятий молочной отрасли Украины с применением методов кластерного анализа. Обоснованы критерии кластеризации, выделены и проанализированы кластеры с разным уровнем склонности к возникновению финансовых рисков.*

Ключевые слова: *предприятие, организация, молочная отрасль, финансы, финансовые риски, платежеспособность, рентабельность, ликвидность, оборачиваемость средств, кластер, кластерный анализ.*

Annotation. *The diagnosis of the financial status of enterprises of the dairy industry in Ukraine was carried out using methods of cluster analysis. Clustering criteria are substantiated; clusters with different level of propensity to occurrence of financial risks are singled out and analyzed.*

© Жукова А. О., 2017

Keywords: *enterprise, organization, dairy industry, finance, financial risks, solvency, profitability, liquidity, turnover of funds cluster, cluster analysis.*

За сучасних умов господарювання особливої уваги потребує питання підвищення ефективності функціонування вітчизняних підприємств молочної галузі. Це пов'язано з тим, що ця підгалузь є однією з системоутворюючих складових харчової промисловості держави. Однак, слід зазначити, що підприємства молочної промисловості розташовані в різних регіонах, мають різні розміри та функціонують у різних організаційно-правових формах, а їх діяльність є визначуваною різними неоднорідними параметрами. Тому особливої актуальності набуває дослідження підходів до їх діагностики, які б дозволяли формувати групи підприємств, що характеризуються певною однорідністю.

Дослідженням методичних підходів до діагностики фінансового стану підприємства займалися Бланк І., Дебок Г., Кохонен Т., Хайкін С., Купалова Г. та ін. Однак, певні особливості функціонування підприємств молочної галузі потребують адекватного застосування специфічних методів діагностики фінансового стану суб'єктів господарювання, зокрема, таких, що надають можливість виділення однорідних суб'єктів у межах досліджуваної сукупності.

Метою написання статті є діагностика фінансового стану вітчизняних підприємств молочної галузі із застосуванням методів кластерного аналізу.

Кластерний аналіз – це метод багатомірного статистичного дослідження, до якого належать збір даних, що містять інформацію про вибіркові об'єкти, та упорядкування їх в порівняно однорідні, схожі між собою групи. Метою кластерного аналізу є пошук наявних структур, що виражається в утворенні груп схожих між собою об'єктів – кластерів.

Основними завданнями кластерного аналізу є:

– розробка типології або класифікації досліджуваних об'єктів;

– дослідження концептуальних схем групування об'єктів;

– висуваня гіпотез на підставі результатів дослідження даних;

– перевірка гіпотез: чи справді типи (групи), які були виділені певним чином, мають місце в наявних даних [1].

Для проведення діагностики фінансового стану підприємств молочної галузі оберемо десять вітчизняних підприємств молокопереробної підгалузі. Критеріями кластеризації оберемо коефіцієнт поточної ліквідності та коефіцієнт оборотності активів, що є одними з основних індикаторів фінансового стану суб'єктів господарювання. Вони дають змогу оцінити загальний рівень платоспроможності та ділової активності суб'єкта господарювання. Вихідні дані для діагностики фінансового стану вітчизняних підприємств молочної галузі із застосуванням методів кластерного аналізу подано в табл. 1 [3].

Таблиця 1

Вихідні дані для діагностики фінансового стану вітчизняних підприємств молочної галузі із застосуванням методів кластерного аналізу

№ з / п	Назва підприємства	Умовне позначення	Вихідні дані	
			Коефіцієнт поточної ліквідності	Коефіцієнт оборотності активів
1	Приватне акціонерне товариство «Молочний Альянс»	С_1	0,10	0,07
2	Приватне акціонерне товариство «Чугуївський молочний завод»	С_2	1,66	5,48
3	Приватне акціонерне товариство «Обухівський молочний завод»	С_3	4,91	3,37
4	Публічне акціонерне товариство «Вінницький молочний завод «Рошен»	С_4	0,40	1,50
5	Публічне акціонерне товариство «Первомайський молочно-консервний комбінат»	С_5	0,93	1,32
6	Публічне акціонерне товариство «Комаровський молочний завод»	С_6	0,40	3,81
7	Приватне акціонерне товариство «Куп'янський молочно-консервний комбінат»	С_7	1,50	3,16
8	Публічне акціонерне товариство «Львівський міський молочний завод»	С_8	1,22	0,13
9	Приватне акціонерне товариство «М'ясо-молочний комплекс «Сіверський»	С_9	3,51	0,09
10	Публічне акціонерне товариство «Донецький міський молочний завод № 2»	С_10	2,04	0,07

Для проведення кластерного аналізу скористаємося програмним забезпеченням Statistica, у якому реалізовані такі агломеративні методи мінімальної дисперсії: joining tree clustering – деревоподібна кластеризація і two-way joining – двовходова кластеризація, а також k-means – дівізівний метод k-середніх [3]. *Для* класифікації підприємств спочатку застосуємо ієрархічний агломеративний метод повного зв'язку із застосуванням евклідової метрики. На рис. 1 подано графічну інтерпретацію отриманих результатів у вигляді ієрархічної дендрограми об'єднання підприємств молочної галузі.

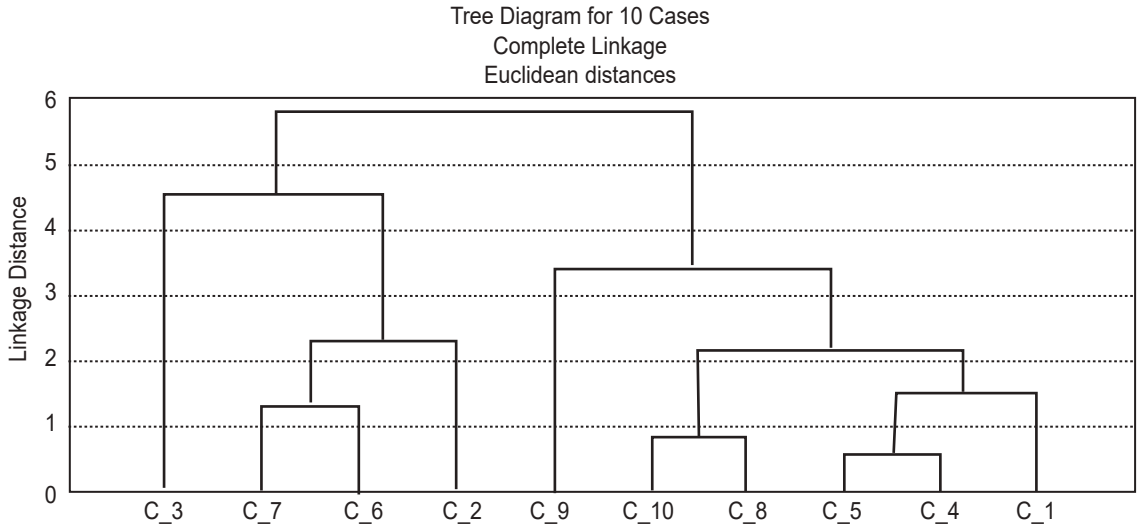


Рис. 1. **Ієрархічна дендрограма об'єднань підприємств молочної галузі**

Визначимо, які з аналізованих підприємств входять до кожного кластера (рис. 2) [4].

Members of Cluster Number 1 (Spreadsheet1) and Distances from Respective Cluster Center
Cluster contains 3 cases

Case No.	Distance
C_2	0,998149
C_6	0,607874
C_7	0,732286

Members of Cluster Number 2 (Spreadsheet1) and Distances from Respective Cluster Center
Cluster contains 1 cases

Case No.	Distance
C_3	0,00

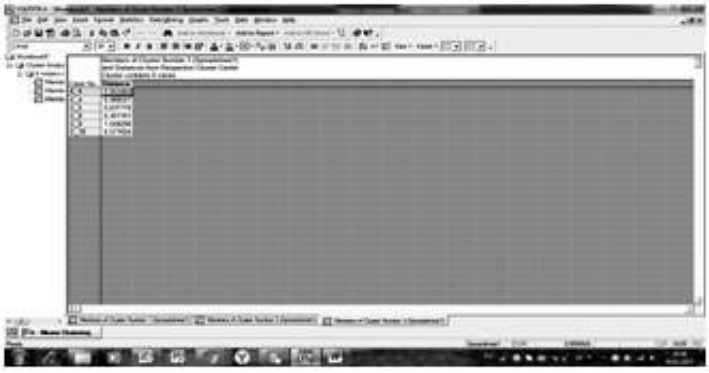


Рис. 2. **Кластерне угрупування аналізованих підприємств**

За результатами застосування ієрархічного методу до першого кластера ввійшли ПрАТ «Чугуївський молочний завод», ПАТ «Комаровський молочний завод», ПрАТ «Куп'янський молочно-консервний комбінат». До другого кластера належать ПрАТ «Обухівський молочний завод», до третього кластера – ПрАТ «Молочний Альянс», ПАТ «Вінницький молочний завод «Рошен», ПАТ «Первомайський молочно-консервний комбінат», ПАТ «Львівський міський молочний завод», ПрАТ «М'ясо-молочний комплекс «Сіверський», ПАТ «Донецький міський молочний завод № 2».

Для подальшого аналізу застосуватимемо метод k-середніх у програмі Statistica. Кластеризація методом k-середніх – упорядкування множини об'єктів у порівняно однорідні групи. Мета методу – розділити n-спостережень на k-кластерів у такий спосіб, щоб кожне спостереження належало до кластера із найближчим

до нього середнім значенням. Особливість методу полягає в мінімізації суми квадратів відстаней між кожним спостереженням і центром його кластера. Графік середніх значень для кластерів подано на рис. 3 [3; 4].

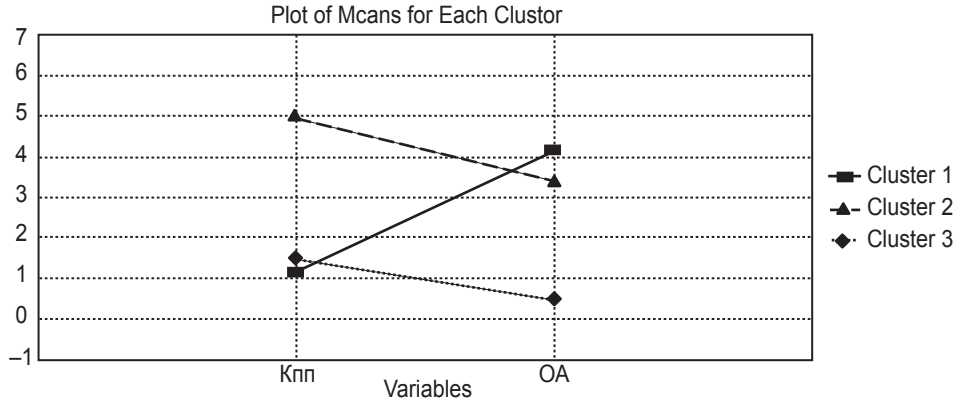


Рис. 3. **Графік середніх значень для кластерів**

Як бачимо з рис. 3, підприємства першого кластера: ПрАТ «Чугуївський молочний завод», ПАТ «Комаровський молочний завод», ПрАТ «Куп'янський молочноконсервний комбінат» – мають низьке значення коефіцієнта поточної ліквідності, але високе значення коефіцієнта оборотності активів, що мінімізує виникнення фінансових ризиків. Підприємство другого кластера – ПрАТ «Обухівський молочний завод» має середній рівень поточної ліквідності й оборотності активів. Підприємства третього кластера: ПрАТ «Молочний Альянс», ПАТ «Вінницький молочний завод «Рошен», ПАТ «Первомайський молочно-консервний комбінат», ПАТ «Львівський міський молочний завод», ПрАТ «М'ясо-молочний комплекс «Сіверський», ПАТ «Донецький міський молочний завод № 2» є найбільш схильними до виникнення фінансових ризиків через нестачу поточної ліквідності й низьку швидкість оборотності активів.

Таким чином, надамо інтерпретацію кластерним угрупуванням, що склалися, з точки зору схильності до виникнення фінансових ризиків. Підприємства першого кластера мають досить високу схильність до виникнення фінансових ризиків через низький рівень ліквідності, однак, висока швидкість обігу використовуваних ними активів мінімізує можливість виникнення такого ризику. Для суб'єкта господарювання другого кластера характерним є помірний ступінь схильності до виникнення фінансових ризиків через втрату ліквідності й уповільнення швидкості обігу активів. Підприємства третього кластера мають найбільшу схильність до виникнення фінансових ризиків через низький рівень ліквідності та низьку швидкість обігу активів. Проведення діагностики фінансового стану вітчизняних підприємств молочної галузі із застосуванням методів кластерного аналізу є підставою для подальшого обґрунтування вибору стратегічних напрямів щодо протидії виникненню фінансових ризиків у діяльності суб'єктів господарювання та забезпечення їх стійкого функціонування.

Науковий керівник – канд. екон. наук, доцент Берест М. М.

Література: 1. Купалова Г. І. Теорія економічного аналізу : навч. посіб. Київ : Знання, 2008. 639 с. **2.** Тринька Л. Я., Іванчук (Липчанська) О. В. Економічний аналіз : навч. посіб. Київ : Алерта, 2013. 568 с. **3.** Боровиков В. П. Популярное введение в программу Statistica. М. : КомпьютерПресс, 1998. 267 с. **4.** Буреева Н. Н. Многомерный статистический анализ с использованием ППП Statistica. Нижний Новгород, 2007. 112 с.

ОЦІНЮВАННЯ ФАКТОРІВ ВИНИКНЕННЯ ФІНАНСОВИХ РИЗИКІВ У ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ МОЛОЧНОЇ ГАЛУЗІ УКРАЇНИ

УДК 338.439.5:637.1

Жукова А. О.

Магістрант 2 року навчання
фінансового факультету ХНЕУ ім. С. Кузнеця

Анотація. *Визначено показник, що характеризує можливість виникнення ризику втрати ліквідності як одного з основних видів фінансових ризиків підприємства. За допомогою побудови регресійної моделі виявлено сукупність факторів, що суттєво впливають на рівень ризику втрати ліквідності для ПрАТ «Куп'янський МКК».*

Ключові слова: *підприємство, організація, молочна галузь, фінанси, фінансові ризики, платоспроможність, рентабельність, ліквідність, кореляційно-регресійний аналіз, рівняння регресійної моделі, оборотність коштів.*

Аннотация. *Определен показатель, характеризующий возможность возникновения риска потери ликвидности как одного из основных видов финансовых рисков предприятия. С помощью построения регрессионной модели определена совокупность факторов, существенно влияющих на уровень риска потери ликвидности для ЗАО «Купянский МКК».*

Ключевые слова: *предприятие, организация, молочная отрасль, финансы, финансовые риски, платежеспособность, рентабельность, ликвидность, корреляционно-регрессионный анализ, уравнение регрессионной модели, оборачиваемость средств.*

Annotation. *An indicator characterizing the possibility of the risk of loss of liquidity as one of the main types of financial risks of an enterprise has been determined. Using the construction of the regression model, a set of factors that significantly affect the liquidity risk risk level for ZAO «Kupyansky MCC» was found.*

Keywords: *enterprise, organization, dairy industry, finance, financial risks, solvency, profitability, liquidity, correlation-regression analysis, regression model equations, turnover of funds.*

Фінансові ризики, особливо пов'язані із порушенням ліквідності та платоспроможності підприємства, іноді призводять до катастрофічних наслідків, а саме до банкрутства суб'єкта господарювання та його подальшої ліквідації. Тому особливої актуальності набуває всебічний аналіз підприємства у розрізі факторів, що, звичайно, не є однаковими для різних підприємств. Для вивчення впливу таких факторів на фінансове забезпечення діяльності та розвитку підприємства доцільним є застосування методів економіко-математичного моделювання, до яких належить кореляційно-регресійний аналіз.

Дослідженням впливу фінансових ризиків на ефективність функціонування та фінансовий стан підприємства займалися Дрейпер Н., Лук'яненко І., Боровиков В., Кобзар О., Ковальов В. та ін. Вважаємо, що особливу увагу слід приділити саме виявленню причин і факторів, що призводять до реалізації фінансових ризиків у діяльності суб'єктів господарювання, а також особливостям застосування з цією метою сучасного ефективного інструментарію.

Метою написання статті є виявлення й оцінювання факторів, що провокують фінансові ризики в діяльності підприємств вітчизняної молочної галузі на основі застосування економіко-математичних методів.

Інформаційною базою дослідження є фінансова звітність ПрАТ «Куп'янський МКК», це підприємство входить у двадцятку лідерів молокопереробної галузі.

Як інструмент досягнення поставлених цілей застосовуватимемо метод кореляційно-регресійного аналізу. Регресійним аналізом називають метод статистичного аналізу залежності випадкової величини Y від змінних X_j, які в регресійному аналізі розглядають як невипадкові величини. Це побудова й аналіз економіко-математичної моделі у вигляді рівняння регресії (рівняння кореляційного зв'язку), що виражає залежність результативної ознаки від однієї або кількох ознак-факторів і дає оцінку міри щільності зв'язку [4].

У загальному вигляді регресійну модель записують як

$$Y = a_0 + a_1 \times X_1 + a_2 \times X_2 + \ldots + a_n \times X_n, \quad (1)$$

© Жукова А. О., 2017

де Y – залежна змінна;

X_1, X_2, X_n – незалежні змінні;

a_1, a_2, a_n – параметри моделі.

Критеріями перевірки регресійної моделі на адекватність є критерій Фішера, що є застосовуваним для порівняння дисперсій двох варіаційних рядів; критерій Стьюдента, порівняння розрахункового значення якого з табличним є критерієм оцінки адекватності незалежних змінних, що є залученими до моделі; коефіцієнти кореляції, що характеризують щільність зв'язку між показниками, і коефіцієнт детермінації, який показує відсоток варіації залежної змінної, зумовленої варіацією показників, що є залученими до регресійної моделі [3].

Оскільки ризик втрати ліквідності є одним із головних фінансових ризиків, що може виникнути в діяльності підприємств вітчизняної молочної галузі та призвести до катастрофічних наслідків, а саме до банкрутства або ліквідації суб'єкта господарювання, то необхідно виділити показник, який допоможе проаналізувати ризик втрати ліквідності. Для моделі як результативну змінну обрано коефіцієнт поточної ліквідності, оскільки він є одним з індикаторів ризику втрати ліквідності підприємства. Незалежними змінними оберемо показники, що характеризують фінансовий стан і фінансові результати діяльності підприємства, однак, не беруть участі безпосередньо в розрахунку коефіцієнта поточної ліквідності.

Для початку перевіримо незалежні змінні моделі на мультиколінеарність. Під мультиколінеарністю розуміють наявність лінійної залежності між двома або більше факторними змінними у регресійній моделі [1].

Коефіцієнт кореляції – це показник, що оцінює щільність лінійного зв'язку між ознаками. Він може набувати значення від (–1) до (+1). Знак «–» показує, що зв'язок є зворотним, «+» – прямим. Чим ближче коефіцієнт до 1, тим щільнішим є лінійний зв'язок. За значення коефіцієнта кореляції, меншого за 0,3, зв'язок оцінюють як слабкий, від 0,31 до 0,5 – помірний, від 0,51 до 0,7 – значний, від 0,71 до 0,9 – щільний, від 0,91 і вище – дуже щільний. Усі значення коефіцієнтів беруть за модулем [2].

Вхідний масив даних після перевірки показників на мультиколінеарність для побудови регресійної моделі, сформований за даними фінансової звітності ПрАТ «Куп'янський МКК», подано в табл. 1 [4].

Таблиця 1

Вхідні дані для побудови кореляційно-регресійної моделі

Рік	Коефіцієнт поточної ліквідності	Дебіторська заборгованість, тис. грн	Чистий дохід, тис. грн	Чистий прибуток, тис. грн
2005	1,09	7605	133883	2107
2006	0,91	6309	161248	952
2007	1,03	12044	229245	-976
2008	0,99	12043	229996	2215
2009	0,78	8201	263784	1212
2010	0,61	2572	348216	777
2011	1,06	15350	462385	10284
2012	0,91	13869	354243	-1744
2013	0,84	12521	418291	1502
2014	1,60	24246	572271	16557
2015	1,82	48482	670896	19100
2016	1,45	39810	743769	12340

Результати побудови регресійної моделі залежності коефіцієнта поточної ліквідності від показників фінансового стану ПрАТ «Куп'янський МКК» із застосуванням ПП Statistica подано на рис. 1 [4].

Результати побудови моделі свідчать про дуже високу щільність зв'язку між незалежними змінними та результуючим фактором (коефіцієнт кореляції r = 0,968). Коефіцієнт детермінації r^2 = 0,9386 свідчить про те, що мінливість коефіцієнта поточної ліквідності ПрАТ «Куп'янський МКК» на 93,86 % є пояснюваною мінливістю незалежних факторів: дебіторської заборгованості, чистого доходу від реалізації продукції та чистого прибутку. Решта 6,14 % є пояснюваними впливом інших факторів, не залучених до моделі.

Значення показників кореляції та детермінації свідчать про адекватність побудованої моделі. Позитивно також модель характеризують інші показники адекватності – критерії Фішера та Стьюдента. Так, розрахункове значення критерію Фішера (40,784) перевищує табличне (3,8), що підтверджує адекватність побудованої моделі в цілому. Розрахункові значення критерію Стьюдента свідчать про значущість показників дебіторської заборгова-

ності, чистого доходу від реалізації продукції та чистого прибутку ПрАТ «Куп'янський МКК», оскільки ці значення перевищують табличні.

N=12	Beta	Std.Err. of Beta	B	Std.Err. of B	t(8)	p-level
Regression Summary for Dependent Variable: Knn (Spreadsheet12) R= ,96882768 R?= ,93862708 Adjusted R?= ,91561224 F(3,8)=40,784 p<,00003 Std.Error of estimate: ,10320						
Intercept			0,936994	0,082240	11,39342	0,000003
Деб	0,801882	0,196799	0,000020	0,000005	4,07463	0,003561
ЧД	-0,527641	0,187000	-0,000001	0,000000	-2,82161	0,022438
ЧП	0,657543	0,174706	0,000032	0,000009	3,76372	0,005515

Рис. 1. **Результат побудови регресійної моделі**

Рівняння регресійної моделі залежності коефіцієнта поточної ліквідності від показників фінансового стану для ПрАТ «Куп'янський МКК» має вигляд:

$$Y = 0{,}936994 + 0{,}00002 \times X_1 - 0{,}000001 \times X_2 + 0{,}000032 \times X_3, \quad (2)$$

де X_1 – дебіторська заборгованість;

X_2 – чистий дохід від реалізації продукції;

X_3 – чистий прибуток.

Таким чином, у результаті проведення регресійного аналізу виявлено, що найбільш значущими факторами, що впливають на виникнення ризику втрати ліквідності як одного з основних фінансових ризиків, для ПрАТ «Куп'янський МКК» є дебіторська заборгованість, чистий дохід від реалізації продукції та чистий фінансовий результат. Для уникнення ризику втрати ліквідності підприємству необхідно спрямувати управлінські зусилля на ефективне управління дебіторською заборгованістю та максимізацію фінансових результатів. Надалі отримані результати допоможуть запропонувати шляхи вдосконалення управлінських рішень підприємств вітчизняної молочної галузі щодо мінімізації ризику втрати ліквідності як одного з найбільш значущих фінансових ризиків підприємства.

Науковий керівник – канд. екон. наук, доцент Берест М. М.

Література: 1. Гогіташвілі Г. Г., Степанишин В. М., Тисовський Л. О. Аналіз статистичних даних щодо причин та наслідків виробничого травматизму працівників. *Вісник Національного університету «Львівська політехніка».* 2014. № 707. С. 42–45. **2.** Лук'яненко І. Г., Краснікова Л. І. Економетрика : підручник. Київ : Знання, 1998. 494 с. **3.** Елисеева И. И., Юзбашев М. М. Общая теория статистики. М. : Финансы и статистика, 2004. 656 с. **4.** Кобзарь А. И. Прикладная математическая статистика. М. : Физматлит, 2006. 816 с.

КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЬ ПІДПРИЄМСТВА ЗА УМОВ ДОСКОНАЛОЇ КОНКУРЕНЦІЇ

УДК 339.137

Журавель А. С.

Магістрант 1 року навчання
факультету менеджменту і маркетингу ХНЕУ ім. С. Кузнеця

Анотація. *Розглянуто сутність поняття конкурентоспроможності підприємства, а також різні методики її оцінювання. Обґрунтовано, що оцінювання конкурентоспроможності є методологічною основою для аналізу та виявлення шляхів підвищення конкурентоспроможності суб'єкта господарювання. Проаналізовано авторські підходи до розгляду сутності поняття конкурентоспроможності підприємства, запропоновано власне визначення.*

Ключові слова: *підприємство, організація, конкуренція, конкурентоспроможність, методи оцінювання конкурентоспроможності.*

Аннотация. *Рассмотрены сущность понятия конкурентоспособности предприятия, а также различные методики его оценки. Обосновано, что оценка конкурентоспособности является методологической основой для анализа и выявления путей повышения конкурентоспособности предприятия. Проанализированы авторские подходы к рассмотрению сущности понятия конкурентоспособности предприятия, предложено собственное определение.*

Ключевые слова: *предприятие, организация, конкуренция, конкурентоспособность, методы оценки конкурентоспособности.*

Annotation. *The essence of the concept of enterprise competitiveness, as well as various methods of its evaluation are considered. It is substantiated that the assessment of competitiveness is the methodological basis for analyzing and identifying ways to increase the competitiveness of an enterprise. Authors' approaches to the consideration of the essence of the concept of enterprise competitiveness are analyzed, their own definition.*

Keywords: *enterprise, organization, competition, competitiveness, methods of competitiveness assessment.*

Кожне підприємство, що розвивається та функціонує на ринку для виробництва товарів або надання послуг, прагне максимізувати власний прибуток. Цієї мети можна досягти за дотримання певних умов: забезпечення кадрового складу, обліку виробничих потужностей, маркетингового вивчення ринку, розвитку системи управлінського апарату, знання економічних характеристик підприємства та ін. Одним з факторів, що впливають на збільшення прибутку, є визначення конкурентоспроможності самого підприємства на ринку порівняно з іншими організаціями, які виробляють подібні товари, товари-замінники.

За умов розвитку ринкових відносин показник конкурентоспроможності підприємства виходить на перший план, оскільки є одним із найважливіших індикаторів зростання й розвитку будь-якого підприємства. Однак, на сьогодні сутність поняття конкурентоспроможності підприємства як наукової категорії ще мало вивчена через мінливість умов існування як самого ринку, так і підприємств на ньому. Динамічна змінюваність множинних екзогенних та ендогенних характеристик постійно впливає на конкурентоспроможність підприємства.

Дослідженням особливостей оцінки конкурентоспроможності займалися Савицька Г. В., Русак Е. С., Сапелкіна Є. І., Драган О. І., Сергеєв І. В., Веретникова І. І., Ковальов В. В. та ін.

Метою написання статті є дослідження зміни сутності поняття конкурентоспроможності за умов ринку досконалої конкуренції як важливої складової розвитку економічної системи будь-якої держави.

Перш ніж розпочати розгляд сутності та складових конкурентоспроможності підприємства, необхідно визначитися з дефініцією цього терміна. Проаналізуємо визначення сутності поняття конкурентоспроможності різними авторами. Русак Е. С., Сапелкіна Є. І. визначають конкурентоспроможність підприємства як здатність створювати й використовувати стратегічні фактори успіху, що вигідно відрізняють підприємство від конкурентів і дають певні ринкові переваги виготовлюваній продукції [3].

Калдибаєв О. К., Темірбаєв А. Р. під конкурентоспроможністю розуміють економічні, технічні, організаційні можливості та переваги підприємства перед конкурентами, зокрема його можливості витримати конкуренцію: знижувати витрати виробництва, підвищувати якість продукції, стійко тримати певну частку ренти й отримувати високі доходи [5]. Сергєєв І. В., Веретенникова І. І. розглядають конкурентоспроможність як здатність підпри-

© Журавель А. С., 2017

ємства виробляти конкурентоспроможну продукцію за рахунок його вміння ефективно використовувати наявні ресурси [6].

Аналіз визначень науковців щодо сутності поняття конкурентоспроможності дає змогу виявити ознаки, що розкривають сутність цієї категорії. Конкурентоспроможність виявляється на ринку. Поняття «конкурентоспроможність» має властивість універсальності і поширюється як на об'єкт ринкових відносин (товар, послугу), так і на суб'єкт (підприємство, галузь, країну в цілому). Конкурентоспроможність є поняттям багаторівневим: розрізняють мікрорівень, мезорівень і макрорівень, на кожному з них застосовуваним є свій набір характеристик для визначення конкурентоспроможності.

Конкурентоспроможність об'єктів і суб'єктів господарювання перебуває в динамічному і нестійкому стані через мінливість конкурентного середовища. Вона є величиною відносною, за якої базою для порівняння є аналогічні показники конкурентів.

Конкурентоспроможність продукції та конкурентоспроможність підприємства є взаємопов'язаними поняттями, оскільки підприємство є опосередкованим носієм конкурентоспроможності через товари та послуги. Водночас конкурентоспроможність підприємства є визначуваною характеристиками, відмінними від застосовуваних для визначення конкурентоспроможності продукції.

Для точного визначення рівня конкурентоспроможності підприємства застосовують чимало методик оцінювання конкурентоспроможності. Оцінювання є відправною точкою розробки заходів з підвищення конкурентоспроможності суб'єкта господарювання й водночас – критерієм результативності цих заходів. Крім того, оцінювання конкурентоспроможності є методологічною основою для аналізу та виявлення шляхів підвищення конкурентоспроможності суб'єкта господарювання.

Аналіз економічної літератури дає підстави виділити кілька підходів до вирішення такої задачі. Матричні методи базуються на маркетинговому оцінюванні діяльності підприємства та його продукції. В основі методики лежить аналіз конкурентоспроможності з урахуванням життєвого циклу продукції підприємства.

В основі іншого підходу – методи, що є заснованими на оцінюванні конкурентоспроможності продукції підприємства, які базуються на судженні про те, що конкурентоспроможність підприємства є тим вищою, чим вищою є конкурентоспроможність його продукції. Для визначення конкурентоспроможності продукції застосовують різні маркетингові та кваліметричні методи, в основі більшості з яких – визначення співвідношення «ціна–якість».

Аналіз підходів до оцінювання конкурентоспроможності підприємства дає підстави окреслити загальні недоліки цих методів. Для оцінювання виявлених дослідниками факторів конкурентоспроможності, а також визначення деяких інших показників використовують приблизні оцінки, експертні методи, для яких характерними є істотна суб'єктивність і умовність. Звичайно, у деяких випадках уникнути такого підходу неможливо, однак, застосування подібних оцінок як базового методу спричиняє вельми слабкий математичний зв'язок вихідних факторів із оцінюваним показником конкурентоспроможності.

Визначення конкурентоспроможності організації, запропоноване Русак Е. С., теж має недолік, оскільки не враховує, що організації конкурують на конкретних ринках у певний період часу, при цьому підкреслюється ефективність господарської діяльності як вирішальний елемент конкурентоспроможності організації. Розуміння сутності конкурентоспроможності організації за іншими авторами є неповним, оскільки зводить конкурентоспроможність організації до випуску конкурентоспроможної продукції, фактично тим самим ототожнюючи ці поняття

Недоліками підходів до оцінювання конкурентоспроможності підприємства обумовлено невисокі можливості практичного застосування більшості з них за умов ринку досконалої конкуренції. Основною причиною цього є недостатньо чітко визначені більшістю економістів критерії оцінювання показника конкурентоспроможності. Це, у свою чергу, є пов'язаним із відсутністю загальноприйнятого визначення сутності поняття конкурентоспроможності підприємства.

Таким чином, у результаті дослідження виявлено, що найбільш важливими показниками, які впливають на конкурентоспроможність підприємства, є якість товару, його технічний рівень, споживчі властивості, установлювані продавцями товарів ціни, переваги в гарантійному й післягарантійному сервісі, рекламі, іміджі виробника, а також ситуація на ринку й коливання попиту. Високий рівень конкурентоспроможності товару свідчить про доцільність його виробництва та можливості вигідного продажу. За умов досконалої конкуренції одними з найважливіших є не лише своєчасна адекватна реакція на зміни ринку, а передусім максимальне врахування вимог і можливостей конкретних груп покупців. Важливо мати свій сегмент на ринку, оскільки за умов досконалої конкуренції майже неможливо змагатися в усіх сегментах, тому необхідно спеціалізувати свій товар або послугу.

Науковий керівник – канд. екон. наук, доцент Рожко В. І.

Література: 1. Савицька Г. В. Аналіз господарської діяльності підприємства. Мінськ : Нове знання, 2001. 361 с. **2.** Воронов А. Конкуренція в XXI столітті. *Маркетинг.* 2001. № 5. С. 16–24. **3.** Русак Е. С., Сапелкина Е. И. Экономика предприятия : ответы на экзаменационные вопросы. Минск : ТетраСистемс, 2009. С. 117–118. **4.** Орлов П. А. Сучасний маркетинг: аналіз та перспективи розвитку / за ред. П. А. Орлова. Харків : ХНЕУ, 2015. 212 с. **5.** Калдибаев А., Темирбаев А. Экономика предприятия (фирмы) : учебное пособие. Алматы : Санат, 1997. 208 с. **6.** Сергеев И. В., Веретенникова И. И. Экономика организаций (предприятий) : учебник / под ред. И. В. Сергеева. М. : Велби ; Проспект, 2005. 172 с. 7. Ковалев В. В. Финансовый анализ: методы и процедуры. М. : Финансы и статистика, 2002. 560 с. **8.** Драган О. І. Управління конкурентоспроможністю підприємств: теоретичні аспекти : монографія. Київ : ДАКККіМ, 2006. 160 с.

КОМУНІКАЦІЙНА ПОЛІТИКА ПІДПРИЄМСТВА ЗА СУЧАСНИХ УМОВ

УДК 658.821

Зайцева О. І.

Магістрант 1 року навчання
факультету менеджменту і маркетингу ХНЕУ ім. С. Кузнеця

Анотація. *Проаналізовано сутність поняття «маркетингова комунікаційна політика». Розглянуто структуру комунікаційної політики підприємства. Досліджено ринок комунікаційних послуг, визначено його вплив на формування маркетингової комунікаційної політики сучасного підприємства.*

Ключові слова: *підприємство, організація, комунікація, маркетинг, продаж, комунікаційна політика, маркетингові комунікації, споживачі, реклама, пропаганда, стимулювання продажів, персональний продаж.*

Аннотация. *Проанализирована сущность понятия «маркетинговая коммуникационная политика». Рассмотрена структура коммуникационной политики предприятия. Исследован рынок коммуникационных услуг, определено его влияние на формирование маркетинговой коммуникационной политики современного предприятия.*

Ключевые слова: *предприятие, организация, коммуникация, маркетинг, продажи, коммуникационная политика, маркетинговые коммуникации, потребители, реклама, пропаганда, стимулирование продаж, персональная продажа.*

Annotation. *The essence of the concept «marketing communication policy» is analyzed. The structure of the communication policy of the enterprise is considered. The market of communication services is explored, its influence on the formation of the marketing communication policy of a modern enterprise is determined.*

Keywords: *enterprise, organization, communication, marketing, sales, communication policy, marketing communications, consumers, advertising, propaganda, sales promotion, personal selling.*

Останнім часом із розвитком ринкових відносин зростає роль маркетингових комунікацій для задоволення непростої поведінки споживача. Нині неможливо вивести та просувати товар на ринок, застосовуючи лише основні засоби, такі як підвищення якості, визначення більш конкурентоспроможних цін. Для ефективного впровадження товару підприємству необхідно інтенсивно застосовувати комплекс маркетингових комунікацій: інформування, переконання, нагадування споживачам про товар, підтримку збуту, проведення ефективної реклами, а також створення позитивного іміджу підприємства – заходи, що формують загальну маркетингову комунікаційну політику підприємства. За таких умов дослідження питання впливу маркетингової комунікаційної політики підприємства на поведінку споживачів набуває ще більшої актуальності та потребує поглибленого дослідження.

© Зайцева О. І., 2017

Дослідженням сутності маркетингової комунікаційної політики на підприємствах та формування системи комунікацій підприємства займалися Котлер Ф., Гаркавенко С., Майовець Є., Ноздрева Р., Норіцина Н., Павленко А., Примак Т., Савицька Н., Янковська Г. та ін. Однак, проведені теоретичні дослідження дають підстави стверджувати, що серед науковців не існує єдиної точки зору щодо визначення сутності поняття «маркетингова комунікаційна політика». Найбільш поширені визначення вітчизняних і зарубіжних науковців подано в табл. 1 [1–4; 6; 8; 9].

З точки зору маркетингу підприємство передусім має визначитися з найбільш перспективними прийомами та інструментами маркетингової комунікації, які дозволять підвищити ефективність впливу на споживача. На сьогодні серед науковців немає одностайності щодо класифікації інструментів маркетингових комунікацій. Майовець Є. розглядає як основні засоби комунікації рекламу, стимулювання збуту, прямий маркетинг, паблік рилейшнз, а як синтетичні – спонсорство, виставки, ярмарки, упаковку, місця продажу, Інтернет, фірмовий стиль, мерчандайзинг і брендинг. Примак Т. О. виокремлює рекламу, стимулювання збуту, персональний продаж, суспільні зв'язки, пропаганду та прямий маркетинг; паблісіті, спонсорство, презентації розглядає як їх складові [6].

Таблиця 1

Визначення сутності поняття «маркетингова товарна політика» різними науковцями

Автор	Сутність поняття
Гаркавенко С. [1]	Перспективний курс дій фірми, що є спрямованим на забезпечення взаємодії з усіма суб'єктами маркетингової системи задля задоволення потреб споживачів і одержання прибутку
Котлер Ф. [2]	Система, що забезпечує передачу інформації про товар або саму компанію її чинним і потенційним споживачам задля просування товару на ринок або створення позитивного іміджу компанії та її товарів
Ноздрева Р. [3]	Сукупність заходів щодо встановлення, підтримки й розвитку зв'язків зі споживачами для збільшення збуту товарів і послуг, що ґрунтується на застосуванні психологічних моделей комунікативності
Норіцина Н. [4]	Сукупність сигналів, що виходять від підприємства на адресу різноманітних аудиторій: посередників, конкурентів, споживачів, постачальників, акціонерів, органів державного управління, власного персоналу
Павленко А. [6]	Комплекс заходів, що є застосовуваними фірмою для інформування, переконання чи нагадування споживачам про свої товари (послуги)
Савицька Н. [8]	Діяльність підприємства, що є спрямованою на інформування, переконання та нагадування цільовій аудиторії про свої товари задля стимулювання їх збуту, створення позитивного іміджу фірми у суспільстві та налагоджування тісних взаємовигідних партнерських стосунків між підприємством і громадськістю
Янковська Г. [9]	Функція маркетингової діяльності, що є пов'язаною з управлінням комунікаціями, здійснюваними за допомогою комплексу засобів передачі навмисних повідомлень між суб'єктами маркетингової системи задля стимулювання їх активності

Павленко А. вважає, що складовими засобів впливу є:

– реклама – ефективний засіб для охоплення великої кількості споживачів; недоліком є досить висока вартість та неефективний зворотний зв'язок;

– пропаганда – є здійснюваною через такі засоби інформації, які не викликають сумніву, мають високу інформативність, широке охоплення споживачів і беззаперечну довіру споживача; недоліками є складна організація з налагодження контактів із засобами масової інформації, майже відсутній контроль за публікаціями та неможливість повторного проведення заходу;

– стимулювання збуту – ефективний засіб, здатний швидко змінити поведінку споживачів, має високий ступінь гнучкості, привабливості й інформативності, однак, має недоліки через можливості неправильного використання та дублювання конкурентами;

– персональний продаж – індивідуальне усне подання товарів і послуг наявному та потенційному споживачу; перевагами такого засобу є безпосередній зворотний зв'язок, переконливість, можливості для передачі складної інформації; недоліком є те, що підприємства не завжди можуть скористатись таким заходом через його високу вартість [6] .

Маркетингова комунікаційна політика підприємства у своїй структурі має дві рівноправні складові: вплив маркетингових технологій на споживача й одержання зворотної інформації про реакцію споживача на результат впливу, який здійснює підприємство. Останніми роками структура основних секторів ринку комунікацій в Україні є однаковою зі структурою ринку комунікацій розвинених країн, однак, український ринок маркетингових послуг й досі відстає за обсягами від світового рівня. Тому маркетинговий ринок України можна визначити як такий, що розвивається.

Основними особливостями національного ринку комунікацій є динамічність і нестабільність процесу розвитку, що зумовлені економічно-політичною ситуацією та зростанням попиту на маркетингові комунікаційні послуги. На жаль, на сьогоднішній день національний ринок комунікацій України залишається непрозорим, тому офіційних даних щодо його обсягів не існує. Низка організацій на періодичній основі випускає свої експертні оцінки з розвитку ситуації на ринку комунікацій, виходячи зі своїх даних. Скористаємося даними авторитетних джерел – Всеукраїнської рекламної коаліції (ВРК) та Української асоціації маркетингу (УАМ), які розповсюджуються у вигляді щорічних звітів.

У табл. 2 наведено дані про обсяги комунікаційних послуг, які виконали вітчизняні підприємства за останні п'ять років [6].

Таблиця 2

Обсяги комунікаційних послуг в Україні

Види комунікацій	Обсяг послуги, млн грн					Відношення 2017 / 2013	
	2013	2014	2015	2016	2017 (прогноз)	млн. грн	%
Маркетинг	2687	1672	1633	1848	2123	-564,0	-21,0
Друковані ЗМІ	2497	1670	1320	1130	1342	-1155,0	-46,3
Радіо+ТВ	5280	4220	4468	6076	7894	2614,0	49,5
Зовнішня реклама	1613	1030	952	1240	1595	-18,0	-1,1
Інтернет-реклама	2050	2115	2355	3140	4010	1960,0	95,6
Разом	14127	10707	10728	13434	16964	2837,0	20,1

Аналіз отриманих даних дає підстави стверджувати, що протягом 2013–2017 рр. спостерігалася тенденція постійного зростання обсягів виробництва й реалізації маркетингових комунікаційних послуг. За останні п'ять років валова вартість наданих послуг зросла в 1,2 рази. Ринок маркетингових комунікацій розвивався стрімкими темпами, обсяг реалізації послуг у 2016 р. становив 13 434 млн. грн, за прогнозами, у 2017 р. ця сума збільшиться до 16 964 млн. грн.

Слід ураховувати, що за аналізований період найактивніше розвивався такий вид комунікації, як інтернет-реклама. Так, у 2017 р. відсоткова частина інтернет-реклами зросла на 95,6 %, тобто майже вдвічі порівняно з 2013 р. Обсяг електронного товарообігу у 2016 р. становив 3 140 млн. грн, а за прогнозами 2017 р. – 4 010 млн. грн, що на 870 млн. грн більше. У 2014 р. приріст обсягу послуг до 2013 р. знизився на 24,2 %. Однак, починаючи з 2015 р., ці показники стали зростати: у 2015 р. – 0,2 %, порівняно з 2014 р., у 2016 р. – 25,2 %, порівняно з 2015 р., і за прогнозами у 2017 р. – на 26,3 % порівняно з 2016 р., на 58,4 % у 2017 р. порівняно з 2014 р. Ці показники значно перевищують темпи зростання обсягу валового внутрішнього продукту України за той самий період.

Можна зробити висновок, що у період економічної кризи ринок дещо знизив свої показники, однак, обсяги 2016 р. майже дорівнюють показникам 2014 р., а за прогнозами, у 2017 р. навіть перевищать аналогічні значення 2014 р. До того ж Всеукраїнська рекламна коаліція прогнозує подальше зростання показників. Таким чином, у 2018 р. очікують зростання за видами комунікацій: загальний обсяг – на 26 %, телебачення – на 26 %, преса – на 18 %, радіо – на 20 %, зовнішня реклама – на 24 %, інтернет-реклама – на 30 %, обсяг маркетингових послуг – на 16 % [5].

Цей аналіз дає підстави стверджувати, що останніми роками посилюється комунікаційна активність вітчизняних виробників: якщо кілька років тому на телебаченні й у зовнішній рекламі переважали товари зарубіжних виробників, то тепер українські підприємства вкладають мільйони гривень у просування своєї продукції.

Результати дослідження дають підстави стверджувати, що застосування засобів поширення маркетингової інформації у найближчій перспективі триватиме в напрямі активного використання Інтернету, який слід розглядати як один із засобів просування продукції в комплексі маркетингових комунікацій. Ключовим фактором позитивної динаміки ринку в 2018 р. стане органічне зростання споживання мобільного Інтернету як медіа. Тому вітчизняним підприємствам на сучасному етапі потрібно впроваджувати новітні інтернет-технології для здійснення інноваційних маркетингових комунікацій. Однак, слід сказати і про зростання довіри до традиційних друкованих засобів масової інформації. Видавці засвідчують збільшення інтересу до мультиплатформових рішень, у які інтегровано традиційні газети та журнали. Зростає частка мультимедійних спеціальних проектів і автоматично зростає обсяг рекламних розміщень у друкованих ЗМІ. Крім того, ефективно працює реклама в пресі із чітко окресленими цільовими аудиторіями та зрозумілою географією поширення [5].

Таким чином, маркетингова комунікаційна політика сучасного підприємства вийшла на новий рівень, на якому постійно зростає роль інформації в діяльності підприємств, змінюється поведінка споживачів. Це змушує підприємства переглядати свої маркетингові позиції, зокрема в сфері комунікацій. Сучасна маркетингова кому-

нікаційна політика підприємства підвищує потребу в створенні індивідуальних маркетингових програм і приховуванні від конкурентів власних розробок щодо методології ринкової діяльності кожного підприємства. Для досягнення максимального успіху в маркетинговій комунікаційній політиці підприємствам необхідно поєднувати одночасно різні канали комунікацій.

Науковий керівник – канд. екон. наук, доцент Рожко В. І..

Література: 1. Гаркавенко С. С. Маркетинг: підручник. Київ : Лібра, 2007. 712 с. **2.** Котлер Ф. Основы маркетинга / пер. с англ. под общ. ред. Е. М. Пеньковой. М. : Прогресс, 1990. 702 с. **3.** Ноздрева Р. Б. Маркетинг : учебник. М. : Аспект Пресс, 2016. 448 с. **4.** Норіцина Н. І. Маркетингова політика комунікації. Київ : МАУП, 2003. 120 с. **5.** Всеукраїнська рекламна коаліція // Офіційний сайт Всеукраїнської рекламної коаліції. URL: http://vrk.org.ua/ranking. **6.** Павленко А. Ф., Войчак А. В. Маркетинг : підручник. Київ : КНЕУ, 2003. 246 с. **7.** Примак Т. О. Маркетингові комунікації : навч. посіб. Київ : Ельга; Ніка-Центр, 2003. 280 с. **8.** Савицька Н. Л., Кот О. В. Канали маркетингових комунікацій як засіб підвищення комунікативної активності підприємств. URL: http://global-national.in.ua/issue-15-2017/23-vipusk-15-lyutij-2017-r/2781-savitska-n-l-kot-o-v-kot-m-s-kanali-marketingovikh-komunikatsij. **9.** Янковська Г. В. Сутність маркетингових комунікацій та їх місце у системі маркетингу. *Наука й економіка.* 2010. № 4 (20). С. 98–101.

THE COMPETITIVENESS AS A FACTOR TO SUCCESS OF THE ENTERPRISES

UDC 346.545

Zayceva M. I.

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

Annotation. *The definitions of the enterprise's competitiveness by various economic schools are analyzed by economists, marketers, financiers. It is determined what factors affect the competitiveness of the enterprise, the relationship between its success and competitiveness is concretized. The authors define the essence of the concept of competitiveness of a modern enterprise.*

Keywords: *enterprise, organization, competition, competitiveness, methods of competitiveness assessment.*

Анотація. *Проаналізовано визначення конкурентоспроможності підприємства різними економічними школами, економістами, маркетологами, фінансистами. Визначено, які фактори впливають на конкурентоспроможність підприємства, конкретизовано зв'язок між його успіхом і конкурентоспроможністю. Запропоновано авторське визначення сутності поняття конкурентоспроможності сучасного підприємства.*

Ключові слова: *підприємство, організація, конкуренція, конкурентоспроможність, методи оцінювання конкурентоспроможності.*

Аннотация. *Проанализированы определения конкурентоспособности предприятия различными экономическими школами, экономистами, маркетологами, финансистами. Определено, какие факторы влияют на конкурентоспособность предприятия, конкретизирована связь между его успехом и конкурентоспособностью. Предложено авторское определение сущности понятия конкурентоспособности современного предприятия.*

Ключевые слова: *предприятие, организация, конкуренция, конкурентоспособность, методы оценки конкурентоспособности.*

© Zayceva M. I., 2017

In modern world, where companies are fighting for attention of each individual customer, there are a number of necessary conditions for success. Now, when competition in the market is constantly increasing, particularly relevant are the problems of successful management activities of the organization, one of the main parties to which the organization processes of formation of the brand and its brand and promote their business. Interest in the competitiveness problem is growing, due to its importance for professional and personal success of a person, its role in building successful communication, its value for the self-realization process.

On how successfully it can be solved, it depends on a great deal in economic and social life of any country, almost any consumer. The concept of product competitiveness is multifaceted and covers all parts of the enterprise, such as product and its main characteristics, as well as organizational, financial and operational characteristics of the enterprise itself. In various branches of knowledge in the scientific literature, there are several definitions of the competitiveness of products, often contradicting each other. Theoretical basis of competition began to be laid in the period of pre-capitalist formations. However, the first more holistic theoretical propositions about the competition and its driving forces appeared only in the middle of the XVIII century. The great merit in this belongs to the representatives of the classical political economy of Smith A., Ricardo D. [1; 2]. In subsequent periods, a significant development of competition theory was due to the works of Marshall A., Keynes J., Leontiev V., Schumpeter J., Sraffa P., Porter M. and others [3–8].

The price regulation of the market due to the ideas competition developed by Ricardo D. The situation of perfect competition, a theoretical model that he developed helped to understand how natural in the long-run equilibrium price combined with the principles of decentralized management, and the latter contribution to the economy.

Neoclassical version of behavioral interpretation of the competition, one of the founders of which is rightly considered the British economist Alfred Marshall, connects it with the struggle for scarce economic goods and, of course, for your money, for which they can be purchased. The logic behind this approach is that most goods is sparse in the sense that their number is less than the potential needs of society. They put conditions or criteria (the desired price level, quality etc.) and depending on the fulfillment of these conditions, decide who provide benefits, but someone – no. «Competition is the desire as much as possible to meet the criteria of access to rare goods», – says the American economist Heine P. [9].

Along with behavioral treatment of competition in the XIX century and especially in the XX century structural interpretation has spread. Its origins go back to the works of Edgeworth F., Cournot A., Robinson J., Chamberlin E. and other prominent scientists who laid the foundation of modern Western theory of competition.

Thus, by the middle of the XX century there has been formed a general idea about the nature of competition and its main driving forces, as expressed in the postulation of four classic models of market competition: perfect competition, monopolistic competition, oligopoly, and pure monopoly. The positions of this group of scientists in the modern Western economics are so strong that the term «competition» is often used in a structural sense.

Today many domestic manufacturers are concerned about the competitiveness of their products, since this factor determines whether a manufacturer has the opportunity to stay at the right level, or even to survive in the difficult conditions of a market economy. Stiff competition in any industry is forcing market players deliberately and carefully builds their brand policy.

The competitiveness of the enterprise – its advantage in relation to other companies of the industry at home and abroad. A variety of methodological approaches to determining the competitiveness of the enterprise has not determined the essence of this concept, the composition of its semantic elements, which are necessary for the development of methods for evaluating the competitiveness of enterprises and management decisions for modeling its level. Different understanding of the same phenomena of market actors in their joint activities may prevent coordinated action. There is currently no generally accepted that satisfy all the subjects of the market competitiveness assessment methods, not only businesses, but also for other objects (goods, services, industries, regions, countries).

Estimation of competitiveness – a subjective process, and what is meant by this category of the decision maker, which in this case will elect a method of assessing its level, and this can get a result. In competitive market conditions characterizes the degree of development of the society. The definition from author of article: «The competitiveness is the most right use set of extraordinary characteristics of enterprise, and try to do all the best for customers from employees of the company».

The competitiveness of retail businesses is largely determined by the degree of commitment to his customers. The loyalty of the customers depends on the subjective evaluation of the store, which is formed in their minds. In this regard, any commercial enterprise should be seen not only functional, but also market-psychological points of view. The presence of an attractive trade company image helps the buyer to take it as something different from the others, to see the benefits of it, missing the competition, choose it as a permanent place of shopping. Company image – a stable representation of clients, partners and the public about the prestige of the company, as its product and services, reputation managers. The basis of the company's image is the essence of the style of internal and external business and interpersonal relations staff and official attributes: name, logo and trademark. Not all managers are aware of the need to have a good image of the enterprise and find it useful to spend money on advertising companies.

In competitive market conditions characterizes the degree of development of the society. The market of medical supplies is very saturated. It's hard for new companies to enter the market, and small businesses find it difficult to find their niche. It is necessary to solve a wide range of problems and, above all, to obtain objective information about those markets where the product is already being sold or offered, and about its competitors to increase the competitiveness of the organization [7].

First the task the company, are to minimize costs and thereby strengthen its competitive position, then enter new markets, conclude contracts in the regions, then consolidate into them by purchasing existing enterprises for the production of similar products, and in the future, seek to acquire a share of shares of larger enterprises.

It is also noted that between the categories of competitiveness at different levels, there are fundamental differences due to the difference in the objective functions of these objects. At the same time among all the above-mentioned levels of competitiveness, there is a close internal and external interdependence. On the one hand, the country's competitiveness is based primarily on its viability. On the other hand, the company's competitiveness depends on how organized the socio-economic environment in which it must operate.

At each level, the competition to solve certain problems, so the analysis of competitiveness it is important to understand what is the main objectives pursued by the competition advantages. These objectives are in line with the levels of formation of competitive advantages are usually different scales and time horizons. There is no doubt that the competitiveness of all the objects described levels is strongly correlated with each other and has a direct impact on the value of each of them.

Competitiveness is often confused with efficiency. Competitiveness is a broader category than efficiency. It includes efficiency as a component of the category, but describes a more complex relationship of economic entities of individual firms and corporations, their industry associations and the national economies of individual countries. Reputation affects the economic efficiency, because the market for pharmaceutical services is very competitive. Therefore, in time, the completely brought goods create a good reputation. After all, when people get sick the bill goes for minutes and every minute is expensive.

Efficiency is the ratio of costs to results showing how efficiently can be used or used at the disposal of the subject of competitive resources. Competitiveness is the potential ability to conduct a successful competition. This is usually not an absolute characteristic of resource potential, and the relative – in relation to any other competing market entity (product, company or country). Therefore, it can be competitive and inefficient market subject, if other competing entities even less effective. Therefore, the competitiveness can be achieved not only by improving its own performance, but also through the use of various types of blocking competitors in the development of measures [8].

The competitiveness of an organization is not its constant characteristic; it determines the ability to lead a successful competitive struggle, to confront the main competitors in a certain period. With changes in the external and internal environment, the comparative competitive advantages relative to other enterprises of the industry also change. Proceeding from this, it can be argued that the competitiveness of an organization is a relative concept, since it can only be determined on the basis of comparing the individual characteristics of an enterprise with the characteristics of other, similar firms. Competitiveness of an enterprise depends on the object of comparison, as well as on factors that are used to assess competitiveness. We cannot speak of the absolute competitiveness of an enterprise: it can be the number one in its industry in the national economy and be uncompetitive in international markets.

Competitiveness of the goods is a decisive factor in its commercial success in a developed competitive market. This is a multidimensional concept, which implies conformity of the goods to market conditions, specific requirements of consumers not only in terms of their qualitative, technical, economic, aesthetic characteristics, but also in terms of commercial and other conditions of its realization (price, terms of delivery, and channels of sale, service, and advertising). Moreover, an important component of the competitiveness of the goods is a decline in consumer costs during its exploitation.

The dynamic development of trade determines the increased competition and the changing nature of competition, makes it necessary to expand the scope of marketing tools in the management of commercial enterprises. However, the rapid pace of globalization of the world economy, the high degree of similarity between products from different manufacturers, and the individualization of consumer needs reduce the effectiveness of methods of price competition and the use of traditional means of marketing.

In other words, competitiveness means a complex of consumer and value (price) characteristics of a product, which determines its success on the market, i. e. the advantage of this commodity over others in the context of the broad supply of competing analogues.

The competitiveness of a product can be determined only by comparing the competition between them. In other words, competitiveness is a relative concept that is clearly tied to a particular market and time of sale. And since each buyer has his own individual criterion for assessing the satisfaction of his own needs, competitiveness also acquires an individual tone.

The purpose of the strategy is to increase competitiveness of domestic pharmaceutical industry through the production of medicines, quality meet international standards; promotion and development of innovative medicines; support of Ukrainian export of medicines; technological Ukrainian pharmaceutical industry. The strategy is based on the priority of the national pharmaceutical industry in the implementation of programs of drug provision of the population, as well as the priority substitution of imports by domestic drugs.

Competitiveness of the enterprise is largely determined by the degree of adherence to it buyers say experts. Loyalty of the same buyers depends on the subjective evaluation of the company, which is formed in their minds. In this regard, any trading enterprise should be considered not only from a functional, but also a market-psychological point of view. The presence of an attractive image of the company helps the buyer to perceive it as something different from others, to see in it the advantages that are absent from competitors, to choose it as a permanent place of purchase.

However, the rapid pace of globalization of the world economy, the high degree of similarity between products from different manufacturers, and the individualization of consumer needs reduce the effectiveness of methods of price competition and the use of traditional means of marketing. This raises the need for innovative approaches in marketing and, in particular, the relationship marketing based on developing and maintaining long-term relationships with consumers, shaping their loyalty. Special mention should be on the value of customer loyalty as a factor in the competitiveness of enterprises, confirmed that the specific statistics. The competitiveness of retail businesses is largely determined by the degree of commitment to his customers. The loyalty of the customers depends on the subjective evaluation of the store, which is formed in their minds. In this regard, any commercial enterprise should be seen not only functional, but also market-psychological point of view. The presence of an attractive trade company image helps the buyer to take it as something different from the others, to see the benefits of it, missing the competition, choose it as a permanent place of shopping.

A necessary condition for determining the competitiveness of is the existence of competition. The competition is carried out on the market – conditional place of purchase and sale of a particular type of goods, conclusion commercial transactions, which are carried out by certain intensity of competition with ethical and legal norms and regulations. The competitiveness of the goods – the ability to meet the requirements pits of a competitive market, the needs of customers in comparison with other similar products available on the market. It is determined product quality, technical level, Therefore consumer properties prices of goods. In addition, the impact on competitiveness fashion, corrupt, and after-sales service, advertising, image pro-manufacturer, the situation in the market, fluctuations are in demand. In marketing activities under the definition of price often, it is mean the amount of money consumers are willing to pay for the purchase.

The competitiveness of the enterprise – its advantage in relation to other companies of the industry at home and abroad. A variety of methodological approaches to determining the competitiveness of the enterprise has not determined the essence of this concept, the composition of its semantic elements, which are necessary for the development of methods for evaluating the competitiveness of enterprises and management decisions for modeling its level. Different understanding of the same phenomena of market actors in their joint activities may prevent coordinated action. There is currently no generally accepted that satisfy all the subjects of the market competitiveness assessment methods, not only businesses, but also for other objects (goods, services, industries, regions, countries). When constructing a profile of competitive advantages, the first stage determines the relative advantages of an organization in competition. To do this, they collect and analyze information about their nearest competitors. Then they compare the enterprise with its competitors by several characteristics, the so-called success factors that provide advantages in the competitive struggle: price, quality of the goods, and compliance with delivery times, sales system and management.

Today many companies offer essentially the same services. The company must have a set of characteristics for the consumer, looking at the set of proposals, the company should be different from the other, have a set of special things that will make the customer stop at it. In the future, competition behavioral understanding was improved in the direction of a more precise indication of its goals and ways of doing.

In my opinion, image is a set of characteristics an enterprise possessed by an enterprise to leave behind repeated memories or to form an opinion. Undoubtedly, the quality of products has always been and remains the main factor that contributes to the advantage of producers of goods and services markets. However, we should not forget the role of the company's image, advertising activity. Competition leads to the emergence of new features and product attributes. In the context of the same high functional quality of competing products is becomes mandatory, but it is insufficient to make these product solutions to acquire characteristic for the consumer, giving way to a non-functional properties.

At each level, the competition to solve certain problems, so the analysis of competitiveness it is important to understand what is the main objectives pursued by the competition advantages. These objectives are in line with the levels of formation of competitive advantages are usually different scales and time horizons. There is no doubt that the competitiveness of all the objects described levels is strongly correlated with each other and has a direct impact on the value of each of them. You cannot seriously expect to reasonably high competitiveness of the industry or enterprise, if the country has not adjusted to principal balance of political, social and economic nature.

At the same time, any product after entering the market begins to gradually use its competitiveness potential. Such a process can be slowed down and even temporarily delayed, but stopping is impossible.

Supervisor – Cand. econ. Sci., Associate Professor Rozhko V. M.

Literature: 1. Smith D. C. The Effects of Brand Extensions on Market Share and Advertising Efficiency. URL: http://www.scirp.org/(S(i43dyn45teexjx455qlt3d2q))/reference/ReferencesPapers.aspx?ReferenceID=1388454. **2.** Ricardo D. Principles of Political Economy and Taxation. URL: https://socialsciences.mcmaster.ca/econ/ugcm/3ll3/ricardo/Principles.pdf. **3.** Marshall A. Prinsiples of Economics. Variorum edition overseen be C. Guillebaud. URL: https://www.abebooks.co.uk/book-search/title/principles-of-economics-ninth-variorum-edition. **4.** Keynes J. M. General Theory of Employment, Interest and Money. URL: https://cas2.umkc.edu/economics/people/facultypages/kregel/courses/econ645/winter2011/generaltheory.pdf. **5.** Леонтьев В. В. Исследовательская структура американской экономики. Теоретический и эмпирический анализ стоимости схемы. М. : Государственное издательство, 1958. 640 с. **6.** Шумпетер Й. А. Теория экономического развития. М. : Прогресс, 1982. 455 с. **7.** Сраффа П. Производство товаров посредством товаров: прелюдия к критике экономической теории. М. : Юнити-Дана, 1999. 159 с. **8.** Портер М. Конкуренция. М. : Вильямс, 2005. 162 с. **9.** Хейне П. Экономический образ мышления. М. : Дело, 1992. 704 с.

ВИЗНАЧЕННЯ СУТНОСТІ ТА РОЛІ УПРАВЛІННЯ ПРОФЕСІЙНОЮ МОБІЛЬНІСТЮ ТРУДОВИХ РЕСУРСІВ

УДК 331.101.26: 338

Звягінцев П. А.

Магістрант 1 року навчання
факультету економіки і права ХНЕУ ім. С. Кузнеця

Анотація. *Визначено сутність управління професійною мобільністю трудових ресурсів, розкрито його роль. Систематизовано основні напрямки розвитку управління професійною мобільністю як складової системи управління. Проаналізовано основні проблеми та сучасні тенденції у сфері управління професійною мобільністю трудових ресурсів.*

Ключові слова: *підприємство, організація, право на працю, співробітник, персонал, трудові ресурси, управління персоналом, мобільність, професійна мобільність, управління професійною мобільністю.*

Аннотация. *Определена сущность управления профессиональной мобильностью трудовых ресурсов, раскрыта его роль. Систематизированы основные направления развития управления профессиональной мобильностью как составляющей системы управления. Проанализированы основные проблемы и современные тенденции в сфере управления профессиональной мобильностью трудовых ресурсов.*

Ключевые слова: *предприятие, организация, право на труд, сотрудник, персонал, трудовые ресурсы, управление персоналом, мобильность, профессиональная мобильность, управление профессиональной мобильностью.*

Annotation. *The essence of management of professional mobility of labor resources is defined, its role is revealed. The main directions of development of management of professional mobility as a component of the management system are systematized. The main problems and modern trends in the management of professional mobility of labor resources are analyzed.*

© Звягінцев П. А., 2017

Keywords: *enterprise, organization, right to work, employee, personnel, labor resources, personnel management, mobility, professional mobility, management of professional mobility.*

За сучасних економічних умов ефективність управління процесами, що є пов'язаними з формуванням, розвитком і використанням трудового потенціалу, має ключове значення для економічного розвитку України та її успішної інтеграції в світове господарство, через що є дуже актуальним пошук шляхів вирішення накопичених у цій сфері проблем. Одним із найгостріших і водночас найменш вивчених є питання неефективних трудових переміщень значних масштабів.

Актуальність теми роботи є визначуваною тим, що за умов євроінтеграції на перший план виходить потреба вивчення закономірностей трудової мобільності як однієї з основних умов розвитку та функціонування міжнародного ринку праці і трудових відносин.

Дослідженням особливостей управління професійною мобільністю трудових ресурсів займалися Єчина Л. В., Іванісов О. В., Хом'юк І. В., Коваліско Н. В., Іванченко Є. А., Кугель С. А., Ігошев Б. М., Зайончковська Ж. А., Вітковська Г. С. У своїх працях науковці розкривають сутність, роль і важливість управління мобільністю трудових ресурсів для підприємств та організацій (табл. 1) [1–9].

Підвищена мобільність призводить до значних негативних наслідків. Одним із головних завдань суб'єктів ринкових відносин є управління професійною мобільністю. Рух завжди є пов'язаним із втратами робочого часу, і чим він активніший, тим більшими є ці втрати, і вони не завжди є співставними з отриманим ефектом, оскільки знижують загальний трудовий потенціал країни.

Проблема полягає в тому, що в основі трудової мобільності лежать закони поділу і зміни праці, відтворення робочої сили, зростання потреб, а також такі закономірності групової й суспільної свідомості, як норми та цінності, мотиви поведінки і потреби [2].

Це порушує питання відповідності працівника робочому місцю і створює передумови для трудових переміщень (мобільності). Роль трудової мобільності в суспільстві є зумовленою двома основними її функціями. Економічна функція полягає у сприянні забезпеченню економіки робочою силою і підвищенню ефективності виробництва.

Таблиця 1

Визначення сутності поняття «професійна мобільність» різними науковцями

Автор	Визначення
Єчина Л. В. [1]	Професійна мобільність – рівень узагальнених професійних переміщень або готовність до оперативного руху для реалізації професійних здібностей та оптимальних способів виконання різних завдань у своїй професії
Іванісов О. В. [2]	Професійна мобільність – сукупна характеристика особистісних і групових переміщень професійного та виробничого характеру персоналу, який ефективно виконує професійні обов'язки, для реалізації стратегічних цілей організації
Хом'юк І. В. [5]	Професійна мобільність – результат взаємодії економічних, соціальних, соціально-психологічних, демографічних та інших факторів, що утворюють рух трудових ресурсів
Коваліско Н. В. [6]	Професійна мобільність – передбачені володіння системою узагальнених професійних прийомів і вміння ефективно їх застосовувати для виконання будь-яких завдань у суміжних галузях виробництва і порівняно легко переходити від однієї діяльності до іншої
Іванченко Є. А. [7]	Професійна мобільність – наявні ресурси та потенційні можливості (резерви) до здійснення трудової діяльності, що існують у суспільстві
Кугель С. А. [8]	Професійна мобільність – узагальнююча характеристика міри та якості, високий рівень узагальнених професійних знань, готовність до оперативного відбору й реалізації оптимальних способів виконання різних завдань у своїй професії
Ігошев Б. М. [9]	Професійна мобільність – прогнозовані інтелектуальні, професійні та кадрові переміщення трудових ресурсів
Зайончковська Ж. А. [3]	Професійна мобільність – сукупність, елементами якої є кадрові переміщення
Вітковська Г. С. [4]	Професійна мобільність – одна з форм соціально-економічної мобільності, яка являє собою процес зміни місця прикладання праці працівниками, що змінює місце працівника в системі суспільного поділу праці

На підставі аналізу наведених тлумачень поняття «професійна мобільність» визначимо професійну мобільність як якісну та кількісну сторону переміщення трудових ресурсів країни, що в сукупності є втраченим або набутим кадровим потенціалом підприємства, галузі або країни в цілому.

Професійна мобільність є вагомим соціально-економічним процесом, що відіграє важливу роль у розвитку країни. Управління професійною мобільністю має бути в постійному розвитку та під пильною увагою, оскільки нерегульовані професійні переміщення можуть створити дисбаланс у сферах народного господарства країни та вагомі втрати трудового потенціалу країни в цілому.

Проблема високої професійної мобільності на великому промисловому підприємстві є одним із ключових факторів, що знижують ефективність його діяльності. Для якісного виправлення ситуації необхідний комплекс заходів за чотирма основними напрямками: оптимізація цілей і принципів кадрового менеджменту, ефективний моніторинг мобільності персоналу, розробка й реалізація на основі сучасних наукових підходів системи менеджменту персоналу, розробка ефективної поточної та перспективної кадрової політики (рис. 1, табл. 2) [10].

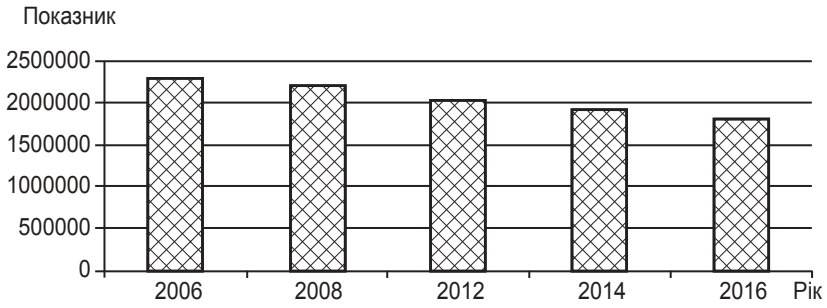


Рис. 1. **Динаміка зміни чисельності трудових ресурсів України за роками**

Таблиця 2

Показники вітчизняного ринку праці за роками

Показник	2006	2008	2012	2014	2016
Чисельність населення	46929,5	46372,7	45633,6	45426,2	42760,5
Чисельність трудових ресурсів	2308684	1998771	1998771	1942389	1916185
Чисельність економічно активного населення	2038940	1894480	1794480	1757420	1713480
Рівень безробіття, МОП	8,1	8,3	8,6	9,7	10,1
Рівень безробіття	2,8	2,5	2,4	2,1	1,9

Аналіз статистичних даних дає підстави говорити, що з роками зростає відтік трудових ресурсів з України до країн Європи, а на їх місце прибувають трудові мігранти з менш розвинених країн. Тобто з роками все більше зростає розвив у рівні трудового потенціалу країни: під впливом високої мобільності досвідчені висококваліфіковані кадри замінюють менш кваліфіковані. Це призводить до розриву техніко-економічного та кадрового потенціалу країни. Мобільність трудових ресурсів є необхідною для того, щоб здійснити перехід працівників від однієї діяльності, простішої, до іншої, складнішої. Високий рівень професійної мобільності, її швидкий рух і розвиток призводять до плинності кадрів і втрати країною фахових спеціалістів.

За умов кризового стану економіки підприємства та організації відчувають необхідність у прояві потенційних можливостей персоналу, а також стикаються з проблемою зростання плинності кадрів, що, у свою чергу, тягне за собою потребу у відтворенні персоналу, через що зростають витрати на найм, навчання й адаптацію. Ці фактори можуть спричинити кризовий стан підприємства і навіть загибель організації.

Таким чином, висока мобільності кадрів знижує рівень професійно-кваліфікаційного та психофізичного потенціалу, тобто функціональну, професійну, кваліфікаційну структуру трудового потенціалу. Знижується також рівень творчого потенціалу кадрів і його мотивація до роботи. Перспективою подальших наукових досліджень у цьому напрямку стане формування універсальної структури системи управління професійною мобільністю трудових ресурсів.

Науковий керівник – д-р екон. наук, професор Назарова Г. В.

Література: 1. Єчина Л. В., Рекунова Г. С. Зовнішня трудова міграція України: причини і наслідки // Стратегія розвитку фінансово-економічних та соціальних відносин: регіональний аспект : матеріали 3-го Симпозіуму (Харків,

11 листопада 2010 р.). Харків : ХІФ УДУФМТ, 2010. С. 233–234. **2.** Іванісов О. В., Єрмоленко О. А., Доровської О. Ф. Управління трудовим потенціалом : навч. посіб. Харків : ХНЕУ, 2008. 392 с. **3.** Зайончковская Ж. Трудовая миграция в странах СНГ: средство адаптации к экономическому кризису и источник новых вызовов. Главные итоги межстрановых исследований. CAPTES. Т. 2. 2006. С. 278–289. **4.** Вітковська Г. С. Вимушені мігранти. Біда чи благо? *Людина й праця.* 1999. № 11. С. 9–12. **5.** Хом'юк І. В. Визначення поняття «мобільність» у термінології формування професійної мобільності майбутніх інженерів. *Наукові записки Вінницького державного педагогічного університету ім. М. Коцюбинського.* 2011. № 3. С. 280–289. **6.** Коваліско Н. В. Трудова мобільність в умовах регіонального ринку праці : дис. … канд. соціологічних наук : 22.00.07. Харків, 1999. 184 с. **7.** Іванченко Є. А. Професійна мобільність майбутніх фахівців : навч. посіб. Одеса : СМІЛ, 2004. 120 с. **8.** Кугель С. А. Профессиональная мобильность в науке и тенденции ее изменения. М. : Мысль, 1983. 544 с. **9.** Игошев Б. М. Развитие профессиональной мобильности специалистов – перспективное направление деятельности педагогического университета. *Педагогическое образование и наука*. 2008. № 6. С. 24–28. **10.** Статистична інформація // Офіційний сайт Державної служби статистики України. URL: http://www.ukrstat.gov.ua.

ОСОБЛИВОСТІ ДІЯЛЬНОСТІ ПРОФСПІЛОК І ПРОБЛЕМИ ДОВІРИ ДО НИХ З БОКУ НАСЕЛЕННЯ УКРАЇНИ

УДК 331.105.44(477)

Золотайко К. С.

Студент 3 курсу
факультету консалтингу і міжнародного бізнесу ХНЕУ ім. С. Кузнеця

Анотація. *Досліджено роль професійних спілок в Україні. Визначено рівень довіри суспільства до цих представницьких органів, що впливає на ефективність співпраці суб'єктів соціально-трудових відносин. Окреслено основні проблеми функціонування сучасних професійних спілок, запропоновано шляхи їх ефективного вирішення.*

Ключові слова: *підприємство, організація, персонал, соціально-трудові відносини, професійні спілки, баланс довіри, громадські об'єднання.*

Аннотация. *Исследована роль профессиональных союзов в Украине. Определен уровень доверия общества к этим представительным органам, что оказывает влияние на эффективность сотрудничества субъектов социально-трудовых отношений. Определены основные проблемы функционирования современных профессиональных союзов, предложены пути их эффективного решения.*

Ключевые слова: *предприятие, организация, персонал, социально-трудовые отношения, профессиональные союзы, баланс доверия, общественные объединения.*

Annotation. *The role of trade unions in Ukraine has been studied. The level of public confidence in these representative bodies has been determined, and it affects the efficiency of cooperation between the subjects of social and labor relations. The main problems of functioning of modern trade unions are determined, the ways of their effective solution are suggested.*

Keywords: *enterprise, organization, personnel, social and labor relations, trade unions, balance of trust, public associations.*

Нині в Україні за умов євроінтеграції та побудови сильної демократичної держави особливу роль відіграють такі громадські організації, як профспілки та організації роботодавців. Від того, наскільки міцною буде довіра суспільства до них, залежить ефективність управління соціально-трудовими відносинами і досягнення стабільності в соціальній та економічній сфері.

На сьогоднішній день коло об'єктів захисту цих організацій і сфери їх інтересів суттєво розширилися. Основною ціллю й завданням профспілок є захист професійних інтересів і законних прав працюючих, встановлення

© Золотайко К. С., 2017

соціальної справедливості. Між суб'єктами соціально-трудових відносин на тлі розбіжностей інтересів постійно виникають конфлікти, а громадські організації шукають шляхів їх взаємоприйнятного вирішення. Актуальність цієї теми є зумовленою постійним зростанням ролі професійних спілок у соціально-трудових відносинах.

Дослідженням проблемних питань діяльності професійних спілок і довіри до них з боку суспільства займалися Островський Л. Я., Жернаков В. В., Шебанова О. І., Пилипенко П. Д., Александров М. Г., Прокопенко В. І., Ставцева О. І., Хуторян Н. М., Гаращук В. М. та ін. Але, незважаючи на наявність численних теоретичних розробок, це питання потребує доповнень із урахуванням сучасних обставин економічно-соціальної сфери України.

Метою написання статті є аналіз особливостей діяльності професійних спілок в Україні та визначення стану довіри до них суб'єктів соціально-трудових відносин.

У всіх високорозвинених країнах світу професійні спілки є основою ефективної співпраці роботодавців і працівників, важливим посередником під час колективних переговорів і ведення соціального діалогу. Діяльність професійних спілок в Україні регулюється на законодавчому рівні відповідними законами, серед них Закон України «Про професійні спілки, їх права та гарантії діяльності», «Про об'єднання громадян», «Про колективні договори і угоди» [1]. Міжнародні правові документи та законодавчі акти України гарантують право громадян на створення професійних спілок. Однак, характерною особливістю є те, що в них не вказано мінімально допустиму кількість осіб, яка є необхідною для створення профспілки. Чисельність та активність членів профспілкових організацій прямо пропорційно впливає на ефективність їх діяльності та результативність вирішення конфліктів у колективах.

Серед основних функцій професійних спілок виділяють захисну та представницьку, які доповнюються контрольними повноваженнями за додержанням законодавства про працю. Профспілковий захист має забезпечувати нормальні умови життя та праці, економічну ефективність виробництва, соціальну справедливість. За умови існування профспілкової організації на підприємстві власник може встановлювати розмір оплати праці, правила внутрішнього трудового розпорядку, норми робочого часу, графіки відпусток лише після їх погодження з нею.

За профспілками закріплене право проведення незалежної експертизи умов праці й об'єктів виробничого призначення. Серед повноважень професійних спілок також є право контролю за виконанням роботодавцем взятих на себе зобов'язань перед працівниками та право притягти його до відповідальності у разі невиконання колективного договору чи виявленні порушень трудового законодавства [2].

Ліквідація підприємства, зміна форми власності, призупинення виробництва, яке може спричинити скорочення штату працівників, є здійснюваними лише після попереднього надання профспілкам інформації щодо цих питань.

На сьогоднішній день досить проблематичним є питання довіри українського населення до професійних спілок. Українське суспільство має досить слабку обізнаність у питаннях сучасного профспілкового руху, при цьому деякі владні структури та підприємці часто применшують роль профспілок у системі соціально-трудових відносин. Застарілі уявлення та переконання щодо їх діяльності не дозволяють ставитися до них як до рівноправного партнера.

Український інститут соціальних досліджень імені Олександра Яременка регулярно проводить і публікує результати моніторингу громадської думки стосовно довіри українського населення до різних громадських організацій, державних установ та органів влади. У звітах міститься також інформація щодо думки населення про діяльність профспілок. На жаль, спостерігається тенденція до розчарування суспільства у ефективності їх роботи. Так, у 2010 р. понад 70 % українців висловили недовіру до профспілок, а у 2014–2016 рр. відсоток недовіри тримався на рівні 50 % (рис. 1) [3].

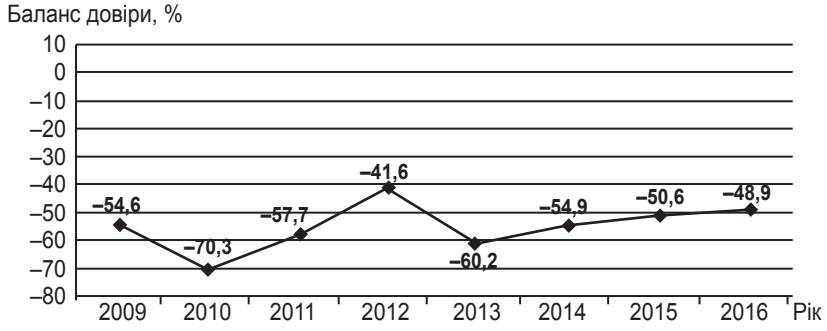


Рис. 1. **Динаміка зміни рівня довіри громадян до профспілкових організацій**

Отже, довіра населення до профспілок залишається кризовою, що, у свою чергу, не сприяє ефективній співпраці суб'єктів соціально-трудових відносин, сповільнює розвиток виробничої демократії.

Профспілковий рух у нашій країні не змінюється суттєво, але спостерігаються певні явища його модернізації. На цьому шляху важливо звернути увагу на досвід країн, у яких профспілковий рух набув загального визнання, серед яких США та деякі країни Західної Європи. У цих країнах за членами професійних спілок закріплено майнову, адміністративну та кримінальну відповідальність. У Данії на законодавчому рівні заборонено залучати до складу спілки, яка складається з найманих працівників, осіб, які належать до адміністрації [4]. Наразі в Україні відсутній ефективний контроль за діяльністю профспілок. Саме тому доцільним може стати досвід США, де існує Комітет трудових відносин, функціями якого є контроль за створенням і роботою представницьких організацій, а також проведенням у них незалежного голосування. Такий контроль держави має сприяти становленню й розвитку інституту громадського контролю за додержанням законодавства про охорону праці не лише в державному секторі, а й у інших сферах діяльності.

Таким чином, останнім часом профспілки розширюють межі своїх безпосередніх завдань і починають діяти не лише як захисники економічних інтересів працівників, а також як суспільно-громадська організація. Профспілки висловлюють загальногромадянські інтереси та надають підтримку не тільки членам профспілок, а й іншим соціальним категоріям громадян. У майбутньому їх роль у демократичному суспільстві зростатиме, адже саме вони захищають права й свободи працівників, однак, недостатня довіра з боку працівників стримує ефективність їх взаємодії.

Науковий керівник – канд. екон. наук, доцент Пилипенко С. М.

Література: 1. Про професійні спілки, їх права та гарантії діяльності : Закон України від 15.09.1999 № 1045-XIV // База даних «Законодавство України» / Верховна Рада України. URL: http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/1045-14. **2.** Бражко О. В. Роль профспілкових організацій у захисті прав працівників. *Економіка та держава.* 2010. № 3. С. 77–79. **3.** Балакірєва О. М., Дмитрук Д. А. Динаміка інституційної довіри та електоральна активність. *Український соціум.* 2015. № 4. С. 128–132. **4.** Андрійчук О. В. Зарубіжний досвід правового регулювання контролю за додержанням трудового законодавства. *Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету.* 2014. № 2. С. 7–10.

ІННОВАЦІЙНИЙ ПОТЕНЦІАЛ ЯК ВИЗНАЧНИЙ ФАКТОР ЗРОСТАННЯ КОНКУРЕНТНИХ ПЕРЕВАГ БУДІВЕЛЬНОЇ ПРОДУКЦІЇ

УДК 339.138

Золотаренко О. О.

Магістрант 1 року навчання
факультету менеджменту і маркетингу ХНЕУ ім. С. Кузнеця

Анотація. *Обґрунтовано, що будівельне підприємство, стратегією якого є економічне зростання, повинне мати конкурентні переваги, що визначають можливості для сталого розвитку й підвищення ефективності функціонування. Проаналізовано інноваційний потенціал будівельного виробництва як один із факторів підвищення конкурентоспроможності будівельної продукції. Запропоновано методичні підходи до оцінювання інноваційного потенціалу та його впливу на зростання конкурентних переваг будівельного підприємства.*

Ключові слова: *економіка, підприємство, будівельне підприємство, ефективність функціонування, конкуренція, інновації, потенціал, інноваційний потенціал, конкурентні переваги.*

© Золотаренко О. О., 2017

Аннотация. *Обосновано, что строительное предприятие, стратегией которого является экономический рост, должно иметь конкурентные преимущества, определяющие возможности для устойчивого развития и повышения эффективности функционирования. Проанализирован инновационный потенциал строительного производства как один из факторов повышения конкурентоспособности строительной продукции. Предложены методические подходы к оценке инновационного потенциала и его влияния на рост конкурентных преимуществ строительного предприятия.*

Ключевые слова: *экономика, предприятие, строительное предприятие, эффективность функционирования, конкуренция, инновации, потенциал, инновационный потенциал, конкурентные преимущества.*

Annotation. *It is substantiated that a construction company, whose strategy is economic growth, should have competitive advantages that determine the opportunities for sustainable development and improving the efficiency of functioning. The innovative potential of construction production is analyzed as one of the factors of increasing the competitiveness of construction products. Methodical approaches to the evaluation of innovative potential and its influence on the growth of competitive advantages of a construction enterprise are proposed.*

Keywords: *economy, enterprise, construction enterprise, efficiency of functioning, competition, innovation, potential, innovative potential, competitive advantages.*

Інноваційна діяльність є однією з основних сфер діяльності будь-якого будівельного підприємства. Вона забезпечує створення та використання нових, ефективніших засобів виробництва, сприяє розвитку національної економіки в цілому. Інновації – це діалектична єдність ідеї, підприємства й бізнесу. Будівельна галузь забезпечує спорудження об'єктів виробничого та невиробничого призначення, а також створення й розвиток інфраструктури, необхідної для їх функціонування. Тому основними вимогами до інновацій у будівельному виробництві є облік витрат на створення будівель і споруд і підтримання всього їх життєвого циклу, забезпечення комфортності проживання і здоров'я людей, екологічна безпека, збереження сприятливого навколишнього середовища та культурної спадщини. Такий облік спонукає інвесторів звертати більше уваги не тільки на ефективність одноразових вкладень, а й на такі підсумкові експлуатаційні витрати, як збереження енергетичних, водних та інших природних ресурсів, що набуває нині вирішального значення [2].

Конкуренція та пов'язані з нею питання завжди були й залишаються в центрі уваги науковців-економістів. Дослідженням питань конкурентоспроможності займалися Маршалл А., Парето В., Менгер К., Бем-Баверк Є., Візер Ф. та ін. Вагомий внесок у вивчення конкуренції зробила Робінсон Д. Нею був поставлений під сумнів і ключовий неокласичний принцип ототожнення рівноваги попиту та пропозиції, тобто ринкової рівноваги, із оптимальним розподілом і використанням ресурсів і максимізацією суспільного добробуту [2]. Питаннями конкуренції та конкурентоспроможності займалися також Портер М., Тарнавська Н. та ін.

Метою написання статті є вивчення інноваційного потенціалу, обґрунтування необхідності освоєння специфічних інструментів формування та застосування інноваційного потенціалу, що передбачає виявлення мотивуючих принципів організаційної культури.

За сучасних умов зросла роль інноваційних стратегій у розвитку будівельного виробництва, оскільки саме нововведення визначають інші напрямки розвитку будівельних підприємств. Підвищенням вимог покупців до якості будівельної продукції з одночасним скороченням часу її виведення на ринок і посиленням конкуренції зумовлено необхідність адекватного реагування керівництва будівельного підприємства на ці фактори, розробки нових технічних рішень, постійного оновлення або вдосконалення виробництва. Оскільки будівництво передбачає різні види робіт і безліч технологічних процесів, у будівництві потенційно має бути значна кількість інновацій, використовуваних у процесі проектування об'єктів (будівель і споруд), нові будівельні технології, нові методи організації та управління в будівництві [4].

Для здійснення інноваційної діяльності в межах будівельного підприємства необхідною є наявність інноваційного потенціалу, для якого характерною є сукупність різних ресурсів, у тому числі:

– матеріального – технологічне обладнання, ресурс виробничих площ, дослідно-приладова база;

– фінансових – власних, позикових, інвестиційних;

– інтелектуальних – технологічних, документації, патентів, ліцензій, бізнес-планів з освоєння нових підходів, інноваційної програми підприємства;

– кадрових – людського капіталу, творчої здатності генерувати й втілювати нові ідеї, персоналу, зацікавленого в інноваціях;

– інфраструктурних – власні підрозділи НДДКР, відділу головного технолога, інформаційного відділу, патентно-правового відділу;

– інших ресурсів [6].

У сукупності інноваційний потенціал будівельного підприємства є складною нелінійною функцією потенціалів окремих видів ресурсів, найважливішою складовою ресурсної бази інноваційного процесу, що створює можливості для зростання конкурентних переваг будівельної продукції.

Інноваційний потенціал будівельного підприємства може характеризуватися станом сукупності потенціалів інноваційних проектів, причому стан потенціалу кожного інноваційного проекту залежить від можливостей виконання за обсягом, якістю, економічністю інноваційних програм із застосуванням управлінських функцій, а стан кожної управлінської функції залежить від стану всіх необхідних інноваційних ресурсів.

Інноваційний потенціал будівельного підприємства характеризують з точки зору окремих категорій.

1. Доробок науково-технічних (технологічних) власних і придбаних розробок і винаходів, причому тут враховують можливість і спроможність підприємства або організації знайти й придбати права на використання необхідних йому розробок, а також замовити нові науково-дослідні та дослідно-конструкторські роботи з певної тематики.

2. Стан інфраструктурних можливостей будівельного підприємства, що забезпечують проходження всіх етапів інноваційного циклу, перетворення нововведення на інновацію.

3. Зовнішні та внутрішні фактори, що відображають взаємодію інноваційного потенціалу з іншими частинами сукупного конкурентного потенціалу підприємства, що впливають на інноваційний цикл.

4. Рівень інноваційної культури, що характеризує ступінь сприйняття нововведень персоналом підприємства, організації, його готовності і спроможності реалізувати нововведення у вигляді інновацій [3].

У інструментально-аналітичному розумінні інноваційний потенціал є аналітичним поняттям, що дає змогу виявити розрив ефективності досягнутих інноваційних результатів і можливостей наявних інноваційних ресурсів задля підвищення координації управління та розшивки вузьких місць (тактичний рівень аналізу і цільових перевірок покладання), а також подальшого їх розвитку, що оптимізує алокації та концентрації на стратегічно значущих напрямках задля підвищення конкурентоспроможності та розвитку будівельного підприємства, оскільки найсильнішим впливом інноваційного потенціалу на конкурентоспроможність є підвищення тривалості утримання конкурентних переваг [5].

З урахуванням цього методологічного твердження визначимо інноваційний потенціал будівельного підприємства як гранично можливий рівень внеску інноваційної діяльності у поліпшення результативних показників будівельного підприємства за умов оптимального використанні наявних інноваційних ресурсів задля підвищення конкурентних переваг будівельної продукції.

Поняття інноваційного потенціалу будівельного підприємства дає не тільки статичну (фіксовану) характеристику інноваційної діяльності будівельного підприємства, але й відкриває можливості для поглиблення стратегічного інноваційного аналізу та перспективного цілепокладання. Зауважимо, що з урахуванням апріорної та апостеріорної вимірності результатів інноваційного процесу поняття інноваційного потенціалу може бути основою передусім якісного експертного аналізу, а з точки зору визначення мети інноваційного процесу вказувати швидше орієнтири, ніж завдання.

Як свідчить практика, окремі складові інноваційної ресурсної бази можуть бути досить довгостроково слабкими місцями інноваційного потенціалу будівельного підприємства. Так, підприємству необхідна радикальна модернізація виробництва із суттєвим підвищенням техніко-технологічного рівня, що не може бути проведеною в доступній для огляду перспективі через фінансові обмеження. Організаційна культура підприємства, що базується на ієрархічних структурах і не робить винятків для інноваційного процесу, які не змінюються за короткий період. Ймовірно, її інноваційність не може бути сформованою за чинного кваліфікаційного рівня персоналу та низького інноваційного сприяння керівництва.

Управління інноваційними ресурсами для формування інноваційного потенціалу будівельного підприємства у співвідношенні із досягнутими результатами інноваційної діяльності є прийнятною основою понятійної бази для формування конкурентного потенціалу сучасного будівельного підприємства. Упровадження інновацій підприємства все частіше розглядають як єдиний спосіб підвищення конкурентоспроможності товарів, підтримки високих темпів розвитку та рівня доходів [6].

Формування та ефективне використання інноваційного потенціалу – це діяльність з проведення пошукових наукових досліджень, виконання прикладних науково-дослідних і дослідно-конструкторських робіт, що є спрямованими на вирішення завдань соціально-економічного розвитку підприємства. Однак, істотні зрушення в складі інвесторів (скорочення частки держави, збільшення частки приватних, у тому числі зарубіжних інвесторів) не сприяють цьому процесу, оскільки інвестиційний клімат у країні не поліпшується, що не дозволяє оптимістично оцінювати можливості для зростання інноваційної активності та перспективи технічної розбудови будівельного виробництва без істотної зміни структурної політики уряду й активізації ролі держави у вирішенні цієї проблеми. Оцінюючи вплив інноваційного потенціалу будівельного підприємства на зростання конкурентних переваг будівельної продукції, слід мати на увазі як мінімум дві особливості: слабку структурованість як наслідок високої

невизначеності проблем, можливостей, умов, рішень, а отже, і цілей інноваційного процесу (на відміну від, скажімо, інвестиційного рішення у відповідь на зростаючий попит на конкретний вид будівельної продукції збільшити основні фонди з виробництва цієї продукції шляхом розширення виробництва й монтажу додаткової технологічної лінії); двоїстий характер інноваційного процесу, що поєднує риси дослідження (науки) і бізнес-процесів. З огляду на це оцінювання впливу інноваційного потенціалу будівельного підприємства на зростання конкурентних переваг будівельної продукції передбачає вирішення певних завдань.

У процесі використання методів оцінювання інноваційного потенціалу виникає проблема складності вибору показника оцінки інноваційності будівельного виробництва. У світовій практиці є найпоширеніший показник, що є застосовуваним для цієї мети, – коефіцієнт інноваційності, що наділений виразністю, наочністю та об'єктивністю. У практиці інноваційного процесу заведено розглядати як високотехнологічні підприємства, що мають $K_i \geq 4{,}5$ % [6].

Залежно від результатів оцінювання ефективності використання інноваційного потенціалу може бути вироблено ранжування будівельних підприємств за такими категоріями: безперспективні (не використовують інноваційний потенціал), середньоперспективні (за умови використання інноваційного потенціалу можуть розвивати конкурентні переваги), перспективні (за умови ефективного використання інноваційного потенціалу можуть зберігати стійкі конкурентні переваги на довгостроковий період).

Таким чином, інноваційна діяльність в будівництві забезпечує створення та використання нових, досконаліших і ефективніших засобів виробництва будівельних машин і механізмів, будівельних матеріалів, виробів, конструкцій, сприяє підвищенню конкурентних переваг будівельної продукції. Поняття інноваційного потенціалу будівельного підприємства дає не тільки статичну характеристику інноваційної діяльності будівельного підприємства, але й відкриває можливості для поглиблення стратегічного інноваційного аналізу й перспективного цілепокладання. За сучасних умов забезпечення конкурентоспроможності підприємства може бути досягнуто лише на основі організованого процесу активізації інноваційної діяльності. Розробка й упровадження інновацій є основою підвищення конкурентоспроможності підприємства, стимулом для економічного розвитку країни в цілому.

Науковий керівник – канд. екон. наук, доцент Рожко В. І.

Література: 1. Кендюхов О. В. Маркетинговий менеджмент конкурентоспроможності підприємства: стратегічний підхід та системні рішення : монографія. Донецьк : Східний видавничий дім, 2013. 202 с. **2.** Робинсон Д. Экономическая теория несовершенной конкуренции / пер. с англ. М. : Прогресс, 1986. 469 с. **3.** Кирцнер И. М. Конкуренция и предпринимательство. М. : Юнити, 2001. 302 с. **4.** Барбарская М. М. Управление конкурентоспособностью строительной организации. *Основы экономики, управления и права.* 2012. № 1. С. 18–23. **5.** Фатхутдинов Р. А. Управление конкурентоспособностью организации. М. : Эксмо, 2005, 544 с. **6.** Эсетова А. М., Карибова И. Ш. Стандарты качества как фактор повышения конкурентоспособности строительной продукции. *Проблемы современной экономики.* 2012. № 3. С. 38–42.

НАПРЯМИ ВДОСКОНАЛЕННЯ МАРКЕТИНГОВОЇ ТОВАРНОЇ ПОЛІТИКИ ПІДПРИЄМСТВА

УДК 339.138

Ібрагімов Е. Ф.

Магістрант 1 року навчання
факультету менеджменту і маркетингу ХНЕУ ім. С. Кузнеця

Анотація. *Розглянуто товарну політику підприємства як важливу ланку його діяльності. Визначено сутність маркетингових інструментів та їх складових, конкретизовано зв'язок між ними. Проаналізовано основні стратегії та напрямки вдосконалення маркетингової товарної політики підприємства.*

Ключові слова: *підприємство, організація, політика, товар, бренд, фінанси, товарна політика, асортимент, номенклатура, цільова аудиторія, маркетингова політика, товарний портфель.*

Аннотация. *Рассмотрена товарная политика предприятия как важное звено его деятельности. Определена сущность маркетинговых инструментов и их составляющих, конкретизирована связь между ними. Проанализированы основные стратегии и направления совершенствования маркетинговой товарной политики предприятия.*

Ключевые слова: *предприятие, организация, политика, товар, бренд, финансы, товарная политика, ассортимент, номенклатура, целевая аудитория, маркетинговая политика, товарный портфель.*

Annotation. *The commodity policy of the enterprise is considered as an important part of its activity. The essence of marketing tools and their components is determined; the connection between them is specified. The main strategies and directions for improving the company's marketing policy are analyzed.*

Keywords: *enterprise, organization, policy, commodity (brand), finance, commodity policy, assortment, nomenclature, target audience, marketing policy, commodity portfolio.*

Підприємства, орієнтуючись на ефективний довгостроковий розвиток, повинні мати на меті вирішення таких завдань: забезпечення стійких конкурентних переваг, завоювання міцних ринкових позицій, збільшення обсягу реалізованої продукції та чистого прибутку. Надзвичайно важливим для досягнення таких цілей є формування ефективної маркетингової політики на підприємстві.

Дослідженням питань товарної політики займалися Котлер Ф., Зав'ялов П., Віханський О., Ілляшенко С., Челенков А., Багієв Г., Балабанова Л., Войчак А., Гаркавенко С., Крикавський Є., Романов А., Ткаченко Н., Холодний Г. та ін.

Метою написання статті є розробка заходів з удосконалення маркетингової товарної політики підприємства.

Сутність маркетингової діяльності полягає у створенні нових технологічно вдосконалених продуктів, що задовольняють потреби покупців. Існування підприємства значною мірою залежить від його спроможності створювати та продавати нові продукти. Товар є ключовим елементом комплексу маркетингу, що впливає на комерційний успіх діяльності підприємства [2]. Ринок товарів постійно й швидко змінюється через стрімке вдосконалення технологій, зростання конкуренції, зміну вподобань споживачів і життєвого циклу товару. Підприємство, що прагне зберегти та захистити власні конкурентні позиції на ринку, має не тільки забезпечити власну стабільну позицію на ринку, але й розширити свій вплив на нові ніші без зменшення поточної частки ринку, а також зацікавити споживача певними товарними новинками. Наполегливе вдосконалення інших елементів маркетингового міксу: цінових стратегій, логістичної діяльності щодо розповсюдження продукту, просування товару на ринку за відсутності ефективно розробленого щодо споживання та виробництва товару як головного елемента комплексу маркетингу не досягнуть основної мети. Якщо товар не відповідає запитам споживачів чи є не конкурентоспроможним на ринку за своїми споживчими властивостями стосовно товарів конкурентів, досягнення успіху стає досить проблематичним.

Маркетингова товарна політика – це комплекс заходів, за яких один або кілька товарів є використовуваними як основні інструменти виробничо-збутової діяльності підприємства [2].

Продаж товарів у маркетингу є не тільки актом реалізації продукції, а й засобом спілкування й вивчення споживачів. Невдоволенням споживачів зумовлено зміну всієї політики підприємства, а не тільки процесу продажу товарів. Між збутовою діяльністю і маркетингом має місце зв'язок частини й цілого. За сучасних умов збут є лише однією з багатьох функцій підприємства, тоді як маркетинг є основою управління всією господарською ді-

© Ібрагімов Е. Ф., 2017

яльністю й діловою активністю. З позицій маркетингу цілісна система ділової активності підприємства має бути зорієнтована на ринок, тобто на вивчення, аналіз і задоволення потреб споживача.

Саме наскрізний характер товарної політики на практиці спричиняє труднощі її дослідження. Здійснення товарної політики після формування товарного профілю торговельного підприємства починається із закупівлі товарів і закінчується завершенням акту обміну грошей споживачів на товари.

Щоб забезпечити коректність аналізу товарної політики, доцільно її подати як адитивну систему, у складі якої функціонують певні політики – її компоненти, кожна з яких обслуговує відповідний процес (рис. 1) [7].

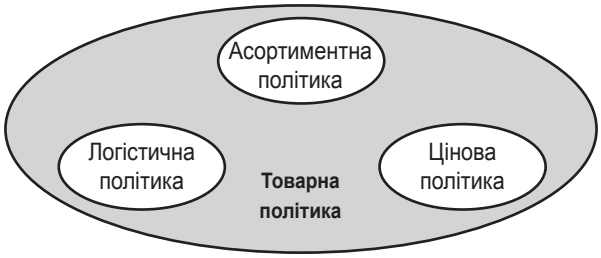


Рис. 1. **Компоненти товарної політики**

Результати маркетингового контролю управління маркетинговою товарною політикою, аналіз товарного потенціалу підприємства сприяє формуванню стратегій змін в управлінні маркетинговою товарною політикою. Із урахуванням цього розглядають такі стратегії:

– підтримки, що передбачає постійне вдосконалення товарного потенціалу підприємства, моніторинг нових технологій у маркетингу, менеджменті та їх упровадження до процесів управління маркетинговою товарною політикою, але не потребує значних змін; приділення уваги стратегічному контролю щодо реалізації стратегій у блоках ресурсного, маркетингового й управлінського товарного потенціалу або на рівні певних факторів кожного блоку товарного потенціалу, які мають високий стан розвитку;

– модифікації, що потребує незначних змін ресурсного, маркетингового та управлінського блоків товарного потенціалу або на рівні певних факторів кожного блоку товарного потенціалу, які мають середній стан розвитку; посилення стратегічного і тактичного контролю щодо реалізації стратегій у товарному потенціалі підприємства;

– оновлення, що потребує корінних змін у всьому товарному потенціалі або на рівні певних факторів кожного блоку товарного потенціалу, які мають низький стан розвитку; посилення попереднього, поточного, заключного, оперативного, тактичного та стратегічного контролю щодо реалізації стратегій у товарному потенціалі підприємства; залучення провідних спеціалістів у цій галузі та підвищення кваліфікації працівників (рис. 2) [5].

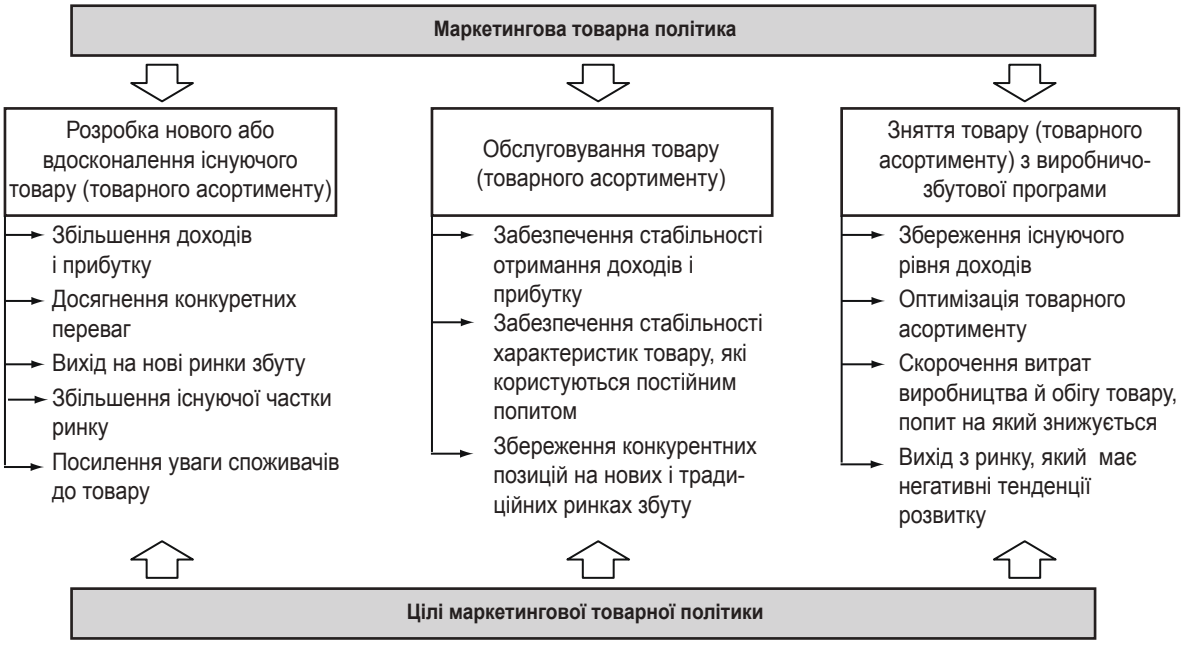


Рис. 2. **Основні цілі маркетингової товарної політики підприємства**

Маркетингова товарна політика передбачає реалізацію комплексу заходів, у межах якого один або кілька товарів є використовуваними як основні інструменти досягнення цілей підприємства. Основними складовими товарної політики є рішення про розробку нових товарів, їх модифікацію, обслуговування або зняття з виробництва.

Товар посідає основне місце в комплексі маркетингу, він має задовольняти реальні потреби людини, а маркетинг – допомогти кожному виробнику виявити та забезпечити їх задоволення краще, ніж це роблять конкуренти.

З точки зору маркетингу товар є сукупністю матеріальних і нематеріальних характеристик, які пропонуються для задоволення потреб і забезпечують очікувані вигоди як для споживачів, так і для товаровиробників. Для товаровиробників вигода від товару полягає в отриманні доходів і прибутку або в досягненні інших ринкових цілей, зрозуміло, якщо товар буде проданий. Для споживачів товар є сукупністю властивостей, спроможних задовольняти їх потреби, розв'язувати певні конкретні проблеми.

Розробку товару здійснюють у двох напрямах: створення принципово нового продукту або вдосконалення товарів, які вже обертаються на ринку (модифікація або модернізація товарів, що вже існують). Обслуговування товару є пов'язаним із процесами, які дають можливість зберегти ту сукупність характеристик товару, що задовольняє певні потреби обслуговуваних сегментів покупців і забезпечує фірмі активний і стабільний збут. Воно передбачає організацію й управління процесами руху товарів щодо збереження якості товарів і контроль цієї якості. Елімінування є пов'язаним із ретельним аналізом кон'юнктури ринку і за зниження попиту на товар – розробки заходів щодо його виведення з ринку. Товарну політику від інших політик (інвестиційної, інноваційної тощо), які мають локальний характер, відрізняє її загальна значущість як для підприємства, так і для суспільства. Більш того, локальні політики підпорядковані вирішенню цільової задачі щодо раціонального наповнення товарної маси й прискорення її обігу [4].

Найбільш типовою помилкою в маркетингу є просування товару як деякого предмета. Покупцеві не потрібен предмет, покупець платить гроші не за предмет, а за його споживчі властивості, за допомогою яких задовольняє свої потреби, як найпростіші (їжа, одяг, побутові речі), так і статусні (модні або престижні товари). Але в будь-якому випадку спочатку виникає потреба, а потім її задоволення шляхом покупки товару [6].

Процес формування товарної політики має бути заснований на стратегічному підході, який припускає розробку довгострокового, перспективного курсу. Правильна стратегія товарної політики дає підприємству можливість стати більш конкурентоспроможним, завойовувати нові ринки, залучити нових клієнтів і утримати постійних покупців. Підприємство завжди має приділяти увагу утриманню клієнтів, адже витрати на залучення нового клієнта обходитимуться мінімум у п'ять разів дорожче. До того ж продавати старому клієнту значно простіше, адже він вже знайомий із цією продукцією.

Вибір товарної стратегії залежить від трьох факторів: особливостей товару, особливостей (потреб) покупців і особливостей конкуренції на ринку. При цьому основною функцією маркетингу в процесі реалізації товарної політики є вивчення потреб покупців і розробка концепцій конкурентоспроможних товарів на ринку [7].

Таким чином, щоб вироблений товар чи послуга завжди були конкурентоспроможними та мали попит, необхідно приймати чимало підприємницьких і маркетингових рішень. Товарна політика є ядром маркетингових рішень, навколо якого формуються інші рішення, пов'язані з умовами придбання товару та методами його просування від виробника до кінцевого споживача. Маркетингова товарна політика всіх сфер діяльності підприємства є орієнтованою на задоволення потреб покупців задля продажу продукції й одержання прибутку шляхом активного цілеспрямованого впливу на попит і його розвиток, гнучкого реагування виробництва на зміну потреб і попиту покупців, оперативного пристосування до будь-яких змін, використання ціноутворення як механізму реагування і впливу на кон'юнктуру ринку, а також вибору ефективних форм і методів доставки, реклами та продажу продукції.

Науковий керівник – канд. екон. наук, доцент Рожко В. І.

Література: 1. Ассель Г. Маркетинг: принципы и стратегия : учебник. М. : Инфра-М, 1999. 432 с. **2.** Коропухина В. Н., Остапенко Д. В. Новый экономический словарь / под общ. ред. П. Я. Юрковского. Ростов-на-Дону : Феникс, 2007. 432 с. **3.** Кардаш В. Я. Маркетингова товарна політика. Київ : КНЕУ, 1997. 156 с. **4.** Ілляшенко С. М., Пересадько Г. О. Маркетингова товарна політика промислового підприємства: управління стратегіями диверсифікації : монографія / за заг. ред. С. М. Ілляшенка. Суми : Університетська книга, 2009. 328 с. **5.** Холодний Г. О. Маркетингова товарна політика : навч. посіб. Харків : ХНЕУ, 2006. 324 с. **6.** Лукина А. В. Маркетинг товаров и услуг : учебное пособие. М. : Форум, 2010. 240 с. **7.** Шаповалов В. А. Управление маркетингом и маркетинговый анализ : учебное пособие. Ростов- на-Дону : Феникс, 2008. 345 с.

ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ ФОРМУВАННЯ ДЕПОЗИТНОЇ ПОЛІТИКИ БАНКУ

УДК 336.717.22:33.021

Калініна В. Ю.

Студент 4 курсу
фінансового факультету ХНЕУ ім. С. Кузнеця

Анотація. *Проаналізовано теоретичні підходи до визначення депозитної політики банку. За результатами морфологічного аналізу виокремлено елементи, що характеризують сутнісні складові поняття «депозитна політика». На основі теоретичного узагальнення визначено основні цілі депозитної політики.*

Ключові слова: *підприємство, організація, політика, фінанси, депозит, банк, банківська установа, банківська система, депозитна політика.*

Аннотация. *Проанализированы теоретические подходы к определению депозитной политики банка. По результатам морфологического анализа выделены элементы, характеризующие сущностные составляющие понятия «депозитная политика». На основе теоретического обобщения определены основные цели депозитной политики.*

Ключевые слова: *предприятие, организация, политика, финансы, депозит, банк, банковское учреждение, банковская система, депозитная политика.*

Annotation. *The theoretical approaches to determining the deposit policy of the bank are analyzed. According to the results of the morphological analysis, the elements characterizing the essential components of the concept of «deposit policy» are singled out. On the basis of theoretical generalization, the main objectives of the deposit policy are defined.*

Keywords: *enterprise, organization, policy, finance, deposit, bank, banking institution, banking system, deposit policy.*

Депозитні операції залишаються одним із найпопулярніших видів банківської діяльності. Основна частина банківських ресурсів утворюється в процесі здійснення депозитних операцій банку, від ефективної організації яких залежить стійкість функціонування кредитної організації. Зауважимо, що в 2014–2016 рр. зменшувалася частка строкових коштів у загальному обсягу зобов'язань. Так, частка строкових коштів суб'єктів господарювання в 2014–2016 рр. зменшилася на 0,79 %, а частка строкових коштів фізичних осіб за цей період зменшилася на 6,39 %. Однією з причин такого зменшення строкових коштів є неефективна маркетингова політика банків щодо залучення нових клієнтів. Нині раціональний розподіл фінансових ресурсів шляхом акумулювання тимчасово вільних грошових коштів населення та спрямування їх у кредитно-інвестиційний процес є однією з основних функцій банківської системи, що свідчить про необхідність розвитку наукових і практичних підходів до формування депозитної політики банку, адекватних сучасним тенденціям депозитної діяльності банків.

Метою написання статті є визначення основних сутнісних характеристик депозитної політики банку та систематизація її цілей за сучасних умов змін у депозитній діяльності банків України.

Для досягнення мети узагальнимо точки зору різних авторів щодо визначення депозитної політики банку, проведемо морфологічний аналіз поняття «депозитна політика», а також визначимо основні цілі депозитної політики банків за сучасних умов.

Вагомий науковий внесок у дослідження питань, пов'язаних із формування депозитної політики, зробили Бланк І., Гудзевич Я., Коцовська Р., Мельникова І., Московець Е. та ін. Однак, еволюційні зміни в економіці в цілому та в банківській сфері зокрема зумовлюють необхідність подальшого дослідження складових депозитної політики банку, які є визначальними з огляду на поточні умови діяльності банків.

Депозитна політика є невід'ємною складовою механізму банківського менеджменту, оскільки саме вона визначає та регулює процес акумуляції вкладів і подальше їх спрямування в активні операції. Депозитна політика є багатоаспектним економічним поняттям, тому в науковій літературі не існує єдиного підходу до розуміння її сутності. Виходячи з цього, доцільно провести морфологічний аналіз існуючих визначень поняття «депозитна політика»

Бланк І. розглядає депозитну політику як сукупність заходів, які є здійснюваними центральним банком і спрямованими на регламентування правил формування депозитів у банках і небанківських грошово-кредитних установах. Науковець вважає, що депозитна політика в Україні є здійснюваною через Національний банк Украї-

© Калініна В. Ю., 2017

ни на рівні держави й спрямованою на регламентування правил формування депозитів у банках і небанківських грошово-кредитних установах [1].

Грудзевич Я. та Вознюк М., на відміну від Бланка І., визначають депозитну політику як стратегію і тактику банку щодо залучення грошових коштів вкладників або інших кредиторів для визначення найефективнішої комбінації їх джерел [2].

Коцовська Р. та Ричаківська В. розглядають депозитну політику банку як стратегію і тактику певного банку щодо залучення грошових коштів вкладників або інших кредиторів для визначення найефективнішої комбінації їх джерел, але вони визначають і мету депозитної політики, яка полягає в досягненні максимального прибутку за всебічного задоволення потреб клієнтів у депозитних послугах.

Доповнює наведені визначення, але визначає іншу мету депозитної політики банку Лавров Р. На його думку, депозитну політику слід розглядати як процес управління депозитними операціями, що передбачає наявність комплексу тактичних і стратегічних заходів, які можуть здійснювати банки задля акумулювання тимчасово вільних грошових коштів клієнтів для створення власних кредитних ресурсів [4]. Надійність і сталість джерел формування ресурсів банку забезпечує альтернативність варіантів проведення депозитних операцій стосовно конкретних юридичних і фізичних осіб.

Мельникова І. стверджує, що депозитна політика є комплексом заходів для формування асортименту високоякісних депозитних послуг, різних методів і форм щодо залучення грошових коштів задля гарантування стійкості та надійності депозитної бази банку, щоб забезпечити конкурентні переваги на фінансовому ринку [5].

Дещо інакше депозитну політику трактують Московець Е. та Мочалова Л., стверджуючи, що це політика банку у сфері залучення тимчасово вільних коштів юридичних і фізичних осіб у вклади, як на певний термін, так і до запитання [6].

Олексенко М. визначає депозитну політику як комплекс заходів щодо формування депозитного портфеля, а також багатоманітні форми й методи реалізації на ринку депозитних вкладів. Головною метою депозитної політики науковець вважає визначення пріоритетних напрямків розвитку й удосконалення банківської діяльності в процесі залучення й акумулювання ресурсів, розвитку депозитних операцій і підвищення їх ефективності [7].

Науковці Синяк А. та Горчакова І. визначають депозитну політику як механізм реалізації інтересів на депозитному ринку всіх суб'єктів, який спрямовано на оптимізацію витрат щодо залучення коштів на депозитному ринку за умови ефективного їх використання [8].

Отже, можна стверджувати, що науковці акцентують увагу на різних характеристиках депозитної політики банку, однак, їх точки зору не містять принципових суперечностей. За результатами морфологічного аналізу можна визначити основні елементи, що характеризують сутнісні складові поняття «депозитна політика»: стратегія і тактика, комплекс заходів, політика банку задля залучення коштів, механізм реалізації інтересів (табл. 1) [1–7].

Таблиця 1

Результати морфологічного аналізу поняття «депозитна політика»

Основна категорія	Складові поняття	Автори
Стратегія і тактика	– у частині організації депозитного процесу; – щодо здійснення депозитної діяльності; – щодо залучення грошових коштів вкладників та інших кредиторів	Грудзевич Я., Вознюк М. [2]; Коцовська Р., Ричаківська В. [3]; Лавров Р. [4]
Комплекс, система заходів	– щодо залучення вкладів від громадян; – що є спрямованою на формування депозитного портфеля; – що є спрямованою на регламентування правил формування депозитів	Бланк І. [1]; Мельникова І. [5]; Олексенко М. [7]
Політика банку	– щодо залучення тимчасово вільних коштів	Московець Е., Мочалова Л. [6]
Механізм реалізації інтересів	– що є спрямованим на оптимізацію витрат щодо залучення коштів	Синяк А., Горчакова І. [8]

Отже, результати морфологічного аналізу засвідчують, що більша частина науковців розглядають депозитну політику саме як комплексну систему заходів, що є спрямованою на залучення вкладів від клієнтів, тобто на формування депозитного портфеля банку. Вони розглядають депозитну політику на мікрорівні, але вона є й важливим елементом ефективного функціонування не лише окремого банку, а й банківської системи в цілому. Тому слушною є точка зору Бланка І., який розглядає депозитну політику як на макроекономічному, так і на мікроекономічному рівні [1].

На основі морфологічного аналізу та теоретичного узагальнення визначено основні цілі депозитної політики (рис. 1) [1–8].



Рис. 1. **Основні цілі депозитної політики банку**

Таким чином, на основі проведеного аналізу було визначено основні елементи, що характеризують сутнісну складову поняття «депозитна політика»: стратегія і тактика, комплекс заходів, політика банку задля залучення коштів, механізм реалізації інтересів. Визначено цілі депозитної політики, які є найважливішими для розвитку сучасного банку: забезпечення конкурентних переваг, досягнення максимального прибутку, визначення пріоритетних напрямків розвитку, удосконалення банківської діяльності, забезпечення стійкості та надійності ресурсної бази та створення власних кредитних ресурсів.

Науковий керівник – д-р екон. наук, професор Чмутова І. М.

Література: 1. Бланк І. Фінансовий менеджмент : навч. посіб. Київ : Ельга, 2008. 723 с. **2.** Грудзевич Я. Аналіз банківської діяльності : навч. посіб. / за ред. Я. Грудзевича. Київ : УБС НБУ, 2007. 222 с. **3.** Котовська Р. Р., Павлишин О. П., Хміль Л. М. Банківські операції : навч. посіб. Київ : Знання, 2010. 390 с. **4.** Лавров Р. В. Депозитна політика банку в сучасних умовах. *Науковий вісник ЧДІЕУ.* 2010. № 4 (8). С. 182–187. **5.** Мельникова І. М. Маркетингова політика комерційного банку на депозитному ринку. Київ : КНТЕУ, 2009. 197 с. **6.** Московец Е. А. Оценка эффективности депозитной политики коммерческого банка. *Ползуновский альманах.* 2009. № 3. С. 253–255. **7.** Олексенко М. В. Депозитна політика комерційних банків України на сучасному етапі. *Вісник Бердянського університету менеджменту і бізнесу.* 2011. № 4 (16). С. 166–171. **8.** Синяк А. А., Горчакова І. А. Можливі напрями удосконалення депозитної політики комерційних банків України на сучасному етапі. URL: http://masters.donntu.org/2013/iem/sinyak/library/article2.htm.

ПРАВОВЕ Й ОРГАНІЗАЦІЙНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЛІЗИНГУ В УКРАЇНІ

УДК 347.453(477)

Калініна В. Ю.

Студент 4 курсу
фінансового факультету ХНЕУ ім. С. Кузнеця

Анотація. *Проаналізовано нормативно-правову базу, що регулює лізингову діяльність в Україні. Розкрито сутність понять «лізинг» та «лізингова операція». Досліджено правове й організаційне забезпечення лізингу. Визначено етапи лізингової операції, розглянуто основні види лізингу.*

Ключові слова: *підприємство, організація, фінанси, лізинг, законодавство, нормативно-правова база, фінансовий лізинг, лізингодавець, лізингова операція, лізингова діяльність.*

Аннотация. *Проанализирована нормативно-правовая база, регулирующая лизинговую деятельность в Украине. Раскрыта сущность понятий «лизинг» и «лизинговая операция». Исследовано правовое и организационное обеспечение лизинга. Определены этапы лизинговой операции, рассмотрены основные виды лизинга.*

Ключевые слова: *предприятие, организация, финансы, лизинг, законодательство, нормативно-правовая база, финансовый лизинг, лизингодатель, лизинговая деятельность, лизинговая операция.*

Annotation. *The regulatory and legal framework regulating leasing activity in Ukraine is analyzed. The essence of the concepts «leasing» and «leasing operation» is disclosed. The legal and organizational provision of leasing has been studied. The stages of the leasing operation are determined, the main types of leasing are considered.*

Keywords: *enterprise, organization, finance, leasing, legislation, regulatory framework, financial leasing, lessor, leasing activity, leasing operation.*

Актуальність теми є зумовленою тим, що на сьогодні ні науковцями, ні в нормативно-правових актах не подано загальновизнаного визначення сутності поняття лізингу, однак, цей вид діяльності активно розвивається. Цьому сприяють загальні тенденції економічного розвитку і те, що лізинг є успішною формою взаємодії банківських структур із реальним сектором економіки, важливим джерелом нових інвестицій, широко застосовуваним у міжнародному бізнесі. За останнє десятиріччя в багатьох країнах лізинг став важливою складовою інвестиційної політики.

Дослідженням правового й організаційного забезпечення лізингової діяльності займалися Брус С., Гориславська І., Іваненко В., Рошило В. та ін. Науковці вивчали проблеми розвитку лізингу, а також нормативно-правову базу стосовно лізингу, яка нині залишається недосконалою.

За сучасних умов необхідною є підтримка держави для забезпечення лізингових операцій, що дозволить значно розширити джерела позичкових коштів. Активне впровадження лізингових операцій є актуальним питанням розвитку вітчизняної економіки, оскільки може дати поштовх структурній перебудові реального сектору економіки, оновлення основних фондів, розвитку малого та середнього бізнесу, індустріалізації виробництва, які так необхідні нашій країні [2].

В економічній літературі не існує єдиного загальновизнаного визначення сутності поняття «лізинг». Неоднозначним є трактування його сутності і в нормативно-правовій базі, наявна плутанина в основних положеннях щодо обґрунтування теоретичних і практичних аспектів лізингової діяльності. Оскільки правове забезпечення лізингової діяльності відіграє провідну роль у питаннях державного регулювання, вважаємо за необхідне дослідити положення основних нормативних актів, що висвітлюють сутність поняття «лізинг».

Відповідно до ст. 1 Закону України «Про фінансовий лізинг», лізинг – це вид цивільно-правових відносин, що виникають із договору фінансового лізингу [5].

Згідно зі ст. 806 Цивільного кодексу України, лізинг – це договір, за яким одна сторона (лізингодавець) передає або зобов'язується передати іншій стороні (лізингоодержувачу) у користування майно, що належить лізингодавцю на праві власності та було набуте ним без попередньої домовленості із лізингоодержувачем (прямий лізинг), або майно, спеціально придбане лізингодавцем у продавця (постачальника) відповідно до встановлених лізингоодержувачем специфікацій та умов (непрямий лізинг) на певний строк і за встановлену плату (лізингові платежі) [6].

Ст. 292 Господарського кодексу України трактує лізинг як господарську діяльність, спрямовану на інвестування власних чи залучених фінансових коштів, яка полягає в наданні за договором лізингу однією стороною

© Калініна В. Ю., 2017

(лізингодавцем) у виключне користування другій стороні (лізингоодержувачу) на визначений строк майна, що належить лізингодавцю або набуте ним у власність (господарське відання) за дорученням чи погодженням лізингоодержувача у відповідного постачальника (продавця) майна, за умови сплати лізингоодержувачем періодичних лізингових платежів [7].

З організаційно-правового погляду, лізинг – це специфічна довгострокова оренда машин, обладнання, транспортних засобів і споруд виробничого призначення [3]. Головними відмінностями лізингу від оренди є тривалість операції та виплата вартості об'єкта. Щодо права власності, то, на відміну від договору купівлі-продажу майна, згідно з яким право власності переходить від продавця до покупця одразу, при лізинговому договорі право власності на предмет оренди залишається за лізингодавцем, а до лізингоодержувача переходить лише право тимчасового користування майном.

З інвестиційного погляду лізинг є своєрідною інвестицією капіталу, оскільки об'єкт позички має форму матеріального майна. Інвестиційний лізинг Рошило В. І. визначає як фінансування задля збільшення підприємницьких можливостей споживача та зменшення одноразових капітальних вкладень [4]. У такому разі лізинг є своєрідною формою інвестування у відновлення виробничого апарату, заміну фізично зношених і морально застарілих основних фондів, упровадження прогресивних технологій.

За сучасних умов лізинг є альтернативною формою фінансування, у якій поєдналися орендні відносини, елементи кредитування й фінансування, а також елементи зовнішньоторговельних та інвестиційних операцій [1].

Згідно ст. 1 Закону України «Про фінансовий лізинг», за договором фінансового лізингу (далі – договір лізингу) лізингодавець зобов'язується придбати у власність річ у продавця (постачальника) відповідно до встановлених лізингоодержувачем специфікацій та умов і передати її у користування лізингоодержувачу на визначений строк не менше одного року за встановлену плату (лізингові платежі) [5].

Лізингова операція – це довгострокова оренда матеріальних цінностей, придбаних лізингодавцем для орендатора для їх виробничого використання із збереженням права власності на них за лізингодавцем на весь строк угоди [1].

Суб'єктами лізингу можуть бути:

– лізингодавець;

– лізингоодержувач;

– продавець (постачальник) – фізична або юридична особа, від якої лізингодавець отримує річ, що надалі буде передана як предмет лізингу лізингоодержувачу;

– інші юридичні або фізичні особи, які є сторонами багатостороннього договору лізингу.

Зауважимо, що лізингодавець – власник майна, суб'єкт підприємницької діяльності, який здійснює лізингову діяльність, тобто передає в користування майно за договором лізингу. Лізингоодержувач – користувач майна, ним може бути будь-який суб'єкт підприємницької діяльності.

Організацію лізингового процесу можна розглядати за організаційно-управлінським і фінансово-економічним підходами, що дає змогу умовно виділити його основні етапи (табл. 1) [2–4]. Так, на підготовчому етапі обґрунтовують доцільність здійснення та ефективності лізингової операції для прийняття управлінського рішення щодо її реалізації в часі з урахуванням потреби у фінансових ресурсах. Ефективність лізингової операції визначають лізингові платежі та грошові потоки, що генеруються за результатами експлуатації предмета лізингу.

Таблиця 1

Основні етапи лізингової операції

Назва етапу	Об'єкт аналізу й управління	Результат
1	2	3
За організаційно-управлінським підходом		
Підготовчий	Проект лізингової операції	Обґрунтування доцільності здійснення лізингової операції, підготовка до прийняття рішення
Організаційний	Бізнес-план реалізації лізингової операції	Затверджений бізнес-план і пакет договорів, що забезпечують реалізацію лізингової операції
Управлінський	Управління предметом лізингової операції	Поточні звіти про виконання бізнес-плану лізингової операції та контроль за виконанням пакету договорів
Заключний	Завершення лізингової операції	Звіт про ефективність лізингової операції
За фінансово-економічним підходом		
Підготовчий	Об'єкт лізингу, умови реалізації лізингової угоди	Техніко-економічне обґрунтування ефективності лізингу

Закінчення табл. 1

1	2	3
Акумулювання грошових фондів	Договори лізингу, договори купівлі-продажу, супутні договори, що забезпечують реалізацію лізингової угоди	Формування фонду грошових фондів
Генерування грошових фондів	Предмет лізингу, лізингові платежі	Генерування грошового потоку внаслідок експлуатації предмета лізингу
Інвестування грошових фондів	Зобов'язання за договором купівлі-продажу	Перетворення грошових фондів на основні фонди
Розподіл грошових фондів	Грошовий потік, лізингові платежі	Формування грошових фондів за рахунок розподілу грошового потоку, який є генерованим результатами експлуатації предмета лізингу

У міжнародній і вітчизняній практиці існують різні підходи до класифікації лізингових операцій. Основними видами лізингу, визнаними у всьому світі, є фінансовий лізинг і оперативний лізинг.

Господарський кодекс України (ст. 292) містить положення про види (фінансовий та оперативний) та форми (зворотний, пайовий, міжнародний) лізингу, однак, без визначення цих понять [7]. Цивільний кодекс України (ст. 806) розрізняє два види лізингу – прямий і непрямий; останній має основні (не всі) ознаки фінансового лізингу [6].

Закон України «Про фінансовий лізинг» визначає загальні правові та економічні засади лише фінансового лізингу і залишає поза увагою інші його види. Так, згідно зі ст. 1 фінансовий лізинг – це вид цивільно-правових відносин, що виникають із договору фінансового лізингу [5].

Нині у світі 80 % загальної кількості лізингових компаній або створені банками, або контролюються ними. Що стосується Харкова, то, наприклад, фірма «ПЛ Лізинг» 27 жовтня 2006 р. виграла тендер на фінансовий лізинг з придбання трамваїв і тролейбусів для ХКП «Міськелектротранс». Між ПП «ПЛ Лізинг», харківським «Міськелектротрансом» і продавцем ТОВ «Дуотранс» (місто Дніпро) був укладений тристоронній договір купівлі-продажу. Згідно зі схемою, «ПЛ Лізинг» закупило тролейбуси і трамваї у «Дуотранса», а потім передало їх у лізинг «Міськелектротрансу».

Кошти за нову техніку мали надходити спільно з міського та державного бюджету. Але в зв'язку із новою постановою Кабінету Міністрів, у якій йдеться про те, що закупівлю електротранспорту фінансують з державного бюджету тільки якщо його виготовив вітчизняний виробник, гроші з державного бюджету надходити перестали. Із припиненням фінансування з державного бюджету в Харкова почалися перебої з платежами, оскільки в повному обсязі міський бюджет не міг забезпечити виплати за договором. Неодноразово львівська сторона погрожувала забрати в Харкова лізинговий транспорт. Однак, щоразу керівництво міста та ПП знаходили компроміси. Депутати Харківської міськради прийняли рішення виділити 4,5 мільйона гривень на розрахунки за договором фінансового лізингу. Станом на 2012 р. борг Харкова за лізингові 90 тролейбусів і 10 трамваїв становив 75,5 мільйонів гривень.

Отже, основною проблемою співвідношення цивільно-правового та господарсько-правового підходів до регулювання лізингу є те, що Цивільний кодекс України обмежується регулюванням лізингу як виду зобов'язальних договірних відносин щодо передачі майна у тимчасове користування, що має особистий майновий характер. Господарський кодекс України встановлює комплексне регулювання відносин лізингу як виду господарської діяльності, що охоплює в цілому господарсько-виробничі, організаційно-господарські та внутрішньогосподарські відносини. Проблема визначається передусім практичним урахуванням мети правового регулювання, природи суспільних приватних та економічних відносин у сфері лізингу, правовим режимом діяльності громадян і суб'єктів господарювання, виходячи із їх потреб. Вирішення проблеми має здійснюватися із урахуванням мети, потреби й інтересу у проведенні лізингових операцій: з одного боку, громадян – щодо використання лізингу як засобу задоволення особистих потреб та інтересів, з іншого – суб'єктів господарювання щодо задоволення економічних інтересів. Ґрунтуючись на меті суб'єктів лізингу і враховуючи цивільно-правову та господарсько-правову природу суспільних відносин, механізм правового регулювання має передбачати відповідні норми реалізації права на захист (цивільно-правові або господарсько-правові).

Таким чином, Україні необхідні інвестиції, але не спекулятивного, а довгострокового характеру, які формують стабільну економіку. Лізингові операції – це довгострокове інвестування, шлях до оновлення матеріально-технічної бази виробництва, модернізації основних фондів. Найбільш привабливими галузями для вітчизняного лізингового бізнесу можуть стати будівництво, авіа- та судноперевезення, сільське господарство та мале підприємництво.

Науковий керівник – канд. екон. наук, доцент Дзеніс В. О.

Література: 1. Брус С. І. Лізинг як фінансовий інструмент. *Фінанси України.* 2008. № 11. С. 75–79. **2.** Гориславська І. Правова природа лізингу та його використання у АПК України. *Вісник Хмельницького інституту регіонального управління та права.* 2002. № 1. С. 261–262. **3.** Іваненко В. Л. Проблема співвідношення цивільно-правового та господарсько-правового підходів до регулювання лізингу. URL: http://www.rusnauka.com/4_SND_2011/Pravo/10_79367.doc.htm. **4.** Рошило В. І. Джерела фінансування інноваційного розвитку : монографія. Чернівці : Книги-XXI, 2006. 272 с. **5.** Про фінансовий лізинг : Закон України від 16.12.1997 № 723/97-ВР // База даних «Законодавство України» / Верховна Рада України. URL: http://zakon5.rada.gov.ua/laws/show/723/97-%D0%B2%D1%80. **6.** Цивільний кодекс України : Закон України від 16.01.2003 № 435-IV // База даних «Законодавство України» / Верховна Рада України. URL: http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/435-15. **7.** Господарський кодекс України : Закон України від 16.01.2003 № 436-IV // База даних «Законодавство України» / Верховна Рада України. URL: http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/436-15.

ІНТЕГРОВАНІ МАРКЕТИНГОВІ КОМУНІКАЦІЇ ЯК ОСНОВА ВДОСКОНАЛЕННЯ МАРКЕТИНГОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

УДК 339.138

Калюжна А. І.

Магістрант 2 року навчання
факультету менеджменту і маркетингу ХНЕУ ім. С. Кузнеця

Анотація. *Досліджено напрями забезпечення ефективного впровадження інтегрованих маркетингових комунікацій задля вдосконалення маркетингової діяльності підприємства. Визначено сутність і принципи формування інтегрованих маркетингових комунікацій. Розглянуто оптимальний комплекс елементів системи інтегрованих маркетингових комунікацій, який дає змогу ефективно доносити необхідну інформацію до цільової аудиторії.*

Ключові слова: *підприємство, організація, маркетинг, комунікації, маркетингові комунікації, інтегровані маркетингові комунікації, управління інтегрованими маркетинговими комунікаціями.*

Аннотация. *Исследованы направления обеспечения эффективного внедрения интегрированных маркетинговых коммуникаций для совершенствования маркетинговой деятельности предприятия. Определена сущность и принципы формирования интегрированных маркетинговых коммуникаций. Рассмотрен оптимальный комплекс элементов системы интегрированных маркетинговых коммуникаций, который позволяет эффективно доносить необходимую информацию целевой аудитории.*

Ключевые слова: *предприятие, организация, маркетинг, коммуникации, маркетинговые коммуникации, интегрированные маркетинговые коммуникации, управление интегрированными маркетинговыми коммуникациями.*

Annotation. *The directions of ensuring the effective implementation of integrated marketing communications to improve the marketing activities of the enterprise are explored. The essence and principles of the formation of integrated marketing communications are defined. The optimal complex of elements of the system of integrated marketing communications, which allows effectively delivering the necessary information to the target audience, is considered.*

Keywords: *enterprise, organization, marketing, communications, marketing communications, integrated marketing communications, management of integrated marketing communications.*

© Калюжна А. І., 2017

Актуальність дослідження є зумовленою тим, що останнім часом стратегія комунікацій у світовому маркетингу зазнає кардинальних змін. Якщо в попередні періоди розвитку роль комплексного впливу на споживача й важливість інтеграції маркетингових комунікацій недооцінювалися, то за умов зростання конкуренції та трансформації через це бізнес-середовища роль інтегрування комунікацій у маркетингу значно зросла, із чим пов'язано вдосконалення маркетингової діяльності підприємства. Тому пошук ефективного економіко-комунікативного інструментарію, здатного стати базисом у процесі розробки методів і видів діяльності організації для виконання вимог ринку, є актуальним. За сучасних умов це передусім формування ефективної системи інтегрованих маркетингових комунікацій.

Дослідженням особливостей формування та розвитку системи маркетингових комунікацій займалися зарубіжні науковці Котлер Ф., Маслоу А., Портер М., Армстронг Г., Берман Б., Гелбрейт Д., Сондерс Д., Вонг В., які заклали основи подальших досліджень у галузі маркетингу [3; 5; 7]. Крім цього, проблемним питанням маркетингової діяльності підприємства та інтегрованих маркетингових комунікацій приділяють значну увагу Архипов А., Кендюхов О., Павленко А., Примак Т., Ромат Є., Лисиця Н. та ін. [1; 3].

Постійно зростаюча конкуренція, технологічний розвиток і соціалізація в корені змінили традиційний маркетинг, який вже не в змозі принести бажані результати в досягненні поставлених цілей. Тому виникає необхідність упроваджувати нові маркетингові технології задля вдосконалення маркетингової діяльності підприємства.

Метою написання статті є визначення сутності поняття інтегрованих маркетингових комунікацій, а також аналіз особливостей їх застосування для вдосконалення маркетингової діяльності підприємства.

Роль маркетингових комунікацій у системі управління діяльністю підприємства полягає в поліпшенні комунікативних показників: залученні нових споживачів, підтримці зв'язків із ними, налагодженні взаємовигідних відносин з організаціями-партнерами, формуванні здорового клімату в колективі, що дає змогу знизити нераціональні витрати робочого часу працівників і поліпшити результати діяльності підприємства.

В основі традиційної моделі комплексу маркетингових комунікацій Котлера Ф. лежать переважно комунікаційні процеси та концепції маркетингу відносин. Науковець розглядає три взаємопов'язані компоненти маркетингу: керівництво фірми, контактний персонал і споживачів. Згідно із цією моделлю ці ключові компоненти утворюють відповідні контрольовані ланки: фірма – споживач, фірма – персонал, персонал – споживач [3].

Деякі науковці розглядають маркетингові комунікації лише як інструменти комплексу просування, які хоча і є ключовими елементами маркетингу, але комунікаційну функцію виконують інші складові маркетингової політики підприємства.

Маркетингові комунікації можна подати як механізм, що об'єднує суб'єкти господарювання за допомогою обміну інформацією та цінностями задля створення оптимальних умов досягнення підприємствами маркетингових цілей, а також основ ефективного функціонування ринку. Інтегрована маркетингова комунікація (від англ. Integrated marketing communications) є концепцією планування маркетингових комунікацій, що виходить із необхідності оцінювання стратегічної ролі окремих її напрямків: реклами, стимулювання збуту, PR і пошуку оптимального поєднання для забезпечення чіткості, послідовності та максимізації впливу комунікаційних програм за допомогою несуперечливої їх інтеграції.

Необхідність застосування інтегрованих маркетингових комунікацій у системі управління підприємством є зумовленою певною неузгодженістю між маркетинговими комунікативними повідомленнями, які надходять до аудиторії, що призводить до послаблення дії маркетингових комунікацій. Рішенням цієї проблемної ситуації є не тільки інтеграція складових маркетингових комунікацій, але й інтеграція їх у систему управління маркетингом. У зв'язку з цим можна виділити три рівні прояву й посилення синергетичного ефекту формування системи маркетингових комунікацій: ефект від взаємодії структурних елементів певного маркетингового комунікативного повідомлення, ефект від комплексного використання інструментів маркетингових комунікацій та ефект від залучення комунікативних ресурсів усіх елементів системи управління ринковою діяльністю підприємства. У системі управління діяльністю підприємства маркетингові комунікації є спрямованими як на взаємодію організації із зовнішнім середовищем (зовнішні), так і на взаємодію його працівників у колективі (внутрішні). Як зовнішні, так і внутрішні комунікації не можуть існувати окремо й утворюють певну систему, яка є елементом загальної системи управління підприємством [4].

Зовнішні маркетингові комунікації є спрямованими на організацію певного інформаційно-психологічного впливу на ринкові суб'єкти із застосуванням різних механізмів і засобів, дослідження кон'юнктури, формування взаємовідносин на ринку й управління ними. Основним завданням зовнішніх маркетингових комунікацій підприємства є залучення потенційних споживачів і партнерів для досягнення цілей підприємства [6]. Внутрішні маркетингові комунікації забезпечують надходження інформаційних потоків від однієї ланки управління до іншої відповідно до цілей і стратегії підприємства, є регулятором швидкості прийняття раціональних управлінських рішень, що підвищують ефективність взаємодії всіх підрозділів підприємства і працівників між собою. Ефективність застосування інструментарію маркетингових комунікацій у внутрішньому середовищі підприєм-

ства безпосередньо залежить від розуміння психологічних особливостей членів колективу та побудови звернень і повідомлень з урахуванням їх розумового сприйняття інформації [2].

Інтегрування маркетингових комунікацій до системи управління діяльністю підприємства передбачає наявність єдиної системи планування йог діяльності, маркетингу та маркетингових комунікацій. Ця система має охоплювати планування внутрішніх і зовнішніх маркетингових комунікацій підприємства та їх взаємодію, передбачає горизонтальну та вертикальну інтеграцію всіх планів підприємства, кругообіг маркетингових комунікацій, інтеграцію їх складових, посилений контроль за їх здійсненням, оперативне реагування та координацію всієї діяльності підприємства в результаті повної або часткової неефективності проведених заходів, обліку результатів проведених маркетингових комунікативних кампаній у процесі прийняття управлінських рішень [7].

Таким чином, основними завданнями комунікаційної діяльності є підвищення техніко-економічних показників і більш ефективна робота всіх ланок підприємства як наслідок удосконалення маркетингової діяльності в цілому. Виконання поставленого завдання обумовлює необхідність тісної взаємодії різних підрозділів підприємства, налагоджених комунікацій усередині підприємства, а також широкого арсеналу засобів для створення й підтримки комунікації із зовнішнім середовищем. Саме система інтегрованих маркетингових комунікацій має вирішальний вплив на формування комерційного успіху підприємства, забезпечує його привабливість для споживачів і партнерів і динаміку розвитку. Раціональне застосування системи інтегрованих маркетингових комунікацій є основою формування стійкого позитивного іміджу підприємства, зміцнює позиції організації на ринку продукції або послуг, що надаються.

Науковий керівник – канд. екон. наук, викладач Ус М. І.

Література: 1. Архипов А. Е. Управление интегрированными маркетинговыми коммуникациями: теория и методология : автореф. дис. … д-ра экон. наук : 08.00.04. Омск, 2011. 24 с. **2.** Кондаурова І. О., Тимошенко О. А. Управління інтегрованими маркетинговими комунікаціями як фактор підвищення ефективності маркетингу. *Проблеми розвитку зовнішньоекономічних зв'язків і залучення іноземних інвестицій.* 2014. № 1. С. 163–166. **3.** Кендюхов О. В., Кондаурова І. О., Панченко Г. С. Маркетинговий менеджмент конкурентоспроможності підприємства: стратегічний підхід та системні рішення. Донецьк : Східний видавничий дім, 2014. 201 с. **4.** Котлер Ф., Армстронг Г., Сондерс Д., Вонг В. Основы маркетинга / пер. с англ. М. : Вильямс, 2006. 943 с. **5.** Лисиця Н. М. Маркетингові комунікації в міжнародному бізнесі : навч. посіб. Харків : ХНЕУ, 2001. 107 с. **6.** Шульц Д., Танненбаум С., Лаутерборн Р. Интегрированные маркетинговые коммуникации. М. : Инфра-М, 2004. 308 с. **7.** Кот О. В. Інтегровані маркетингові комунікації в забезпеченні конкурентоспроможності підприємств роздрібної торгівлі : автореф. дис. ... канд. екон. наук : 08.00.04. Харків, 2008. 19 с.

ФОРМУВАННЯ ТА РЕГУЛЮВАННЯ НОВІТНІХ ФОРМ ЗАЙНЯТОСТІ В УКРАЇНІ

УДК 331.5(477)

Капуснік К. С.

Студент 3 курсу
факультету консалтингу і міжнародного бізнесу ХНЕУ ім. С. Кузнеця

Анотація. *Розглянуто методологічні та практичні проблеми розвитку новітніх форм зайнятості. Визначено специфіку прояву нестандартних форм зайнятості як наслідок поширення новітніх інформаційно-комунікаційних технологій. Обґрунтовано інституційні підходи до регулювання нестандартних гнучких видів зайнятості на національному ринку праці.*

© Капуснік К. С., 2017

Ключові слова: *підприємство, організація, право на працю, ринок праці, технології, інформаційно-комунікаційні технології, нестандартна гнучка зайнятість, телеробота, законодавство, нормативно-правова база, державне регулювання нестандартної зайнятості.*

Аннотация. *Рассмотрены методологические и практические проблемы развития новых форм занятости. Определена специфика проявления нестандартных форм занятости как следствие распространения новейших информационно-коммуникационных технологий. Обоснованы институциональные подходы к регулированию нестандартных гибких видов занятости на национальном рынке труда.*

Ключевые слова: *предприятие, организация, право на труд, рынок труда, технологии, информационно-коммуникационные технологии, нестандартная гибкая занятость, телеработа, законодательство, нормативно-правовая база, государственное регулирование нестандартной занятости.*

Annotation. *The methodological and practical problems of the development of new forms of employment are considered. Specificity of the manifestation of non-standard forms of employment as a result of the spread of new information and communication technologies is determined. Institutional approaches to regulation of non-standard flexible types of employment in the national labor market are well-grounded.*

Keywords: *enterprise, organization, right to work, labor market, technology, information and communication technologies, non-standard flexible employment, telework, legislation, regulatory framework, state regulation of precarious work.*

Формування нового типу суспільних відносин під впливом інтенсивних процесів створення інформаційно-комунікаційних технологій (ІКТ) і поширення знань, їх проникнення в усі сфери життєдіяльності, посилення впливу наукової та інноваційної діяльності, наукоємних та інформаційних технологій на економіку призводять до змін ситуації у сфері зайнятості населення, сприяють виникненню якісно нових характеристик зайнятості та механізмів її регулювання. Саме це і визначає актуальність дослідження.

Вагомий внесок у дослідження проблем зайнятості та інноваційної економіки зробили вітчизняні та зарубіжні науковці, серед них Амоша О., Колот А., Бондар І., Васильченко В., Геєць В., Грішнова Е., Лібанова Е., Лісогор Л., Петрова І., Цимбал О., Яковлев А. та ін.

Метою написання статті є вивчення питання щодо виникнення новітніх форм зайнятості, поширення її нестандартних форм на сучасному етапі розвитку ІКТ та суспільного переходу до економіки знань, а також обґрунтування інституційних підходів до регулювання таких форм зайнятості в Україні.

Останні два десятиріччя під впливом процесів глобалізації та інформатизації, переходу до інноваційної економіки відбувається трансформація соціально-трудових відносин, які розвиваються в напрямку зростання цінності людського фактора, підвищення соціальної відповідальності бізнесу, гнучкості та інтелектуалізації трудової діяльності, формування новітніх форм зайнятості [5].

За умов нової економіки найбільшої значущості серед нових форм нестандартної зайнятості та організації праці набуває запозичена праця, використання якої здійснюється, як правило, у межах аутсорсингу, аутстафінгу та лізингу персоналу [3].

Експерти відзначають тенденцію збільшення кількості звернень українських компаній до послуг компаній-аутсорсерів. На кінець 2016 р. послугами аутсорсингу користувалися близько 45 % усіх компаній, що функціонують в Україні, що призвело до збільшення зайнятості в компаніях-аутсорсерах на 35–45 % [5].

У цілому можна констатувати, що значне поширення системи запозиченої праці є зумовленим цілим комплексом позитивних моментів, які вона привносить у діяльність суб'єктів трудових відносин. Так, вигодами для працівників є наявність прибуткової діяльності, можливість отримання трудового досвіду, умови для професійного зростання та підвищення кваліфікації, зручний графік роботи, можливість поєднання кількох сфер діяльності, безперервний трудовий стаж, відсутність необхідності пошуку роботи, у разі виникнення конфлікту його вирішує лізингова компанія. Для роботодавця також є вигідним використання запозиченої праці, оскільки це дозволяє гнучко змінювати чисельний склад працівників, швидко заміщати осіб, які відсутні з будь-яких причин, оптимізувати витрати на персонал, зберігати стабільність зайнятості основної частини робочої сили [2–4].

Водночас запозиченою працею зумовлено і певні негативні наслідки. Для працівника – слабкий захист прав, нестабільність зайнятості, відсутність перспектив посадового зростання, невисокий рівень доходу, гірші умови праці, професійний ризик, досить звужена (має умовний характер) участь у колективно-договірному процесі. Для роботодавця – відсутність законодавчої можливості впливати на якість роботи, виконуваної запозиченим працівником, низька лояльність персоналу, нестача специфічного людського капіталу.

Розвиток інституту запозиченої праці в Україні стримується через окремі невирішені проблеми організаційного та правового характеру. Вітчизняне трудове законодавство не містить норм щодо використання запозиченої праці, проте і не забороняє її застосування. Очевидною є необхідність термінового вдосконалення чинного

трудового законодавства шляхом внесення упорядкованих змін до Кодексу законів про працю України та втілення правових ініціатив із визнання нових понять «дистанційний працівник», «дистанційна праця» [5].

Останнім часом у всьому світі спостерігається значне розширення застосування дистанційної зайнятості. Колот А. визначає дистанційну зайнятість як нестандартну форму зайнятості, що є заснованою на гнучких соціально-трудових відносинах між працівником і роботодавцем і відбувається у віртуальному середовищі із застосуванням ІКТ [4]. Практика економічно розвинених країн показала, що дистанційна зайнятість збільшує гнучкість режиму виконання працівником своїх функцій, оскільки він може оптимізувати співвідношення робочого часу і часу, що витрачається на поїздки на роботу. Водночас справедливою слід визнати думку більшості науковців, що поширення цієї форми нестандартної зайнятості в Україні становить реальну загрозу. Вони вважають, що така зайнятість базується на низькому рівні оплати праці, призводить до порушень безпеки праці, закриває шлях до подальшої освіти, професійного та кар'єрного зростання, призводить не тільки до погіршення умов праці та зниження рівня оплати праці, напруження відносин між працівниками, але й негативно впливає на їх єдність і перешкоджає вступу в профспілки [4–6].

Однією з найбільш соціально значущих інновацій у сфері праці є віддалена зайнятість (телеробота) із застосуванням новітніх технологій. Складовими телероботи є надомна зайнятість, мобільна зайнятість, зайнятість у спеціально обладнаних телецентрах, зайнятість за схемами аутсорсингу із застосуванням ІКТ.

Надомна зайнятість передбачає залучення таких груп працівників:

– наймані телепрацівники, трудовий контракт яких визначає дім як місце постійної роботи;

– самозайняті, або фрілансери – працівники, які надають перевагу роботі вдома, але за необхідності можуть працювати в приміщенні роботодавця;

– неформальні телепрацівники залучаються до виконання певних завдань без згоди вищого керівництва компанії (або незважаючи на заборону) за нелегальним наймом менеджерів, які вбачають вигоди в роботі таких працівників;

– телезайняті підприємці, які тільки починають свій бізнес і намагаються уникнути витрат, пов'язаних з утриманням приміщення, і відхиляють практику формального офісу, розвивають свій бізнес із застосуванням електронних мереж і працівників, які працюють у найбільш зручний для них час [6].

Мобільна зайнятість передбачає застосування працівниками ІКТ для встановлення тривалого контакту із замовником і надання йому негайно («у дорозі») тих послуг, які раніше вимагали обов'язкової присутності в офісі замовника-роботодавця або відвідування офісу замовником.

Зайнятість у спеціально обладнаних телецентрах, які надають можливість працівникам користуватися офісом, розташованим неподалік від місця їх проживання, для уникнення витрат на проїзд та інших незручностей.

Зайнятість за схемами аутсорсингу дозволяє функціональне переміщення бізнес-функцій, які концентруються і надаються на відстані. Можливість виконання телероботи не лише в головному офісі, але й будь-де у світі із застосуванням систем віддаленого доступу та схем аутсорсингу дає змогу роботодавцям зменшити свої витрати, використовуючи працівників у регіонах із дешевшою робочою силою [6].

Дистанційні програми зайнятості, з одного боку, можуть бути вигідною формою підвищення продуктивності праці співробітників, що дозволить збільшити прибутковість організації за рахунок зменшення невиходів на роботу, а з іншого – надають можливість поєднувати зайнятість і особисте життя, що допомагає залучити до економічної активності осіб, які за інших обставин поповнили б ряди безробітних.

В Україні складно оцінити масштаби телезайнятості. Якщо в США, Канаді, країнах Європейського Союзу майже щорічно проводяться дослідження телероботи та її впливу на економіку країн, як на державному, так і на недержавному рівні, то в Україні вони відсутні. Вільні працівники є найбільш беззахисними з усіх працевлаштованих, а спеціалісти вважають телезайнятість «зоною правового вакууму» за майже повної відсутності державного регулювання в цій сфері, адже держава вважає більшість таких працівників безробітними і не забезпечує гідного захисту в разі втрати роботи через звільнення чи хворобу [1].

Основними обмежувачами формування нового типу зайнятості в Україні є техніко-технологічні та економічні: застаріла виробнича база, низька «якість» великої кількості робочих місць у економіці; низький рівень оплати праці, висока його необґрунтована диференціація; недостатня державна підтримка прогресивних галузей економіки; низька інноваційна активність; високі ризики на ринку праці; неготовність зайнятого населення до можливих змін професійної орієнтації, сфери та форми зайнятості тощо.

Таким чином, поєднання зростаючих темпів поширення комп'ютерної грамотності, збільшення використання широкосмугового Інтернету відкриває величезний потенціал для розвитку інноваційної зайнятості, зокрема для віддаленої роботи і телезайнятості. Але слід підкреслити, що для розвитку інноваційної зайнятості в Україні існує чимало перешкод. Для повноцінного застосування праці телезайнятих необхідним є законодавче забезпечення їх діяльності, соціальних гарантій. Потрібно внести відповідні зміни у податкове законодавство, законодавство про працю, зокрема, Кодекс законів про працю України та Закон України «Про зайнятість населен-

ня». Найефективнішим засобом захисту соціальних інтересів перед загрозами гнучкого ринку праці є солідарні дії його партнерів. Для досягнення цієї мети потрібні інтегровані дії на ринку праці всіх гілок влади, професійних спілок, об'єднань роботодавців, різних неурядових суспільних організацій та ініціативних груп населення.

Науковий керівник – канд. екон. наук, доцент Пилипенко С. М.

Література: 1. Бандур С. І. Розвиток соціально-трудових відносин як передумова досягнення продуктивної зайнятості населення. *Ринок праці та зайнятість населення.* 2013. № 1. С. 8–13. **2.** Грішнова Е. А., Азьмук Н. А. Розвиток людського капіталу та трансформація форм зайнятості: взаємовплив і взаємообумовленість. *Демографія та соціальна економіка.* 2014. № 1 (21). С. 85–94. **3.** Козина И. М. Работники заемного труда. *Социологические исследования.* 2008. № 11. С. 3–12. **4.** Колот А. М. Інноваційна праця та інтелектуальний капітал у системі факторів формування економіки знань. *Україна: аспекти праці.* 2014. № 4. С. 4–9. **5.** Новак І., Оверковський Б. Нестандартна зайнятість в Україні: соціальні ризики та контрстратегії профспілок. URL: http://www.fes.kiev.ua/new/wb/media/publikationen. **6.** Петрова І. Л. Ринок інноваційної праці: тенденції формування в Україні. *Україна: аспекти праці.* 2013. № 5. С. 3–7.

СТИМУЛЮВАННЯ ПЕРСОНАЛУ ЯК ЕФЕКТИВНИЙ МЕТОД УПРАВЛІННЯ

УДК 331.108.26

Касьяненко Л. С.

Студент 2 курсу
факультету економічної інформатики ХНЕУ ім. С. Кузнеця

Анотація. *Розглянуто сутність матеріального та нематеріального стимулювання. Проаналізовано особливості застосування цих двох видів стимулювання персоналу.*

Ключові слова: *підприємство, організація, право на працю, персонал, співробітник, мотивація, стимулювання, методи управління, стимулювання персоналу, матеріальне стимулювання, нематеріальне стимулювання.*

Аннотация. *Рассмотрена сущность материального и нематериального стимулирования. Проанализированы особенности применения этих двух видов стимулирования персонала.*

Ключевые слова: *предприятие, организация, право на труд, персонал, сотрудник, мотивация, стимулирование, методы управления, стимулирование персонала, материальное стимулирование, нематериальное стимулирование.*

Annotation. *The essence of material and non-material incentives is considered. The specifics of the application of these two kinds of personnel incentives are analyzed.*

Keywords: *enterprise, organization, right to work, personnel, employee, motivation, incentives, management methods, staff incentives, material incentives, intangible incentives.*

Здатність людини до раціоналізації та творчості є проявом унікальності людського фактора, що сприяє оптимізації витрат виробництва, нестандартному підходу до вирішення проблем, кардинальній зміні визначення продуктивності праці та побудові нових схем функціонування підприємства. Однією з найактуальніших проблем сьогодення є вдосконалення організації та управління виробництвом, у тому числі вдосконалення методів управління. Існує кілька основних методів, це передусім переконання, заохочення, стимулювання і примус.

© Касьяненко Л. С., 2017

Переконання є процесом цілеспрямованого впливу суб'єкта управління на керований об'єкт, у результаті якого ідеї, цінності, установки суб'єкта стають внутрішніми ідеями, особистими установками об'єкта управління [1].

Методи заохочення та стимулювання багато в чому схожі між собою, оскільки їх дія є заснованою на застосуванні позитивних заходів моральної та матеріальної винагороди [2].

Примусові заходи передбачають різного роду санкції в межах трудових, адміністративних, цивільно-правових і кримінально-правових відносин.

Найефективнішим методом управління, який нині є застосовуваним керівниками багатьох країн, є метод стимулювання. Стимулювання персоналу значно впливає на розвиток у працівників таких важливих характеристик їх трудової діяльності, як якість роботи, результативність, прагнення кращого результату, старанність і наполегливість.

Дослідженням різних аспектів стимулювання займалися вітчизняні та зарубіжні науковці: Мескон М., Драфт Р., Хайос К., Назарова Г., Степанова Е., Мартиненко І., Лаптєв В., Кібанов А., Колот А. та ін.

Сутність матеріального стимулювання працівників полягає в стимулюванні працівника до найбільш повного прояву й використання свого трудового потенціалу, спрямованого на розвиток і процвітання організації. Матеріальне стимулювання може бути як у грошовій, так і у негрошовій формі. Матеріальними методами стимулювання є передусім заробітна плата, а також інші форми фінансової винагороди працівників.

Загальні стимули, які спонукають людину краще працювати, – це гроші (заробітна плата, премії, інші види винагороди), повага, приємна робоча обстановка, похвала, гнучкий графік роботи, співпраця з іншими людьми й усвідомлення себе членом команди, творча реалізація та можливість внесення ідей і пропозицій, подяка за роботу в надурочний час, почуття впевненості в роботі та ін.

До матеріального стимулювання відносять заробітну плату, премії й бонуси, участь у прибутках фірми, участь у акціонерному капіталі, подарунки фірми, покриття особистих витрат побічно з роботою (ділових відряджень не тільки працівника, а й чоловіка в поїздці), оплату транспортних витрат або обслуговування транспорту, виділення коштів на організацію харчування на підприємстві тощо [6].

Сутність нематеріального стимулювання полягає в тому, що дозволяє не тільки мотивувати співробітників до праці, реалізуючи місію організації, а й формувати нову свідомість і менталітет персоналу. Нематеріальними стимулами є надання додаткового вільного часу, гнучкого графіка роботи, позаурочної відпустки, публічне визнання, можливість кар'єрного зростання, грамоти та ін. Ці методи не вимагають серйозних витрат, але за їх застосування можна мотивувати співробітників, не вдаючись до фінансової винагороди.

Розглянемо особливості застосування матеріального стимулювання на прикладі зарубіжних компаній. Так, численні методики матеріального стимулювання є широко застосовуваними на підприємствах Японії, окремих підприємствах США, Німеччини та інших зарубіжних країн.

Стимулювання передбачає наявність заздалегідь установлених показників, за досягнення яких працівник має право на конкретний розмір стимулюючих виплат. За відмови у виплаті винагороди працівник має право вимагати обіцяного в суді. Установлюючи показники, менеджер мобілізує волю й прагнення працівника на досягнення стратегічно важливого для фірми результату. Так, японські менеджери успішно застосовують цей метод для стимулювання мозкової активності, підтримуючи розвиток ініціативи, підприємливості, народження нових ідей, пропозицій, винаходів і відкриттів. Причому для стимулювання створюється відповідна ситуації обстановка. Застосовуваною є методика не тільки одноосібного стимулювання, а й групові тренінги, у процесі яких генерується пошук вирішення проблем. Працівники, які внесли найбільш вдалі пропозиції, стимулюються відповідно до їх значущості. При цьому розмір винагороди залежно від ступеня ефективності внесеної пропозиції становить від 1 долара до 300 доларів за кожне. Завдяки постійній цілеспрямованій роботі з розвитку цього напрямку й зростання зацікавленості окремі працівники вносять до 50 пропозицій на місяць, тобто в середньому 4–5 пропозицій на день [3].

У цьому випадку японські менеджери застосовують матеріальне стимулювання, тобто спонукання до праці відбувається в формі компенсації за трудові зусилля. Але розподіл стимулів на матеріальні та моральні є умовним, оскільки вони взаємопов'язані. Наприклад, премія є і актом визнання по відношенню до працівника, оцінкою його заслуг, а не тільки матеріальною винагородою. Іноді для працівників спілкування, приналежність до певної спільноти, престиж є навіть важливішими, ніж грошова винагорода.

Винагорода персоналу за працю або компенсація працівникам витрачених зусиль відіграє дуже істотну роль у залученні трудових ресурсів на підприємства, мотивуванні, використанні та збереженні необхідних фахівців на підприємстві.

Відомий розробник комп'ютерних ігор компанія Nival Interactive поставила за мету знайти й утримати персонал рідкісних для вітчизняного ринку спеціальностей: ігрових дизайнерів і програмістів. Підприємство створило власну систему мотивації співробітників – приклад креативного підходу до вирішення завдання.

Компанія запропонувала працівникам:

– участь у цікавих інноваційних проектах із можливістю навчання безпосередньо в ході роботи: у вітчизняних і зарубіжних колег, викладачів ВНЗ, відомих художників і кінооператорів.

– заробітну плату, вищу за середня у галузі, систему преміювання за успішно завершені проекти, оплату мобільного зв'язку, безвідсоткові позики;

– зручний графік роботи без чіткої фіксації часу;

– організацію офісного простору відповідно до побажань персоналу, виявлених шляхом опитування;

– надання безкоштовного харчування на робочому місці, створення куточків відпочинку;

– корпоративні заходи, турпоїздки [5].

Це є яскравим прикладом поєднання нематеріального та матеріального стимулювання співробітників. Система постійно вдосконалюється, для чого щорічно проводяться збори й опитування персоналу для виявлення потреб і внесення доповнень до програми. Фактично, працівники самі визначають необхідні заходи щодо стимулювання. Нині в компанії немає дефіциту кадрів, більш того, на кожне місце претендує до десяти співробітників рідкісних спеціальностей.

Таким чином, стимулювання є дієвим методом управління персоналом. Досвідчений керівник знає про разючий ефект, який здатне забезпечити грамотне стимулювання персоналу, та застосовує його для підвищення продуктивності праці, якості продукції й досягнення цілей підприємства.

Науковий керівник – канд. екон. наук, доцент Степанова Е. Р.

Література: 1. Переконання як метод державного управління. URL: http://pravolib.pp.ua/143-ubejdenie-kak-metod-gosudarstvennogo-17482.html. **2.** Заохочення і покарання як методи педагогічного стимулювання. URL: http://www.8ref.com/12/referat_127793.html. **3.** Назарова Г. В., Степанова Е. Р. Стимулирование трудовой деятельности как составной элемент концепции достойного труда. *Бизнес Информ.* 2013. № 6. С. 221–225. **4.** Степанова Е. Р. Стимулювання персоналу підприємства в умовах економічної та політичної кризи. *Бізнес Інформ.* 2014. № 6. С. 390–393. **5.** Лаптев В. И., Иванова Р. Х. Особенности мотивации персонала в условиях реактивной кадровой политики предприятия // Устойчивое развитие: общество и экономика : материалы III Международной научно-практической конференции СПб., 20–23 апреля 2016 г. СПб. : Скифия-принт, 2015. С. 508–509. **6.** Методичні рекомендації щодо організації матеріального стимулювання праці працівників підприємств і організацій : Наказ Міністерства праці та соціальної політики України від 29.01.2003 № 23 // UAПраво. Правова бібліотека України. URL: http://ukraine.uapravo.net/data/akt697/page1.htm.

СУЧАСНІ ІНСТРУМЕНТИ МАРКЕТИНГОВИХ КОМУНІКАЦІЙ В ІНТЕРНЕТІ

УДК 339.138

Каци С. І.

Магістрант 1 року навчання
факультету менеджменту і маркетингу ХНЕУ ім. С. Кузнеця

Анотація. *Розглянуто сутність маркетингових комунікацій в Інтернеті, подано їх класифікацію. Проаналізовано тенденції розвитку маркетингових комунікацій в Інтернеті, а також особливості їх застосування на основі теорії поколінь.*

© Каци С. І., 2017

Ключові слова: *організація, маркетинг, інновації, Інтернет, комунікації, маркетингові комунікації, інтернет-маркетинг, інтернет комунікації, теорія поколінь.*

Аннотация. *Рассмотрена сущность маркетинговых коммуникаций в Интернете, представлена их классификация. Проанализированы тенденции развития маркетинговых коммуникаций в Интернете, а также особенности их применения на основе теории поколений.*

Ключевые слова: *организация, маркетинг, инновации, Интернет, коммуникации, маркетинговые коммуникации, интернет-маркетинг, интернет-коммуникации, теория поколений.*

Annotation. *The essence of marketing communications on the Internet is considered, their classification is presented. The trends in the development of marketing communications on the Internet, as well as the features of their application on the basis of the theory of generations, are analyzed.*

Keywords: *organization, marketing, innovation, Internet, communications, marketing communications, Internet marketing, Internet communication, theory of generations.*

В епоху активного розвитку електронних і цифрових технологій зазнають змін усі сфери сучасного суспільства, у тому числі маркетингова діяльність: змінюються підходи й інструменти, трансформується традиційна модель комунікації. Розвиток глобальної інформаційної мережі та застосування її ресурсів суб'єктами сучасного ринку в маркетингових цілях створюють додаткові можливості для всіх учасників маркетингового процесу, а тому привертають підвищену увагу не тільки представників бізнесу, але і дослідників. Особливий інтерес являє вивчення процесу, каналів і способів здійснення маркетингових комунікацій у глобальному інформаційному просторі. До того ж виникають питання щодо характеру й особливостей форм і способів поширення зовнішніх інформаційних ресурсів фірми в інтернет-середовищі, актуалізується необхідність систематизації видів інтернет-комунікацій.

Дослідженням сучасних інструментів маркетингових комунікацій в Інтернеті займалися Себрант А., Каталано Ф., Капустіна Л., Андросова Н., Царьов В., Шурчкова Ю. та ін.

Метою написання статті є аналіз і вдосконалення маркетингових комунікацій в Інтернеті.

Ефективність маркетингових зусиль фірми залежить від комплексу її комунікацій, у яких мають найбільш повно й ефективно застосовуватися сучасні інформаційні технології для зміцнення відносин із цільовою аудиторією.

Розвитком інтернет-технологій зумовлено суттєві зміни традиційних уявлень про комунікаційної моделі. Нині Інтернет поєднує в собі такі властивості комунікації, як інтерактивність, з одного боку, і можливість персоналізації – з іншого. Ключовою відмінністю мережі Інтернет від інших медіа є в багатьох напрямках його модель комунікації «багато до багатьох», у якій кожний учасник може ефективно комунікувати з іншими користувачами й отримувати зворотний зв'язок у режимі реального часу. Крім цього, особливістю інтернет-середовища є активна ролі аудиторії (у той час як у традиційних засобах масових інформацій їх роль є пасивною), яка сама контролює пошук інформації та бере участь у створенні контенту [2].

На думку сучасних дослідників у галузі маркетингу, ключовою особливістю маркетингових комунікацій у глобальному інформаційному просторі є дворівневий підхід. Перший рівень – це різноманітні рекламні звернення у вигляді банерів, текстових посилань та інших рекламоносіїв. Другий рівень – це власне сайт і його інформаційний контент. Крім цього, сайт може відігравати роль безпосереднього каналу збуту, комунікаційного каналу, інструменту іміджевої комунікації компанії. Чимало рекламних комунікацій у глобальній мережі, крім іміджевої та стимулюючої функції, покликані залучати представників цільової аудиторії на сайт задля просування його в мережі. Інтернет-середовище дозволяє організувати процес комунікації з вищою інтерактивністю порівняно з іншими каналами за рахунок оперативного зворотного зв'язку та можливості надання великого обсягу інформації.

Залежно від цілей компанії розрізняють такі форми маркетингових інтернет-комунікацій: веб-сайт або портал; інструменти, що є спрямованими на зростання кількості споживачів, інструменти переговорів (рис. 1) [1; 2].

Серед інструментів, що сприяють зростанню кількості відвідувачів сайту і трафіку, виділяють шість форм маркетингових інтернет-комунікацій.

1. Рекламні інтернет-комунікації: контекстна і банерна реклама (PPC); розсилки електронною поштою (e-mail marketing); реєстрація сайту компанії в спеціалізованих каталогах і пошукових системах; рекламні комунікації із застосуванням телеконференцій і дошок оголошень; реклама на спеціалізованих форумах; партнерські програми; відеореклама на YouTube; рекламна інформація в соціальних мережах (SMM); ведення блогів компанії; кобрендинг та ін.

2. Стимулюючі інтернет-комунікації, наприклад, надання знижок при замовленні продукції через сайт компанії або повернення певної суми покупки при переході на сайт компанії через інші сайти та ін.

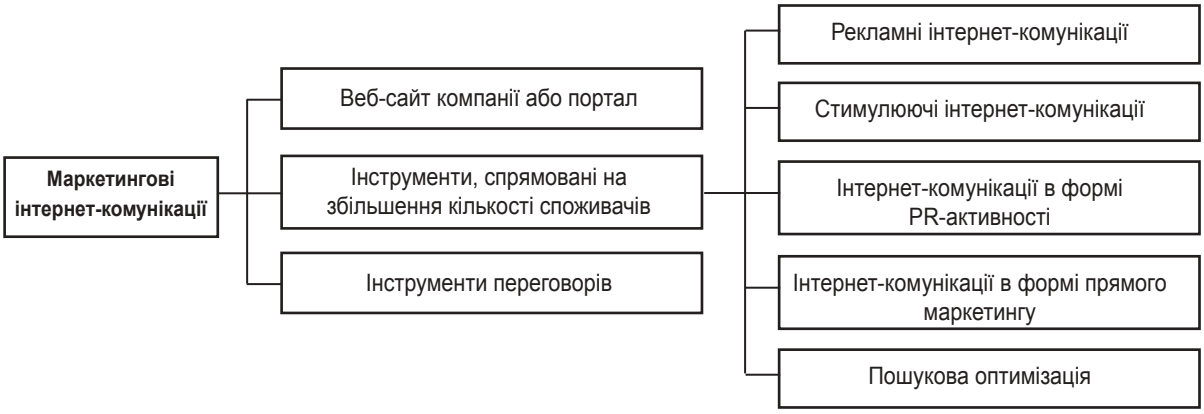


Рис. 1. **Форми маркетингових інтернет-комунікацій**

3. Інтернет-комунікації в формі PR-активності, які полягають у використанні спонсорства популярних ресурсів мережі Інтернет, публікацію прес-релізів компанії на спеціалізованих галузевих сайтах або сайтах інформаційних агентств.

4. Інтернет-комунікації в формі прямого маркетингу: розсилки електронною поштою, використання чат-ботів і месенджерів;

5. SEO, або пошукова оптимізація. Такий різновид просування сайту, звичайно, не можна розглядати як повноцінну інтернет-рекламу, оскільки вона є специфічним способом залучення відвідувачів на сайт.

6. Інструменти, основною метою яких не є залучення відвідувачем на сайт компанії. Застосування цієї групи комунікацій опосередковано використанням віртуальних технологій для ведення переговорів шляхом обміну повідомленнями електронною поштою, відеодзвінків та ін.

Останнім часом з'являються нові погляди на суспільну класифікацію (сегментування), які відрізняються від традиційного класового підходу до аналізу соціальної структури, змінюються і підходи до маркетингу. У 1991 р. дослідники з США Хоув Н. і Штраус У. у книзі «Generations» запропонували теорію поколінь, згідно з якою на сучасних ринках наявні кілька поколінь: покоління бебі-бумерів (1945–1965), покоління *X* (1965–1984); покоління *Y* (1984–2000); покоління *Z* (2000–2020) [3].

Із виходом на ринок нових поколінь з їх особливостями психології сприйняття та цінностями у відповідь на виклик поколінь змінюються і маркетингові комунікації. Тривале перебування в соціальних мережах сприяє виробленню особливого типу мислення, воно стає більш асоціативним. Робота зазвичай є способом заробляння грошей, а основним заняттям є хобі, перегляд комедій, спілкування в Інтернеті. Його представники в значній мірі відрізані від реального світу. Ринок реагує на це: вигідним стає виробництво віртуальної реальності: ігор, кіно, програм.

Представники покоління *Z* менш схильні до тривалого сприйняття єдиного потоку інформації, ступінь грамотності значно знижується. Зростає ефективність застосування SMM, коротких рекламних відеороликів на YouTube, використання чат-ботів і месенджерів.

Таким чином, поступово з розваги Інтернет перетворюється на один з інструментів ведення бізнесу. Зростає кількість некомп'ютерних компаній, які починають використовувати нові можливості, що відкриваються за грамотного застосування нових технологій. Для багатьох компаній питання полягає вже не в тому, чи варто використовувати Інтернет, а в тому, який бюджет на це виділити і як його розподілити.

Науковий керівник – канд. екон. наук, доцент Рожко В. І.

Література: 1. Капустина Л. М., Предеин А. М. Маркетинговые коммуникации в сети Интернет. Екатеринбург : УрГЭУ, 2009. 136 с. **2.** Шурчкова Ю. В. Интернет как среда формирования комплекса интегрированных маркетинговых коммуникаций. *Актуальные проблемы гуманитарных и естественных наук.* 2011. № 2. С. 67–69. **3.** Schroer W. J. Generations X, Y, Z. URL: http://socialmarketing.org/archives/generations-xy-z-and-the-others.

СПЕЦІАЛІСТИ ЗІ ШВИДКОГО ЗРОСТАННЯ У СФЕРІ ІНФОРМАЦІЙНИХ ПОСЛУГ

УДК 339.138

Каци С. І.

Магістрант 1 року навчання
факультету менеджменту і маркетингу ХНЕУ ім. С. Кузнеця

Анотація. *Розглянуто сутність поняття «тенденції швидкого зростання». Проаналізовано його особливості й основні відмінності від традиційного маркетингу. Наведено засоби швидкого зростання та приклади їх застосування у великих IT-компаніях світу. Обґрунтовано доцільність використання технік швидкого зростання в компаніях на різних етапах їх розвитку.*

Ключові слова: *організація, маркетинг, інновації, швидке зростання, стартап, інформаційні послуги.*

Аннотация. *Рассмотрена сущность понятия «тенденции быстрого роста». Проанализированы его особенности и основные отличия по сравнению с традиционным маркетингом. Приведены средства быстрого роста и примеры их применения в крупных IT-компаниях мира. Обоснована целесообразность использования техник быстрого роста в компаниях на различных этапах их развития.*

Ключевые слова: *организация, маркетинг, инновации, быстрый рост, стартап, информационные услуги.*

Annotation. *The essence of the concept of «the trend of rapid growth» is considered. Its features and main differences from traditional marketing are analyzed. The means of rapid growth of tapriklad of their application in large IT companies of the world are given. The expediency of using rapid growth techniques in companies at various stages of their development is substantiated.*

Keywords: *organization, marketing, innovation, rapid growth, start-up, information services.*

Розвитком Інтернету зумовлено появу таких нових термінів, як «хмарне сховище»», «мобільна гра», «аккаунт у соціальній мережі». Усе це – продукти нового типу, що вимагають нового мислення. Інтернет так само вплинув і на поняття просування продукту: тепер за нього відповідають люди у віртуальному світі. Замість реальних доріг – конверсійні шляхи на посадочних сторінках і SEO-оптимізація, замість кінотеатрів із рекламою – YouTube із вірусоподібним поширенням контенту.

Фахівців, які застосовують мікс знань з маркетингу та технологій, називають спеціалістами зі швидкого зростання. В Україні таких фахівців майже немає, а отримати компетенції в цьому напрямку наразі можна тільки через конференц-освіту.

Термін «швидке зростання», або «growth hack» запропонував у 2010 р. Шон Елліс, який допоміг багатьом інтернет-компаніям досягти неймовірного зростання. Швидке зростання – це тенденція в сучасному маркетингу, що відповідає за швидке зростання, розширення та просування компанії за рахунок незвичайних рішень та інноваційних розробок [1; 2].

Сама концепція швидкого зростання зародилася в середовищі стартапів. З'явилися фахівці, які могли вірусно поширювати новий продукт і перетворювати нікому невідомі стартапи на гігантів бізнесу. Так, завдяки спеціалістам зі швидкого зростання компанія Dropbox збільшила кількість користувачів на 60 %. Було прийнято рішення зі спрощення процесу обміну посиланнями з друзями для поточних клієнтів і запропоновано стимул для нових клієнтів. Наприклад, якщо користувач приводить із собою друга, який створює аккаунт на Dropbox, вони обидва отримують додаткові 500 MB місця на диску. Усе більше і більше людей почали створювати реферальні посилання на Dropbox, оскільки хотіли отримати додаткове місце безкоштовно. Цей метод економічно коштував Dropbox лише 1 Гб дискового простору – набагато менше, ніж вони витратили б, якби спробували давати рекламу за допомогою Google AdSense або подібних інструментів.

Інший приклад – компанія AirBNB, яка дозволяє людям здавати їх порожні кімнати в оренду іншим людям, публікуючи свої оголошення про оренду на сайті. Компанія застосувала приголомшливу стратегію зі швидкого зростання. Коли користувачі заповнюють форму оголошення на сайті, їм надається опція одночасно виставити своє оголошення і на сайті Craigslist. Оскільки Craigslist – це популярний сайт, то подібний кросспостінг не тільки привертав все більше і більше охочих переглянути оголошення, а й дозволяв створювати зворотні посилання на сайт AirBNB, підвищуючи його рейтинг у пошукових системах [3].

© Каци С. І., 2017

У 2015 р. український підприємець Андрій Нападовський, який називає себе «Аладдін Праведно-Щасливий», запустив проект Growthhackingidea.com. Це спілка спеціалістів зі швидкого зростання, яка налічує вже понад 17 000 чоловік із таких компаній, як Microsoft, Salesforce, LinkedIn, Adobe, HubSpot, Coca-Cola [4].

Головною відмінністю швидкого зростання від звичайного маркетингу є інженерно-системний підхід. У той час як штатні маркетологи зайняті продумуванням довгострокової стратегії, розширенням функціоналу, планом продажів, рекламою та взаємодією з партнерами, основним завданням експертів зі швидкого зростання є постійне експериментування й аналіз отриманих результатів.

Так, спліт-тестування є одним із базових інструментів швидкого зростання, який дає змогу одразу перевірити працездатність ідеї, а в разі невдачі – відкинути її та рухатися далі.

Експертів зі швидкого зростання цікавить передусім створення продукту з максимальним попитом для швидкого залучення цільової аудиторії, а також утримання уваги й постійне залучення користувачів. Основні засоби швидкого зростання подано в табл. 1 [1–4].

Таблиця 1

Основні засоби швидкого зростання

№ з / п	Назва техніки
1	Вірусне поширення продукту за рахунок гейміфікації та інтерактивних відео
2	Використання існуючої аудиторії для залучення нової
3	Спрощена реєстрація за рахунок інтеграції з соціальними сервісами (Facebook, Google та ін.)
4	Надання переваг, наприклад, безкоштовного контенту або місця за запрошення нових користувачів
5	Упровадження продукту на інші популярні сервіси, наприклад, за рахунок вставки (embed) свого плеєра на сторонні ресурси
6	Просування бренда за рахунок створення додаткових додатків і софту для відомих програм
7	Створення єдиної платформи, яку можуть використовувати інші популярні сайти й виробники: платіжні системи, ігрові портали та ін.
8	Експериментування із закликами до дії, оригінальними фразами та формулюваннями на посадочних сторінках
9	Розробка простого й зрозумілого інтерфейсу, доступного для більшості користувачів, далеких від розробки (свідоме спрощення)
10	Партизанський маркетинг, що дає змогу просувати компанію через оцінки, тематичні огляди, приховану рекламу
11	Розвиток за рахунок інших, менш технологічних сервісів

Зауважимо, що аналіз наявних підходів дає змогу не тільки виявити потенційні потреби покупців, а й просувати існуючий продукт за рахунок сучасних технологій. Усе це вимагає від маркетологів інженерних навичок і розуміння технічної сторони питання. У зв'язку із цим називати цих фахівців маркетологами не зовсім коректно. Спеціалісти зі швидкого зростання повинні володіти багатьма характеристиками, але основними є дані, креативність і допитливість.

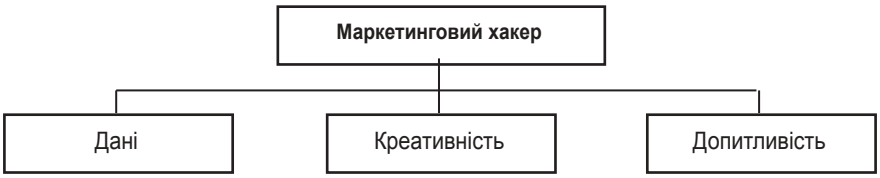


Рис. 1. **Характеристика спеціаліста зі швидкого зростання**

Отже, швидке зростання є справжнім комплексом робіт задля отриманню трафіку, його аналізу та постійної роботи з даними. Такий підхід дає змогу постійно розвиватися, що є важливим для вітчизняних підприємств. Найбільш корисним швидке зростання може бути для вітчизняних стартапів на ранньому етапі розвитку.

Зазвичай великі організації не пристосовані до швидкого зростання через їх структуру або оскільки не мають простору для впровадження гнучких методик, необхідних для моніторингу. У той час як швидке зростання часто проводять в компанії знизу наверх, найбільш успішні випадки мали місце в організаціях із авторитарним, націленим на зростання стилем управління, де цю ідеологію впроваджувало керівництво. Звісно, у більшості випадків швидке зростання не слід розглядати як засіб легкого вирішення проблем, оскільки часто він вимагає змін у роботі всієї компанії та є пов'язаним зі значними ризиками.

Науковий керівник – канд. екон. наук, доцент Рожко В. І.

Література: 1. Шон Эллис. Найти хакера роста для вашего запуска. URL: http://www.startup-marketing.com/where-are-all-the-growth-hackers. **2.** Стратегии взлома роста, которые работают. URL: https://4pda.ru/index.php?showtopic=500676&st=100. **3.** Хорошие реферальные программы: что общего в успехе Uber, Airbnb и Dropbox. URL: https://vc.ru/5476-referral-programs. **4.** Маркетинг превращается в самую технологически зависимую функцию бизнеса. URL: http://mmr.ua/show/marketing_prevrashtaetsya_v_samuyu_tehnologicheski_zavisimuyu_funktsiyu_biznesa.

РОЛЬ ІНДЕКСУ ЛЮДСЬКОГО РОЗВИТКУ В УКРАЇНІ ТА ПЕРСПЕКТИВИ ЙОГО ПІДВИЩЕННЯ

УДК 314.17(477)

Ковальчук М. М.

Студент 4 курсу
факультету економіки і права ХНЕУ ім. С. Кузнеця

Анотація. *Проаналізовано сутність поняття індексу людського розвитку, визначено його складові. Обґрунтовано роль цього показника для соціального й людського розвитку. Запропоновано напрямки підвищення рівня індексу людського розвитку в Україні.*

Ключові слова: *економіка, політика, рівень життя, якість життя населення, людський розвиток, індекс людського розвитку.*

Аннотация. *Проанализирована сущность понятия индекса человеческого развития, определены его составляющие. Обоснована роль этого показателя для социального и человеческого развития. Предложены направления повышения уровня индекса человеческого развития в Украине.*

Ключевые слова: *экономика, политика, уровень жизни, качество жизни населения, развитие общества, индекс человеческого развития.*

Annotation. *The essence of the concept of human development index is analyzed, its components are defined. The role of this indicator for social and human development is substantiated. Directions for increasing the level of the human development index in Ukraine are suggested.*

Keywords: *economy, politics, standard of living, quality of life of the population, development of society, human development index.*

Ступінь розвитку будь-якої країни є визначуваним у системі міжнародних порівнянь через індекс людського розвитку. Для кожної країни пріоритетним є прагнення підвищити свій рівень людського розвитку, покращити рівень життя своїх громадян, адже люди є реальним багатством націй. Тому ця тема завжди є актуальною.

Метою написання статті є визначення перспективних напрямків підвищення індексу людського розвитку в Україні.

Дослідженням питань стосовно індексу людського розвитку займалися Власюк А., Ревенко А., Михайлова К., Маркова Н., Заславська Т., Римашевська Н., Соболева В. та ін.

Людський розвиток є сукупністю всіх наявних форм розвитку, що відіграє важливу роль у повсякденному житті.

Сутність людського розвитку полягає в створенні певного середовища, у якому люди можуть повністю реалізувати свій потенціал, мати гідний рівень життя, вести продуктивне творче життя, задовольняти власні

© Ковальчук М. М., 2017

потреби. Людський розвиток є всім, що люди можуть собі дозволити: гідне життя, яке є для них очевидною цінністю. Стійким людським розвитком є розширення реальних свобод людей із одночасним піклуванням про недопущення серйозного їх підриву у долі майбутніх поколінь [2].

Показник, що характеризує стан економічних і соціальних умов, був розроблений фахівцями програми розвитку ООН (ПРООН – програма розвитку Організації Об'єднаних Націй в Україні) для спостереження за соціальним прогресом окремих країн і людства в цілому. Це індекс розвитку людського потенціалу – ІРЛП, або Human Development Index (HDI), індекс людського розвитку – ІЛР, що дає оцінку рівня розвитку суспільства. Індекс вимірює досягнення країни з точки зору стану здоров'я, отримання освіти та фактичного доходу її громадян. Цей показник передбачає три складові: здоров'я і довголіття, що є вимірюваним показником очікуваної тривалості життя при народженні; доступ до освіти, що є вимірюваним індексом освіти; індексу реального обсягу валового внутрішнього продукту на душу населення, що є розраховуваним у доларах США за паритетом купівельної спроможності валют [4].

За індексом людського розвитку в міжнародних порівняннях Україна переміщалася з групи країн із високим рівнем людського розвитку до групи країн із середнім рівнем, і навпаки. Причинами значних змін у розвитку країни було зменшення обсягу валового внутрішнього продукту на душу населення; різке і тривале погіршення рівня життя населення, що спричинило значне скорочення тривалості життя, зумовило зниження показника ІЛР в Україні й відповідно погіршення рейтингу країни.

У 2009 р. у зв'язку зі світовою фінансово-економічною кризою Україна посіла 85-е місце з індексом розвитку людського потенціалу 0,796 серед 182 країн. У 2010 р. рейтинг України підвищився до 69 місця з індексом 0,710, а в 2011 р. відбулися негативні зміни, і країна опинилася на 76-му місці з індексом 0,729, опустившись на сім позицій.

Індекс людського розвитку 2015 р. відображає прогрес у розвитку, досягнутий за останні роки, і дозволяє побачити актуальні тенденції в окремих державах. Нове дослідження показує, що рівень людського розвитку продовжує зростати, але темпи його підвищення знизилися в усіх регіонах світу, і прогрес є досить нестабільним.

Згідно з індексом людського розвитку за 2015 р. Норвегія визнана найбільш благополучною країною світу. До п'ятірки найбільш благополучних країн також увійшли Австралія, Швейцарія, Данія та Нідерланди. У цьому рейтингу Україна посідає 81 місце з індексом 0,747, піднявшись з 83 місця, яке вона посідала в 2014 р. Про це повідомляється в «Доповіді про людський розвиток 2015 р.» (Human Development Report 2015 р.), підготовленій програмою розвитку Організації Об'єднаних Націй (ПРООН) [5].

Міжнародний імідж України багато в чому є визначуваним рейтинговими позиціями країни в міждержавних порівняннях, які показують стан різних сфер її життєдіяльності. Серед цілого спектра показників основними характеристиками людського розвитку за ПРООН є стан економіки; стан здоров'я населення (за демографічними характеристиками), освітні характеристики. Незважаючи на недостатній рівень розвитку, існує ще чимало причин, через які Україні важко зберегти гідне місто в рейтингу індексу людського розвитку.

У структурі показників індексу людського розвитку в України досить високі освітні показники: за рівнем грамотності населення, а також за показниками реальної та очікуваної тривалості навчання. У нашій країні досить престижно навчатися та здобувати середню й вищу освіту на світовому рівні. Набагато гірші має Україна економічні та демографічні показники – обсягу валового національного доходу та тривалості життя. За даними Державної служби статистики України, у 2008–2013 рр. в Україні тривалість життя зросла більш ніж на три роки – з 68,3 до 71,4 [6].

Перспективними напрямками покращення рівня розвитку в Україні є:

– зростання життєвого рівня та якості життя, а саме збільшення реальної заробітної плати й фактичного споживання, матеріальних благ і послуг населенню (хоча з 2017 р. мінімальна заробітна плата була збільшена та стала дорівнювати 3200 грн, що добре для всього населення, але це спричинило чималі проблеми щодо оподаткування, отже, не поліпшило ситуацію із заробітною платою);

– подолання бідності в Україні;

– сприяння розвитку зайнятості та ринку праці як шляху до забезпечення працездатним верствам населення умов для самостійного забезпечення підвищення свого добробуту;

– створення системи загальнообов'язкового державного соціального страхування, спрямованого на посилення соціального захисту працюючих і членів їх сімей від імовірної бідності;

– поступове формування середнього класу [2; 3].

Таким чином, підвищення рівня якості життя населення України є нагальною потребою, зумовленою необхідністю консолідації суспільства, об'єднання зусиль усіх його верств для реалізації цілей соціального розвитку з орієнтацією на досягнення високих соціальних стандартів і нормативів. Необхідно критично переосмислити світовий досвід формування нового соціально-економічного простору відповідно до національних потреб і за-

питів, передбачивши заміну старих засобів розв'язання соціальних проблем принципово новими, більш ефективними.

Науковий керівник – канд. екон. наук, доцент Агавердієва Х. Ф.

Література: 1. Україна у світових координатах людського розвитку. URL: http://zn.ua/ECONOMICS/ukraina_v_mirovyh_koordinatah chelovecheskogo_razvitiya-91367.html. **2.** Маркова Н. С. Методичні рекомендації до практичних завдань з навчальної дисципліни «Людський розвиток». Харків : ХНЕУ, 2016. 44 с. **3.** Горбунова О. Н., Гегамян М. А. Роль индекса развития человеческого потенциала в концепции развития человека. *Социально-экономические явления и процессы.* 2013. № 5. С. 77–80. **4.** Организация Объединенных Наций // Официальный сайт Организации Объединенных Наций. URL: http://www.un.org/ru. **5.** ООН опублікувала індекс людського розвитку в країнах світу у 2015 р. URL: http://www.euroosvita.net/index.php/?category=1&id=4481. **6.** Статистична інформація // Офіційний сайт Державної служби статистики України. URL: http://www.ukrstat.gov.ua. **7.** Олейник С. Л., Дорошенко В. И. Самоорганизация населения как элемент социально-экономического развития Украины. *Географический вестник.* 2015. №1 (32). С. 160–165.

ПСИХОЛОГІЧНІ ПРИЙОМИ ЦІНОУТВОРЕННЯ: СУТНІСТЬ ТА ОСОБЛИВОСТІ ЗАСТОСУВАННЯ

УДК 338.5.159.9

Кожемякіна А. Д.
Троян Н. Р.

Магістранти 1 року навчання
факультету менеджменту і маркетингу ХНЕУ ім. С. Кузнеця

Анотація. *Досліджено психологічні прийоми ціноутворення та можливості їх застосування із урахуванням законодавства України.*

Ключові слова: *споживач, стратегія, ціна, цінник, ціноутворення, психологія, психологічні прийоми.*

Аннотация. *Исследованы психологические приемы ценообразования и возможности их применения с учетом законодательства Украины.*

Ключевые слова: *потребитель, стратегия, цена, ценник, ценообразование, психология, психологические приемы.*

Annotation. *The psychological methods of pricing and the possibility of their application, taking into account Ukrainian legislation, were studied.*

Keywords: *consumer, strategy, price, price tag, pricing, psychology, psychological techniques.*

Ціна є одним із ключових факторів, що впливають на кінцевий результат діяльності підприємства. На основі ціни формується дохід підприємства, розраховується його прибуток. Підприємству необхідно приділяти питанням ціноутворення не менше уваги, ніж споживчим властивостям товару, просуванню продукції чи її збуту. Актуальним питанням у процесі розробки маркетингової цінової політики є вибір стратегії ціноутворення й застосування психологічних прийомів при встановленні кінцевої ціни. Прийоми ціноутворення, які будуються на ціновій психології, мають на меті вплинути на споживачів (покупців) через зміну цін пропозиції товарів і послуг, що є невід'ємною складовою маркетингової політики ціноутворення на підприємстві.

© Кожемякіна А. Д., Троян Н. Р., 2017

Дослідженням питань розробки, систематизації й уточнення тактичних прийомів маркетингового ціноутворення займалися Ламбен Ж.-Ж., Негл Т., Балабанова Л., Гаркавенко С., Дугіна С., Литвиненко Я., Скригун Н., Хамініч С. та ін. Безпосередньо дослідженням впливу на покупців психологічних прийомів ціноутворення займалися переважно зарубіжні науковці, серед них Манож Т., Морвітц В., Вадва М., Коултер К., Гурвіль Д., Нанс Д., Боатрайт П., Арієлі Д., Бергер І., Дар Р. та ін. Однак, незважаючи на значну кількість доробок, окремі питання потребують подальшого поглибленого дослідження. Наявність значної кількості психологічних прийомів ціноутворення обумовлює необхідність їх систематизації та перевірки на практиці за сучасних умов діяльності суб'єктів господарювання.

Незважаючи на те, що за ринкових умов постійно зростає роль нецінових факторів конкуренції, ціна залишається одним із основних елементів маркетинг-міксу. Виробивши цінову стратегію, підприємство із урахуванням ситуації на ринку змушене постійно коригувати ціни, застосовуючи для цього психологічні прийоми впливу на поведінку покупців. Психологічні аспекти встановлення ціни засновані на управлінні цінами через психологію сприйняття їх споживачами за відсутності суттєвого зниження чи підвищення ціни.

Метою написання статті є аналіз наявних психологічних прийомів ціноутворення з позицій їх впливу на поведінку споживачів і можливостей їх застосування в Україні в межах вітчизняного законодавства.

Ціноутворення за психологічним принципом оперує значною кількістю стратегій і тактик, що впливають на сприйняття ціни споживачами. Дослідженнями психології впливу ціни на споживача займалися різні науковці, однак, кожний із них акцентує увагу на конкретному психологічному прийомі ціноутворення. Так, наприклад, Манож Т. і Морвітц В. вивчали вплив дев'ятки і цифр у ціні, що стоять перед нею. Вадва М. і Куангжі Ч. вивчали сприйняття округлених цифр на цінниках, Коултер К. і Коултер Р. – особливості оформлення цінників, а саме розташування і розмір цифр на цінниках, Гурвіль Д. – розподіл ціни (вказівки «вартість в день»), Нанс Д. і Боатрайт П. – вплив на споживача цін на товар, що стоїть поряд, Арієлі Д. – пропозицію товару-приманки, Бергер І. – використання «правила 100» в процесі встановлення знижок на товар, Дар Р. – установлення цін на товари в наборах, питаннями динамічного ціноутворення займався Дай Б. з університету Обурна.

Сприйняття цін на товари та послуги споживачами є основою стратегії психологічного ціноутворення. Замість того щоб звертатися до раціональних проявів клієнтів, стратегія психологічного ціноутворення звертається до емоційної складової. Ціноутворення може бути націлене на почуття клієнта від покупки відчутною вигодою або звертатися до престижності від усвідомлення себе скористатися якісним елітним продуктом. Психологія ціни базується на потребах конкретної цільової аудиторії.

У літературі особливу увагу приділено сприйняттю споживачами цифр у ціні. Досліджуючи сприйняття споживачами роздрібних цін, було зазначено, що приблизно 60 % цін, використовуваних для стимулювання продажів, закінчувалися цифрою 9; близько 30 % – цифрою 5; 7,5 % – цифрою 0, а решта цифр сукупно становила лише незначну частку – близько 3 % від порівнюваних цін [8].

Ці дані засвідчують, що споживачі схильні сприймати деякі непарні цифри як суттєвіше зниження ціни, ніж воно є насправді, прагнучи при цьому округляти цінник до найнижчої грошової одиниці. Однак, окрім використання непарних цифр, існують ще чимало прийомів психологічного ціноутворення.

Окремі автори психологічні прийоми ціноутворення розділяють на прийоми стратегії і тактики, інші називають їх методами психологічного ціноутворення. Найповніший перелік стратегій і тактик психологічного впливу на споживачів подано фахівцем у галузі маркетингу і психології Коленою Н.. Він виділяє 10 стратегій і 29 тактик психологічного впливу на споживачів. Найвідомішими серед них є стратегія привабливих цін; стратегія легкості сприйняття цін; стратегія, що вказує на вигідність покупки [7].

Інші науковці акцентують увагу на методах психологічного ціноутворення, серед яких метод знижок, купонів, дисконтних карток; метод хитрого ціноутворення; метод цін; метод роз витрат; метод, що акцентує увагу на часі, а не на витраті грошей, та ін. [9].

Тактики і методи психологічного ціноутворення окремі дослідники називають психологічними прийомами ціноутворення. Психологічні прийоми можна застосовувати в межах стратегії психологічного ціноутворення. Так, наприклад, стратегія психологічного ціноутворення, що є заснованою на використанні неокруглених цін або використанні знижок з цін.

Найпоширеніші психологічні прийоми ціноутворення подано в табл. 1 [2; 7–9].

Розглянуті психологічні прийоми ціноутворення можуть бути застосовані не в кожній країні. У процесі їх використання необхідно враховувати вимоги до оформлення цінників. Слід зазначити, що чіткого тлумачення слова «цінник» у вітчизняних нормативних документах немає. Однак, проаналізувавши п. п. 3, 6 Інструкції № 2 [16], можна зробити висновок, що цінник (ярлик ціни) є засобом, за допомогою якого продавець інформує покупця (споживача) про товар, що перебуває у продажу, і про його роздрібну ціну. Цінник виставляють на товари, призначені кінцевому споживачу для особистого некомерційного використання незалежно від форми розрахунків [20].

Таблиця 1

Психологічні прийоми ціноутворення

Назва прийому	Сутність	Автори
Неокруглені (привабливі) ціни	Привабливі ціни закінчуються на 9, 99 або 95. Мозок людини обробляє цифри з неймовірною швидкістю і швидше на підсвідомому рівні, тому перші цифри, що стоять в ціннику до дев'ятки, моментально формують сприйняття вартості. Щоб посилити ефект, можна графічно виділити ці перші цифри, зробивши дев'ятки менш помітними	Манож Т., Вікі М. [6]
Округлені ціни	Округлені цифри на ціннику дозволяють продати більше товару, стимулом до придбання якого є імпульс. Споживач миттєво засвоює ціну, і якщо вона здається йому прийнятною, робить покупку «на імпульсі»	Вадва М., Куангжі Чжанг [12]
Розташування та розмір цифр на ціннику	Розташування цифр у лівій частині цінника впливає на сприйняття ціни споживачем: вона здається йому меншою, ніж є насправді. Так ефект візуалізації цифр на прямій зліва направо в порядку зростання отримав застосування в ритейлі. Вибір меншого кегля погіршує видимість ціни, але покращує її сприйняття з точки зору продавця: цифри маленькі, отже, ціна є невисокою. Особливо добре такий підхід працює при вказівці старої (перекресленої) ціни, виведеної великим кеглем, і нової, нижчої ціни, написаної шрифтом меншого розміру	Коултер К., Коултер Р. [13]
Обговорювання цін	«Довжина прочитання» цифр впливає на їх сприйняття. Перед тим як помістити на цінник ту чи іншу цифру, її рекомендують проговорити та порахувати кількість складів. Чим їх більше, тим більше зусиль покупцю доведеться докласти для інтерпретації ціни, а додаткові зусилля – це додаткові перешкоди на шляху до покупки	Коултер К., Монро К. [6]
Текстове оточення	На сприйняття ціни впливає її текстове оточення	Коултер К., Коултер Р., [6; 13]
Пояснення причини знижок	Щоб максимізувати ефективність від надання знижок, слід пояснити, чому її пропонують. Розмір знижки впливає на потенційну зміну цільової аудиторії, отже, на репутацію компанії й рівень її майбутніх доходів. Якщо знижки є застосовуваними без системного підходу і вимірних цілей у бізнесі, вони можуть завдати істотної шкоди. Якщо занадто часто вдаватися до цінового стимулювання продажів або призначати значні знижки, клієнти компанії будуть чекати від неї ще більшого. Їм здаватиметься, що базові розцінки завищені, і відкладатимуть покупку в очікуванні низьких цін	Мазумдар Р., Сінха І.[14]
Знижки «правила 100»	Передбачає вказівку знижки в процентах, якщо ціна становить менше сотні, і в твердих цифрах, якщо вартість товару перевищує сотню	Бергер І. [6]

Обов'язок продавця виставляти цінник при реалізації продукції на кожну її одиницю або на одну стандартну одиницю кожної категорії продукції стосується всіх у сфері роздрібної торгівлі, і закріплений ч. 3 ст. 15 Закону «Про захист прав споживачів» [17], п. 8 ст. 3 Закону «Про реєстратори розрахункових операцій» [18], п. 2 Інструкції № 2 [16], абз. 2 п. 20 Порядку № 833 [19]. Вимоги до оформлення цінників стосуються способу позначення ціни; одиниці вимірювання ціни, її складових; грошової одиниці ціни; обов'язкових реквізитів цінника; розміщення цінників; зміни ціни та спеціальних пропозицій.

З огляду на вимоги до оформлення цінників психологічний прийом, що передбачає відсутність значка валюти на ціннику задля зменшення «болю втрати грошей», не може застосовуватися в Україні. Не допускається і розділення ціни (ціна вказується з урахуванням всіх податків і неподаткових обов'язкових платежів).

Зауважимо, що характер товару або послуги, яку продає бізнес, також є важливим фактором. Так, високоякісний продукт, який продається із застосуванням психологічної цінової стратегії на основі прийому непарних цін, може знизити рівень продажів. Це є пов'язаним з одно-значним наміром покупця зробити престижну або цінну для нього покупку, а не заощадити незначну для нього суму. За таких умов психологічний ефект нижчої ціни може справити негативний вплив [10].

Важливо заздалегідь знати, яку саме модель для оцінки застосовує цільова аудиторія. Бізнес має точно визначитися, із яким клієнтом він вважає за краще працювати. Щоб краще зорієнтуватися в цьому питанні, доцільно створити профілі клієнтів. Непродумане застосування переваг психологічної цінової стратегії може негативно впливати на попит. Важливо враховувати цінову політику своїх конкурентів, оскільки якщо значно дистанціюватися від цін конкурентів на аналогічні продукти, з'являється ймовірність зниження конкурентоспроможності бізнесу.

Науковий керівник – канд. екон. наук, доцент Притиченко Т. І.

Література: 1. Мозер К. Психология маркетинга и рекламы / пер. с нем. Харьков : Гуманитарный Центр, 2004. 380 с. **2.** Кабалкин А. Шесть психологических приемов ценообразования. URL: https://www.kom-dir.ru/article/522-priemi-tsenoobrazovaniya. **3.** Клюев М. Психология ценообразования. URL: https://vc.ru/9173-price-psychology. **4.** Ламбен Ж.-Ж. Менеджмент, ориентированный на рынок / пер. с англ. под ред. В. Б. Колчанова. СПб. : Питер, 2005. 800 с. **5.** Мазур О. Є. Ринкове ціноутворення : навч. посіб. Київ : Центр навч. літ., 2012. 480 с. **6.** Методы ценообразования для увеличения дохода. Психология ценообразования. URL: https://www.shopolog.ru/metodichka/attracting-clients/psihologiya-cenoobrazovaniya. **7.** Коленда Н. Улучшаем конверсию с помощью психологических приемов. 30 практических советов. URL: http://www.cmsmagazine.ru/library/items/internet-marketing/30-practical-tips. **8.** Психология ценообразования. 10 стратегий и 29 тактик. URL: https://habrahabr.ru/company/friifond/blog/291032. **9.** Скригун Н. П., Розумей С. Б. Тактичні прийоми ціноутворення в контексті маркетингових цінових рішень. URL: http://dspace.nuft.edu.ua/jspui/bitstream/123456789/11316/1/Tactical%20methods%20%202011.pdf. **10.** Нэгл Т. Т., Холден Р. К. Стратегия и тактика ценообразования. СПб. : Питер, 2003. 572 с. **11.** Gourville J. N. Pennies-a-Day: The Effect of Temporal Reframing on Transaction Evaluation. URL: https://www.jstor.org/stable/10.1086/209517?seq=1#page_scan_tab_contents. **12.** Wadhwa M., Zhang K. This Number Just Feels Right: The Impact of Roundedness of Price Numbers on Product Evaluation. URL: https://econpapers.repec.org/article/oupjconrs/doi_3a10.1086_2f678484.htm. **13.** Coulter K. S., Coulter R. A. Size Does Matter: The Effects of Magnitude Representation Congruency on Price Perceptions and Purchase Likelihood. URL: https://production.wordpress.uconn.edu/businessmarketing/wpcontent/uploads/sites/724/2014/08/size-does-matter.pdf. **14.** Tridib Mazumdar, S.P. Raj & Indrajit Sinha: Reference Price Research: Reviewand Propositions. URL: https://pdfs.semanticscholar.org/8099/966b833089c2a41e11712b5c5249ef13a01d.pdf. **15.** Khan U., Dhar R.: Licensing Effectin Consumer Choice. URL: http://citeseerx.ist.psu.edu/viewdoc/download?doi=10.1.1.151.7303&rep=rep1&type=pdf. **16.** Про затвердження Інструкції про порядок позначення роздрібних цін на товари народного споживання [...] : Наказ, Інструкція від 04.01.1997 № 02 // База даних «Законодавство України» / Верховна Рада України. URL: http://zakon0.rada.gov.ua/laws/show/z0004-97. **17.** Про захист прав споживачів : Закон України від 12.05.1991 № 1023-XII // База даних «Законодавство України» / Верховна Рада України. URL: http://zakon5.rada.gov.ua/laws/show/1023-12. **18.** Про застосування реєстраторів розрахункових операцій у сфері торгівлі, громадського харчування [...] : Закон України від 06.07.1995 № 265/95-ВР // База даних «Законодавство України» / Верховна Рада України. URL: http://zakon5.rada.gov.ua/laws/show/265/95-%D0%B2%D1%80. **19.** Про затвердження Порядку провадження торговельної діяльності та правил торговельного обслуговування на [...] : Закон України від 15.06.2006 № 833 // База даних «Законодавство України» / Верховна Рада України. URL: http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/833-2006-%D0%BF. **20.** Про зміст інформації, яку необхідно наносити на цінники товарів : Лист Міністерства економіки України від 17.01.2001 № 55-38/15. URL: http://ukraine.uapravo.net/data/base48/ukr48150.htm.

ДІАГНОСТИКА ЕФЕКТИВНОСТІ ВИКОРИСТАННЯ ПОЗИКОВИХ КОШТІВ ПІДПРИЄМСТВ МАШИНОБУДІВНОЇ ГАЛУЗІ УКРАЇНИ ІЗ ЗАСТОСУВАННЯМ КЛАСТЕРНОГО АНАЛІЗУ

УДК 336.648

Колпак А. В.

Магістрант 2 року навчання
фінансового факультету ХНЕУ ім. С. Кузнеця

Анотація. *Проведено діагностику ефективності використання позикових коштів підприємств машинобудівної галузі України із застосуванням методів кластерного аналізу. Обґрунтовано критерії кластеризації, виокремлено та проаналізовано кластери з різним рівнем ефективності використання позикових коштів.*

Ключові слова: *підприємство, організація, фінанси, кошти, позикові кошти, кластерний аналіз, ієрархічні агломеративні методи.*

© Колпак А. В., 2017

Аннотация. *Проведена диагностика эффективности использования заемных средств предприятий машиностроительной отрасли Украины с применением методов кластерного анализа. Обоснованы критерии кластеризации, выделены и проанализированы кластеры с разным уровнем эффективности использования заемных средств.*

Ключевые слова: *предприятие, организация, финансы, средства, заемные средства, кластерный анализ, иерархические агломеративные методы.*

Annotation. *Diagnostics of the efficiency of using borrowed funds of enterprises of the machine-building industry of Ukraine using cluster analysis methods was carried out. Clustering criteria are substantiated, clusters with different levels of efficiency of using borrowed funds are identified and analyzed.*

Keywords: *enterprise, organization, finances, funds, borrowed funds, cluster analysis, hierarchical agglomerative methods.*

За умов економічної нестабільності кожний суб'єкт господарювання, незалежно від сфери діяльності й форми власності, має реально оцінювати як свої переваги та недоліки, так і стан потенційних партнерів і конкурентів. У зв'язку із цим набуває актуальності питання діагностики стану підприємств із застосуванням методу кластерного аналізу як інструменту виділення сукупностей із однорідними ознаками для подальшого прийняття оптимальних управлінських рішень.

Методичні підходи до проведення кластерного аналізу розглянуто в працях відомих вітчизняних і зарубіжних науковців, серед них Бланк І., Дебок Г., Кохонен Т., Хайкін С. та ін. Однак, застосування моделей зарубіжних авторів ускладнено через те, що необхідно зважати на українські економічні реалії. Серед вітчизняних бракує моделей, що враховують галузеву належність підприємства. Отже, розробка методики виділення кластерів для машинобудівних підприємств є актуальною задачею.

Метою написання статті є діагностика рівня ефективності використання позикових коштів підприємствами машинобудівної галузі України.

Кластеризація суб'єктів вітчизняного машинобудівного ринку сприятиме подальшому детальному дослідженню окремих груп машинобудівних підприємств задля вдосконалення процесу прийняття оптимальних управлінських рішень. Тому в межах наступного етапу методу кластеризації було відібрано десять підприємств-виробників машинобудівної продукції, серед яких підприємства різних галузей машинобудування.

Ураховуючи особливості, переваги та недоліки показників близькості (відстані) об'єктів у кластерному аналізі, для цілей групування вітчизняних машинобудівних підприємств за виробничими та фінансово-економічними показниками найдоцільнішим є застосування як критерію кластеризації міри відстані між об'єктами – квадратичної евклідової відстані. Після визначення критерію кластеризації необхідно обрати стратегію групування об'єктів у кластери, тобто метод кластерного аналізу. Найпоширенішими кластерними методами, що є використовуваними в соціальних та економічних дослідженнях, є ієрархічні агломеративні, ієрархічні дивізимні та факторні методи. Результати роботи всіх ієрархічних процедур оформлюють у вигляді так званої дендрограми: по горизонталі вказано номери об'єктів, а по вертикалі – значення міжкласових відстаней, за яких відбулося об'єднання цих двох класів [1].

Важливою перевагою ієрархічних алгоритмів є наочність результатів роботи, що дає змогу ретельно вивчити дендрограму і зробити відповідні висновки.

У програмі Statistica реалізовано так звані агломеративні методи мінімальної дисперсії: joining tree clustering – деревоподібна кластеризація і two-way joining – двовходова кластеризація, а також k-means – дівізівний метод k-середніх. Розрахункові дані показників аналізованих підприємств за 2016 р. занесено в електронну таблицю SpreadSheet (табл. 1) [2]. Для класифікації підприємств використано ієрархічний агломеративний метод Уорда із застосуванням евклідової метрики.

Таблиця 1

Показників підприємств машинобудівної галузі, 2016 р.

Умовне позначення	Підприємство	Активи, тис. грн	Чистий прибуток, тис. грн	Амортизація, тис. грн	Позиковий капітал, тис. грн	Поточні зобов'язання, тис. грн
1	2	3	4	5	6	7
С_1	ДП «Антонов»	6067631	39046	267883	2222318	1723231
С_2	ПАТ «Дніпровагонмаш»	1531823	-4323	19017	54318	40554
С_3	ПАТ «Крюківський вагонобудівний завод»	3010095	-347572	66209	955737	252476

Закінчення табл. 1

1	2	3	4	5	6	7
C_4	ПАТ «Сумський завод насосного та енергетичного машинобудування «Насосенергомаш»	1324393	68180	44800	453917	340255
C_5	ПАТ «Новокраматорський машинобудівний завод»	4065412	353506	173079	472377	442224
C_6	ПАТ «Норд»	595893	-22310	11300	613584	676643
C_7	ПрАТ «СКФ Україна»	1055816	167657	50252	136795	110999
C_8	ПАТ «Турбоатом»	4815160	637397	45639	1044834	999674
C_9	ДНВП «Об'єднання Комунар»	417394	50	9160	183688	183688
C_10	ПАТ «Мотор Січ»	20756541	1560367	559064	19510341	5276301

За результатами кластерного аналізу отримано дві групи: до першого кластера підприємств, що мають високий рівень ефективності використання позикових коштів, потрапило лише одне підприємство – ПАТ «Мотор Січ»; другий кластер утворили всі інші підприємства. Графічну інтерпретацію отриманих результатів подано у вигляді ієрархічної дендрограми об'єднання обраних для аналізу машинобудівних підприємств (рис. 1) [2].

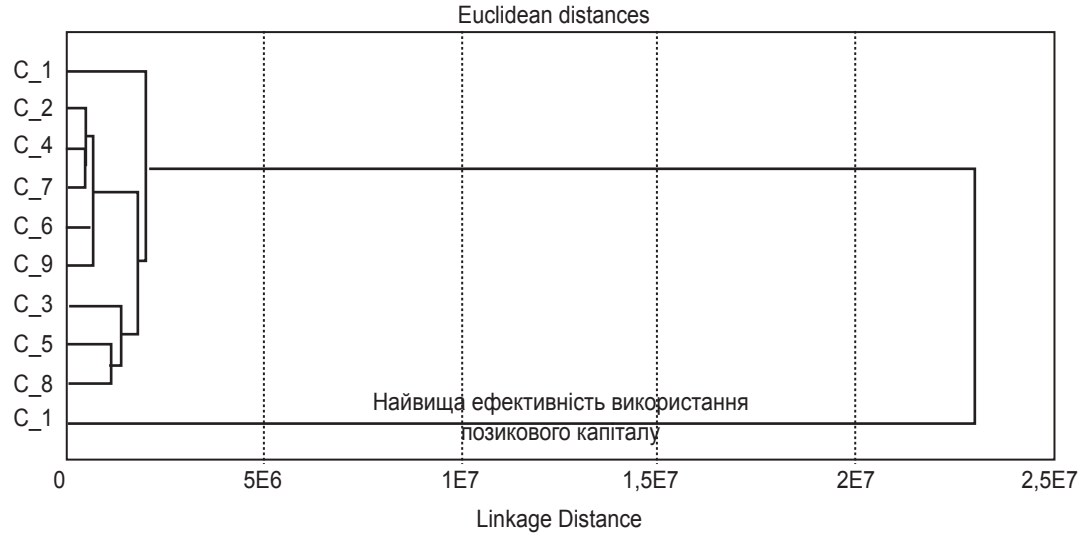


Рис. 1. **Ієрархічна дендрограма об'єднань підприємств машинобудівної галузі**

Для подальшого аналізу вилучимо ПАТ «Мотор Січ» з переліку підприємств кластеризації, і розглянемо новоутворені кластери (рис. 2) [2]. Далі розглянемо реалізацію дівізимного методу k-середніх. Для цього застосуємо отримані на попередньому етапі аналізу дані про чотири кластери:

– кластер 1 з найвищою ефективністю використання позикових коштів, до якого належить ПАТ «Мотор Січ»;

– кластер 2 з високою ефективністю використання позикових коштів, до якого належить ДП «Антонов»;

– кластер 3 з середньою ефективністю використання позикових коштів, до якого належать ПАТ «Крюківський вагонобудівний завод», ПАТ «Новокраматорський машинобудівний завод» і ПАТ «Турбоатом»;

– кластер 4 з низькою ефективністю використання позикових коштів, до якого належать ПАТ «Дніпровагонмаш», ПАТ «Сумський завод насосного та енергетичного машинобудування «Насосенергомаш», ПАТ «Норд», ПрАТ «СКФ Україна» та ДНВП «Об'єднання Комунар».

Графік середніх значень для кластерів подано на рис 3 [2]. Як видно, найбільш кластери різняться за показником активів і позикового капіталу, дуже малі відмінності в середніх для показників амортизації та чистого прибутку.

Результати дисперсійного аналізу оцінювання якості показників подано на рис. 4, де розглянуто значення міжгрупових і внутрішньогрупових дисперсій ознак. Чим нижчим є значення внутрішньогрупової дисперсії та вищим значення міжгрупової, тим краще ознака характеризує приналежність об'єктів до кластера. Параметри F та p визначають внесок ознаки до класифікації [3].

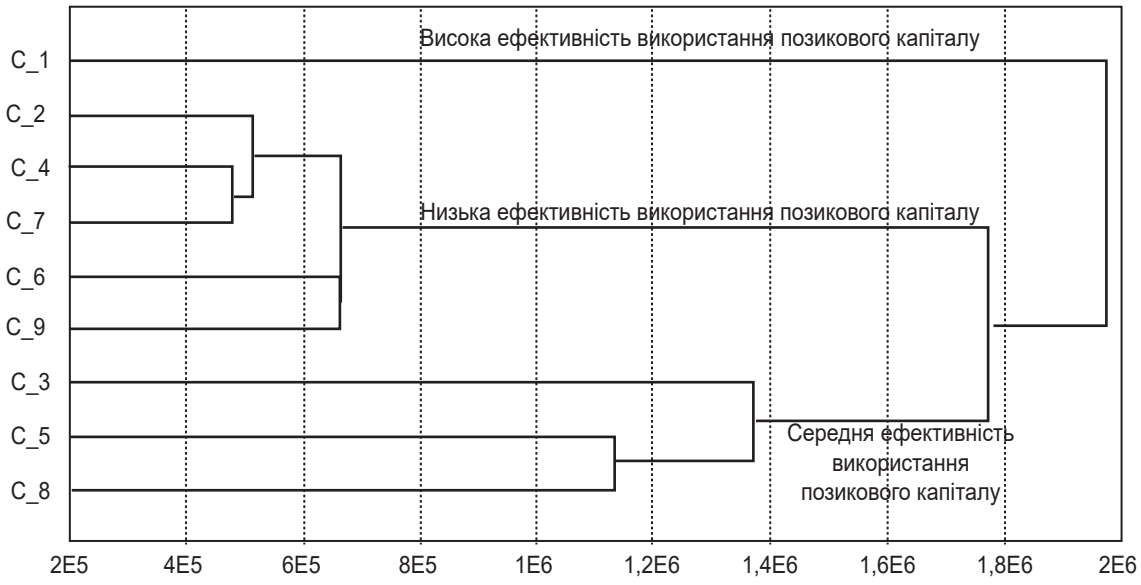


Рис. 2. **Ієрархічна дендрограма об'єднань підприємств машинобудівної галузі**

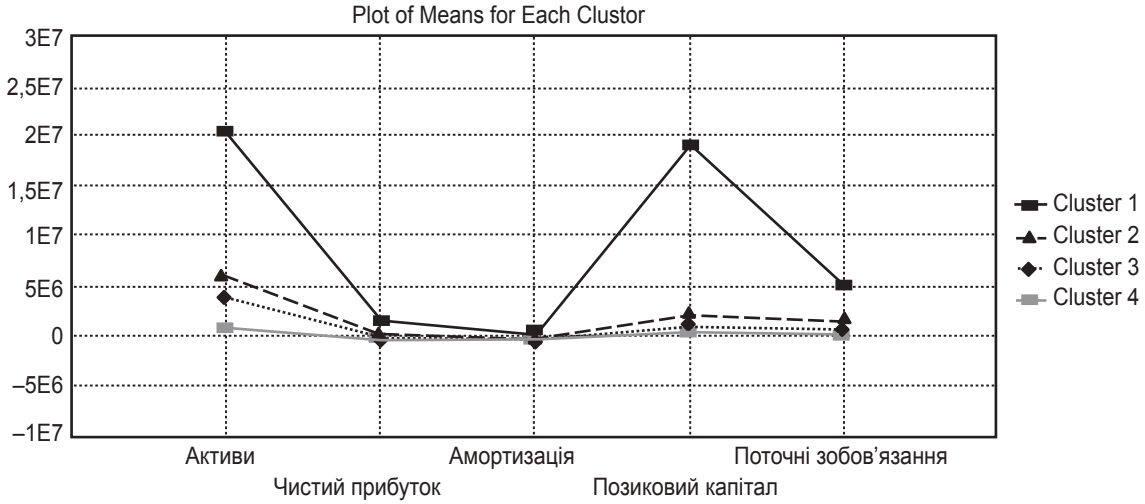


Рис. 3. **Графік середніх значень для кластерів**

	Analysis of Variance (Spreadsheet22)					
Variable	Between SS	df	Within SS	df	F	signif. p
Активи	3,296115	3	2,589743	6	254,552	0,000001
Чистий прибуток	5,981756	3	5,386058	6	7,359	0,019557
Амортизація	2,596426	3	1,084769	6	47,871	0,000139
Позиковий капітал	3,222651	3	2,116415	6	1565,756	0,000000
Поточні зобов'язання	2,203920	3	1,573565	6	79,085	0,000033

Рис. 4. **Результати дисперсійного аналізу**

Таким чином, аналіз рис. 3 та рис. 4 дає підстави стверджувати, що побудована модель кластеризації діагностики ефективності використання позикових коштів вітчизняних підприємств машинобудівної галузі є адекватною та може бути використана для подальшого аналізу. За результатами дослідження отримано чотири кластери: до першого кластера підприємств, що мають високий рівень ефективності використання позикових коштів, потрапило одне підприємство – ПАТ «Мотор Січ»; до другого кластера з високою ефективністю використання позикових коштів увійшло ДП «Антонов»; до третього кластера з середньою ефективністю використання пози-

кових коштів належать ПАТ «Крюківський вагонобудівний завод», ПАТ «Новокраматорський машинобудівний завод», ПАТ «Турбоатом»; до четвертого кластера з низькою ефективністю використання позикових коштів належать ПАТ «Дніпровагонмаш», ПАТ «Сумський завод насосного та енергетичного машинобудування «Насосенергомаш», ПАТ «Норд», ПрАТ «СКФ Україна» та ДНВП «Об'єднання Комунар».

Науковий керівник – канд. екон. наук, доцент Полтініна О. П.

Література: 1. Богма О. С., Семенов Г. А. Створення кластерних об'єднань в умовах нової економіки : монографія. Запоріжжя : КПУ, 2008. 242 с. **2.** Кравець Т. В., Кузнєцов Г. М. Рейтингове оцінювання діяльності підприємств за допомогою модифікованого методу кластеризації. *Держава та регіони.* 2013. № 6. С. 173–180. **3.** Пістунов І. М., Антонюк О. П., Турчанінова І. Ю. Кластерний аналіз в економіці : навч. посіб. Дніпропетровськ : Національний гірничий університет, 2008. 84 с.

ОПТИМІЗАЦІЯ СТРУКТУРИ КАПІТАЛУ ПІДПРИЄМСТВ МАШИНОБУДІВНОЇ ГАЛУЗІ УКРАЇНИ НА ОСНОВІ ВИРІШЕННЯ ЗАДАЧІ НЕЛІНІЙНОГО ПРОГРАМУВАННЯ

УДК 336.648

Колпак А. В.

Магістрант 2 року навчання
фінансового факультету ХНЕУ ім. С. Кузнеця

Анотація. *Досліджено питання оптимізації структури капіталу підприємств машинобудівної галузі України. Запропоновано модель визначення оптимальної структури капіталу за системою обмежень, що є сформованими на основі співвідношень структурних груп активів і пасивів, з позиції заданого рівня ліквідності, платоспроможності та фінансової стійкості підприємства.*

Ключові слова: *підприємство, організація, машинобудування, машинобудівна галузь, фінанси, капітал, власний капітал, позиковий капітал, оптимізація структури капіталу, нелінійне програмування.*

Аннотация. *Исследован вопрос оптимизации структуры капитала предприятий машиностроительной отрасли Украины. Предложена модель определения оптимальной структуры капитала по системе ограничений, сформированных на основе соотношений структурных групп активов и пассивов, с позиции заданного уровня ликвидности, платежеспособности и финансовой устойчивости предприятия.*

Ключевые слова: *предприятие, организация, машиностроение, машиностроительная отрасль, финансы, капитал, собственный капитал, заемный капитал, оптимизация структуры капитала, нелинейное программирование.*

Annotation. *The question of optimization of the capital structure of the enterprises of the machine-building industry of Ukraine is investigated. The model of determining the optimal capital structure by the system of constraints is proposed, it is formed on the basis of the ratios of structural groups of assets and liabilities, from the position of a given level of liquidity, solvency and financial stability of the enterprise.*

Keywords: *enterprise, organization, engineering, machine building, finance, capital, equity, borrowed capital, optimization of capital structure, non-linear programming.*

© Колпак А. В., 2017

За сучасних умов розвитку української економіки проблема оптимального управління структурою капіталу вітчизняними підприємствами машинобудівної галузі задля забезпечення в повній мірі здійснення простого та розширеного виробництва є особливо актуальною. Формування капіталу в необхідних обсягах за оптимальної вартості й ефективне використання залучених ресурсів сприяє фінансовому благополуччю підприємств системоутворюючої галузі України, а також їх фінансовій стійкості, платоспроможності та ліквідності.

Дослідженням питань оптимізації структури капіталу займалися Бланк І., Вовк В., Довбня С., Петленко Ю., Поддєрьогін А. та ін. Відсутністю в науковій літературі однозначного підходу до оптимізації структури капіталу зумовлено необхідність здійснення подальших поглиблених досліджень у цьому напрямі.

Метою написання статті є оптимізація структури фінансових ресурсів підприємства шляхом вирішення задачі лінійного програмування.

У процесі формування джерел фінансових ресурсів у структурі капіталу важливу роль відіграє як питома вага зовнішніх джерел фінансування, так і питома вага власних ресурсів. Велика питома вага залучених фінансових ресурсів ускладнює фінансову діяльність підприємства додатковими витратами на сплату високих процентів за кредитами комерційних банків, дивідендів за акціями й облігаціями, ускладнює досягнення ліквідності балансу.

Згідно із класичним підходом до визначення вартості капіталу та величини левериджу заведено вважати, що якщо структура фінансування є оптимальною, компанія може збільшити свою загальну вартість, використовуючи фінансовий важіль. Із залученням позикового капіталу зростає ефективність використання власних коштів суб'єкта господарювання. Відбувається це внаслідок ефекту податкової економії позикового капіталу, оскільки процентні платежі входять до собівартості продукції, і відносно нижчої ціни позикових коштів. І якщо перший фактор має об'єктивний характер і є наявним завжди, то другий залежить від фінансової політики підприємства та використання всіх потенційних джерел позикових ресурсів. Отримуємо ефект фінансового важеля лише за умови використання позикових фінансових ресурсів, а позитивний вплив наявний лише до того моменту, коли рентабельність власного капіталу є вищою за рентабельність активів [1].

Оптимальна структура капіталу передбачає максимально ефективне використання всіх доступних фінансових ресурсів: залучення капіталу за нижчою ціною сприятиме розширенню фінансової бази підприємства за найменших витрат. Вартість використовуваного капіталу оцінюється як середньозважена вартість усіх його складових. Власне, залучення фінансових ресурсів ззовні максимізує інвестиційні вкладення. Простежується пряма залежність: за зростання залученого капіталу збільшуються інвестиційні вкладення, зростає обсяг оборотних коштів і забезпечується підвищення рентабельності активів [2].

Критерієм ефективності оптимальної структури капіталу є така мінімізація обсягу власного капіталу, яка забезпечуватиме збереження підприємством ліквідності, фінансової стійкості та платоспроможності. Оскільки метою створення моделі є зміна величини різних за формою власності та строковістю фінансових ресурсів, відповідно, і змінними мають стати головні статті пасиву: поточні зобов'язання та забезпечення, короткострокові кредити банків і довгострокові зобов'язання та забезпечення.

Однією з головних умов формування моделі є вимога до відображення основних характеристик реального об'єкта. У випадку побудови моделі оптимізації структури капіталу головними характеристиками має стати система умов, виконання яких здатне забезпечити підприємству фінансову рівновагу та стабільність. Для аналізу обрано одне з підприємств машинобудівної галузі – Державне науково-виробниче підприємство «Об'єднання Комунар» (табл. 1) [2].

Систему обмежень, що накладаються на змінні, сформовано на підставі співвідношень структурних груп активів і пасивів з точки зору ліквідності, платоспроможності та фінансової стійкості. При цьому під час застосування моделі незначні відхилення від оптимальної структури можна розглядати як прийнятні за реальних умов конкурентного позиціонування, а істотні розбіжності свідчать про загрозу фінансовій стійкості.

Таблиця 1

Система обмежень для забезпечення ліквідності, платоспроможності та фінансової стійкості підприємства

Критерій		Обмеження показника
Показник	Формула	
1	2	1
Власні оборотні кошти	Власний капітал – Необоротні активи	> 0
Достатність функціонуючого капіталу	Власні оборотні кошти + Довгострокові зобов'язання	> запаси
Коефіцієнт абсолютної ліквідності	Грошові кошти / Поточні зобов'язання	0,2 – 0,35
Маневреність власних оборотних засобів	Власні оборотні активи / Оборотні активи	0 – 1
Коефіцієнт структури довгострокових вкладень	Довгострокові зобов'язання / Необоротні активи	≥ 0

Закінчення табл. 1

1	2	1
Коефіцієнт концентрації власного капіталу	Власний капітал / Баланс	≥ 0,5
Коефіцієнт фінансової залежності	Баланс / Власний капітал	≤ 2
Коефіцієнт маневреності власного капіталу	(Власний капітал – Необоротні активи) / Власний капітал	≥ 0,1
Коефіцієнт забезпечення власними засобами	(Власний капітал + Забезпечення – Необоротні активи) / Оборотні активи	≥ 0,1
Коефіцієнт довгострокового залучення коштів	Довгострокові зобов'язання / (Довгострокові зобов'язання + Власний капітал)	≤ 0,4

Аналіз таблиці дає підстави говорити про нелінійність обмежень, що характеризують модель. Беручи до уваги те, цільова функція має вигляд: $f(x) = Власний\ капітал \rightarrow \min$ (1), то для вирішення задачі оптимізації необхідно використати метод узагальненого приведеного градієнта, який розроблено для таких моделей.

Ефективним інструментальним засобом реалізації пошуку оптимального рішення із застосуванням оптимізаційного алгоритму узагальненого приведеного градієнта є надбудова «Пошук рішення», що входить до складу Microsoft Excel [3].

На підставі економіко-математичної моделі формування оптимальної структури капіталу (1) і табл. 1 розроблено табличну версію моделі на базі електронної таблиці Excel (рис. 1), яка є придатною для вирішення задачі нелінійного програмування [2; 3].

	A	B	C	D	G	H	J	K	L
2	Актив	Сума		Обмеження					
3	Необоротні активи	111085		Власний капітал	233 706	≤	233706		
4	Запаси	206951		Довгострокові зобов'язання і	0	≤	0		
5	Дебіторська заборгованість за	24306		Поточні зобов'язання і забезпечення	0	≤	183688		
6	Дебіторська заборгованість за виданими авансами	10163		Короткострокові кредити	0	≤	0		
7	Дебіторська заборгованість з бюджетом	18387		Власні оборотні кошти	0	≤	122621		
8	Інша поточна дебіторська заборгованість	8858		Достатність функціонуючого капіталу	0	≤	-84 330		
9	Гроші та їх еквіваленти	25475		Коефіцієнт абсолютної	0,2	≤	0,14	≤	0,35
10	Витрати майбутніх періодів	6071		Маневреність власних оборотних засобів	0	≤	0,40	≤	1
11	Інші оборотні активи	6098		Коефіцієнт структури довгострокових вкладень	0	≤	0,00		
12	Баланс	417 394		Коефіцієнт концентрації власного капіталу	0,5	≤	0,56		
13				Коефіцієнт фінансової			1,79	≤	2
14	Пасив	Сума		Коефіцієнт маневреності власного капіталу	0,1	≤	0,52		
15	Власний капітал	233 706		Коефіцієнт забезпечення власними засобами	0,1	≤	0,40		
16	Довгострокові зобов'язання і	0		Коефіцієнт довгострокового			0,00	≤	0,4
17	Короткострокові кредити	0							
18	Поточна кредиторська заборгованість	183 688							
19	Баланс	417 394							

Рис. 1. **Таблична модель формування оптимальної структури капіталу підприємства**

На рис. 1 відображено окремі статті активу та пасиву балансу станом на 2015 р., значення яких є застосовуваним для побудови системи обмежень; і сама система, у якій є обмеження лінійної та нелінійної залежності.

Після вирішення поставленої задачі отримаємо звіт про результати пошуку значень оптимальної структури капіталу для ДНВП «Об'єднання Комунар» (рис. 2) [2; 3].

На рис. 2 подано оптимальне значення цільової функції, первинні та кінцеві значення змінних, а також результати розрахунку значень заданих обмежень. Значення в стовпчику «Допуск» вказує, наскільки оптимальне значення відрізняється від мінімально чи максимально допустимого. Так, найбільший допуск із тих обмежень,

функція яких є нелінійною, має показник коефіцієнта структури довгострокових вкладень, що свідчить про вагому роль частки довгострокових позик у структурі зобов'язань підприємства, адже для формування оптимальної структури капіталу 80 % позикового капіталу має бути довгострокового характеру.

14	Ячейка целевой функции (Минимум)					
15	Ячейка	Имя	Исходное значение	Окончательное значение		
16	$B$15	Власний капітал Сума	233 706	233 706		
19	Ячейки переменных					
20	Ячейка	Имя	Исходное значение	Окончательное значение	Целочисленное	
21	$B$16	Довгострокові зобов'язання і забезпечення Сума	0	88 558	Продолжить	
22	$B$17	Короткострокові кредити Сума	0	75 749	Продолжить	
23	$B$18	Поточна кредиторська заборгованість Сума	183 688	19 381	Продолжить	
26	Ограничения					
27	Ячейка	Имя	Значение ячейки	Формула	Состояние	Допуск
28	$J$13	Коефіцієнт фінансової залежності	1,79	$J$13<=$L$13	Без привязки	0,21402
29	$J$5	Поточні зобов'язання і забезпечення	19381	$J$5>=$G$5	Без привязки	19381
30	$J$8	Достатність функціонуючого капіталу	4 228	$J$8>=$G$8	Без привязки	4 228
31	$J$7	Власні оборотні кошти	122621	$J$7>=$G$7	Без привязки	122621
32	$J$6	Короткострокові кредити	75749	$J$6>=$G$6	Без привязки	75749
33	$J$10	Маневреність власних оборотних засобів	0,40	$J$10>=$G$10	Без привязки	0,40
34	$J$11	Коефіцієнт структури довгострокових вкладень	0,80	$J$11>=$G$11	Без привязки	0,80
35	$J$12	Коефіцієнт концентрації власного капіталу	0,56	$J$12>=$G$12	Без привязки	0,06
36	$J$14	Коефіцієнт маневреності власного капіталу	0,52	$J$14>=$G$14	Без привязки	0,42
37	$J$15	Коефіцієнт забезпечення власними засобами	0,40	$J$15>=$G$15	Без привязки	0,30
38	$J$16	Коефіцієнт довгострокового залучення коштів	0,27	$J$16<=$L$16	Без привязки	0,1252
39	$J$3	Власний капітал	233706	$J$3>=$G$3	Привязка	0
40	$J$4	Довгострокові зобов'язання і забезпечення	88558	$J$4>=$G$4	Без привязки	88558
41	$J$10	Маневреність власних оборотних засобів	0,40	$J$10<=$L$10	Без привязки	0,59968
42	$J$9	Коефіцієнт абсолютної ліквідності	0,27	$J$9>=$G$9	Без привязки	0,07
43	$J$9	Коефіцієнт абсолютної ліквідності	0,27	$J$9<=$L$9	Без привязки	0,08221

Рис. 2. **Звіт про результати моделювання оптимальної структури капіталу**

Таким чином, для досягнення стабільного фінансового стану та встановлення фінансової рівноваги підприємство має зменшити свої поточні зобов'язання та забезпечення щонайменше на 39,36 %, а також залучити до складу фінансування своєї діяльності довгострокові та короткострокові позики в пропорції 21,22 % та 18,15 % відповідно. Запропонована модель оптимізації структури капіталу є спроможною забезпечити фінансову рівновагу та стабільність вітчизняних підприємств машинобудівної галузі.

Науковий керівник – канд. екон. наук, доцент Полтініна О. П.

Література: 1. Петленко Ю. В. Оптимізація джерел фінансових ресурсів підприємств. *Фінанси України.* 2011. № 6. С. 90–98. **2.** Довбня С. Б., Ковзель К. А. Модель комплексної оптимізації фінансування підприємства. *Фінанси України.* 2006. № 5. С. 134–137. **3.** Вовк В. М. Методика та організація аналізу формування і використання капіталу підприємства : автореф. дис. … канд. екон. наук : 08.06.04. Тернопіль, 2004. 20 с.

ОСНОВИ ФОРМУВАННЯ ІМІДЖУ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОГО ПІДПРИЄМСТВА

УДК 346.545

Коновалов Б. П.

Магістрант 1 року навчання
факультету менеджменту і маркетингу ХНЕУ ім. С. Кузнеця

Анотація. *Проаналізовано сутність поняття іміджу та зокрема іміджу підприємства. Досліджено способи формування позитивного іміджу підприємства. Визначено його вплив на конкурентоспроможність суб'єкта господарювання.*

Ключові слова: *підприємство, організація, фінанси, фінансовий стан, імідж, конкурентоспроможність, маркетинг, маркетинговий план, майстер-план.*

Аннотация. *Проанализована сущность понятия имиджа и в частности имиджа предприятия. Исследованы способы формирования положительного имиджа предприятия. Определено его влияние на конкурентоспособность субъекта хозяйствования.*

Ключевые слова: *предприятие, организация, финансы, финансовое состояние, имидж, конкурентоспособность, маркетинг, маркетинговый план, мастер-план.*

Annotation. *The essence of the notion of image and, in particular, the image of the enterprise is analyzed. The ways of forming a positive image of the enterprise are investigated. Its influence on the competitiveness of the business entity is determined.*

Keywords: *enterprise, organization, finance, financial condition, image, competitiveness, marketing, marketing plan, master plan.*

Успіх будь-якої організації залежить від безлічі факторів. Одним із важливих аспектів сприйняття й оцінки компанії є враження, яке вона справляє. У зв'язку із цим сучасні підприємства впритул стикаються із необхідністю формування й розвитку власного позитивного іміджу.

Позитивний імідж будь-якої фірми створюється основною діяльністю підприємства та рекламно-інформаційною роботою. Тільки позитивний імідж сприяє підвищенню конкурентоспроможності фірми, привертає споживачів і партнерів, прискорює продажі. Це – важливий фактор довіри споживача до фірми та її продукції, фактор процвітання фірми, її власників і працівників. Імідж фірми має відповідати певним принципам: незмінність назви; асоціація із виготовлюваною продукцією; стислість, благозвучність, естетичність, неповторність назви; прийнятність назви для іноземців. За сучасних умов ринкової економіки виживають лише підприємства, які в своїй діяльності дотримуються цих принципів.

Актуальність теми дослідження є зумовленою тим, що імідж фірми є фактором, що впливає на її конкурентоспроможність, маркетингову позицію, ціноутворення та імідж її продукції; привабливість компанії як роботодавця; якість клієнтури й партнерів, тобто практично на всі сфери життєдіяльності компанії.

Метою написання статті є дослідження значення корпоративного іміджу для підвищення конкурентоспроможності підприємства. Задля досягнення поставленої мети розглянемо сутність поняття іміджу, способи формування позитивного іміджу, а також проаналізуємо вплив іміджу на конкурентоспроможність підприємства.

Об'єктом дослідження є імідж підприємства, предметом – вплив іміджу на конкурентоспроможність підприємства.

Імідж є гнучким і пластичним поняттям. Він може бути як заново створеним, якщо компанія є новою, так і зміненим – для вже існуючої компанії. Щоб процес формування іміджу був успішним і ефективним, необхідне дієве управління, типовими функціями якого є планування, організація та контроль. Уся діяльність, спрямована на формування іміджу компанії, має бути якісно та кількісно визначеною. Йдеться про те, що перш ніж запускати процес формування іміджу, компанія має розробити детальний чіткий план із визначенням цілей, технології, структури витрат, термінів, а також передбачуваних результатів та економічної ефективності.

Імідж компанії слід розробляти відповідно до етапу розвитку суспільства, у якому діє компанія, тобто стратегія розробки іміджу має бути орієнтованою на суспільні цінності. План формування іміджу має передбачати трансформації та зміни умов ринку, бути спроможним адаптуватися до них. Задля цього всередині компанії має проводитися невпинна робота із урахуванням поточних і потенційних змін ринкових умов.

© Коновалов Б. П., 2017

Співробітники компанії можуть створювати імідж компанії самостійно, або допомогою залучених фахівців – іміджмейкерів [1].

Формування корпоративного іміджу розпочинається в межах самої організації на основі її цінностей, політики та організаційної культури, що проектуються в зовнішнє середовище за допомогою фірмового стилю, маркетингових комунікацій і поведінки персоналу, повністю або частково контрольованих менеджментом компанії. З цієї точки зору спрямованість підприємства на створення позитивного іміджу є стратегією диференціації, у основі якої лежить використання додаткової цінності, створюваної іміджем.

Імідж є інструментом досягнення стратегічних цілей організації, що зачіпають основні сторони діяльності організації та є орієнтованими на перспективу. Переваги позитивного іміджу очевидні, однак, позитивна популярність не виникає сама собою і не існує сама по собі. Вона вимагає цілеспрямованої систематичної роботи, що є пов'язаною з перетворенням реального іміджу підприємства на позитивний.

Робота зі створення іміджу ведеться різними засобами за кожним із каналів сприйняття: візуальним, вербальним, дійовим. Візуальне вимірювання формує зовнішній образ: відповідність нормам ділового й офіційного одягу, аксесуари, зачіска, манера поведінки, міміка, жести. У вербальному вимірюванні – культура спілкування: мовлення, публічні виступи, доповіді, інтерв'ю, статті, ділове листування, вміння спілкуватися по телефону. Дійове вимірювання – це нормативно-етична сторона вчинку, поведінки, діяльності в цілому, тобто йдеться про репутацію людини: динаміка формування іміджу є визначуваною репутацією суб'єкта [3].

Сучасна організація має самостійно формувати специфічні види іміджу відповідно до особливостей об'єкта управління. Формований імідж має вписуватися у загальну стратегію взаємодії організації з її цільовими аудиторіями. Для цільових груп імідж має створюватися за спеціальною програмою, ураховувати специфіку групи та стратегічні завдання організації.

Імідж є не тільки засобом, інструментом управління, а й об'єктом управління. Позитивний імідж створюється основною діяльністю підприємства, а також цілеспрямованою інформаційною роботою, орієнтованою на цільову аудиторію. Ця робота є здійснюваною значною мірою за допомогою маркетингових комунікацій: реклами, пропаганди, особистих продажів, стимулювання збуту [2].

Формування іміджу полягає в тому, щоб забезпечити узгодження реальних переваг фірми, комерційно важливих для споживачів, і привнесених фахівцями переваг, також комерційно важливих для споживачів [3].

Із загальних положень випливають наслідки, які в цілому можна назвати правилами формування позитивного іміджу фірми. Сформований фахівцями образ має ґрунтуватися на реальних перевагах фірми. Зрозуміло, що фірма, яка погано виконує свої зобов'язання перед клієнтами, може втратити не тільки імідж такої, що піклується про своїх клієнтів і як надійного партнера, а й будь-яку довіру взагалі.

Імідж повинен мати точну адресу, тобто залучати певні цільові групи, бути оригінальним, тобто відрізнятися від образів інших фірм і легко розпізнаватися. Він повинен бути простим і зрозумілим, не перевантаженим інформацією, легко запам'ятовуватися і зводити до мінімуму можливі спотворення. Імідж має бути пластичним і легко впізнаваним [4].

Розглянемо одну відомих моделей формування іміджу підприємства. Відповідно до цієї моделі для створення успішного іміджу підприємства необхідним є план, його називають майстер-план [5]. Він складається з чотирьох частин: створення фундаменту, зовнішнього іміджу, внутрішнього іміджу та невловимого іміджу.

Для побудови позитивного іміджу необхідно чітко усвідомлювати значущість кожного кроку і не пропускати жодного в процесі розробки.

Конкурентоспроможність є властивістю об'єкта, що характеризується ступенем реального або потенційного задоволення ним конкретної потреби порівняно з аналогічними об'єктами на певному ринку. Вона визначає спроможність об'єкта витримувати конкуренцію з аналогічними на конкретному ринку.

Організаційні заходи, що є спрямованими на підвищення конкурентоспроможності підприємства, можна звести до таких:

– забезпечення якісних показників, що створюють пріоритетність продукції фірми на ринку;

– виявлення переваг і недоліків товарів-аналогів, що випускаються конкурентами, і відповідне використання цих результатів на своєму підприємстві;

– вивчення заходів конкурентів з удосконалення аналогічних товарів, з якими вони виступають на ринку, і розробка заходів, що надають переваги порівняно з конкурентами;

– диференціація продукції, що забезпечує відносно стійку перевагу покупців, які віддають певним видам взаємозамінних продуктів [6].

Значення цінової конкуренції за цих умов знижується, оскільки покупці керуються сформованими вподобаннями щодо якості продукції, репутації підприємства-виробника та ін.

Імідж підприємства часто є його найбільш важливою конкурентною перевагою, а позитивний імідж підприємства є гарантією якості. Імідж підвищує конкурентоспроможність фірми на ринку шляхом залучення споживачів і партнерів і полегшення доступу до ресурсів [5].

Таким чином, імідж організації є фактором довіри споживачів до організації та її товару, зростання продажів, процвітання організації, її власників і працівників. Імідж є явищем динамічним, і, як і враження про людину, може змінюватися під впливом обставин, нової інформації, у результаті тривалих контактів. За сучасних умов ринкової економіки позитивний корпоративний імідж є необхідною умовою досягнення організацією стійкого і тривалого ділового успіху. Він надає організації певної сили, сприяє зниженню чутливості до змін у сфері політики й економіки, а також захищає її від атак конкурентів, зміцнює ринкові позиції.

Науковий керівник – канд. екон. наук, доцент Рожко В. І.

Література: 1. Джи Б. Имидж фирмы: планирование, формирование, продвижение. СПб. : Питер, 2000. 224 с. **2.** Титов Л. Терміни «імідж» та «думка». URL: http://megasite.in.ua/107684-imidzh-yak-ponyattya.html. 3. Зверинцев А. Б. Формирование имиджа. Коммуникационный менеджмент. СПб. : Питер, 2007. 158 с. **4.** Скараманга В. П. Фирменный стиль в гостеприимстве : учебное пособие. М. : Финансы и статистика, 2005. 192 с. **5.** Смагина В. В., Журавлева Г. П. Новые подходы к развитию экономики и корректировки современных хозяйственных систем : монография. М. ; Тамбов, 2014. 511 с. **6.** Голубков Е. П. Основы маркетинга. М. : Финпресс, 1999. 656 с. **7.** Гольман И. А. Рекламная деятельность. Планирование. Технологии. Организация. М. : Гелла-Принт, 2002. 400 с.

МЕХАНІЗМ УПРАВЛІННЯ ПРИБУТКОВІСТЮ СУБ'ЄКТІВ ГОСПОДАРЮВАННЯ

УДК 336.713

Корона А. С.

Магістрант 2 року навчання
фінансового факультету ХНЕУ ім. С. Кузнеця

Анотація. *Розглянуто підходи та рекомендації, що сприяють підвищенню рентабельності банківської діяльності за умов сучасної економіки. Проведено аналіз заходів щодо підвищення рентабельності суб'єктів господарювання. Досліджено сутність, характеристики та напрями управління прибутком підприємства, а також основні підходи до управління доходом.*

Ключові слова: *економіка, підприємство, організація, суб'єкт господарювання, фінанси, фінансовий стан, прибуток, прибутковість, управління прибутковістю, методи управління.*

Аннотация. *Рассмотрены подходы и рекомендации, способствующие повышению рентабельности банковской деятельности в условиях современной экономики. Проведен анализ мероприятий по повышению рентабельности субъектов хозяйствования. Исследованы сущность, характеристики и направления управления прибылью предприятия, а также основные подходы к управлению доходом.*

Ключевые слова: *экономика, предприятие, организация, субъект хозяйствования, финансы, финансовое состояние, прибыль, доходность, управление доходностью, методы управления.*

Annotation. *Approaches and recommendations that contribute to improving the profitability of banking activities in the conditions of the modern economy are considered. An analysis of measures to improve the profitability of business*

© Корона А. С., 2017

entities was carried out. The essence, characteristics and directions of profit management of the enterprise, as well as the basic approaches to income management, are investigated.

Keywords: *economy, enterprise, organization, business entity, finance, financial condition, profit, profitability, profitability management, management methods.*

Однією з основних умов стабільності та повноцінного функціонування суб'єкта господарювання є прибуток, тому оцінкою ефективності роботи суб'єкта є встановлення рівня його прибутковості.

На сьогодні у світі питання отримання прибутку й підвищення ефективності банківської діяльності є дуже актуальними. Дослідженням питання отримання прибутку й підвищення ефективності банківської діяльності займалися Роуз П. С., Бланк І. О., Вовчак О. Д., Герасимович А. М., Гринь В. П. та ін. Однак, на сьогодні в працях вітчизняних і зарубіжних науковців чітко не визначено сам механізм управління прибутковістю суб'єкта господарювання, який є основою успішної та стабільної його діяльності.

Метою написання статті є аналіз факторів впливу на прибутковість банківської діяльності, визначення підходів до управління прибутковістю банківської установи, а також дослідження напрямків збільшення прибутковості банківського діяльності, що є одним із найважливіших показників ефективності функціонування суб'єкта господарювання.

За сучасних умов у вітчизняних суб'єктів господарювання виникла ситуація, яка є пов'язаною з необхідністю впровадження сучасних методів управління прибутковістю, що потребує наукового обґрунтування та створення системи фінансових методів регулювання доходності з позицій забезпечення платоспроможності й максимізації прибутків. Однак, нині відсутні глибокі дослідження взаємодії фінансових інструментів і насамперед фінансових нормативів і показників, які визначають прибутковість банківської установи. Цим зумовлено актуальність і наукову та практичну значущість досліджуваних проблем. Управління прибутковістю банків є елементом, що забезпечує зростання кінцевих результатів діяльності, збільшення рентабельності та капіталізації установ банківського сектора економіки.

Основою сучасного управління прибутковістю суб'єкта господарювання є поділ банківського бізнесу на незалежні бізнес-напрями – з одного боку, виділення в організаційній структурі підрозділів, що приносять суб'єкту господарювання дохід, і витратних центрів (центрів прибутку та центрів витрат), – з іншого. Це дає змогу групувати інформаційні, фінансові потоки за певними категоріями, робить їх більш доступними та прозорими, що водночас значно спрощує управління суб'єктом господарювання, ведення управлінського обліку та організацію ефективного контролю за результатами діяльності суб'єкта господарювання [2].

Механізм управління прибутковістю банків – це складний комплексний взаємопов'язаний процес управління, що є складовою загального процесу управління в галузях управління банківською діяльністю, який реалізується за допомогою основних функцій: планування, організація, регулювання, контроль, мотивація й аналіз задля досягнення та підвищення рівня прибутковості із урахуванням наявних рівнів ризиків і загроз. Механізм управління прибутковістю суб'єктів господарювання наведено на рис. 1 [4].



Рис. 1. **Механізм управління прибутковістю банків**

Управління прибутковістю суб'єктів господарювання є реалізовуваним через систему управління прибутковістю суб'єктів господарювання, що визначається цілеспрямованим організуючим впливом суб'єкта управління, керуючої системи (комплекс підрозділів, які забезпечують управління прибутком суб'єкта господарювання) на об'єкт управління, керовану систему – прибутковість банківської діяльності. Систему управління прибутком суб'єкта господарювання подано на рис. 2 [6].

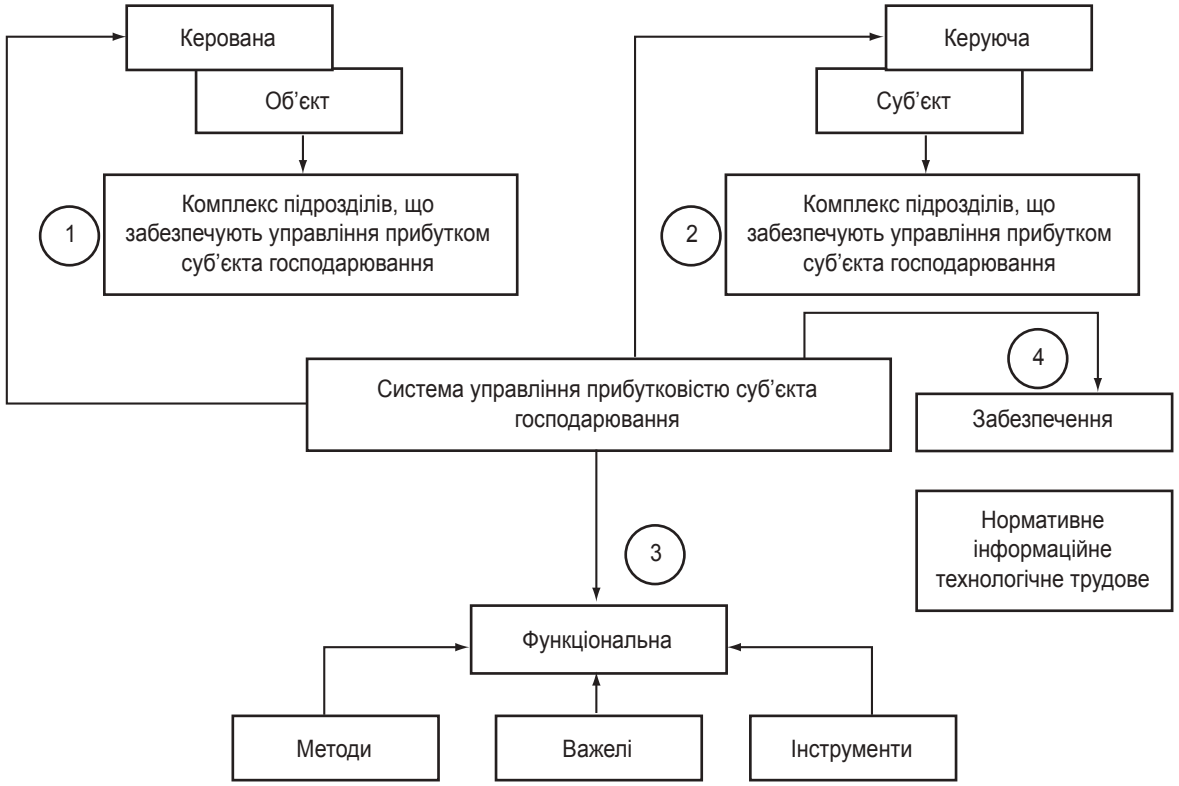


Рис. 2. **Система управління прибутковістю суб'єкта господарювання**

Така система базується на концепції виділення в межах організаційної структури суб'єкта господарювання так званих центрів відповідальності. Центр фінансової відповідальності – це підрозділ суб'єкта господарювання, виділений за ринково-продуктовою або функціональною ознакою, що надає певний перелік основних і додаткових видів банківських послуг і повністю контролює різні аспекти формування та розподілу прибутку.

Для реалізації механізмів управління прибутковістю, які є застосовуваними підрозділами суб'єкта господарювання, виділяємо основні методи (організаційні, економічні, спеціальні), важелі прибутку суб'єктів господарювання (економічні, фінансові, правові), інструменти (технології та програми) задля підвищення прибутковості банківської діяльності. Побудова системи управління прибутком потребує існування систематизованого переліку об'єктів управління прибутком банківської установи. Така систематизація об'єктів має, з одного боку, відображати функціональну спрямованість цього управління, з іншого – різні його рівні (рис. 3) [3–6].

Головною метою управління прибутком є забезпечення максимізації добробуту засновників, учасників суб'єкта господарювання в поточному та перспективному періодах [4]. Для підвищення результативності діяльності суб'єктів господарювання потрібно розробити дієвий механізм управління прибутком, у якому слід визначити п'ять основних блоків: мету, завдання, принципи, структуру та систему управління. Саме на такий підхід слід орієнтуватися при побудові механізму управління прибутком суб'єкта господарювання з розгалуженою мережею філій, але з обов'язковим урахуванням особливостей їх діяльності.

Таким чином, механізм управління прибутковістю банку охоплює систему методів, важелів та інструментів, що є пов'язаними із формуванням, розподілом і використанням прибутку банку, і є здійснюваним задля підвищення прибутковості та покращення ефективності банківської діяльності.

Його реалізують через систему управління прибутковістю суб'єктів господарювання, що визначається цілеспрямованим організуючим впливом суб'єкта управління, керуючої системи на об'єкт управління, керовану систему, складові прибутковості банківської діяльності.

Механізм управління прибутковістю суб'єктів господарювання охоплює такі складові: організаційно-економічну, фінансову, мотиваційну, правову та інформаційну. Подальші наукові дослідження проблем забезпечення прибутковості банківських установ потребують розробки дієвих механізмів управління доходами і витратами, прогнозування прибутковості банківського сектора економіки з урахування оптимістичних, песимістичних і найбільш вірогідних сценаріїв розвитку за умов як стабілізації, так і ймовірних кризових ситуацій і явищ.

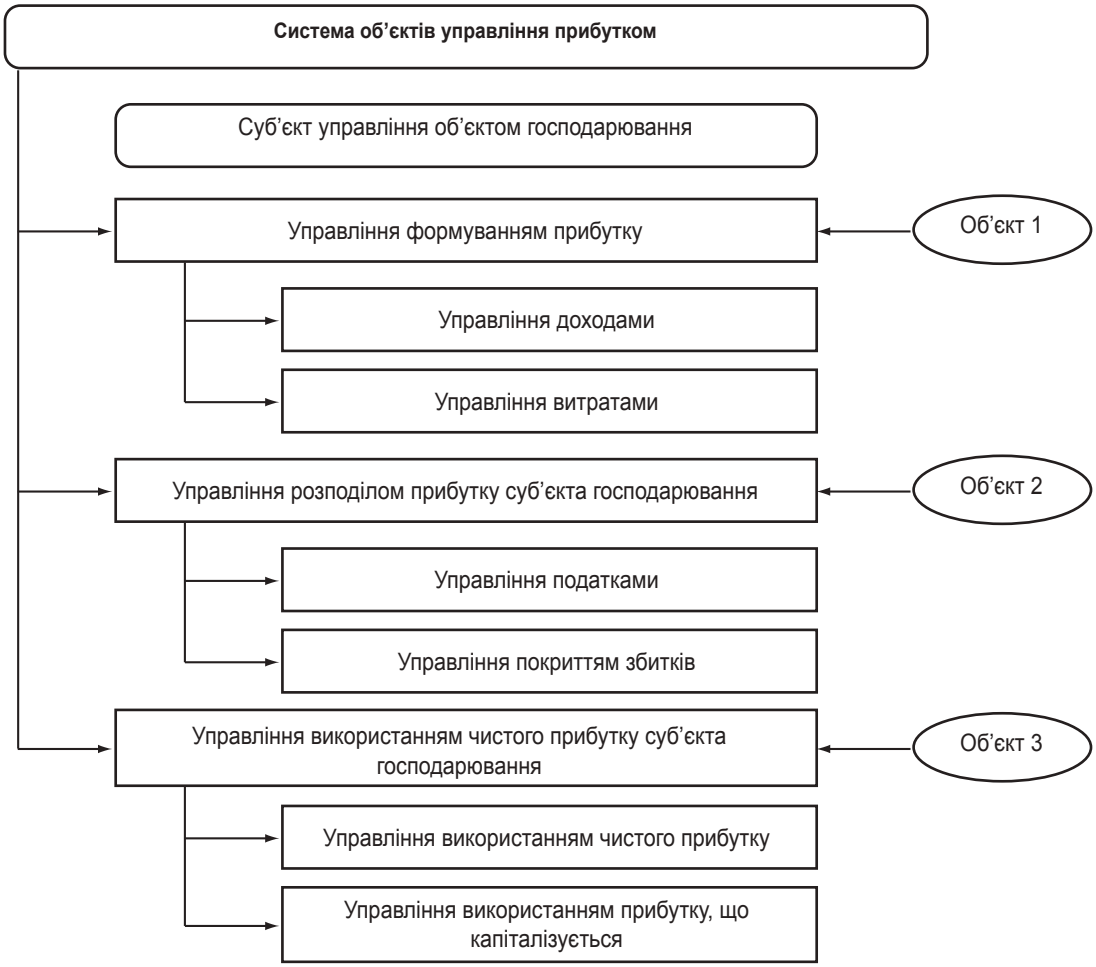


Рис. 3. **Об'єкти управління прибутковістю банку**

Науковий керівник – канд. екон. наук, доцент Полтініна О. П.

Література: 1. Бланк И. А. Управление прибылью. Киев : Ника-Центр, 2007. 768 с. **2.** Вовчак О. Д., Рущишин Н. М., Андрейків Т. Я. Кредит і банківська справа : підручник. Київ : Знання, 2008. 564 с. **3.** Герасимович А. М., Алексеєнко М. Д, Парасій-Вергуненко І. М. Аналіз банківської діяльності. Київ : КНЕУ, 2009. 600 с. **4.** Гринь В. П. Некоторые проблемы деятельности коммерческого банка. *Деньги и кредит.* 2013. № 3. С. 48–53. **5.** Осташ С. В. Деякі аспекти прибутковості та фінансової стійкості комерційного банку. *Вісник Національного банку України.* 2001. № 2. С. 47–49. **6.** Поморина М. А. Некоторые подходы к управлению эффективностью деятельности банка. *Банковское дело.* 2001. № 10. С. 11–17. **7.** Роуз П. С. Банковский менеджмент / пер. с англ. М. : Дело, 1997. 744 с. **8.** Синки Д. Финансовый менеджмент в коммерческом банке и в индустрии финансовых услуг / пер. с англ. М. : Альпина Бизнес Букс, 2007. 1018 с.

ОСОБЛИВОСТІ ДЕБІТОРСЬКОЇ ЗАБОРГОВАНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ ЖИТЛОВО-КОМУНАЛЬНОГО ГОСПОДАРСТВА УКРАЇНИ

УДК 338.46

Косенко Є. Р.

Студент 4 курсу
факультету консалтингу і міжнародного бізнесу ХНЕУ ім. С. Кузнеця

Анотація. *Розглянуто особливості дебіторської заборгованості підприємств житлово-комунального господарства України. Деталізовано засоби впливу на фінансовий стан підприємств житлово-комунального господарства й на обсяг дебіторської заборгованості. Розроблено методи ефективного управління дебіторською заборгованістю підприємств житлово-комунального господарства України. Проведено аналіз суми дебіторської заборгованості із застосуванням статистичних даних.*

Ключові слова: *економіка, підприємство, організація, суб'єкт господарювання, фінанси, фінансовий стан, боржник, дебіторська заборгованість, житлово-комунальні послуги, житлово-комунальне господарство.*

Аннотация. *Рассмотрены особенности дебиторской задолженности предприятий жилищно-коммунального хозяйства Украины. Детализированы средства влияния на финансовое состояние предприятий жилищно-коммунального хозяйства и на объем дебиторской задолженности. Разработаны методы эффективного управления дебиторской задолженностью предприятий жилищно-коммунального хозяйства Украины. Проведен анализ суммы дебиторской задолженности с применением статистических данных.*

Ключевые слова: *экономика, предприятие, организация, субъект хозяйствования, финансы, финансовое состояние, должник, дебиторская задолженность, жилищно-коммунальные услуги, жилищно-коммунальное хозяйство.*

Annotation. *Features of accounts receivable of enterprises of housing and communal services of Ukraine are considered. The means of influence on the financial condition of enterprises of housing and communal services and on the volume of accounts receivable are detailed. Methods of effective management of accounts receivable of enterprises of housing and communal services of Ukraine are developed. The analysis of the amount of accounts receivable with the use of statistical data was carried out.*

Keywords: *economy, enterprise, organization, business entity, finance, financial condition, debtor, receivables, housing and communal services, housing and communal services.*

Житлово-комунальний сектор є галуззю, метою якої є забезпечення умов і належного рівня життя населення, функціонування міст і надання якісних послуг. Цей сектор має складні технології, власні виробничі потужності, мережі інженерних споруд і комунікацій, на які впливають ринкові відносини; він є об'єктом соціальної значущості. Тому питання, що є пов'язаними з розробкою заходів щодо підвищення ефективності й ефективності діяльності підприємств житлово-комунального господарства, базуються на результатах аналізу стану й особливостей його функціонування. На сучасному етапі економічної трансформації для житлово-комунального комплексу України характерними є нестабільні тенденції, пов'язані з погіршенням мереж, основними фондами, відсутністю фінансування з боку держави, збитковістю діяльністю тощо.

Дослідженням сучасних теоретичних і методичних аспектів проблеми формування дебіторської заборгованості займалися Бутинець Ф. Ф., Білик М. Д., Бланк І. О., Карбовник А. М., Кірейцев Г. Г., Лищенко О. Г. та ін. Праці науковців є вагомим внеском як у теорію, так і в практичні питання управління дебіторською заборгованістю сучасних вітчизняних підприємств.

Поточна дебіторська заборгованість комунальних підприємств за П(С)БО 10 – це сума дебіторської заборгованості, яка виникає протягом нормального робочого циклу виробництва комунальних послуг, або буде виплачена протягом дванадцяти місяців з дати балансу [7]. Для визначення чистої вартості реалізації на дату балансу розраховують розмір резерву сумнівних боргів. Сумнівну заборгованість у практиці підприємств для цілей бухгалтерського обліку називають боргом у розмірі точної дебіторської заборгованості, включаючи податок на додану вартість, для якої є невизначеність щодо її повернення боржником. Негативна дебіторська заборгованість визнається поточною дебіторською заборгованістю, стосовно якої існує точка зору щодо неповернення боржником або за якою закінчився термін давності.

© Косенко Є. Р., 2017

Фінансовий стан підприємств житлово-комунального господарства України є складним показником діяльності, який формується під впливом багатьох факторів. За сучасних економічних умов ефективне управління дебіторською заборгованістю є одним із засобів поліпшення економічної ефективності галузі. Визначення підходів до управління дебіторською заборгованістю, завдання та методи управління є проблемою, стосовно якої немає жодного адекватного рішення, обгрунтування якого залежить від специфіки підприємства. Тому актуальним є визначення сутності та завдань управління дебіторською заборгованістю підприємств житлово-комунального господарства України за сучасних умов управління.

Управління боргами в поточному економічному середовищі є однією з нагальних проблем багатьох підприємств житлово-комунального господарства, оскільки невигідна дебіторська заборгованість, як правило, є однією з причин кризової ситуації. Управління боргами є важливим моментом на підприємстві, що вимагає особливої уваги менеджерів, а також передбачає формування та реалізацію цілей і завдань менеджменту відповідно до загальної стратегії підприємства. Тому основною метою управління дебіторською заборгованістю підприємств житлово-комунального господарства є мінімізація її розміру, максимізація грошових надходжень за рахунок його повернення, скорочення термінів погашення боргу та збільшення ліквідності дебіторської заборгованості з мінімальними втратами від вартості. Питання надання якісних житлово-комунальних послуг населенню, підприємствам та організаціям не втрачає своєї актуальності.

Неплатежі є серйозним навантаженням на житлово-комунальні послуги. Низькі платежі за комунальні послуги є проблемою для держави, і в різних регіонах шукають шляхи її вирішення. Тягар управління дебіторською заборгованістю лежить на компанії. Існує чимало способів управління дебіторською заборгованістю. Підприємства житлово-комунального господарства зазвичай є прив'язаними до вибору споживача. На відміну від підприємств інших галузей, вони не можуть відмовити споживачу в отримуванні комунальних послуг. Однак, існують важелі впливу на неплатників, до яких належать переговори з споживачами через кореспонденцію, розстрочка платежів, розробка графіків погашення заборгованості. Нещодавно збільшилася кількість випадків банкрутства серед житлово-комунальних підприємств, основною причиною чого найчастіше є борги [4].

На кінець грудня 2016 р. заборгованість населення за централізоване опалення й гаряче водопостачання становила 9,4 млрд грн, за газопостачання – 6,4 млрд, утримання будинків і прибудинкових територій – 2,4 млрд, централізоване водопостачання – 1,5 млрд, вивезення побутових відходів – 0,4 млрд, електроенергію – 3,3 млрд грн; разом 23,4 млрд грн боргів. Найбільшу питому вагу в загальній сумі заборгованості має заборгованість за послуги електроенергії, найменшу – інші послуги: утримання будинків, споруд і прибудинкових територій, вивезення побутових відходів [8].

Основним доходом населення України, а також джерелом сплати за послуги житлово-комунальних господарств є заробітна плата громадян. Середня номінальна заробітна плата штатного працівника підприємств, установ та організацій у грудні 2016 р. становила 6 475 грн. Одночасно заборгованість із виплати заробітної плати на грудень 2016 р. становила 2004,0 млн грн. Станом на 2016 р. найбільшою заборгованість була у Донецькій області (356,3 млн грн), Харківській (218,2млн грн), Київській (125,6 млн грн), Луганській (461,7 млн грн) і Сумській областях (104,9 млн грн) [8].

Зростання дебіторської заборгованості підприємств житлово-комунального господарства є пов'язаним передусім із низькою платіжною дисципліною та платоспроможністю житлово-комунальних послуг, що знижує інвестиційну привабливість галузі. Тому основну увагу в процесі оптимізації обсягу дебіторської заборгованості підприємств житлово-комунального господарства слід приділити зменшенню заборгованості населення за надані послуги.

Таким чином, проблема споживчої заборгованості для житлово-комунальних послуг є однією з основних причин фінансової нестабільності комунальних послуг. Щоб запобігти подальшому зростанню дебіторської заборгованості та посилити платіжну дисципліну всіх споживачів, слід передбачити законодавчо штрафи за несвоєчасну оплату. Основну увагу в процесі оптимізації обсягу боргів підприємств у житлово-комунальному господарстві слід приділити зменшенню заборгованості населення за послуги, надані в межах підвищення ефективності управління оборотними коштами, а саме в контексті дебіторської заборгованості промислових підприємств.

Науковий керівник – канд. екон. наук, доцент Сапрун Г. Г.

Література: 1. Бутинець Т. А., Чижевська Л. В., Береза С. Л. Бухгалтерський облік : навч. посіб. Житомир : Рута, 2000. 672 с. **2.** Білик М. Д. Управління дебіторською за боргованістю підприємств. *Фінанси України.* 2003. № 12. С. 36–42. **3.** Бланк І. О., Ситник Г. В. Управління фінансами підприємств. Київ : КНТЕУ, 2006. 780 с. **4.** Карбовник А. М. Деякі аспекти управління дебіторською заборгованістю та їх вплив на джерела формування оборотних активів. *Фінанси України.* 2001. № 7. С. 197–201. **5.** Кірейцева Г. Г. Фінансовий менеджмент. Житомир : ЖІТІ, 2009. 332 с. **6.** Лищенко О. Г., Бескоста Г. М. Аналіз дебіторської заборгованості в системі управління підприєм-

ством. *Держава та регіони.* 2009. № 1. С. 114–117. **7.** Про затвердження Положення (стандарту) бухгалтерського обліку 10 «Дебіторська заборгованість» : Закон України від 08.10.1999 № 237 // База даних «Законодавство України» / Верховна Рада України. URL: http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/z0725-99. **8.** Статистична інформація // Офіційний сайт Державної служби статистики України. URL: http://www.ukrstat.gov.ua.

ФАКТОРИ ВПЛИВУ НА РІВЕНЬ ІНВЕСТИЦІЙНОЇ ПРИВАБЛИВОСТІ СУБ'ЄКТА ПІДПРИЄМНИЦТВА

УДК 330.322

Кохан О. К.

Магістрант 2 року навчання
фінансового факультету ХНЕУ ім. С. Кузнеця

Анотація. *Проаналізовано фактори формування інвестиційної привабливості підприємства (інституціональні, економічні та соціальні) на трьох рівнях впливу: мікрорівні, мезорівні та макрорівні. Узагальнено фактори впливу на інвестиційну привабливість підприємств, серед яких розрізняють внутрішні та зовнішні; обґрунтовано необхідність врахування обох груп.*

Ключові слова: *економіка, підприємство, організація, суб'єкт господарювання, машинобудування, інвестиції, інвестиційна привабливість.*

Аннотация. *Проанализированы факторы формирования инвестиционной привлекательности предприятия (институциональные, экономические и социальные) на трех уровнях воздействия: микроуровне, мезоуровне и макроуровне. Обобщены факторы влияния на инвестиционную привлекательность предприятий, среди которых различают внутренние и внешние; обоснована необходимость учета обеих групп.*

Ключевые слова: *экономика, предприятие, организация, субъект хозяйствования, машиностроение, инвестиции, инвестиционная привлекательность.*

Annotation. *The factors of formation of investment attractiveness of the enterprise (institutional, economic and social) are analyzed at three levels of impact: microlevel, meso level and macrolevel. Overview of the factors affecting the investment attractiveness of enterprises, among which are internal and external; the necessity of accounting for both groups is justified.*

Keywords: *economy, enterprise, organization, business entity, engineering, investment, investment attractiveness.*

За сучасних умов інвестиції є важливим елементом розвитку як національної економіки, так і окремих суб'єктів підприємництва. Залучення інвестицій забезпечує науково-технологічний прогрес, стрімке економічне зростання, збільшення показників господарської діяльності країни. Забезпечення сталого економічного розвитку країни є неможливим без модернізації засобів виробництва, упровадження сучасних технологій і нової техніки. Для цього необхідні значні інвестиції, яких нині вкрай не вистачає насамперед через низьку інвестиційну привабливість вітчизняних підприємств. Тому на сьогодні питання підвищення інвестиційної привабливості підприємства є вкрай важливим та актуальним.

Дослідженням проблем управління інвестиційною привабливістю підприємства займалися Мескон М., Сенге П., Робертс Ш., Гібсон Д., Друкер П., Антипов О., Пахомов В., Колот А. та ін.

Метою написання статті є аналіз та узагальнення основних факторів впливу на рівень інвестиційної привабливості суб'єкта господарювання.

© Кохан О. К., 2017

Виходячи з визначення інвестиційної привабливості як сукупності факторів, аналіз яких вказує на можливість вкладання коштів у той чи інший об'єкт і отримання певного ефекту від здійсненої операції, окрему увагу слід приділити факторам впливу на інвестиційну привабливість підприємства. У наукових працях вітчизняних науковців можна знайти механізм формування інституціональних, економічних і соціальних груп факторів впливу на інвестиційну привабливість підприємства, які реалізуються на макрорівні, мезорівні та мікрорівні [2; 3].

Інституціональні фактори визначають ділове середовище країни та можливості одержання ресурсів для підприємств та їх ефективне функціонування. З одного боку, вони вказують на стабілізацію ситуації на підприємствах, що створює сприятливе підгрунтя для структурних перетворень. З іншого боку, нестабільність політичних процесів і нормативно-правових засад економічної діяльності мають несприятливий вплив на ефективність запровадження стратегічних програм підвищення інвестиційної привабливості підприємства.

Економічні фактори є базисом для функціонування підприємств машинобудування. Найкритичнішим фактором є несприятливість інвестиційного клімату, що ставить під загрозу реалізацію інвестиційної стратегії в цілому. Соціальні фактори визначають основні передумови економічного розвитку підприємств.

Задля забезпечення ефективного управління інвестиційною привабливістю підприємства необхідно здійснювати комплексний вплив на сукупність факторів на всіх рівнях ієрархії: державному, галузевому та рівні підприємства (табл. 1) [2; 3].

Таблиця 1

Фактори формування інвестиційної привабливості підприємств машинобудування

Рівень впливу	Фактори		
	Інституціональні	**Економічні**	**Соціальні**
Макрорівень (держава)	– внутрішня і зовнішня політична стабільність країни; – гарантія прав і свобод; – якість інтегрованості національного законодавства у світове правове поле; – стабільність господарського та податкового права; – захист прав вітчизняних та іноземних інвесторів	– загальна оцінка економіки й стабільність національної валюти; – темпи зростання ВВП; – рівень якості банківської системи; – ступінь державного втручання в економіку країни; – торговельна політика країни; – валютні та фінансові ризики	– рівень соціального розвитку суспільства; – ступінь соціальної активності населення країни
Мезорівень	– внутрішня і зовнішня політична стабільність регіону; – ступінь державного втручання в економіку; – підтримка малого та середнього бізнесу в регіоні (галузі)	– загальна характеристика економіки регіону (галузі); – темпи зростання ВРП; – характеристики місцевих ринків	– рівень соціального розвитку суспільства, соціальних умов і життя населення; – ступінь соціальної активності населення регіону
Мікрорівень	– гарантії прав і свобод працівника; – діяльність підприємства відповідно до чинного нормативно-правового законодавства	– характеристика економічної діяльності підприємства; – темпи зростання обсягу виробництва на підприємстві; – легкість і доступність кредитних ресурсів; – фінансові ризики; – вартість виробничих ресурсів	– рівень освіченості та кваліфікаційної підготовки робочої сили; – соціально-психологічний клімат на підприємстві; – стилі та форми управління на підприємстві

Розглянемо фактори впливу на інвестиційну привабливість машинобудівних підприємств Харківської області.

Машинобудівний сектор потребує значних капіталовкладень, насамперед для оновлення виробничих потужностей, упровадження інноваційних технологій, переходу на новітні типи машинобудівної продукції, упроваджень систем управління якістю, приведення виробництв до відповідності європейським стандартам.

Для потенційного інвестора важливо враховувати як внутрішні, так і зовнішні фактори впливу на інвестиційну привабливість підприємства.

На основі роботи Ферлій В. та враховуючи розглянуті фактори впливу на інвестиційну привабливість на трьох рівнях ієрархії сформовано загальний перелік внутрішніх і зовнішніх факторів впливу (табл. 2) [2–5].

Поліпшення цих показників позитивно вплине на інвестиційну привабливість підприємства та притоки інвестицій у цілому.

Таблиця 2

Фактори впливу на інвестиційну привабливість підприємств

Фактори	Характеристика
1	2
Зовнішні	
Соціальні	– демографічна ситуація в країні; – рівень доходів на душу населення; – розвиток системи соціального захисту в країні; – рівень безробіття; – свобода слова та вибору, рівень розвитку суспільної свідомості; – рівень освіти населення
Політичні	– нормативно-законодавче регулювання; – політична та воєнна стабільність; – політичні рішення щодо інвестиційного клімату країни та регіону
Економічні	– бюджетно-податкова політика; – грошово-кредитна політика (доступ до кредитних ресурсів, їх вартість); – валютна політика (стабільність національної валюти); – рівень інфляції; – конкуренція; – розмір ринку, темп зростання його потенціалу; – загальний стан економіки (піднесення, стагнація, рецесія); – наявність кризових явищ в економіці; – рівень ділової активності; – прогнозованість економічної ситуації; – податкові умови для підприємств з іноземними інвестиціями; – наявність пільг для інвесторів; – рівень державного регулювання; – позиція України на світовому ринку
Технологічні	– рівень технічних нововведень у галузі; – рівень розвитку фундаментальної та прикладної науки; – рівень розвитку технологічного забезпечення виробництв; – рівень зносу основних засобів в економіці
Інфраструктурні	– розвиток сфери обслуговування виробництва: транспортних, юридичних, страхових, логістичних установ
Ринкові	– рівень розвитку ринкових відносин; – рівень конкуренції або монополізації певних ринків; – бар'єри при вході на ринок; – дієвість ринкових законів
Галузеві	– конкурентоспроможність галузі; – рейтинг галузі
Геотериторіальні	– вигідність територіального розміщення країни та регіону; – наявність і доступність природних ресурсів; – вплив інтеграційних об'єднань
Адміністративно-правові	– сприятливість та стабільність нормативно-правової бази для інвесторів; – бюрократичність реєстрації інвестицій та створення підприємств з іноземними інвестиціями; – дієвість та незалежність судових органів влади; – рівень корупції
Внутрішні	
Фінансово-економічний стан підприємства	– основні показники фінансово-економічної діяльності підприємства (показники рентабельності, ліквідності, фінансової стійкості); – структура капіталу
Виробничо-технологічні	– якість виробничої програми; – продуктивність праці; – сучасна технологія виробництва; – рівень використання новітніх технологій; – наявність основних фондів; – рівень зносу устаткування
Управлінські	– наявність плану стратегії розвитку; – організаційно-правова форма; – якість управління; – кадровий потенціал; – управлінський облік і контролінг
Інформаційні	– наявність сучасного програмного забезпечення (програми для аналізу фінансово-господарської діяльності підприємства, оцінки рівня інвестиційної привабливості);

Закінчення табл. 2

1	2
	– швидкість обробки інформації; – швидкість прийняття рішень; – інформаційні потоки на підприємстві
Ділова репутація	– історія економічної діяльності підприємства
Галузеві	– конкурентоспроможність підприємства в галузі; – рейтинг підприємства в галузі

Таким чином, підвищення інвестиційної привабливості підприємства може бути досягнуто лише після визначення й оцінки всіх факторів впливу на його інвестиційну привабливість, як зовнішніх – на рівні держави, регіону та галузі, так і внутрішніх – на рівні самого підприємства. Тільки сукупність зусиль держави та підприємств на різних рівнях формування інвестиційної привабливості дозволить українській економіці вирішити низку наявних проблем, що є пов'язаними з поліпшенням інвестиційної привабливості вітчизняних суб'єктів господарювання, створити сприятливі умови щодо залучення необхідного обсягу коштів для ефективного проведення реформ і забезпечення прибуткової діяльності суб'єктів підприємництва.

Науковий керівник – канд. екон. наук, доцент Добринь С. В.

Література: 1. Алексєєнко Л. М. Фінансові аспекти оцінки інвестиційної привабливості підприємства. *Економічний форум.* 2008. № 3. С. 94–102. **2.** Верзакова Е. А. Оценка инвестиционной привлекательности отраслей производственной сферы. *Современные проблемы науки и образования.* 2006. № 8. С. 45–49. **3.** Макарій Н. П. Оцінка інвестиційної привабливості українських підприємств. *Економіст.* 2010. № 10. С. 52–60. **4.** Ферлій В. В. Сутність поняття «інвестиційна привабливість підприємства» та її види. URL: http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=262. **5.** Якименко Е. А. Оценка инвестиционной привлекательности предприятия. *Вестник Алтайского государственного аграрного университета.* 2009. № 11. С. 117–121.

ОРГАНІЗАЦІЯ ВНУТРІШНЬОГО КОНТРОЛЮ ТА ОЦІНЮВАННЯ ЙОГО ЕФЕКТИВНОСТІ ЗА СУЧАСНИХ УМОВ

УДК 658.562

Кочеткова А. О.

Студент 4 курсу
факультету консалтингу і міжнародного бізнесу ХНЕУ ім. С. Кузнеця

Анотація. *Визначено й проаналізовано роль і значення контролю в системі управління підприємством. Досліджено можливості істотного поліпшення функції внутрішнього контролю в організаціях. Обґрунтовано необхідність здійснення внутрішнього контролю суб'єктів господарювання. Здійснено оцінювання ефективності системи внутрішнього контролю в організаціях, наведено окремі приклади підвищення ефективності оцінювання внутрішнього контролю.*

Ключові слова: *підприємство, організація, суб'єкт господарювання, контроль, внутрішній контроль, показники, процесний підхід, збалансована система показників, ефективність, процедура оцінювання ефективності.*

© Кочеткова А. О., 2017

Аннотация. *Определены и проанализированы роль и значение контроля в системе управления предприятием. Исследованы возможности существенного улучшения функции внутреннего контроля в организациях. Обоснована необходимость осуществления внутреннего контроля субъектов хозяйствования. Осуществлена оценка эффективности системы внутреннего контроля в организациях, приведены отдельные примеры повышения эффективности оценки внутреннего контроля.*

Ключевые слова: *предприятие, организация, субъект хозяйствования, контроль, внутренний контроль, показатели, процессный подход, сбалансированная система показателей, эффективность, процедура оценки эффективности.*

Annotation. *The role and importance of control in the enterprise management system are determined and analyzed. The possibilities of a significant improvement in the function of internal control in organizations have been explored. The necessity of internal control of business entities is substantiated. An assessment of the effectiveness of the internal control system in organizations has been carried out, and some examples of improving the effectiveness of the internal control evaluation have been given.*

Keywords: *enterprise, organization, business entity, control, internal control, indicators, process approach, balanced scorecard, efficiency, efficiency evaluation procedure.*

Внутрішній контроль – це процес, спрямований на досягнення достатнього рівня впевненості в тому, що економічний суб'єкт забезпечує ефективність і результативність власної діяльності, у тому числі досягнення фінансових і операційних показників, збереження активів; достовірність і своєчасність бухгалтерської (фінансової) та іншої звітності; дотримання чинного законодавства в процесі господарського життя та ведення бухгалтерського обліку.

Метою внутрішнього контролю є інформаційне забезпечення системи управління для отримання можливості прийняття ефективних рішень. Особливістю внутрішнього контроля є саме процес управління організацією. У результаті глибокої інтеграції контролю та інших елементів процесу управління практично неможливо визначити коло діяльності для працівника в такий спосіб, щоб він належав тільки до якогось одного елемента управління, без його взаємозв'язку та взаємодії з контролем. Будь-яка управлінська функція обов'язково інтегрована з контрольною. Тому для прийняття оптимальних рішень кожна стадія потребує контролю.

Дослідженням особливостей і обґрунтуванням необхідності організації внутрішнього контролю займалися Алборов Р. А., Івашкевич В. Б., Хорохордін М. М., Широбоков В. Г. та ін.

Внутрішній контроль є однією з основних функцій менеджменту, за відсутності якої ефективне управління економічним суб'єктом є неможливим. Саме внутрішній контроль дозволяє розробляти й упроваджувати до дії рішення щодо ефективного використання ресурсів. Процес управління фінансово-господарською діяльністю можна охарактеризувати і як взаємозалежний одноразовий або періодичний цілеспрямований вплив сукупності його функцій на об'єкт, і як процес, здійснюваний у часовому аспекті в просторової ієрархії. Контроль сам по собі не може вирішити поставлені перед ним завдання, усі базові функції управління є взаємопов'язаними, і тільки сукупно створюють повний цикл прийняття управлінських рішень.

Контроль підвищує обґрунтованість планів, а планування, у свою чергу, створює орієнтири для контролю. Контроль дозволяє ефективніше виконувати функції організації, оскільки дає змогу оптимізувати управлінські процеси, а на базі оптимізованої моделі управління контрольні процеси стають менш витратними і більше результативними. Мотивація в принципі неможлива без контролю, оскільки результати контрольних заходів дають підстави для заохочення працівників [2].

На сучасному етапі розвитку ринкової економіки система внутрішнього контролю має орієнтуватися на:

– стійкий стан організації на ринку;

– визнання організації суб'єктами ринку та широким загалом;

– своєчасну адаптацію систем виробництва та управління організації до динамічного зовнішнього середовища [3].

На стадії аналізу здійснюють оцінювання інформації про результати виконання управлінських рішень на основі її розкладання на різні складові та їх співвіднесення. Контроль і аналіз є глибоко інтегрованими, дані контролю часто є основою для проведення аналізу. На стадії аналізу реалізуються і контрольні функції, наприклад контроль рівня забезпеченості запасів і витрат джерелами формування.

Методи аналізу, що є використовуваними на стадіях здійснення контрольної діяльності, оцінюють ступінь наближення фактичних результатів до кінцевого пункту будь-якої управлінської програми незалежно від того, викладено її в загальному або конкретному вираженні. Контроль якості проведення аналізу є необхідним етапом оцінювання інформації щодо результатів виконання управлінських рішень.

Організація системи внутрішнього контролю в загальному випадку зазнає впливу:

– ставлення керівництва до внутрішнього контролю, наскільки правильно розуміє керівництво роль внутрішнього контролю в управлінні організацією;

– зовнішніх умов функціонування організації, її розмірів, організаційної структури, масштабів і видів діяльності;

– кількостіь і регіональної неоднорідності (розгалуженості) місця розташування її відокремлених підрозділів або дочірніх компаній;

– стратегічної установки, цілей і завдань;

– ступеня механізації та комп'ютеризації діяльності;

– ресурсного забезпечення;

– рівня компетентності кадрового складу [5].

Внутрішній контроль організації є невід'ємним елементом кожної стадії процесу управління, і відокремленою стадією, яка забезпечує інформаційну прозорість на предмет якості ходу процесу управління на всіх інших стадіях [3].

Процесний підхід до організації контролю дозволяє структурувати всі дії щодо контролю в їх логічній послідовності в межах окремого циклу контролю та їх послідовного відтворення. Поняття «контрольний процес» передбачає безперервну послідовність проведення локальних операцій контролю об'єкта чи діяльності, щоб гарантувати, що все відбувається як заплановано.

Процесний підхід поряд із загальною ідеологією передбачає не тільки опис організації як мережі взаємозалежних процесів, але і постійний контроль, управління й удосконалення процесів. За такого підходу організацію розглядають не як сукупність відділів, а як сукупність процесів. Кожний процес має споживачів, що сприяє кращому їх задоволенню. Визначення меж будь-якого процесу дозволяє забезпечити кращу взаємодію й розуміння вимог, які слід задовольнити [4].

Однак, не в усіх економічних суб'єктів, особливо в компаніях малого бізнесу, нині створені служби внутрішнього контролю. При цьому в тих компаніях, де організовано внутрішній контроль, аналіз його ефективності часто не здійснюють.

Найважливішим класифікаційним аспектом внутрішнього контролю є формальний. У сучасній економічній літературі немає загальноприйнятого визначення сутності поняття внутрішнього контролю та загальновизнаних його форм [5].

Таким чином, сучасні умови розвитку бізнесу вимагають створення такої системи внутрішнього контролю, яка стимулює співробітників компанії до ефективного творчого підходу до роботи. Власникам, інвесторам, акціонерам та іншим користувачам корпоративної звітності вона дозволить бути впевненим в отриманні повної та достовірної інформації для прийняття рішень; домогтися лояльності клієнтів і знизити витрати компанії. Домогтися ефективного контролю можна через систему заходів, які спонукають співробітників до прояву чесності й інших етичних цінностей через формування системи етичних і поведінкових стандартів і доведення її до співробітників.

Науковий керівник – канд. екон. наук, доцент Іванієнко В. В.

Література: 1. Мельникова Т. В. Внутренний контроль организации и оценка его эффективности. *Молодой ученый.* 2014. № 6. С. 320–324. **2.** Котлячков О. В., Фазульянова З. З. Необходимость организации внутреннего контроля экономического субъекта. URL: https://cyberleninka.ru/article/n/neobhodimost-organizatsii-vnutrennego-kontrolya-ekonomicheskogo-subekta. **3.** Игнатьева Е. В. Методика анализа финансового состояния предприятия. *Молодой ученый.* 2015. № 5. С. 272–275. **4.** Серебрякова Т. Ю. Риски организации и внутренний экономический контроль. М. : Инфра-М, 2010. 112 с. **5.** Аманжолова В. А., Карпутова И. Г. Теоретические и методологические основы аудита учетной политики. *Аудит и финансовый анализ.* 2010. № 3. С. 7–10.

СТАН І ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ЖИТЛОВО-КОМУНАЛЬНОГО ГОСПОДАРСТВА УКРАЇНИ

УДК 332.8-043.86 (477)

Кочина О. Р.

Студент 2 курсу
факультету консалтингу і міжнародного бізнесу ХНЕУ ім. С. Кузнеця

Анотація. *Досліджено особливості житлово-комунального господарства в Україні за сучасних економічних умов. Проаналізовано стан і структуру вітчизняного житлово-комунального господарства задля виявлення недоліків, основних проблем і перспектив розвитку.*

Ключові слова: *економіка, політика, підприємство, організація, тарифи, житлово-комунальне господарство, об'єднання співвласників багатоквартирних будинків, тарифна політика, реформування.*

Аннотация. *Исследованы особенности жилищно-коммунального хозяйства в Украине в современных экономических условиях. Проанализированы состояние и структура отечественного жилищно-коммунального хозяйства для выявления недостатков, основных проблем и перспектив развития.*

Ключевые слова: *экономика, политика, предприятие, организация, тарифы, жилищно-коммунальное хозяйство, объединения совладельцев многоквартирных домов, тарифная политика, реформирование.*

Annotation. *The features of housing and communal services in Ukraine (housing and communal services) in modern economic conditions are investigated. The state and structure of the domestic housing and communal services for identifying shortcomings, major problems and development prospects are analyzed.*

Keywords: *economy, politics, enterprise, organization, tariffs, housing and communal services, association of co-owners of apartment buildings, tariff policy, reforming.*

На шляху становлення та розбудови незалежної української держави одним із найважливіших завдань є конструктивне розв'язання проблем, що існують у суспільстві. Однією з таких проблем є зростання кількості збиткових підприємств сфери житлово-комунального господарства, падіння якості послуг, неефективна тарифна політика. Житлово-комунальна галузь країни потребує впровадження нових механізмів управління, термінових заходів щодо її реформування, оздоровлення як на національному, так і на місцевому рівнях. Тому актуальним є розгляд недоліків, основних проблем і перспектив розвитку житлово-комунального господарства в Україні.

Дослідженням проблем житлово-комунального господарства та пошуком шляхів їх вирішенням займалися Дітхельм Л., Стівенсон П., Твісс Б., Антонюк Л., Бубенко П., Геєць В., Димченко О., Манцевич Ю., Морозова Т., Рибалко О. та ін. Однак, проблеми у житлово-комунальному господарстві є недостатньо опрацьованими вітчизняною наукою.

Метою написання статті є обґрунтування теоретичних положень житлово-комунального господарства в Україні, дослідження стану, проблем, а також перспектив його розвитку.

Житлово-комунальне господарство посідає ключове місце в економіці України, забезпечення його стабільного функціонування є одним із найважливіших завдань національного масштабу. Згідно із Законом України «Про житлово-комунальні послуги» житлово-комунальне господарство є результатом господарської діяльності, спрямованої на забезпечення умов проживання та перебування осіб у жилих і нежилих приміщеннях, будинках і спорудах, комплексах будинків і споруд відповідно до нормативів, норм, стандартів, порядків і правил [1].

Результат аналізу існуючих наукових джерел дає підстави визначити як структурні складові житлово-комунального господарства газопостачання, теплопостачання, електропостачання, електротранспорт, водопровідно-каналізаційне господарство, зелене господарство, дорожнє господарство, благоустрій і санітарне очищення міста, ритуальне обслуговування, зовнішнє освітлення [2].

Житлово-комунальне господарство є найважливішою галуззю, яка відіграє головну роль у забезпеченні умов життя громадян країни. На сьогоднішній день для житлово-комунального господарства в Україні характерними є тенденції до зниження якості наданих послуг, бо основні фонди майже вичерпали повністю свій віковий і технічний ресурс. Зношеність об'єктів водопостачання, водовідведення, теплопостачання, газових мереж у цілому перевищує 60 %, в окремих випадках сягає 90–100 % [3].

© Кочина О. Р., 2017

Згідно з «Концепцією розвитку житлово-комунального господарства в Україні» у 31 місті та майже в третині селищ міського типу відсутня мережа каналізації, 15 % цих населених пунктів не мають централізованого водопостачання, каналізаційні споруди у 110 міських населених пунктах перевантажені, тому щодоби у водойми скидається понад 4,4 млн куб. метрів неочищених стічних вод [4].

Через експлуатацію зношеного обладнання котелень і мереж збільшуються витрати теплової енергії та знижується теплопостачання. Майже 6 тисяч кілометрів інженерних мереж перебувають у аварійному стані. До того ж гострим є питання міського електротранспорту, тому що третина рухомого складу й четверта частина трамвайних колій і контактних мереж потребують заміни. В Україні майже 80 % сміттєзвалищ експлуатуються без запобіжних засобів проти забруднення підземних вод і повітряного басейну. Через брак обладнання практично не переробляється та не знешкоджується сміття [4].

На стан житлово-комунального господарства також впливає державне управління. Відсутність позитивних змін у становлення ринкової економіки, розвитку конкуренції та залученні приватних інвестицій щороку тільки ускладнюють ситуацію. Слабка увага до забезпечення стабільної роботи житлово-комунального комплексу може призвести до непередбачуваних соціальних наслідків, оскільки відсутність тепла, води, каналізації, надмірна старість мереж, комунікацій загрожують здоров'ю й життю населення.

Незважаючи на те, що проблеми функціонування житлово-комунального господарства постійно перебувають під увагою органів державного управління України, серйозних позитивних зрушень у цій сфері досі не відбулося. Це пояснюється тим, що житлово-комунальне господарство є інфраструктурною складовою системи державного управління та місцевого самоврядування, однак, інвестується за залишковим принципом [3]. Тому більшість підприємств житлово-комунального господарства не мають мотивації до ефективного господарювання, що призводить до перекладання їх невирішених проблем на споживачів через підвищення цін і тарифів, або на державний та місцеві бюджети.

Через недосконалу тарифну політику з кожним роком зростає збитковість житлово-комунального господарства. Тривале штучне стримування перегляду тарифів для населення поглибило проблему та наблизило її до критичної межі. В Україні відсутні економічні стимули для залучення інвестицій до комунальної галузі, бо фінансові та кредитні установи не розглядають її як інвестиційно-привабливу через значну фінансову нестабільність.

Українське житлово-комунальне господарство потребує радикального реформування.

1. Необхідно оновити та провести ремонт усіх об'єктів житло-комунального господарства, налагодити виробництво спеціальної техніки, устаткування та приладів для потреб житлово-комунального господарства, упровадити сучасні технології очищення води, інтенсифікувати процеси очищення природних, стічних і зливових вод, утилізацію їх осадів шляхом створення й упровадження нових технологій, створити моніторингову систему енергозбереження, завдяки якій можна підвищити ефективність використання енергоресурсів тощо.

2. Слід перейти на нову систему оплати житла і комунальних послуг, які є економічно обґрунтованими, забезпечити повне відшкодування витрат, установити диференційовані ставки оплати житла залежно від якості житлового будинку. Також необхідно перейти на договірні відносини з усіма службами, які обслуговують житловий фонд, що дозволить підвищити рівень послуг і збалансувати співвідношення «ціна–якість». Крім цього, потрібно знижувати податки, надавати пільги, щоб заохочувати інвестування в будівництво, модернізацію та реконструкцію об'єктів житлово-комунального господарства.

3. Необхідно провести реструктуризацію підприємств локальних монополістів (водопостачання та водовідведення, теплопостачання та ін.), подолати монополію держави на житловий фонд і визначити господаря житлового будинку. Для цього потрібно об'єднатися співвласникам багатоквартирних будинків. Згідно із даними 2010 р. з 215 тисяч житлових будинків тільки в 11 тисячах створено об'єднання співвласників багатоквартирних будинків (ОСББ), що не перевищує 6 % від загальної кількості [4].

Станом на 2017 р. в Україні діють 27 111 ОСББ. Протягом першого півріччя 2017 р. утворено понад 1000 ОСББ. На сьогодні близько 20 % багатоквартирних будинків перебувають в управлінні ОСББ. Потрібне також формування комунальних служб у сільській місцевості та інтегрування їх у єдину систему житлово-комунального господарства.

Однак, незважаючи на всі недоліки та проблеми, в Україні існують перспективи розвитку житлово-комунального господарства.

1. Фінансові установи видають так звані «теплі кредити» на утеплення та модернізацію використання паливно-енергетичних ресурсів у багатоквартирних будинках.

2. Україна має поступово відмовитись від планування управління відходами на основі адміністративного поділу і перейти на інтегровану систему поводження з відходами, яка діятиме на засадах міжмуніципального співробітництва. Такий підхід закладено у проекті Національної стратегії поводження з відходами в Україні до 2030 р. [5].

3. Мінрегіонбуд України у 2013 році ініціював залучення кредитних ресурсів Світового банку розміром до 300 млн дол. США для підвищення якості та надійності послуг комунальних підприємств, збільшення ефективності використання енергії, інвестування у відновлення та заміну пошкоджених систем.

4. Прийнято Національний план дій із відновлюваної енергетики до 2020 р., з липня 2014 р. уряд прийняв кілька стимулюючих законодавчих актів [6].

Таким чином, проаналізувавши стан і перспективи розвитку житлово-комунального господарства України, можна стверджувати, що реформаційний процес є об'єктивною необхідністю сьогодення, оскільки практично всі підприємства галузі працюють у збитковому режимі. Незважаючи на вагому кількість недоліків у житлово-комунальному господарстві, існують і певні перспективи, які передбачають підвищення якості послуг, заміну старого обладнання, модернізацію використання паливно-енергетичних ресурсів та відновлюваної енергетики.

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

Література: 1. Про житлово-комунальні послуги : Закон України від 09.11.2017 № 2189-VIII // База даних «Законодавство України» / Верховна Рада України. URL: http://zakon5.rada.gov.ua/laws/show/2189-19. **2.** Перькова О. О. Особливості сучасного розвитку ринку послуг житлово-комунального господарства України. *Вісник ІЕПД НАН України.* 2011. № 1. С. 74–78. **3.** Панасенко І. О. «Дорожня карта» реформування житлово-комунального господарства України. *Держава і ринок.* 2013. № 6. С.14–16. **4.** Про Концепцію розвитку житлово-комунального господарства в Україні : Постанова від 27.02.1995 № 150 // База даних «Законодавство України» / Верховна Рада України. URL: http://zakon5.rada.gov.ua/laws/show/150-95-%D0%BF. **5.** Міністерство з питань житлово-комунального господарства України // Офіційний сайт Міністерства з питань житлово-комунального господарства України. URL: http://www.pravinform.gov.ua. **6.** Департамент містобудування, архітектури, будівництва та житлово-комунального господарства Житомирської облдержадміністрації. URL: http://oda.zt.gov.ua/adm-pos-departament-mistobuduvannya,-arxitekturi,-budivnicztva-ta-zhitlovo-komunalnogo-gospodarstva.

АНАЛІЗ ОБІГУ КОРПОРАТИВНИХ ОБЛІГАЦІЙ НА ФІНАНСОВОМУ РИНКУ УКРАЇНИ

УДК 336.763.3(477)

Кошева О. М.

Студент 4 курсу
факультету консалтингу і міжнародного бізнесу ХНЕУ ім. С. Кузнеця

Анотація. *Розглянуто сутність і місце корпоративних облігацій на вітчизняному фінансовому ринку. Проаналізовано властивості облігацій як інструменту продуктивного застосування фінансових ресурсів. Досліджено обіг корпоративних облігацій на вітчизняному фінансовому ринку.*

Ключові слова: *економіка, фінанси, фінансовий ринок, фінансові ресурси, цінні папери, облігації, корпоративні облігації, емісія облігацій.*

Аннотация. *Рассмотрены сущность и место корпоративных облигаций на отечественном финансовом рынке. Проанализированы свойства облигаций как инструмента продуктивного применения финансовых ресурсов. Исследован оборот корпоративных облигаций на отечественном финансовом рынке.*

Ключевые слова: *экономика, финансы, финансовый рынок, финансовые ресурсы, ценные бумаги, облигации, корпоративные облигации, эмиссия облигаций.*

© Кошева О. М., 2017

Annotation. *The essence and place of corporate bonds in the domestic financial market are considered. The properties of bonds as an instrument of productive use of financial resources are analyzed. The turnover of corporate bonds in the domestic financial market has been studied.*

Keywords: *economy, finance, financial market, financial resources, securities, bonds, corporate bonds, bond issues.*

Щоб внести частку інвестицій у розвиток економіки, залучення коштів, зокрема цінних паперів (облігацій), через структуру фінансового ринку методом емісії корпоративних цінних паперів, є не останньою за важливістю формою накопичення фінансових ресурсів. За рахунок облігацій існує ймовірність вирішення проблеми фінансування підприємств на довгостроковій основі й урегулювання належного рівня зосередження інвестицій у перспективних галузях економіки.

Дослідженням шляхів удосконалення регулювання фінансового ринку, у тому числі ринку цінних паперів, займалися Білик О. П., Буй Т. Г., Гриценко Т. В., Мошенський С. З., Нічосова Т. В., Любкіна О. В., Лютий І. О., Примєрова О. К., Ходаківська В. П. та ін. У роботах науковців розглянуто питання формування результативної системи державного управління та створення вітчизняної форми фінансового ринку. Але залишилися питання, які відображено недостатньо й потребують подальшого поглибленого дослідження: дефініція факторів і шляхів застосування корпоративних облігацій для покращення сектора економіки.

Метою написання статті є вдосконалення аналізу обігу корпоративних облігацій на вітчизняному фінансовому ринку.

Фінансовий ринок є інструментом матеріалізації попиту та пропозиції на фінансові засоби та ресурси суб'єктів господарських відносин, який дає право підвищити ефективність у перепризначення вільних фінансових засобів. Фінансові ресурси або засоби, які набувають форми різних механізмів їх перерозподілу і найчастіше від того, на якій частині ринку обертаються, визнають товаром на фінансовому ринку. Відповідно до цього корпоративні облігації належить досліджувати як товар, який перебуває на ринку корпоративних облігацій. Цей ринок є важливою частиною ринку цінних паперів, який генерує структуру фінансового ринку разом з іншими ринками. Проаналізувавши кілька формулювань облігацій і їх завдань, можна викласти сутність корпоративних облігацій. Це борговий цінний папір, який випускається особою для інвестування грошового надходження на вдосконалення бізнесу, який, у свою чергу, говорить і про те, що емітент має реалізувати перед власником цінного паперу всі вимоги щодо випуску облігації [2; 5; 7].

Ці вимоги описані в проспекті емісії – документі, який подає емітент у державний орган, який, у свою чергу, виконує зобов'язання з управління й урегулювання ринку цінних паперів. Ключові положення цього документа є нескладними й передбачають, що емітент має повернути номінальну вартість цієї облігації згідно із закінченням терміну обігу. Емітент бере на себе зобов'язання сплачувати відсоток у або із певною періодичністю, або в останній день обігу.

Порушення цих зобов'язань засвідчує, що емітент не здатен виплатити власні позики. У багатьох випадках для власників таких облігацій виплата коштів відбувається через рішення суду, якщо боржник (тобто емітент) виявляється банкрутом. Якщо облігації характеризуються фіксованим забезпеченням, то права держателів акцій можна розглянути раніше, ніж права інших кредиторів. Корпоративні облігації за цією ознакою поділяють на три види (табл. 1) [4–7].

Таблиця 1

Види корпоративних облігацій

Вид облігації	Характеристика
Забезпечені	Відповідальність і зобов'язання емітента підкріплюються кількістю матеріальних активів
Незабезпечені	Не мають спеціального забезпечення. Якщо було відмовлено у виплаті за цінні папери, ніяке майно або активи не можуть бути заставою
Гарантовані	Якщо емітент не має можливості виконати свої зобов'язання, ці облігації дають змогу здійснити виплату одній або кільком особам

Потрібно розуміти, що ніякі фактори не вбережуть власників акцій від фінансових ризиків. Найважливішим у виплаті позики (боргу) є висока конкурентоспроможність емітента, який зможе вчасно і без відстрочки віддати борг. Якщо аналізувати ринок корпоративних облігацій в Україні, можна помітити, що тут наявні в основному локальні інвестори та банки (рис. 1) [3; 8].

Більшість лідерів торгів за облігаціями – компанії будівельної галузі. Найбільшу кількість угод з облігаціями підприємств підписують юридичні особи – резиденти (рис. 2; 3) [8].

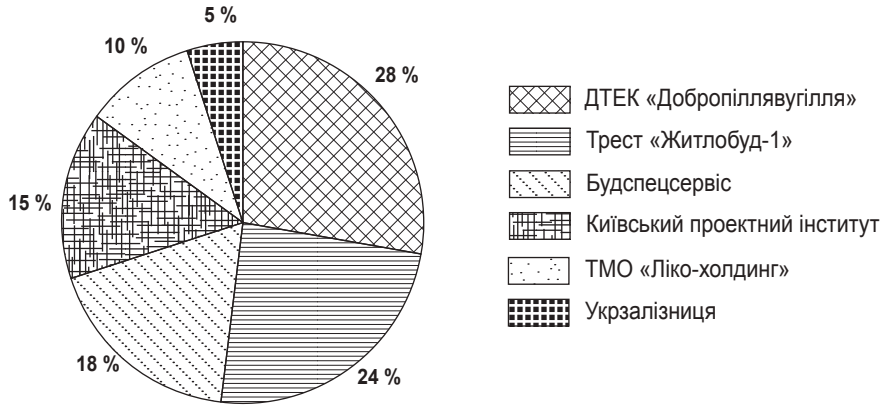


Рис. 1. **Топ-6 власників корпоративних облігацій, 2016 р.**

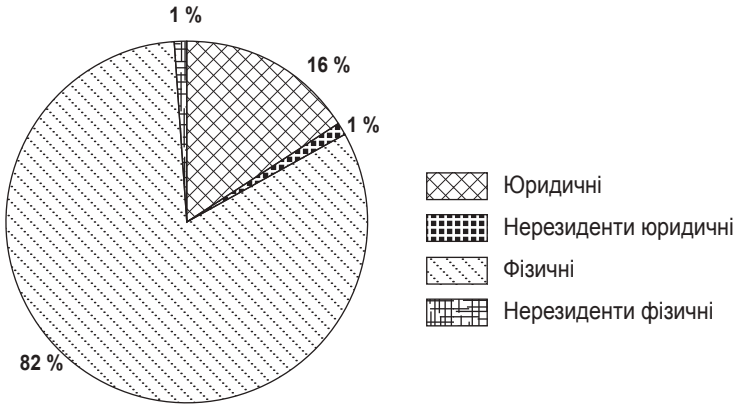


Рис. 2. **Структура торгів за видами учасників торгів (неорганізований ринок)**

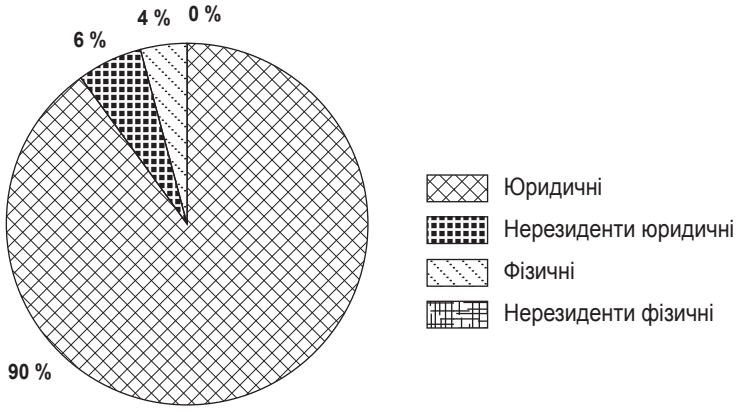


Рис. 3. **Структура торгів за видами учасників торгів (організований ринок)**

Отже, цільові облігації, які пропонували компанії будівельної галузі, перебували в основному на рахунках фізичних осіб. На торгах за корпоративними облігаціями на організованому ринку в серпні 2017 р. були три емітенти: ТОВ «Сервіс-Технобуд», ПАТ «Таскомбанк та ПАТ «Нео Віта» (табл. 2) [8].

Таблиця 2

ТОП-3 облігацій, що перебували в обігу на фондовій біржі, серпень 2017 р.

Назва	Кількість угод	Обсяг, млн грн
ТОВ «Сервіс-Технобуд»	3	475
ПАТ «Таскомбанк»	9	152
ПАТ «Нео Віта»	3	75

Таким чином, сутність корпоративних облігації можна розглядати згідно з їх функціональною стороною, а саме як інструмент збільшення фінансових ресурсів. Аналіз ринку корпоративних облігацій в Україні свідчить, що для розвитку фінансового ринку нашій країні потрібні заходи як з боку емітентів, так і з боку регулятора ринку цінних паперів. Найважливішим завдання фінансового ринку є досягнення відповідності між попитом підприємств на фінансові ресурси та їх пропозицією з боку інших суб'єктів ринку.

Науковий керівник – канд. екон. наук, доцент Мішин О. Ю.

Література: 1. Нічосова Т. В. Системні трансформації ринку корпоративних облігацій України. *Банківська справа.* 2008. № 4. С. 24–30. **2.** Лютий І. О., Гриценко Т. В., Любкіна О. В. Ринок боргових цінних паперів в Україні: суперечності та тенденції розвитку : монографія. Київ : Центр навч. літ., 2008. 432 с. **3.** Вальчишен А. Ринок корпоративних облігацій в Україні : аналітичний огляд // Проект технічної допомоги Агентства США з міжнародного розвитку компанії ПАДКО «Впровадження пенсійної реформи в Україні». Київ, 2003. 37 с. **4.** Білоус І. В. Інвестиційна привабливість корпоративних облігацій та їх ризики. *Формування ринкових відносин в Україні.* 2008. № 3. С. 91–95. **5.** Сутормiна В. М. Фінанси зарубіжних корпорацій : підручник. Київ : КНЕУ, 2004. 566 с. **6.** Лапішко З. Я. Вплив фінансових установ на розвиток ринку муніципальних облігацій України і Польщі. *Вісник соціально-економічних досліджень.* 2006. № 4. С. 116–122. **7.** Ходаківська В. П. Теоретичні аспекти територіальної організації фінансового ринку в Україні. *Продуктивні сили і регіональна економіка.* 2005. № 7. С. 68–76. **8.** Національна комісія з цінних паперів та фондового ринку // Офіційний сайт Національної комісії з цінних паперів та фондового ринку. URL: http://www.nssmc.gov.ua/fund/analytics.

ПРОГНОЗУВАННЯ ФІНАНСОВИХ РЕЗУЛЬТАТІВ ПІДПРИЄМСТВА ІЗ ЗАСТОСУВАННЯМ МЕТОДУ ЧАСОВИХ РЯДІВ

УДК 519.86:338.27

Кошель Д. Ю.

Магістрант 2 року навчання
фінансового факультету ХНЕУ ім. С. Кузнеця

Анотація. *Розглянуто сутність процесу прогнозування фінансових результатів діяльності підприємства із застосуванням методу часових рядів. За допомогою інструментарію Microsoft Excel здійснено прогнозування обсягів чистого доходу, фінансових результатів від напрямків діяльності та фінансового результату до оподаткування на прикладі ПАТ «Дім марочних коньяків «Таврія».*

Ключові слова: *економіка, підприємство, організація, суб'єкт господарювання, оподаткування, фінанси, фінансовий результат, фінансовий стан, фінансовий результат до оподаткування, чистий дохід, прогнозування, методи прогнозування, метод часових рядів.*

Аннотация. *Рассмотрена сущность процесса прогнозирования финансовых результатов деятельности предприятия с применением метода временных рядов. С помощью инструментария Microsoft Excel осуществлено прогнозирование объемов чистого дохода, финансовых результатов от направлений деятельности и финансового результата до налогообложения на примере ООО «Дом марочных коньяков «Таврия».*

Ключевые слова: *экономика, предприятие, организация, субъект хозяйствования, налогообложения, финансы, финансовый результат, финансовое состояние, финансовый результат до налогообложения, чистый доход, прогнозирования, методы прогнозирования, метод временных рядов.*

© Кошель Д. Ю., 2017

Annotation. *The essence of the process of forecasting the financial results of an enterprise with the use of the time series method is considered. With the help of the Microsoft Excel toolkit, we forecast the volumes of net income, financial results from the lines of business and the financial result before taxation, for example, LLC «House of Brandy Brandies «Tavria».*

Keywords: *economy, enterprise, organization, business entity, taxation, finance, financial result, financial condition, financial result before taxation, net income, forecasting, forecasting methods, time series method.*

На сучасному етапі розвитку економіки України головним завданням є забезпечення її сталого зростання. Рушійною силою для його здійснення є підприємства, які, у свою чергу, повинні бути конкурентоспроможними, економічно незалежними і мати в достатньому обсязі власні кошти, аби забезпечити власний виробничий і соціальний розвиток. Задля досягнення таких характеристик підприємство має стабільно отримувати прибуток. Питанням ефективного використання наявних ресурсів і забезпечення високих економічних результатів діяльності приділяється значна увага на кожному підприємстві. За невизначених умов господарювання, нестабільності зовнішнього середовища в системі управління підприємством важливе місце посідає прогнозування його фінансових результатів, чим і обумовлено актуальність цього дослідження.

Дослідженням проблем прогнозування фінансових результатів діяльності підприємства займалися Грабовецький Б. Є., Лисогор В. М., Гаркуша Н. М., Лукашин Ю. П., Присенко Г. В. та ін.

Метою написання статті є визначення майбутніх тенденцій формування фінансових результатів підприємства із застосуванням методу прогнозування на основі часових рядів для обґрунтування ефективних управлінських рішень.

Розглянемо інструментарій цього методу прогнозування. Найпоширенішим засобом прогнозування є побудова ліній тренду засобами Microsoft Excel із застосуванням точкової діаграми за даними минулих періодів.

Тренд – це спрямованість зміни економічних показників, яка є визначуваною шляхом обробки звітних статистичних даних і встановлення на цій основі тенденцій економічного зростання або спаду [2]. Властивості розвитку виражають різні рівняння трендів. У Microsoft Excel є такі типи апроксимуючої залежності: параболічна, лінійна, степенева, логарифмічна та експоненціальна. Однак, спроба застосувати запропоновані моделі призводить до отримання різних чисельних результатів, які до того ж мають різний напрямок розвитку. Тому для визначення доцільності застосування тієї чи іншої моделі прогнозування беруть до уваги значення похибки апроксимації (R2). Чим ближчим є значення R2 до 1, тим точніше обрана модель відображає тенденцію розвитку, тобто тим достовірнішими є результати прогнозування [1; 2].

Інформаційну базу дослідження сформуємо на підставі річної фінансової звітності ПАТ «Дім марочних коньяків «Таврія» за 2006–2016 рр. (табл. 1) [1–3].

Таблиця 1

Показники діяльності ПАТ «Дім марочних коньяків «Таврія» за 2006–2016 рр., тис. грн

Рік	Показник						
	Чистий дохід від реалізації	Собівартість реалізованої продукції	Валовий прибуток	Фінансовий результат від операційної діяльності	Фінансовий результат від фінансової діяльності	Фінансовий результат від інвестиційної діяльності	Фінансовий результат до оподаткування
2006	124586	81908	42677	21975	-7450	-1149	13375
2007	178355	90607	87747	51624	-13385	-2781	35458
2008	173964	108984	64980	39641	-6808	-53866	-21033
2009	245825	154563	91262	38404	-22136	-9944	6324
2010	223930	143701	80229	3622	-30886	8164	-19100
2011	304916	180237	124589	62507	2046	2979	67532
2012	348555	165271	183284	88621	-39550	0	49071
2013	193724	52961	140763	39427	-34201	-2721	2505
2014	454022	239701	214321	78520	-22177	-149480	-93137
2015	721586	349471	372115	368410	-80854	-133541	154015
2016	704382	568800	135582	86629	35020	-49984	71665

Як вихідні дані використаємо щорічний обсяг чистого доходу від реалізації (товарів, робіт і послуг) аналізованого підприємства за 2006–2016 рр. і розрахуємо прогнозне значення чистого доходу від реалізації на наступний рік.

У результаті побудови лінії тренду й аналізу її параметрів можна визначити, що найкращою для прогнозування показника чистого доходу від реалізації є поліноміальна функція 2-го ступеня, за якої значення коефіцієнта детермінації становить 0,842. Оскільки фактичне значення R2 > 0,7, то побудована модель є достовірною й може бути використаною для прогнозування показника. Графічно модель прогнозування чистого доходу від реалізації ПАТ «Дім марочних коньяків «Таврія» подано на рис. 1 [1–3].

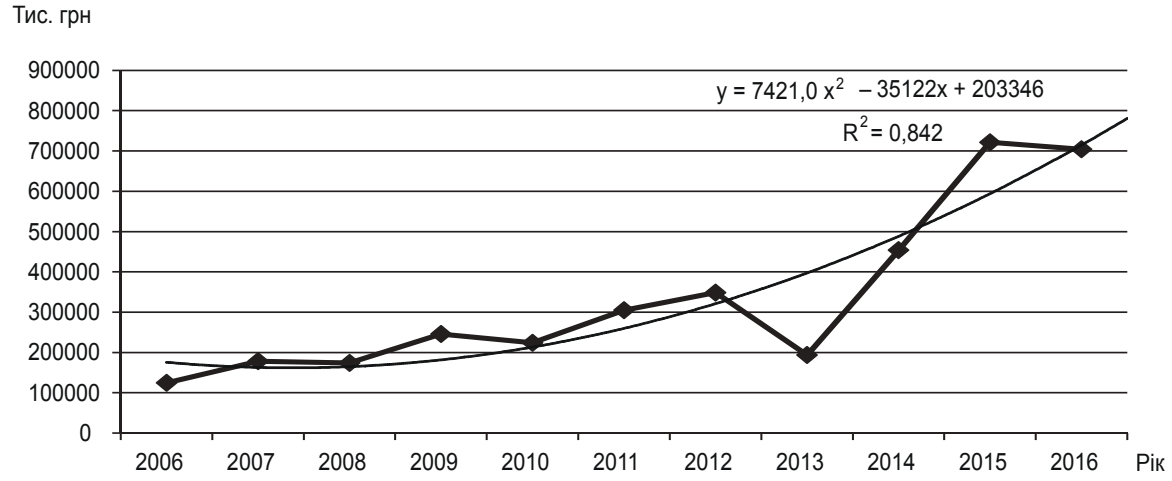


Рис. 1. **Фактичні та прогнозний рівні чистого доходу від реалізації**

Як бачимо з рис. 1, протягом 2006–2016 рр. чистий дохід від реалізації ПАТ «Дім марочних коньяків «Таврія» збільшився більше, аніж у п'ять разів. Кризовим періодом є 2013 р., коли значення чистого доходу підприємства знизилося відносно попереднього року на 44,4 %. Однак, уже наступного року і надалі спостерігається його зростання, що свідчить про подолання кризи на підприємстві та збільшення обсягів реалізації готової продукції, а отже, і про покращення ділової активності підприємства. Зменшення обсягу чистого доходу в 2016 р. відносно показника 2015 р. є зумовленим значним зростанням акцизного збору на алкогольну продукцію (на виноробну продукцію – на 37 %, на лікеро-горілчану – на 20 %).

У результаті побудови поліноміальної лінії тренду отримуємо рівняння:

$$Y = 7421{,}2\ X^2 - 35122\ X + 203346,$$

де Y – чистий дохід підприємства (ЧД);

X – порядковий номер прогнозованого року.

Для отримання прогнозного значення чистого доходу від реалізації необхідно у рівняннях тренду замість змінної X підставити номер періоду [3]. Прогнозований рівень чистого доходу підприємства на 2017 р. становить:

$$ЧД_{2017р.} = 7421{,}2 \times 122 - 35122 \times 12 + 203346 = 850534 \text{ тис. грн.}$$

Виходячи з отриманого прогнозного рівня чистого доходу від реалізації, можна стверджувати, що у 2017 р. ПАТ «Дім марочних коньяків «Таврія» збереже тенденцію щодо нарощування обсягів реалізації готової продукції, а отже, і збільшення своєї частки на ринку.

Наступним кроком є прогнозування розміру прибутку до оподаткування ПАТ «Дім марочних коньяків «Таврія» на 2017 р. Прогнозування виконаємо за допомогою функції «ПРЕДСКАЗ», а також виходячи з того, що прибуток до оподаткування обчислюють за формулою (1):

$$ФР_{доопод.} = ФР_{опер.діял.} + ФР_{фін.діял.} + ФР_{інв.діял.} \quad (1)$$

Функція «ПРЕДСКАЗ» обчислює майбутній показник за заданим значенням, програма використовує лінійну регресію. Функцію «ПРЕДСКАЗ» застосовують для прогнозування тенденції споживання товару, потреби підприємства в додаткових одиницях обладнання, майбутніх продажів та ін.

Результати прогнозування подано на рис. 2 [1–5].

Порівняльну характеристику фактичних і прогнозних показників діяльності досліджуваного підприємства подано в табл. 2 [1–3].

	A	B	C	D	E
1	Роки	Фінансовий результат від операційної діяльності, тис. грн.	Фінансовий результат від фінансової діяльності, тис. грн.	Фінансовий результат від інвестиційної діяльності, тис. грн.	Фінансовий результат до оподаткування, тис. грн.
2	2006	21975	-7450	-1149	13375
3	2007	51624	-13385	-2781	35458
4	2008	39641	-6808	-53866	-21033
5	2009	38404	-22136	-9944	6324
6	2010	3622	-30886	8164	-19100
7	2011	62507	2046	2979	67532
8	2012	88621	-39550	0	49071
9	2013	39427	-34201	-2721	2505
10	2014	78520	-22177	-149480	-93137
11	2015	368410	-80854	-133541	154015
12	2016	86629	35020	-49984	71665
13	2017	177803	-27476	-92817	57510
14		=ПРЕДСКАЗ(A14;B2:B12;A2:A12)	=ПРЕДСКАЗ(A14;C2:C12;A2:A12)	=ПРЕДСКАЗ(A14;D2:D12;A2:A12)	=B13+C13+D13

Рис. 2. **Прогнозування фінансових результатів ПАТ «Дім марочних коньяків «Таврія» на 2017 р.**

Таблиця 2

Порівняльна характеристика фактичних і прогнозних показників діяльності ПАТ «Дім марочних коньяків «Таврія»

Показники	Фактичні, 2016	Прогнозні, 2017	Відхилення	
			+/-	%
Чистий дохід від реалізації товарів, робіт і послуг,тис. грн	704382	850534	146152	20,7
Фінансовий результат від операційної діяльності, тис. грн	86629	177803	91174	105,2
Фінансовий результат від фінансової діяльності, тис. грн	22088	-27475	-49563	-224,4
Фінансовий результат від інвестиційної діяльності, тис. грн	-49984	-92817	-42833	-85,7
Прибуток до оподаткування, тис. грн	71665	57510	-14155	-19,8

Із розрахунків, проведених із застосуванням статистичного пакету аналізу даних у Excel та їх результатів, бачимо, що в 2017 р. досліджуване підприємство нарощуватиме обсяги випуску готової продукції. Фінансовий результат від операційної діяльності прогнозується на рівні 177803 тис. грн, що перевищує показник 2016 р. на 91174 тис. грн, або на 20,7 %. Зростання цього показника можливе за рахунок збільшення обсягів реалізації готової продукції або підвищення відпускних цін, скорочення частки собівартості в ціні на готову продукцію, а також зменшення частки адміністративних витрат і витрат на збут. Фінансовий результат від фінансової діяльності прогнозується у вигляді збитку в розмірі 49563 тис. грн за рахунок сплати відсотків за користування наданими кредитами і втрат за рахунок від'ємних курсових різниць. Прогнозується збільшення збитку від інвестиційної діяльності на 42833 тис. грн, або на 85,7 % від аналогічного показника 2016 р., оскільки ПАТ «Дім марочних коньяків «Таврія» є стовідсотковим власником дочірніх підприємств «Таврія-1» і «Таврія», які потребують щорічних інвестицій для підтримки й розширення діяльності. Зниження прогнозного показника прибутку до оподаткування відносно 2016 р. свідчить про недостатню ефективність обраного напряму розвитку підприємства й про те, що керівництву підприємства та його фінансовим менеджерам необхідно вдосконалювати систему стратегічного управління прибутком підприємства.

Таким чином, у дослідженні здійснено прогнозування фінансових результатів діяльності ПАТ «Дім марочних коньяків «Таврія» із застосуванням методу часових рядів. Встановлено, що, незважаючи на зростання обсягу чистого доходу від реалізації продукції, обсяг прибутку підприємства в 2017 р. знизиться відносно 2016 р., отже, керівництву підприємства та його фінансовим менеджерам необхідно переглянути й удосконалити політику формування та управління прибутком на підприємстві.

Науковий керівник – канд. екон. наук, доцент Берест М. М.

Література: 1. Грабовецький Б. Є. Планування та економічне прогнозування : навч. посіб. Вінниця : ВНТУ, 2013. 66 с. **2.** Лисогор В. М., Яремко С. А., Ольшевська О. В. Застосування методів прогнозування в процесі моделювання економічної діяльності підприємства. *Вісник Хмельницького національного університету.* 2011. № 2.

С. 13–21. **3.** Гаркуша Н. М., Цуканова О. В., Горошанська О. О. Моделі і методи прийняття рішень в аналізі та аудиті : навч. посіб. Київ : Знання, 2012. 592 с. **4.** Лукашин Ю. П. Адаптивные методы краткосрочного прогнозирования временных рядов. М. : Финансы и статистика, 2003. 416 с. **5.** Присенко Г. В., Равікович Є. І. Прогнозування соціально-економічних процесів : навч. посіб. Київ : КНЕУ, 2005. 378 с.

ПРИХОВАНЕ БЕЗРОБІТТЯ В УКРАЇНІ: ПРИЧИНИ, НАСЛІДКИ ТА ШЛЯХИ ПОДОЛАННЯ

УДК 331.56/.57-021.452(477)

Кривко В. С.

Студент 3 курсу
факультету консалтингу і міжнародного бізнесу ХНЕУ ім. С. Кузнеця

Анотація. *Розкрито сутність поняття прихованого безробіття, проаналізовано причини зростання рівня прихованого безробіття в Україні. Визначено шляхи та негативні наслідки його поширення. Запропоновано напрями подолання тенденції зростання прихованого безробіття в нашій країні.*

Ключові слова: *економіка, політика, право на працю, безробіття, приховане безробіття, наслідки прихованого безробіття, подолання прихованого безробіття.*

Аннотация. *Раскрыта сущность понятия скрытой безработицы, проанализированы причины роста уровня скрытой безработицы в Украине. Определены пути и негативные последствия ее распространения. Предложены направления преодоления тенденции роста скрытой безработицы в нашей стране.*

Ключевые слова: *экономика, политика, право на труд, безработица, скрытая безработица, последствия скрытой безработицы, преодоление скрытой безработицы.*

Annotation. *The essence of the concept of hidden unemployment is revealed, the reasons for the increase in the level of hidden unemployment in Ukraine are analyzed. The ways and negative consequences of its spread have been determined. Suggested directions to overcome the trend of growth of hidden unemployment in our country.*

Keywords: *economy, politics, right to work, unemployment, hidden unemployment, consequences of hidden unemployment, overcoming hidden unemployment.*

Трансформація економіки України супроводжується загостренням проблем зайнятості населення, у процесі розвитку ринкової економіки виникає одна з причин макроекономічної нестабільності – неповна зайнятість. За сучасних умов господарювання ефективне функціонування економіки можливе лише за умови забезпечення повної зайнятості наявних трудових ресурсів, а зростання прихованого безробіття не тільки має негативні наслідки, але й не дозволяє об'єктивно оцінити стан економіки й ужити необхідних заходів задля його покращення. Отже, проблема визначення сутності та причин зростання прихованого безробіття є актуальною.

Дослідженням проблем безробіття займалися Алупко С. М., Завіновська Г. Т., Лібанова Е. М. та ін. Однак, проблема безробіття для України залишається актуальною та потребує подальшого поглибленого доопрацювання.

Метою написання статті є дослідження причин і наслідків прихованого безробіття, а також визначення шляхів ефективного їх подолання.

Приховане безробіття – це неповна вимушена зайнятість працівників, які стали зайвими з різних організаційно-економічних причин, але продовжують знаходитися у складі підприємства, що є серйозною економічною проблемою для ринкової економіки. Приховане безробіття є напряму пов'язаним із загальним економічним станом у державі, є характерним для ситуації економічного спаду, а боротьба з прихованим безробіттям завжди є одним із найголовніших завдань у сфері макроекономіки [1].

© Кривко В. С., 2017

На розвиток прихованого безробіття найбільший вплив має державна політика. З січня 2017 р. в Україні почав діяти законопроект № 5130 «Про внесення змін до деяких законодавчих актів України», згідно з яким мінімальна заробітна плата підвищилась до 3 200 грн [2]. Ця на перший погляд позитивна зміна має і відчутні негативні наслідки для ринку праці, адже зі збільшенням мінімальної зарплати автоматично вдвічі збільшилися податкові зобов'язання. Зауважимо, що в Україні на початок 2017 р. структура підприємств за співвідношенням великих, середніх і малих підприємств була: 0,1% великих підприємств, 4,4 % середніх підприємств, та 95,5 % малих підприємств, з яких майже 83 % мають статус мікропідприємств [3]. Підвищення мінімальної зарплати змусило роботодавців, як юридичних осіб, так і фізичних осіб – підприємців, переглянути штат працівників, на який вони розраховували ще півроку тому та прийняти рішення про свою подальшу роботу. Як наслідок – скорочення працівників, переведення працівників на 0,5 чи 0,25 окладу для того, щоб продовжувати сплачувати оговорену раніше заробітну плату, закриття бізнесу та перехід до тіньової економіки.

Зменшення кількості працюючих автоматично спричиняє виникнення економічних проблем: неповне завантаження потужностей підприємств, зменшення обсягів виробництва, різке зниження продуктивності праці. Промислове виробництво у січні-травні 2017 р. скоротилося на 1,3 % порівняно з відповідним періодом 2016 р. [3].

Для збереження чисельності співробітників, сподіваючись на позитивні зміни в майбутньому, підприємство може скорочувати робочий день чи відправити працівника у відпустку за свій рахунок. Наявність значної кількості працездатних осіб, які лише формально зайняті, а фактично не працюють і одержують низьку заробітну плату (або зовсім не одержують її), сприяє збільшенню чисельності зайнятих у нерегламентованій діяльності, ускладненню криміногенної ситуації, загостренню соціальних конфліктів [4].

Рівень безробіття у першому кварталі 2017 р. становив 10,5 % (норма – 6%), у другому 10 %. Водночас спостерігається спад зайнятості населення: чисельність зайнятого населення віком 15–70 років у першому півріччі 2017 р. становила 16,1 млн осіб (56 %), у першому півріччі 2016 р. – 16,2 млн осіб (56,2 %) [5]. Це вкрай негативний сигнал, який засвідчує, що відбуваються структурні зміни в економіці, закриваються певні підприємства, людей звільняють. Про існування феномена прихованого безробіття свідчить переважання темпів скорочення чисельності зайнятих над темпами змін у зайнятості та відставання їх від темпів зниження обсягів виробництва.

На зростання прихованого безробіття також впливає воєнний конфлікт на Сході України та запровадження безвізового режиму з країнами Європейського Союзу: потенційні робітники виїжджають працювати за кордон. За різними даними, на заробітках перебуває до шести мільйонів українців [3; 5].

Ще одним фактором є небажання реєструватися у службі зайнятості через низьку матеріальну допомогу від держави та складну бюрократичну систему реєстрації. Це не дозволяє перевести приховане безробіття у відкрите, як наслідок, офіційна статистика не може оцінити реальний стан речей на ринку праці.

Наслідками зростання прихованого безробіття є знецінювання освіти, спад виробництва, втрата кваліфікації, гальмування науково-технічного прогресу через низьку ціну робочої сили, не відбувається перерозподіл робочої сили у прогресивні галузі, падає рівень життя. Спостерігається недовиробництво валового національного продукту порівняно з потенційним рівнем і рівнем повного використання ресурсів [6].

Завданням сучасного етапу розвитку у сфері регулювання зайнятості є реалізація активної політики на ринку праці. Для боротьби з безробіттям державі необхідно підтримувати як робітників, так і підприємців. Якщо держава вже підтримує на законодавчому рівні працівників, збільшуючи мінімальну заробітну плату, то для підтримки підприємців і зменшення прихованого безробіття необхідно провести кардинальну податкову реформу. Зменшення податку на дохід, скасування військового збору та єдиного соціального внеску дасть змогу вийти з тіні значній кількості підприємців. Зменшення податкового тягаря стимулюватиме розвиток і перехід малого бізнесу до середнього. За таких умов підприємці створюватимуть нові місця, а державі надходитиме прибуток за рахунок виведення з тіні отриманих прибутків і сплати єдиного податку на дохід [6].

Знизити безробіття в окремих галузях економіки можна шляхом створення галузевих програм перепідготовки та сприяння зайнятості із залученням до цього відповідних міністерств і відомств [4].

Пріоритетними напрямками реформування вітчизняного ринку праці є вдосконалення системи оплати праці, розширення можливостей отримання населенням офіційних основних і додаткових доходів, соціальна підтримка окремих груп, підвищення якості та конкурентоспроможності робочої сили; сприяння ефективним і доцільним переміщенням працездатного населення; запобігання зростанню безробіття через створення робочих місць за рахунок різних джерел фінансування, упровадження механізмів звільнення й перерозподілу, відновлення вітчизняного виробництва. До боротьби з безробіттям слід залучати значні суми коштів, адже це є проблемою державного характеру, що охоплює всі сфери державного та суспільного існування [6].

Таким чином, рівень оплати праці та система стимулювання підприємців відіграє важливу роль у вирішенні проблеми прихованого безробіття, однак, збільшення робочих місць і поліпшення соціального захисту населення неможливе без загального економічного розвитку країни. Для зменшення обсягів вимушеної неповної зайнятості необхідно стимулювати розвиток малого та середнього бізнесу, ураховуючи потреби й особливості

регіональних ринків праці, на цій підставі підвищувати трудову мобільність робочої сили та її продуктивне використання, створювати умови для підвищення капіталовкладень у підготовку та перепідготовку кадрів.

Науковий керівник – канд. екон. наук, доцент Пилипенко С. М.

Література: 1. Єсінова Н. Економіка праці та соціально-трудові відносини: навч. посіб. Київ : Кондор, 2004. 429 с. **2.** Офіційний вісник України. URL: http://ovu.com.ua. **3.** Статистична інформація // Офіційний сайт Державної служби статистики України. URL: http://www.ukrstat.gov.ua. **4.** Чепурко Г. І. Ринок праці в Україні: проблеми зайнятості в період становлення ринкової економіки. Київ : Знання-Прес, 2010. 312 с. **5.** Державна служба зайнятості // Офіційний сайт Державної служби зайнятості. Режим доступу: http://www.dcz.gov.ua/control/uk/statdatacatalog. **6.** Шевченко Л. С. Безробіття: сутність, причини, наслідки. *Актуальні проблеми економіки.* 2016. №10. С. 300–309.

ПОРІВНЯЛЬНА ХАРАКТЕРИСТИКА ВІТЧИЗНЯНОГО ТА ЗАРУБІЖНОГО СПОЖИВЧОГО КОШИКА

УДК 330.59

Ксенофонтова Ю. Ю.

Студент 2 курсу
фінансового факультету ХНЕУ ім. С. Кузнеця

Анотація. *Досліджено сутність поняття споживчого кошика. Проведено порівняння складових споживчого кошика України та Німеччини. Визначено значущі структурні зміни споживчого кошика базового та поточного року.*

Ключові слова: *економіка, рівень економічного розвитку, прожитковий мінімум, індекс споживчих цін, споживчий кошик.*

Аннотация. *Исследована сущность понятия потребительской корзины. Проведено сравнение составляющих потребительской корзины Украины и Германии. Определены существенные структурные изменения потребительской корзины базового и текущего года.*

Ключевые слова: *экономика, уровень экономического развития, прожиточный минимум, индекс потребительских цен, потребительская корзин.*

Annotation. *The essence of the notion of the consumer basket is investigated. The components of the consumer basket of Ukraine and Germany are compared. Significant structural changes in the consumer basket of the base and current year were determined.*

Keywords: *economy, level of economic development, subsistence minimum, consumer price index, consumer basket.*

Забезпечення зростання добробуту населення є одним із важливих напрямів діяльності держави у сфері соціально-економічних відносин. Суттєву роль у забезпеченні гідного рівня життя відіграє споживчий кошик, ефективне формування та використання якого дозволяє державі впливати на розподіл та споживання матеріальних благ і послуг різними верствами населення. На його підставі формується прожитковий мінімум, тому він має

© Ксенофонтова Ю. Ю., 2017

бути об'єктивним і містити всі необхідні товари і послуги для гідного життя населення. Останнім часом проблема суттєво загострилася, оскільки певним верствам населення не вистачає коштів для існування. Визначення споживчого кошика має велике значення та вплив на інші розрахункові показники.

Дослідженням теоретичних аспектів і практики визначення соціальних стандартів, а саме споживчого кошика, займалися Гончарова С. Ю., Сопоцько О. Ю., Овчаренко Ю. А., Пищуліна О. М., Семенченко А. В. та ін. Однак, незважаючи на наявність численних теоретичних розробок, проблема визначення, формування та становлення споживчого кошика й досі залишається актуальною.

Споживчий кошик – це набір товарів, що характеризує типовий рівень і структуру місячного (річного) споживання людини або сім'ї [5]. У ньому передбачено товари й послуги масового споживчого попиту, незалежно від того, ціни на них є регульованими чи носять вільний (ринковий) характер, а також окремі товари і послуги, які належать до непершочергових потреб (легкові автомобілі, ювелірні вироби з золота, делікатесні продукти тощо). Залучення товарів до набору здійснюють на підставі даних щодо споживчих грошових витрат усіх (міських і сільських) домогосподарств. Товари (послуги), які люди купують для нагромадження (предмети старовини, витвори мистецтва, антикварні ювелірні вироби тощо), інвестицій (придбання житла, землі та інших матеріальних і нематеріальних активів), заощадження, сплата прямих податків, внески до Пенсійного фонду, страхування життя, штрафи не є споживчими товарами (послугами), їх не залучають до споживчого набору.

Набір переглядається зазвичай один раз на п'ять років з урахуванням змін на споживчому ринку регіонів і в структурі споживчих грошових витрат домогосподарств.

Структуру та норми споживання для окремих категорій громадян сучасного споживчого кошика було затверджено Постановою Кабінету Міністрів України «Про затвердження наборів продуктів харчування, наборів непродовольчих товарів та наборів послуг для основних соціальних і демографічних груп населення» ще у 2000 р.

У Німеччині, наприклад, споживчий кошик формується кожні п'ять років, у межах статистичного дослідження перебувають 60000 сімей, причому досліджуються різні соціальні групи: великі родини з дітьми, матері-одиначки, пенсіонери тощо. Відбір товарів і послуг здійснюється на території країни в 94 регіонах. Обираються товари та послуги, які найбільш продаються. Кількість обраних товарів і послуг, як правило, орієнтується на частку витрат на ці типи товарів, що припадають на частку всіх витрат особистого споживання [7].

Кошик можна розглядати на двох рівнях. Верхній рівень містить приблизно 600 видів товарів і послуг, таких як сіль, дитяча футболка, таксі чи журнал. Нижній рівень складається з тих найменувань, ціна на які постійно корегується через те, що це не популярні товари, їх не завжди купляють чи їх можна замінити іншими товарами [9].

Споживчий кошик містить близько 750 товарів і послуг із різних сфер життя населення. Це продукти харчування, парфумерія, тютюнові вироби, одяг, оплата квартири, замовлення піци додому, послуги фітнес-клубів і соляріїв, заморожені готові продукти, булочки, виготовлені у домашніх умовах, та ін.

Слід зазначити, що до списку залучено і нові послуги, які останнім часом стали популярними в Німеччині: щомісячна вартість дитячих садочків, утримання та догляд удома престарілих та інвалідів, доставка продуктів додому, так звані «гарячі обіди на колесах», тобто новий німецький споживчий кошик якнайкраще відбиває віяння часу. Детальну порівняльну характеристику українського та німецького споживчих кошиків подано в табл. 1 [7; 9].

Таблиця 1

Порівняльна характеристика споживчих кошиків України та Німеччини

Групи товарів	Україна	Німеччина
1	2	3
Продукти харчування, безалкогольні напої	Хліб пшеничний з борошна вищого та першого ґатунку, огірки та помідори відкритого й закритого ґрунту	Напівфабрикати, булочки для випічки, готова піца на винос, кулінарні жири та масла, конфітюр, сироп
Квартира, вода, газ, паливо	Гуртожитки, деталі та конструкції, плитка керамічна, кам'яне вугілля, газ скраплений	Рідке паливо (легке рідке паливо), тверде паливо, регулярне технічне обслуговування та ремонт квартири, вироби й послуги для регулярного технічного обслуговування і ремонту квартири, вивіз сміття
Предмети інтер'єру	Світильник	Покриття для підлоги, ремонт меблів, предметів інтер'єру та підлогових покриттів, домашній текстиль, інструменти й обладнання для дому і дачі, електроприлади, садовий інвентар
Здоров'я, догляд	Оправи, консультативні послуги, діагностичні послуги, послуги санаторно-курортних установ	Апарат для вимірювання артеріального тиску, відвідування студії засмаги або тренажерного залу, медичні вироби, прилади та набори, охорона здоров'я, терапевтичні прилади й обладнання, амбулаторні медичні послуги, стаціонарні медичні послуги, догляд за тілом, послуги з догляду за тілом (без медичного масажу), електричні прилади для догляду за тілом, страхові послуги

Закінчення табл. 1

1	2	3
Повідомлення	Міжміський телефонний зв'язок, абонентна плата за користування телефоном, диски	Поштові та кур'єрські послуги, телефон, факс (у тому числі ремонт), аудіовізуальні, фотографічні, пристрої обробки інформації та аксесуари (у тому числі ремонт), пристрої для приймання, запису та відтворення звуку та зображення, пристрої обробки інформації
Відпочинок, культура, розваги	Живі квіти, спортивні установи	Ігри, хобі, товари, інвентар та обладнання для спорту, кемпінгу й відпочинку на свіжому повітрі, продукція та витратні матеріали для догляду за садом, азартні ігри

На відміну від українського споживчого кошика, німецький має досконалішу структуру, містить товари і послуги, які нині є популярними серед населення, уникає того, що вийшло з ужитку. Найменування, які в ньому є, але відсутні в українському споживчому кошику, можуть бути перспективними для вітчизняного.

Як бачимо з порівняльної таблиці, деякі послуги, що є в німецькому споживчому кошику, на найсучаснішому рівні, тобто те, що нині потрібно населенню. Виходячи з того, що в німецькому споживчому кошику 750 найменувань і він постійно розширюється, а в українському – 296, очевидно, що саме німецький охоплює більшу частину реальних потреб. Деякі товари та послуги з німецького споживчого кошика надають із урахуванням особистісних характеристик. Наприклад, товари для хобі, друкарська машина чи азартні ігри не є загальновживаними, тобто не кожна людина стане витрачати гроші на азартні ігри, не кожному потрібна друкарська машина. Отже, український кошик теж має ураховувати актуальні потреби сучасного населення. Недоцільно повністю дублювати зарубіжний споживчий кошик, важливо враховувати відмінності в способі життя населення, його бажання й особливості світосприйняття.

Рівень прожиткового мінімуму та разом із ним споживчого кошика для українців були встановлені у 2000 р. Із того часу, незважаючи на істотні зміни в усіх сферах життя, ці показники не трансформувалися, тобто українці тривалий час жили за стандартами 2000 р. Новий споживчий кошик містить деякі товари та послуги, які нині є популярними серед населення, але не всі і не в повному обсязі. Ціни на передбачені товари постійно змінюються, через що виникає проблема нестачі коштів на потреби. На підставі споживчого кошика встановлюють прожитковий мінімум, який є сталим протягом тривалого часу і не відображає фактичні витрати на споживчий набір товарів і послуг.

Науковий керівник – канд. екон. наук, доцент Степанова Е. Р.

Література: 1. Семенченко А. В. Регулювання доходів населення в контексті соціальної в контексті соціальної стратифікації суспільства : дис.. … канд. екон. наук : 08.00.07. Харків, 2017. 312 с. **2.** Сопоцько О. Ю. Продукти харчування повсякденного попиту як складові споживчого споживчого набору. *Вісник Національного транспортного університету.* 2011. № 1. С. 406–414. **3.** Овчаренко Ю. А. Споживчий кошик у сучасних умовах в Україні. *Науковий вісник будівництва.* 2009. № 4. С. 55–57. **4.** Пищуліна О. М. Зміна методик розрахунку прожиткового мінімуму – крок до реформування соціальної політики. *Стратегічні пріоритети.* 2009. № 1. С. 106–114. **5.** Чорток Ю. В. Споживчий кошик українця // Сучасний стан, ретроспективи та перспективи розвитку економічної системи України : матеріали VIII Всеукраїнської студентської інтернет-конференції (23 грудня, 2013 р.). Чернівці, 2013. С. 384–389. **6.** Жеребин В. М., Романов О. Н. Уровень жизни населения. М. : Юнити-Дана, 2002. 334 с. **7.** Statistischen Bundesamtes. URL: https://www.destatis.de/DE/Startseite.html. **8.** Статистична інформація // Офіційний сайт Державної служби статистики України. URL: http://www.ukrstat.gov.ua. **9.** Про затвердження наборів продуктів харчування, наборів непродовольчих товарів та наборів послуг для основних соціальних і демографічних груп населення : Закон України від 11.10.2016 № 780 // База даних «Законодавство України» / Верховна Рада України. URL: http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/780-2016-%D0%BF. **10.** Писаревська А. К. Основні аспекти формування споживчого кошика в Україні. *Вісник Дніпропетровської державної фінансової академії.* 2010. № 12. С. 88–94.

ОСОБЛИВОСТІ ПРАВОВОГО РЕГУЛЮВАННЯ ПРАЦІ НЕПОВНОЛІТНІХ В УКРАЇНІ

УДК 349.244.5(477)

Кукавська О. О.

Студент 3 курсу
факультету консалтингу і міжнародного бізнесу ХНЕУ ім. С. Кузнеця

Анотація. *Визначено й проаналізовано особливості правового регулювання праці неповнолітніх в Україні. Конкретизовано положення трудового законодавства, згідно із якими підліток отримує захист держави від порушення роботодавцем його прав.*

Ключові слова: *економіка, підприємство, організація, суб'єкт господарювання, право на працю, працевлаштування, працевлаштування неповнолітніх, неповнолітня працююча молодь, законодавство, нормативно-правові акти, права підлітків, трудові правовідносини.*

Аннотация. *Определены и проанализированы особенности правового регулирования труда несовершеннолетних в Украине. Конкретизированы положения трудового законодательства, согласно которым подросток получает защиту государства от нарушения работодателем его прав.*

Ключевые слова: *экономика, предприятие, организация, субъект хозяйствования, право на труд, трудоустройство, трудоустройство несовершеннолетних, несовершеннолетняя работающая молодежь, законодательство, нормативно-правовые акты, права подростков, трудовые правоотношения.*

Annotation. *Specific features of legal regulation of work of minors in Ukraine are determined and analyzed. The provisions of the labor legislation are clarified, according to which the teenager receives protection of the state from violation of the employer's rights.*

Keywords: *economy, enterprise, organization, business entity, right to work, employment, employment of minors, youth working youth, legislation, regulations, rights of adolescents, labor legal relations.*

В Україні все більше підлітків бажають працювати влітку або під час шкільних канікул, у зв'язку із чим важливо знати, які права вони мають і як захищені законодавчо. Знання своїх прав дозволить молоді захистити себе під час трудової діяльності, інакше існує ймовірність зіткнутися з умовами, які можуть завдати не тільки моральної шкоди, але й фізичної. Наявністю проблемних питань зумовлено актуальність цієї теми.

Дослідженням питань особливості правового регулювання праці неповнолітніх займалися Пархоменко А., Коваль Г., Короткова В., Кондратьєв В., Керецман В., Семерак О., Галкіна І., Бублейник В. та ін. Однак, незважаючи на значну кількість наукових досліджень, проблематику працевлаштування молоді до 18 років досліджено не вповні.

Метою написання статті є вивчення умов працевлаштування підлітків і аналіз вітчизняного трудового законодавства щодо цього питання.

У Кодексі законів про працю України є уточнення, що для підготовки молоді до продуктивної праці допускається прийняття на роботу учнів загальноосвітніх шкіл, професійно-технічних і середніх спеціальних навчальних закладів для виконання легкої роботи, що не завдає шкоди здоров'ю і не порушує процесу навчання, у вільний від навчання час по досягненні ними п'ятнадцятирічного віку за згодою одного з батьків або особи, що їх замінює [1].

Неповнолітньою працюючою молоддю як особливим суб'єктом трудового права визнають соціально-демографічну групу населення України віком до 18 років, яка відрізняється від інших груп за віком, публічно-правовим становищем, наявністю додаткових трудових пільг і гарантій, що надані державою в процесі здійснення ними трудової діяльності з урахуванням віку, статі, стану здоров'я й умов праці.

В Україні основним документом, у якому визначено права неповнолітніх, норми виробітку, оплату праці та надання відпустки, є Кодекс законів про працю України. Цим нормативно-правовим актом передбачено, що з 16 років підліток може бути прийнятий на роботу. Згідно із положеннями Кодексу законів про працю України як виняток допускається працевлаштування осіб, які досягли 15 років тільки за згодою одного з батьків або особи, яка їх замінює.

У чинному законодавстві з охорони праці неповнолітніх вказано положення, які наділяють підлітків правами і забезпечують їх захист за умови виникнення трудових взаємин [2].

© Кукавська О. О., 2017

1. Неповнолітніх приймають на роботу лише після попереднього медичного огляду і надалі, до досягнення 21 року, вони щороку підлягають обов'язковому медичному огляду.

2. На кожному підприємстві, в установі, організації має вестися спеціальний облік неповнолітніх працівників із зазначенням дати їх народження.

3. При укладенні трудового договору з неповнолітнім обов'язковим є дотримання письмової форми.

4. Неповнолітні особи в трудових правовідносинах прирівнюються у правах до повнолітніх, а в галузі охорони праці, робочого часу, відпусток та деяких інших умов праці користуються пільгами, установленими законодавством України.

5. При прийомі на роботу неповнолітніх випробувальний термін не встановлюється.

Заборонено застосування праці неповнолітніх на важких роботах і на роботах зі шкідливими або небезпечними умовами праці, а також на підземних роботах [1].

Перелік важких робіт і робіт зі шкідливими й небезпечними умовами праці, на яких заборонено застосування праці неповнолітніх, затверджений наказом Міністерства охорони здоров'я України від 31.03.94 р. № 46 [3]. До цього переліку віднесено: гірничі роботи, будівництво метрополітенів, тунелів і підземних споруд спеціального призначення, геологорозвідувальні та топографо-геодезичні роботи, металургійні виробництва, виробництво й передача електроенергії та теплоенергії (енергетичне господарство), видобуток і переробка торфу, буріння свердловин, видобуток нафти і газу, переробка нафти, газу сланцю і вугілля, виготовлення синтетичних нафтопродуктів, нафтових масел і мастил; магістральні нафтопроводи, газопроводи та нафтобази, хімічні виробництва, нафтохімічні виробництва та ін.

Заборонено залучати неповнолітніх до підіймання і переміщення предметів, маса яких перевищує встановлені для них граничні норми, які затверджено наказом Міністерства охорони здоров'я України від 22.03.96 р № 59 [4]. Підлітків заборонено призначати на роботи, що є пов'язаними виключно з підйомом, утриманням або переміщенням важких речей. До роботи, що вимагає підйому та переміщення важких речей, допускаються підлітки, які не мають медичних протипоказань, що підтверджено відповідним лікарським свідоцтвом. До тривалої роботи з підіймання й переміщення важких речей підлітки до 15 років не допускаються. Робота підлітків з вантажами не повинна перевищувати третину робочого часу.

Роботодавець зобов'язаний за власні кошти організувати проведення попереднього (при прийомі на роботу) і періодичних (протягом трудової діяльності) медичних оглядів працівників, зайнятих на важких роботах, роботах зі шкідливими або небезпечними умовами праці або на таких, де існує потреба у професійному доборі. Щорічному обов'язковому медичному огляді підлягають особи віком до 21 року.

Заборонено залучати неповнолітніх працівників до нічних, надурочних робіт і робіт у вихідні дні. Скорочена тривалість робочого часу встановлюється: для працівників віком 16–18 років – 36 годин на тиждень, для осіб віком 15–16 років (учнів віком 14–15 років, які працюють у період канікул) – 24 години на тиждень.

Тривалість робочого часу учнів, які працюють протягом навчального року у вільний від навчання час, не може перевищувати половини максимальної тривалості робочого часу, передбаченої для осіб відповідного віку [2]. Для неповнолітніх працівників норми виробітку встановлюють, виходячи з норм виробітку для дорослих робітників пропорційно скороченому робочому часу для неповнолітніх. Для молодих робітників, які поступають на підприємство, в організацію після закінчення загальноосвітніх шкіл, професійно-технічних навчальних закладів, курсів, а також які пройшли навчання безпосередньо на виробництві, у передбачених законодавством випадках і розмірах та на визначені ним терміни можуть затверджуватися знижені норми виробітку, їх затверджує роботодавцем за погодженням із профспілковим комітетом.

У ст. 194 Кодексу законів про працю визначено, що заробітна плата неповнолітнім працівникам за скороченої тривалості щоденної роботи виплачується в такому самому розмірі, як і працівникам відповідних категорій за повної тривалості щоденної роботи. Робота неповнолітніх працівників, допущених до відрядних робіт, оплачується за відрядними розцінками, встановленими для дорослих працівників, із доплатою за тарифною ставкою за час, на який тривалість їх щоденної роботи скорочується порівняно з тривалістю щоденної роботи дорослих працівників [1].

Відповідно до ст. 194 Кодексу законів про працю України оплата праці неповнолітніх, які працюють у вільний від навчання час, провадиться пропорційно відпрацьованому часу або залежно від виробітку, також підприємства можуть встановлювати доплати до заробітної плати [1]. Що стосується відпусток, вони надаються у зручний для неповнолітніх працівників час.

Роботодавець може бути ініціатором звільнення неповнолітнього працівника за дотримання загального порядку звільнення та за згодою районної (міської) служби у справах дітей [1]. При цьому звільнення з підстав, зазначених у п. 1 (змін у організації виробництва і праці, у тому числі ліквідації, реорганізації, банкрутства або перепрофілювання підприємства, установи, організації, скорочення чисельності або штату працівників), п. 2 (виявленої невідповідності працівника займаній посаді або виконуваній роботі внаслідок недостатньої кваліфікації

або стану здоров'я, які перешкоджають продовженню роботи, а так само в разі скасування допуску до державної таємниці, якщо виконання покладених на нього обов'язків вимагає доступу до державної таємниці) і п. 6 (поновлення на роботі працівника, який раніше виконував цю роботу) ст. 40 Кодексу законів про працю України, можливе лише у рідкісних випадках і не допускається без працевлаштування. Батьки та інші особи також мають право вимагати розірвання трудового договору з неповнолітнім, у тому числі й строкового, коли продовження його чинності загрожує здоров'ю неповнолітнього або порушує його законні інтереси [1].

Таким чином, законодавство України є гарантією, що забезпечує права неповнолітніх у трудових правовідносинах. Порушення прав підлітків як суб'єктів трудового права тягне за собою відповідальність роботодавця, тобто чинне законодавство запобігає будь-яким правопорушенням відносно неповнолітніх робітників.

Науковий керівник – канд. екон. наук, доцент Пилипенко С. М.

Література: 1. Кодекс законів про працю України : Закон України від 10.12.1971 № 322-VIII // База даних «Законодавство України» / Верховна Рада України. URL: http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/322-08. **2.** Про охорону праці : Закон України від 14.10.1992 № 2694-XII // База даних «Законодавство України» / Верховна Рада України. URL: http://zakon0.rada.gov.ua/laws/show/2694-12. **3.** Про затвердження Переліку важких робіт і робіт із шкідливими і небезпечними умовами праці, на яких [...] : Наказ, Перелік від 31.03.1994 № 46 // База даних «Законодавство України» / Верховна Рада України. URL: http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/z0176-94. **4.** Про затвердження граничних норм підіймання і переміщення важких речей неповнолітніми : Закон України від 22.03.1996 № 59 // База даних «Законодавство України» / Верховна Рада України. URL: http://zakon5.rada.gov.ua/laws/show/z0183-96.

ТРАНСПОРТНА ПСИХОЛОГІЯ ТА ПРОБЛЕМИ НАДІЙНОСТІ ПІДГОТОВКИ СУЧАСНИХ ВОДІЇВ

УДК 159.96

Кулібаба А. Ю.

Студент 2 курсу
факультету міжнародних економічних відносин ХНЕУ ім. С. Кузнеця

Анотація. *Досліджено феномен надійності водіїв як учасників дорожнього руху. Обґрунтовано роль і значення транспортної психології, що займається проблемою зниження кількості аварійних ситуацій на дорогах.*

Ключові слова: *психологія, транспортна психологія, надійність, психологічна надійність, людський фактор, фактори надійності, людина-оператор.*

Аннотация. *Исследован феномен надежности водителей как участников дорожного движения. Обоснована роль и значение транспортной психологии, которая занимается проблемой снижения количества аварийных ситуаций на дорогах.*

Ключевые слова: *психология, транспортная психология, надежность, психологическая надежность, человеческий фактор, факторы надежности, человек-оператор.*

Annotation. *The phenomenon of reliability of drivers as participants of road traffic is investigated. The role and importance of transport psychology, which deals with the problem of reducing the number of emergency situations on the roads, is substantiated.*

© Кулібаба А. Ю., 2017

Keywords: *psychology, transport psychology, reliability, psychological reliability, human factor, reliability factors, human operator.*

Транспортна психологія є особливим розділом сучасної психології. Вона вивчає, як за допомогою перебудови дорожньої поведінки скоротити транспортну аварійність, зробити процес управління автомобілем безпечнішим. У науковій літературі поняття «транспортна психологія» трактують як науку, що займається питаннями взаємодії оператора і техніки, проектування, експлуатації системи «людина – автомобіль – дорога» [2; 5; 8]. Очевидно, що основною метою транспортної психології є поліпшення умов та підвищення продуктивності праці працівників транспорту. Особливу увагу приділено зниженню психічних навантажень, які безперервно зростають у зв'язку зі збільшенням швидкості та інтенсивності руху транспорту. Крім загальних психологічних проблем, характерних для всіх видів транспорту, ця наука вирішує специфічні для кожного виду транспорту проблеми [3].

Науковець Ротенберг Р. В. основною причиною дорожньо-транспортних пригод вважає психічну інертність водія при переході від одних умов до інших: водій упускає момент, коли необхідно знизити швидкість, що призводить до відсутності достатнього контролю за рухом автомобіля. Вайсман А. І. з колегами розробив теоретичні основи методики психофізіологічного професійного відбору водіїв, що передбачає визначення часу й точності простих диференційованих реакцій і здатність до оцінки просторово-часових співвідношень [2].

Надійність водія може знижуватися через його підвищену схильність до ризику, емоційну нерівновагу, агресивність, відчуття переваги над іншими. Коноплянка В. І. у своїх працях зауважує, що на надійність роботи водія впливають такі якості, як час складної реакції, показники уваги, швидкість переробки інформації [3].

Небиліцин В. Д. ввів поняття «надійність людини-оператора» і розвинув уявлення про те, що провідна роль у людському факторі належить природним властивостям нервової системи [4].

За статистичними даними кількість дорожньо-транспортних пригод в Україні щороку неупинно зростає. У нашій країні аварії трапляються майже кожні 20 хвилин. У період з 1991 р. до початку 2017 р. на українських дорогах загинуло 160 тисяч людей, а п'ять мільйонів людей були травмовані.

У табл. 1 подано статистичні дані щодо кількості загиблих у різних країнах Європи [7].

Таблиця 1

Статистичні дані щодо кількості загиблих (осіб) на кожну тисячу дорожньо-транспортних пригод у країнах Європи, 2013–2017 рр.

Країна	2013	2014	2015	2016	2017
Бельгія	20	20	20	18	18
Хорватія	32	33	33	29	32
Чехія	38	36	32	33	34
Франція	61	60	58	58	61
Німеччина	13	12	11	11	11
Італія	19	20	19	19	20
Польща	105	96	94	92	89
Молдова	157	164	116	128	117
Україна	157	167	158	172	157

З табл. 1 бачимо, що Україні належить невтішне перше місце серед країн Європи за кількістю загиблих у дорожньо-транспортних пригодах. Статистика засвідчує, що помилкові дії людини є найпоширенішою причиною дорожньо-транспортних пригод: їх частка становить 90 %. Саме тому людський фактор посідає «почесне» місце серед проблем безпеки автомобільного транспорту. Загальною головною вимогою для водія та автомобіля є безпека і надійність їх взаємодії. Надійність водія виявляється у властивості зберігати працездатний стан протягом необхідного часу, спроможність приймати грамотні рішення. Найчастіше людським фактором позначають причину відмови в роботі автомобіля, яка відбулася з вини людини. Зауважимо, що відмову розглядають як результат ненадійності водія, результат помилкових дій або бездіяльності в потрібний момент.

Психологічна стійкість людини-водія за кермом залежить від особливостей, які наведено на рис. 1 [6].

Отже, саме ці шість особливостей відіграють важливу роль у психологічній стійкості людини-водія за кермом. Мислення відображає закономірні причинно-наслідкові зв'язки та відносини, властиві об'єктивної дійсності. Водій з поведінки пішоходів і руху транспортних засобів прогнозує розвиток дорожньої обстановки. Емоції, що виникають за кермом автомобіля, багато в чому визначають ступінь працездатності водія. Від водія вимагається чітке знання правил дорожнього руху, швидке вилучення з пам'яті необхідної інформації в небезпечних дорожніх ситуаціях. За допомогою відчуттів водій оцінює форму, колір і розміри рухомих і нерухомих об'єктів на дорозі,

звукові та світлові сигнали. Увага є найважливішим фактором, що забезпечує надійність водія. При управлінні автомобілем він повинен своєчасно помітити зміни в дорожній ситуації. За допомогою сприйняття водій виділяє об'єкти та явища, найбільш значущі в певний момент з погляду безпеки руху.

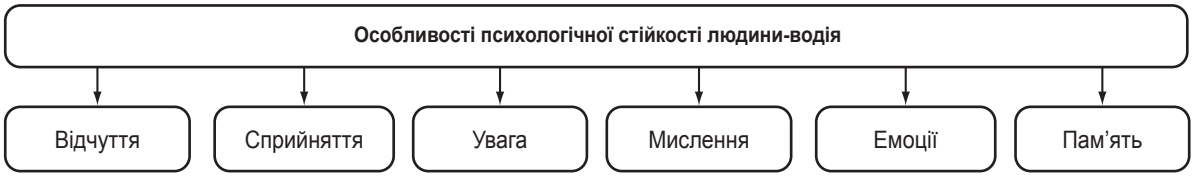


Рис. 1. **Узагальнені особливості психологічної стійкості людини-водія за кермом**

У табл. 2 наведено й узагальнено негативні фактори впливу на поведінку водія та пропозиції щодо їх усунення [6].

Таблиця 2

Фактори впливу на поведінку водія та пропозиції щодо їх усунення

Фактори	Пропозиції
Несприятливі погодні умови	1. Відповідно до сезону змінювати гуму коліс транспорту (літня / зимова). 2. Не виїжджати на автомобілі без нагальної потреби за несприятливих погодних умов
Технічна недосконаліть або несправність автомобіля	1. Наглядати за технічним станом транспорту. 2. Своєчасно проводити діагностику автомобіля
Незадовільна організація дорожнього руху	1. Ставити на облік та аналізувати дорожньо-транспортні пригоди, причини їх виникнення, а також вживати заходів щодо їх усунення. 2. Виявляти та запобігати порушенням правил дорожнього руху
Погані дороги	1. Упроваджувати нові технології укладання дорожнього покриття. 2. Здійснювати контроль якості проведених робіт і професіоналізму робочих служб і бригад

Отже, прагнути вдосконалення дорожнього руху і не враховувати людський фактор означає заздалегідь прирікати всю систему на невдачу. Запровадження психофізіологічного відбору дозволить підвищити надійність водіїв, знизити кількість дорожньо-транспортних пригод. Підвищенню надійності водія сприяє його професійне навчання, а також тренування навичок.

Таким чином, швидке зростання автомобільного парку призводить до інтенсивного збільшення транспортних потоків, що висуває до водіїв особливі вимоги. Підвищення надійності водіїв є актуальною задачею, без вирішення якої неможливо досягти істотного зниження кількості дорожньо-транспортних пригод і підвищення безпеки руху.

Науковий керівник – канд. екон. наук, доцент Дзеніс В. О.

Література: 1. Василенко В. А. Изучение надежности работы водителя в России и за рубежом. *Молодой ученый*. 2013. № 3. С. 37–39. **2.** Вайсман А. И. Еще раз о психофизиологическом профотборе. *Автомобильный транспорт.* 1992. № 12. С. 9–15. **3.** Коноплянко В. И., Зырянов В. В., Воробьев Ю. В. Основы управления автомобилем и безопасность дорожного движения : учебное пособие. М. : Высшая школа, 2005. 272 с. **4.** Небылицын В. Д. Проблемы психологии индивидуальности. Воронеж : НПО «Модек», 2000. 230 с. **5.** Скрипченко О. В., Долинська Л. В., Огороднійчук З. В. Загальна психологія : підручник. Київ : Либідь, 2011. 464 с. **6.** Транспортна психологія. URL: https://vocabulary.ru/termin/transportnaja-psihologija.html. **7.** Statistical Database. URL: http://w3.unece.org/PXWeb/en. **8.** Barnes T. H., Price S. F. Drug use and driving. Toronto : Addiction Research Foundation, 1974. 240 p.

СУТНІСТЬ І ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ІНТЕРНЕТ-БАНКІНГУ В УКРАЇНІ

УДК 336.71:004.738.5

Купор І. М.

Студент 4 курсу
факультету менеджменту і маркетингу ХНЕУ ім. С. Кузнеця

Анотація. *Розглянуто історію виникнення та трансформації дистанційного банківського обслуговування. Проаналізовано поняття та особливості інтернет-банкінгу як порівняно нового та перспективного виду банківських послуг у мережі Інтернет. Визначено вітчизняні банки – лідери з надання послуг онлайн-банкінгу. Конкретизовано можливості та перспективні напрямки розвитку інтернет-банкінгу в Україні.*

Ключові слова: *економіка, організація, установа, Інтернет, банк, банківська установа, банківська система, дистанційне обслуговування, інтернет-банкінг.*

Аннотация. *Рассмотрена история возникновения и трансформации дистанционного банковского обслуживания. Проанализированы понятие и особенности интернет-банкинга как относительно нового и перспективного вида банковских услуг в сети Интернет. Определены украинские банки – лидеры в плане предоставления услуг онлайн-банкинга. Конкретизированы возможности и перспективные направления развития интернет-банкинга в Украине.*

Ключевые слова: *экономика, организация, учреждение, Интернет, банк, банковское учреждение, банковская система, дистанционное обслуживание, интернет-банкинг.*

Annotation. *The history of the emergence and transformation of remote banking services is considered. The concept and features of Internet banking as a relatively new and perspective type of banking services of the Internet are analyzed. Ukrainian banks are the leaders in terms of providing online banking services. Opportunities and perspective directions of development of Internet banking in Ukraine are specified.*

Keywords: *economy, organization, institution, Internet, bank, banking institution, banking system, remote servicing, internet banking.*

Характерними рисами сучасної ринкової економіки є динамічність економічної діяльності, постійна зміна зовнішніх факторів, які визначають політику підприємства, зміна конкурентних цін на послуги, коливання курсів валют, поява конкурентів, які надають якісніші або взагалі нові послуги. Одними з ключових індикаторів економічної ситуації в державі є кредитно-фінансові установи – банки. Постійна конкуренція в секторі банківського обслуговування змушує банки шукати нові, більш перспективні й економічні шляхи підвищення інтенсивності та якості взаємодії з клієнтами. Одним із найважливіших напрямів інноваційної діяльності банків є дистанційне обслуговування клієнтів.

Дослідженням діяльності банку на ринку електронного банківського обслуговування займалися Борисова І. С., Горчакова М. Є, , Михайлюк Г. О., Чуб А. В., Іваненко Р. М., Мрочко М. С. та ін.

Метою написання статті є визначення сутності й аналіз основних понять інтернет-банкінгу, а також окреслення перспектив розвитку інтернет-банкінгу в Україні.

Банківські установи мають багатовікову історію виникнення й розвитку. Починаючи з країн Стародавнього Світу, коли можливою була лише позика під відсоток, і донині, коли з'явилася можливість оплати за будь-які товари і послуги за допомогою банківського рахунку не виходячи з дому. Це є свідченням безперервного зростання й трансформації банківської сфери.

Завданням будь-якого банку є збільшення прибутку, залучення нових та утримання старих клієнтів. Вивчення ринку кредитних ресурсів, аналіз фінансового стану клієнтів допомагають розробляти й упроваджувати нові банківські послуги, що сприятиме досягненню цих цілей. Якщо за умов кризи клієнти вибирали банківський продукт, виходячи з його ціни, і перемагали банки з гнучкою та лояльною тарифною політикою, то нині банки стикаються з необхідністю спрямовувати всі ресурси на потреби клієнтів для виправдання їх очікувань і забезпечення комфорту. Для цього робиться наголос на новий і якісний рівень обслуговування, що ґрунтується на сучасних банківських технологіях, високому рівні автоматизації та комп'ютеризації банківських операцій, використанні телекомунікаційних мереж. Одним із найважливіших напрямів інноваційної діяльності банків є дистанційне обслуговування клієнтів.

© Купор І. М., 2017

Конкуренція серед банків за надання своїм клієнтам банківських послуг «не виходячи з дому» досягла особливої напруги на початку 80-х рр. XX ст. У листопаді 1982 р будівельне товариство Nottingam Building Society спільно з Банком Шотландії і британської телефонною компанією British Telecom запровадило систему Homelink [1]. Підключення до системи передбачало необхідність придбання обладнання з програмним забезпеченням – домашній термінал, за допомогою якого клієнт підключався до банківського комп'ютера.

Уперше в історії банківської справи в 1989 р англійський банк First Direct оголосив своїм клієнтам, що їх обслуговуватимуть винятково за телефоном [3], оскільки банк на той момент не мав жодного відділення. First Direct був першим і залишається одним із найуспішніших банків, які обслуговують своїх клієнтів через електронні канали.

Бум електронних банків розпочався в США наприкінці 90-х років XX століття. Виникнення їх було обумовлено передусім існуючими в США обмеженнями на відкриття банками філій у інших штатах, а також появою інтернет-банкінгу. Першим американським повністю електронним банком, який не мав жодного офісу для роботи з клієнтами, став Security First Network Bank [2]. Це і можна вважати моментом народження інтернет-банкінгу як сфери банківських послуг в Інтернеті. На сьогодні під цим поняттям розуміють дещо більше, ніж просто дистанційне управління рахунком.

Для виконання послуг інтернет-банкінгу необхідною є наявність пристрою з виходом в Інтернет: комп'ютера, телефону, планшета. За допомогою цих пристроїв клієнт, безпосередньо підключившись до банку за електронними лініями зв'язку, може здійснювати різні фінансові операції.

Інтернет-банкінг є спрямованим на підвищення якості обслуговування клієнтів і має численні переваги, серед яких оперативність проведення операцій (економія часу); здійснення будь-яких платежів online без затримок; цілодобовий доступ до багатьох операцій без необхідності відвідування офісу банку; відстеження операцій із пластиковими картками; можливість здійснювати безготівкові платежі будь-якого призначення й оперувати кількома рахунками одночасно; здійснення грошових переказів; цілодобовий контроль рахунків; можливість відкриття рахунку в будь-якому банку.

Однією з головних причин використання системи інтернет-банкінгу комерційними банками є конкуренція, за якої інтернет-технології розглядають як спосіб залучення й утримання клієнтів, оскільки здійснювати та поширювати банківські послуги через Інтернет набагато простіше і дешевше, ніж створювати традиційні філії, які потребують наявності приміщення та персоналу.

Для сучасного дистанційного банківського обслуговування характерними є екстериторіальність і безперервність роботи системи (клієнту надається можливість управління засобами незалежно від його місцезнаходження й часу доби); загальнодоступність (засоби доступу, використовувані клієнтом, мають бути прийнятними за ціною й широко поширеними); множинність каналів доступу (передбачено можливість використання різних каналів у будь-якій комбінації); інтерактивність обслуговування (можливість проведення операцій у режимі самообслуговування, але з'являється вибір між проведенням операцій у інтерактивному режимі і через оператора); проведення операцій у режимі реального часу, коли це можливо; мінімізація ручної обробки операцій [3].

Зауважимо, що невід'ємною частиною повноцінної роботи інтернет-банкінгу є забезпечення його безпеки. Нині з технічного боку всі застосовувані системи забезпечують достатній ступінь захисту. Для авторизації користувача може використовуватися пара «логін–пароль» або система криптографічного захисту інформації з застосуванням сертифікатів.

На шляху розвитку ефективної системи інтернет-банкінгу виникають перешкоди у вигляді недостатньої інформованості населення про можливості дистанційного обслуговування рахунку та виконання банківських операцій. У зв'язку з цим дехто вважає послугу ризикованою, через що потенційні клієнти надають перевагу послугам мережі філій або іншим банкам.

В Україні інтернет-банкінг, як і ринок електронної комерції в цілому, перебуває на стадії формування, однак, інтернет-банкінг можна назвати найбільш перспективним сектором цього ринку. За прогнозами експертів, реалізація проектів інтернет-банкінгу дозволить розширити клієнтську базу на 30–40 % [5].

Першопрохідцем інтернет-банкінгу в Україні є «ПриватБанк». У 1999 р. клієнти «Привату» отримали доступ до нової послуги: за допомогою sms з мобільного вони могли поповнювати телефонний рахунок і переводити кошти між картами. Нині інтернет-банкінг надають чимало фінансових установ. Портал «50 провідних банків України» в 2016 р. провів дослідження на тему «Кращий інтернет-банкінг», і в трійці лідерів опинилися «ПриватБанк», «ПУМБ» і «Укрсоцбанк» [4].

Лідером є система «Приват24». На сьогодні в ній найбільший обіг безготівкових коштів, практично вся інтернет-торгівля здійснюється за допомогою цього сервісу. Система має просту, але ефективну систему захисту, є легкою у використанні й управлінні. Важливо, що для підключення до цього сервісу клієнту не обов'язково відвідувати додатково банк. Система після підключення і додавання в неї карти через деякий час (до 4 годин) готова до роботи в повнофункціональному режимі.

За даними консалтингової компанії McKinsey & Company, сьогодні за допомогою комп'ютерів і гаджетів українці проводять до 40 % розрахунків. Для порівняння: у Польщі через цифрові канали проходять 96 % роздрібних платежів і переказів коштів. У дослідницькій компанії GfK підрахували, що в Україні в 2015 р. хоча б одну онлайн-операцію в квартал здійснювали лише 10 % з 70 млн клієнтів, підключених до інтернет-банкінгу; у Польщі цей показник дорівнював 61 % [5].

Таким чином, за сучасних умов одним із найбільш перспективних напрямків розвитку банківського сектора є розвиток дистанційного банківського обслуговування. Оскільки надання подібних послуг дозволяє надати принципово новий рівень сервісу великим корпоративним клієнтам, якісне дистанційне обслуговування сприймається як конкурентна перевага. До того ж бурхливе зростання сегмента роздрібного бізнесу вимагає створення доступних і ефективних механізмів взаємодії банку та роздрібних клієнтів. Для клієнта це створює максимум зручності та мінімум часових і фінансових витрат на всіх стадіях взаємин із банком. Для банку – сприяє зростанню показників ефективності роботи, скороченню витрат, створює можливості для істотного збільшення клієнтської бази без втрати якості обслуговування.

Науковий керівник – канд. екон. наук, доцент Рожко В. І.

Література: 1. Борисова І. С. Інтернет-банкінг як перспективний напрямок розвитку ринку банківських послуг. URL: http://www.pdaa.edu.ua/sites/default/files/nppdaa/5.3/49.pdf. **2.** Горчакова М. Е. Дистанционное банковское обслуживание : учебное пособие. Иркутск : Изд-во БГУЭП, 2009. 65 с. **3.** Михайлюк Г. О. Розвиток інтернет-банкінгу як нетрадиційної банківської операції. URL: http://www.rusnauka.com/1_KAND_2010/Pravo/9_57264.doc.htm. **4.** Дослідження «Найкращий інтернет-банкінг в Україні». URL: http://banksrating.com.ua. **5.** Єсіна А. Г. Інтернет-банкінг в Україні: сучасний стан, проблеми та перспективи розвитку. *Вісник соціально-економічних досліджень.* 2012. № 1. С. 209–201. **6.** Чуб А. В. Мировые тенденции развития средств платежа. *Вестник Московского государственного университета.* 2003. № 1. С. 54–67. **7.** Іваненко Р. М. Сучасні платіжні технології: світовий досвід та українська практика. Полтава : ПУСКУ, 2003. 36 с. **8.** Мрочко М. С., Павлів Т. В. Розвиток банківських послуг у всесвітній мережі Інтернет. *Фінанси України.* 2001. № 9. С. 131–136.

АНАЛІТИЧНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ДІАГНОСТИКИ ДЕБІТОРСЬКОЇ ЗАБОРГОВАНОСТІ АГРОФІРМИ ТОВ «НАДІЯ»

УДК 657.432:658.148

Литинська Ю. О.

Студент 4 курсу
факультету консалтингу і міжнародного бізнесу ХНЕУ ім. С. Кузнеця

Анотація. *Узагальнено проблеми формування аналітичного забезпечення діагностики дебіторської заборгованості. Проаналізовано динаміку та структуру дебіторської заборгованості агрофірми ТОВ «Надія». Побудовано лінію тренду дебіторської заборгованості. Запропоновано шляхи вдосконалення аналізу дебіторської заборгованості в агрофірмі ТОВ «Надія».*

Ключові слова: *економіка, підприємство, організація, суб'єкт господарювання, аграрний сектор, сільське господарство, сільськогосподарське підприємство, фінанси, облік, активи, валюта балансу, зобов'язання, резерв сумнівних боргів, заборгованість, дебіторська заборгованість.*

© Литинська Ю. О., 2017

Аннотация. *Обобщены проблемы формирования аналитического обеспечения диагностики дебиторской задолженности. Проанализированы динамика и структура дебиторской задолженности агрофирмы ООО «Надежда». Построена линия тренда дебиторской задолженности. Предложены пути совершенствования анализа дебиторской задолженности в агрофирме ООО «Надежда».*

Ключевые слова: *экономика, предприятие, организация, субъект хозяйствования, аграрный сектор, сельское хозяйство, сельскохозяйственное предприятие, финансы, учет, активы, валюта баланса, обязательства, резерв сомнительных долгов, задолженность, дебиторская задолженность.*

Annotation. *The problems of forming analytical support for the diagnosis of receivables are generalized. The dynamics and structure of accounts receivable of the agrofirm LLC «Nadezhda» are analyzed. The trend line of accounts receivable was built. Ways of improving the analysis of accounts receivable in the agricultural firm LLC «Nadezhda».*

Keywords: *economy, enterprise, organization, business entity, agrarian sector, agriculture, agricultural enterprise, finance, accounting, assets, balance currency, liabilities, doubtful debts reserve, debts, receivables.*

На сьогодні підприємницький сектор суттєво впливає на розвиток економіки країни. За умов кризи та конкурентної боротьби на ринку суб'єкти господарювання стали більше зосереджувати увагу на аналізі заборгованостей і зобов'язань підприємства.

Актуальність цієї роботи є зумовленою тим, що збільшення дебіторської заборгованості може призвести до складностей у діяльності підприємства. Процес взаєморозрахунків між контрагентами за дебіторською заборгованістю тягне за собою фінансові ризики господарської діяльності.

Дослідженням проблемних питань щодо аналізу дебіторської заборгованості займалися Білик М. Д., Колеснікова О. М., Нашкерська Г. В., Кручак Л. В. та ін. Науковці розглянули важливі проблеми аналізу дебіторської заборгованості, у тому числі пов'язані з діагностикою дебіторської заборгованості. Відвантаження товарів на умовах подальшої оплати ускладнює діагностику дебіторської заборгованості тим, що така операція не гарантує отримання економічної вигоди, а несе однакову ймовірність стати безнадійною дебіторською заборгованістю. До того ж не кожний із суб'єктів господарювання створює резерв сумнівних боргів, оскільки це вилучення з обігу вільних коштів, але у процесі діагностики ця проблема може потягнути понесення додаткових фінансових витрат. Як ще одну проблему визначено недоцільне оцінювання дебіторської заборгованості у фінансовій звітності за вартістю реалізації, адже точнішим діагностичним результатам сприятиме застосування відповідної облікової вартості до господарської операції.

Метою написання статті є вдосконалення аналітичного забезпечення діагностики дебіторської заборгованості агрофірми ТОВ «Надія» із застосуванням сучасних комп'ютерних технологій.

Порівняння абсолютних даних балансу (звіту про фінансовий стан) агрофірми ТОВ «Надія» за 2015 р. і 2016 р. засвідчує, що на кінець аналізованого періоду наявне несуттєве зменшення дебіторської заборгованості за продукцію, товари, роботи, послуги та дебіторську заборгованість із бюджетом; заборгованість за виданими авансами на початок 2016 р. було погашено.

Сума оборотних активів у 2016 р. порівняно з 2015 р. зменшилась, хоча загальна сума за активами суттєво зросла. Агрофірма ТОВ «Надія» не має довгострокової кредиторської заборгованості, а загальна сума поточних зобов'язань у 2016 р. дещо зросла порівняно з 2015 р., хоча сума поточної кредиторської заборгованості у розрізі за товари, роботи, послуги зросла майже у п'ять разів. Це зумовлено резервом сумнівних боргів, значення яких можна побачити у залишках синтетичних рахунків агрофірми ТОВ «Надія» за 2015–2016 рр. Агрофірма ТОВ «Надія» співпрацює лише з вітчизняними покупцями. Резерв сумнівних боргів у 2016 р. перевищує такий у 2015 р. Цей показник становить більшу половину, аніж значення розрахунків з вітчизняними покупцями. Такий стан обумовлює значне зростання у 2016 р. суми поточної кредиторської заборгованості за товари, роботи, послуги, яку розраховують як різницю між розрахунками із вітчизняними покупцями та резервом сумнівних боргів.

Розрахунки показали, що дебіторська заборгованість становить майже половину загальної суми оборотних активів агрофірми ТОВ «Надія». Питома вага дебіторської заборгованості у загальній сумі активів у 2016 р. зменшилася майже наполовину й становить 12 %. Загальна сума кредиторської заборгованості у сумі дебіторської заборгованості в 2016 р. зросла на 10 %, це може бути зумовлено резервом сумнівних боргів, значення якого зросло. Питома вага резерву сумнівних боргів у сумі дебіторської заборгованості у 2016 р. також зросла майже на 20 %.

Аналізуючи структуру дебіторської заборгованості агрофірми ТОВ «Надія», можна зробити висновок, що підприємство в основному працює на умовах подальшої оплати за товари, роботи, послуги й має велику частину відвернутих коштів із господарського обігу. Однак, виходячи з результатів звіту про фінансовий результат (звіту про сукупний дохід) агрофірма ТОВ «Надія» має у 2016 р. дещо більший прибуток, аніж у 2015 р. Це свідчить про те, що структура дебіторської заборгованості має вплив на формування фінансового результату підприємства.

Для вдосконалення аналітичного забезпечення діагностики дебіторської заборгованості встановлено динаміку за допомогою одного з методів фінансового аналізу – трендового. Застосування сучасних комп'ютерних тех-

нологій дає змогу встановити закономірності змін дебіторської заборгованості агрофірми ТОВ «Надія» за даними квартального балансу (звіту про фінансовий стан) (рис. 1) [3; 4].

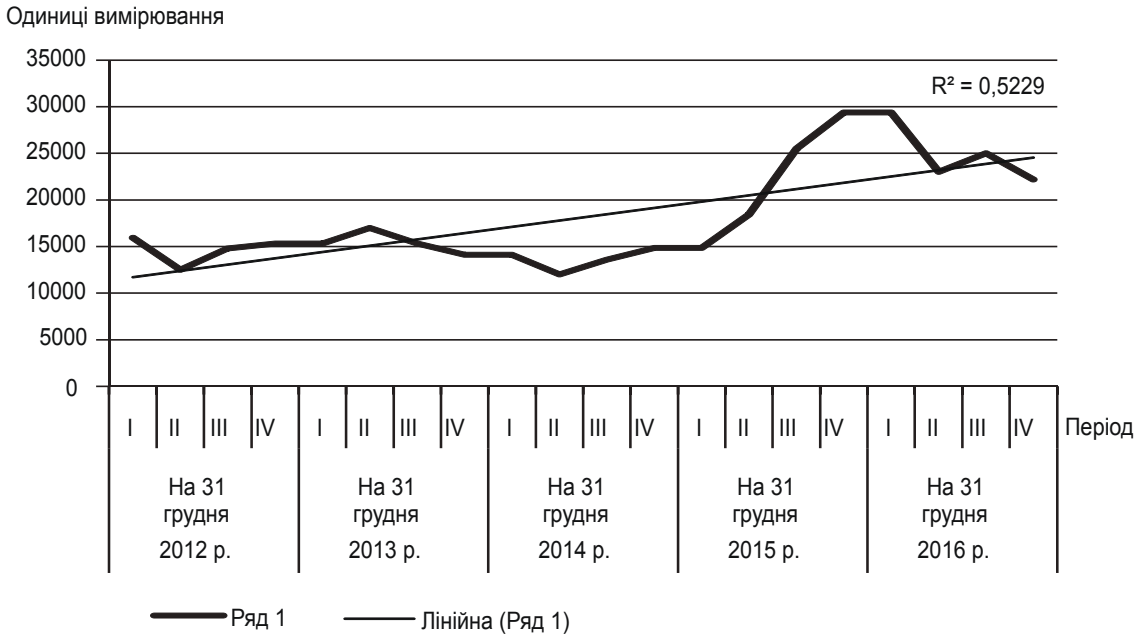


Рис. 1. **Лінія тренду дебіторської заборгованості агрофірми ТОВ «Надія»**

Розрахунки засвідчили наявність лінійної залежності лінії тренду за 2012–2016 рр. У розрізі кварталів можна зазначити, що динаміка дебіторської заборгованості є нестабільною: у другому кварталі 2012 р. та 2014 р. майже однаковий її спад, потім поступове зростання. У другому кварталі 2013 р. дебіторська заборгованість має вищий показник, аніж за попередній і наступний аналітичні періоди. Спостерігається різке збільшення дебіторської заборгованості у другому кварталі 2015 р., це може бути зумовлено як збільшенням реалізації товарів, робіт, послуг і відповідно збільшенням грошових зобов'язань за них, так і збільшенням резерву сумнівних боргів. Але в першому кварталі 2016 р. спостерігається різкий спад показника дебіторської заборгованості, та поступове його зниження надалі, це може свідчити про платоспроможність контрагентів агрофірми ТОВ «Надія».

Якщо припустити, що агрофірма ТОВ «Надія» запроваджуватиме певні заходи задля вдосконалення аналітичного забезпечення діагностики дебіторської заборгованості, можна прогнозувати у першому та другому кварталах 2017 р. спадний характер дебіторської заборгованості, що сприятиме поверненню виведених раніше з обігу грошових коштів господарської діяльності. За умови ретельного контролю за погашенням дебіторської заборгованості в строк можна припустити, що в четвертому кварталі 2017 р. показник сягне рівня принаймні першого кварталу 2015 р.

Таким чином, за розрахунковими даними можна визначити шляхи вдосконалення аналітичного забезпечення діагностики дебіторської заборгованості, які сприятимуть її зменшенню та покращенню фінансового результату діяльності суб'єкта господарювання. Це можна здійснити за рахунок збільшення кількості покупців і замовників підприємства для зменшення масштабу ризику несплати боргів. За впровадження систематичної діагностики фінансового стану підприємства, його ринкової репутації та іміджу дебіторів можна забезпечити точнішу оцінку платоспроможності. До того ж одним із шляхів поліпшення аналітичного забезпечення діагностики дебіторської заборгованості є впровадження її лімітування як у загальних обсягах, так і у розрахунку на одного дебітора за умови періодичного перегляду граничних сум ліміту. Для вдосконалення аналітичного забезпечення діагностики дебіторської заборгованості доцільним є здійснення постійного контролю за співвідношенням дебіторської та кредиторської заборгованості, адже значне перевищення фактичної дебіторської заборгованості створює загрозу фінансовій стабільності підприємства і робить необхідним залучення додаткових джерел фінансування.

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

Література: 1. Білик М. Д. Управління дебіторською заборгованістю підприємств. *Фінанси України.* 2003. № 12. С. 24–36. **2.** Колеснікова О. М. Проблемні питання обліку резерву сумнівних боргів в контексті Податкового

кодексу України. *Ефективна економіка.* URL: http://www.economy.nayka.com.ua/index.php?operation=1&iid=772. **3.** Нашкерська Г. В. Особливості визнання та оцінки поточної дебіторської заборгованості за продукцію, товари, роботи і послуги. *Бухгалтерський облік і аудит.* 2009. № 11. С. 37–43. **4.** Кручак Л. В. Аналіз стану дебіторської та кредиторської заборгованості суб'єкта господарювання. *Економічна думка*. 2016. № 2. С. 93–98. **5.** Про затвердження Положення (стандарту) бухгалтерського обліку : Закон України від 08.10.1999 № 237 // База даних «Законодавство України» / Верховна Рада України. URL: http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/z0725-99.

КОЕФІЦІЄНТНИЙ АНАЛІЗ ДЕБІТОРСЬКОЇ ЗАБОРГОВАНОСТІ АГРОФІРМИ ТОВ «НАДІЯ»

УДК 657.212

Литинська Ю. О.

Студент 4 курсу
факультету консалтингу і міжнародного бізнесу ХНЕУ ім. С. Кузнеця

Анотація. *Розкрито сутність та обґрунтовано важливість проведення коефіцієнтного аналізу на підприємстві. Узагальнено особливості проведення аналізу дебіторської заборгованості. Розраховано коефіцієнтні показники, проведено аналіз структури та динаміки дебіторської заборгованості агрофірми ТОВ «Надія».*

Ключові слова: *економіка, підприємство, організація, суб'єкт господарювання, аграрний сектор, сільське господарство, сільськогосподарське підприємство, фінанси, фінансові результати, облік, баланс, коефіцієнт, дебіторська заборгованість, валюта балансу, зобов'язання.*

Аннотация. *Раскрыта сущность и обоснована важность проведения коэффициентного анализа на предприятии. Обобщены особенности проведения анализа дебиторской задолженности. Рассчитаны коэффициентные показатели, проведен анализ структуры и динамики дебиторской задолженности агрофирмы ООО «Надежда».*

Ключевые слова: *экономика, предприятие, организация, субъект хозяйствования, аграрный сектор, сельское хозяйство, сельскохозяйственное предприятие, финансы, финансовые результаты, учет, баланс, коэффициент, дебиторская задолженность, валюта баланса, обязательства.*

Annotation. *The essence is revealed and the importance of carrying out the factor analysis in the enterprise is justified. Overview of the characteristics of the analysis of receivables. The coefficient coefficients are calculated, the structure and dynamics of accounts receivable of the agrofirm LLC «Nadezhda» are analyzed.*

Keywords: *economy, enterprise, organization, business entity, agrarian sector, agriculture, agricultural enterprise, finance, financial results, accounting, balance, coefficient, accounts receivable, balance currency, liabilities.*

За сучасних економічних умов усе частіше виникає проблема неплатоспроможності підприємства. Аналіз фінансової звітності дає змогу визначити фінансовий стан активів, капіталу та зобов'язань у процесі господарської діяльності.

Актуальність цієї роботи є зумовленою тим, що коефіцієнтний і структурний аналіз дебіторської заборгованості може запобігти зменшенню ефективності діяльності підприємства.

Дослідженням питань щодо коефіцієнтного фінансового аналізу дебіторської заборгованості займалися Нашкерська Г. В., Білик М. Д., Бондар М. І., Кручак Л. В. та ін. У цілому науковці зосереджені на пильному веденні фінансової звітності, зокрема, тому, що суб'єкту господарювання слід уникати операцій із відвантаження товарів на умовах наступної оплати, що не гарантує отримання економічної вигоди, а несе однакову ймовірність стати безнадійною дебіторською заборгованістю. Понесенню додаткових фінансових витрат може сприяти і створення ре-

© Литинська Ю. О., 2017

зерву сумнівних боргів, що є фактично вилученням з обігу вільних коштів. Точнішому аналізу фінансової звітності сприятиме застосування відповідної облікової вартості дебіторської заборгованості до господарської операції.

Метою написання статті є аналіз структури й динаміки дебіторської заборгованості агрофірми ТОВ «Надія», а також розрахунок коефіцієнтних показників, із застосуванням яких визначатимемо фінансовий стан підприємства.

Важливим етапом вивчення фінансового стану, сутності та природи явища дебіторської заборгованості на підприємстві є аналіз основних показників, серед них:

– дані горизонтального та вертикального аналізу дебіторської заборгованості;

– коефіцієнт оборотності дебіторської заборгованості;

– розрахунок коефіцієнтів абсолютної, термінової ліквідності дебіторської заборгованості та коефіцієнта покриття;

– визначення фінансової стійкості агрофірми ТОВ «Надія» [4].

На основі даних балансу (звіту про фінансовий стан) зведено таблицю структури та динаміки дебіторської заборгованості агрофірми ТОВ «Надія» за 2015–2016 рр. (табл. 1) [3].

Таблиця 1

Аналіз складу та структури дебіторської заборгованості агрофірми ТОВ «Надія», 2015–2016 рр.

Розрахунки з дебіторами	2015		2016		Зміни	
	сума, тис. грн	пит. вага, %	сума, тис. грн	пит. вага, %	у сумі, тис. грн	у пит. вазі, %
1. Дебіторська заборгованість за товари, роботи й послуги:						
– чиста реалізаційна вартість	159867	78,40	166666	75,71	6799	-2,69
2. Дебіторська заборгованість за розрахунками: – з бюджетом	2991	1,47	12101	5,50	9110	4,03
– за виданими авансами	27804	13,64	29118	13,23	1314	-0,41
3. Інша поточна дебіторська заборгованість	13070	6,41	12244	5,56	-826	-0,85
4. Векселі отримані	169	0,08	-	-	-169	-0,08
Разом	203901	100	220129	100	16228	0

Розрахункові дані табл. 1 засвідчують, що дебіторська заборгованість агрофірми ТОВ «Надія» за товари, роботи, послуги зросла на 6 779 тис. грн, однак, у питомій вазі зменшилась на 2,69 %. Дебіторська заборгованість за розрахунками зросла 4 %, за виданими авансами спостерігається зростання на 1 314 тис. грн. Інша поточна дебіторська заборгованість зменшилася на 826 тис. грн. Суму отриманих векселів наприкінці року було повністю погашено. У цілому сума дебіторської заборгованості наприкінці року порівняно з початком року зросла на 16228 тис. грн.

Другим етапом аналізу дебіторської заборгованості є розрахунок основних показників, які характеризують фінансовий стан підприємства – коефіцієнтів платоспроможності та ліквідності. Показником якості та ліквідності дебіторської заборгованості є її оборотність, коефіцієнт якої обчислюють за формулою:

$$K_{ДЗ} = \frac{ВР}{ДЗСР} = \frac{643704}{911930,5} = 0,71 < 1,$$

де $ВР$ – чистий дохід (виручка) від реалізації продукції;

$ДЗ_{СР}$ – середньорічна величина дебіторської заборгованості.

Коефіцієнт оборотності показує, скільки разів дебіторська заборгованість утворюється й надходить до підприємства за досліджуваний період. Оборотність дебіторської заборгованості також може бути розрахована в днях:

$$О_{ДЗ} = \frac{Т}{К_{ДЗ}} = \frac{360}{0,71} = 510 \text{ (днів)},$$

де $Т$ – тривалість аналізованого періоду.

Цей показник відображає середню кількість днів, необхідних для повернення заборгованості.

У результаті розрахунків основних показників визначено, що коефіцієнт оборотності дебіторської заборгованості має значення 1. Це свідчить про те, що один раз дебіторська заборгованість утворюється й надходить підпри-

ємству за аналізований період. Цей коефіцієнт також було розраховано в днях – 510 днів. Це дуже великий проміжок часу, тож такий термін повернення заборгованості можна пояснити лише тривалим операційним циклом у агрофірмі ТОВ «Надія».

Для якісного оцінювання платоспроможності й ліквідності агрофірми ТОВ «Надія» необхідно розрахувати коефіцієнт абсолютної ліквідності, який характеризує частку короткострокових зобов'язань підприємства, що можуть бути погашені за рахунок високоліквідних активів:

$$K_{АЛ} = \frac{A_{12}}{П_1 + П_2}.$$

Нормативне значення 0,2–0,5.

$K_{АЛ}0$ = (25 0667) / 19 5609 + 7 072 = 1,24; $K_{АЛ}1$ = (26 6649)/27 0126 + 7 072 = 0,96.

Коефіцієнт термінової (критичної) ліквідності показує, чи зможе підприємство в установлений термін розрахуватися за своїми короткостроковими зобов'язаннями за умови своєчасного проведення розрахунків із дебіторами. Нормативне значення *Ктл* > 1.

$$K_{ТЛ} = \frac{A_1 + A_2}{П_1 + П_2}.$$

$K_{ТЛ}0$ = 250667 + 294793 / 195609 + 7072 = 2,69;

$K_{ТЛ}1$ = 266649 + 300102 / 270126 + 7072 = 2,04.

Коефіцієнт покриття дає змогу встановити, чи досить ліквідних активів для погашення мобільних пасивів:

$$K_{П} = \frac{A_{П}}{П_1 + П_2}.$$

Нормативне значення 2,0–2,5.

$K_{П}0$ = 294793 / 195609 + 7072 = 1,45; $K_{П}1$ = 300102 / 270126 + 7072 = 1,08.

Значення коефіцієнта абсолютної ліквідності за 2015 р. та 2016 р. є вищими за нормативне, однак, у 2016 р. показник знизився і становив 96 %. Коефіцієнт термінової ліквідності відповідає нормативним обмеженням, тобто підприємство може в установлений термін розрахуватися за своїми короткостроковими зобов'язаннями за умови вчасного проведення розрахунків із дебіторами. Значення коефіцієнта покриття за 2015–2016 рр. не відповідає нормативному, це означає, що агрофірмі ТОВ «Надія» не вистачить ліквідних активів для погашення мобільних пасивів.

Таким чином, фінансова стійкість агрофірми ТОВ «Надія» покращилася порівняно з 2015 р. Аналіз проведено на підставі таких показників, як наявність власних оборотних коштів, наявність власних і довгострокових позикових джерел формування запасів, загальна величина основних джерел формування запасів, а також відповідних надлишків чи недоліків. У 2015 р. підприємство опинилося на межі банкрутства, а в 2016 р. діяльність підприємства нормалізувалася. Для діяльності агрофірми ТОВ «Надія» характерними є нормальна платоспроможність, ефективне використання позикових коштів і висока прибутковість виробничої діяльності.

Науковий керівник – канд. екон. наук, доцент Сапрун Г. Г.

Література: 1. Бондар М. І. Звітність підприємства. Київ : Центр навч. літ., 2015. 570 с. **2.** Шара Є. Ю., Соколовська І. Є. Фінансовий облік. Київ : Центр навч. літ., 2016. 336 с. **3.** Нашкерська Г. В. Особливості визнання та оцінки поточної дебіторської заборгованості за продукцію, товари, роботи і послуги. *Бухгалтерський облік і аудит*. 2009. № 11. С. 37–43. **4.** Кручак Л. В. Аналіз стану дебіторської та кредиторської заборгованості суб'єкта господарювання. *Економічна думка.* 2016. № 2. С. 93–98. **5.** Кураков Л. П., Рябина Э. Н., Владимирова М. П., Кураков В. П. Экономический анализ и основы управления финансами. М. : Вуз и школа, 2010. 310 с. **6.** Про затвердження Положення (стандарту) бухгалтерського обліку : Закон України від 08.10.1999 № 237 // База даних «Законодавство України» / Верховна Рада України. URL: http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/z0725-99.

НЕСТАНДАРТНА ФОРМА ЗАЙНЯТОСТІ ЯК ЗАСІБ БОРОТЬБИ З БЕЗРОБІТТЯМ

УДК 331.526

Лішенко. О. Є.

Студент 3 курсу
факультету економіки і права ХНЕУ ім. С. Кузнеця

Анотація. *Розглянуто особливості та види нестандартної форми зайнятості. Досліджено вплив нестандартної форми зайнятості на роботодавця, найманого працівника та економіку країни в цілому. Проведено порівняльний аналіз рівня заробітної плати за умови застосування стандартної та нестандартної форм зайнятості. Розглянуто категорії населення, що потребують нестандартної форми зайнятості.*

Ключові слова: *економіка, підприємство, організація, суб'єкт господарювання, право на працю, безробіття, заробітна плата, зайнятість, стандартна форма зайнятості, нестандартна форма зайнятості, робітник, найманий працівник, роботодавець, неповна зайнятість, дистанційна зайнятість.*

Аннотация. *Рассмотрены особенности и виды нестандартной формы занятости. Исследовано влияние нестандартной формы занятости на работодателя, наемного работника и экономику страны в целом. Проведен сравнительный анализ уровня заработной платы при условии применения стандартной и нестандартной формы занятости. Рассмотрены категории населения, нуждающиеся в нестандартной форме занятости.*

Ключевые слова: *экономика, предприятие, организация, субъект хозяйствования, право на труд, безработица, заработная плата, занятость, стандартная форма занятости, нестандартная форма занятости, рабочий, наемный работник, работодатель, неполная занятость, дистанционная занятость.*

Annotation. *Features and types of non-standard forms of employment are considered. The influence of non-standard form of employment on the employer, the employee and the economy of the country as a whole is investigated. A comparative analysis of the level of wages was carried out, provided the standard and non-standard forms of employment were applied. Categories of the population in need of a non-standard form of employment are considered.*

Keywords: *economy, enterprise, organization, business entity, the right to work, unemployment, wages, employment, standard form of employment, non-standard form of employment, worker, hired worker, employer, part-time employment, distance employment.*

Нині співіснують дві умовні форми зайнятості населення – стандартна та нестандартна. За стандартною формою зайнятості працівник перебуває на одному робочому місці в режимі повної зайнятості на підставі безстрокового трудового договору з роботодавцем. Підприємства й організації мають право встановлювати меншу норму тривалості робочого часу в колективному договорі, таку форму зайнятості називають нестандартною.

Нестандартна форма зайнятості досягла масового характеру, чим зумовлено актуальність теми та необхідність вивчення впливу такої форми зайнятості на роботодавця, найманого працівника та економіку країни в цілому. Слід з'ясувати, чи можливо за рахунок збільшення договорів на засадах нестандартної форми зайнятості забезпечити зниження рівня безробіття.

Дослідженням проблемних питань застосування нестандартної зайнятості займаються Кохан В. П., Гулевич О. В., Чанишева А. Р., Бандур С. І., Гук Л. П., Назарова Г. В., Гончарова С. Ю., Москаленко Н. О. та ін.

Стандартна форма зайнятості почала зароджуватися наприкінці XIX ст. у зв'язку з індустріалізацією суспільства, розвитком промисловості, зародженням і високим ступенем впливу профспілок, а відповідно створенням трудового законодавства та системи соціального захисту. Такі передумови сприяли розвитку стандартної форми зайнятості [8].

У 70-х рр. XX ст. розпочала зароджуватися нестандартна форма зайнятості, що є пов'язаним із економічним спадом, спричиненим енергетичною кризою 1973 р., що захопила переважну частину світового суспільства. Унаслідок цих подій підприємства почали відходити від стандартної форми зайнятості через відсутність можливості утримувати велику кількості працівників [8].

Іншою причиною стала структурна зміна виробництва. Передові країни потребували збільшення кількості працівників сфери послуг та інноваційної діяльності, де умови праці значно відрізняються від виробничих. Упровадження автоматизованої системи виробництва призвело до нераціонального використання повної зайнятості. Усі ці зміни поклали початок упровадженню нестандартної форми зайнятості.

© Лішенко О. Є., 2017

На сьогодні розрізняють такі види нестандартної зайнятості: неповна або часткова зайнятість, дистанційна робота, у тому числі фріланс і самозайнятість.

Дистанційна, або телеробота набула нині неймовірної популярності, особливо серед молоді. У такий спосіб студенти мають можливість отримати досвід без шкоди для процесу навчання. Видом дистанційної роботи є фріланс, тобто онлайн-робота. За даними досліджень, на сьогодні у світі налічує понад 75 млн телеробітників, із них у США – понад 50 млн, у Європі – 20 млн, у Росії – 3 млн людей, причому їх чисельність постійно зростає. Масове поширення дистанційної зайнятості зумовило прийняття нормативного акта на рівні Європейського Союзу – Рамкової угоди про телероботу від 16 липня 2002 р. [9].

Неповна зайнятість має свої переваги та недоліки, що впливають безпосередньо і на працівника, і на підприємство, і на економіку країни в цілому. За застосування неповної зайнятості підприємство отримує певну гнучкість до зміни умов на ринку праці, що дозволяє зменшити витрати й підвищити конкурентоспроможність. Цей інструмент забезпечує також збереження наявних і створення нових робочих місць. На економіку країни неповна зайнятість впливає позитивно, оскільки забезпечує збереження зайнятості на високому рівні, знижує рівень безробіття, створює умови для повернення на ринок праці тієї категорії економічно активного населення, що втратила роботу, але продовжує її шукати. Недоліками неповної зайнятості є низька заробітна плата, невисокий рівень соціального захисту працівника та низькі можливості для кар'єрного зростання.

В Україні процес зародження неповної зайнятості активізувався у 90-х рр. XX ст. У цей період був високий рівень безробіття: Україна посідала одне з перших місць серед країн СНГ за її рівнем [8].

Упровадження неповної зайнятості надало можливості для працевлаштування жінок, зайнятих домашнім господарством, або вагітних жінок, інвалідів, пенсіонерів та осіб із обмеженою працездатністю. Важливим аспектом є можливості для працевлаштування студентів, що дає змогу отримати досвід, уміння та навички, необхідні для подальшого успішного кар'єрного зростання, пришвидшити процес працевлаштування у майбутньому.

На рис. 1 відтворено зміну рівня заробітної плати за умови повної та неповної зайнятості у 2013–2016 рр. [7].

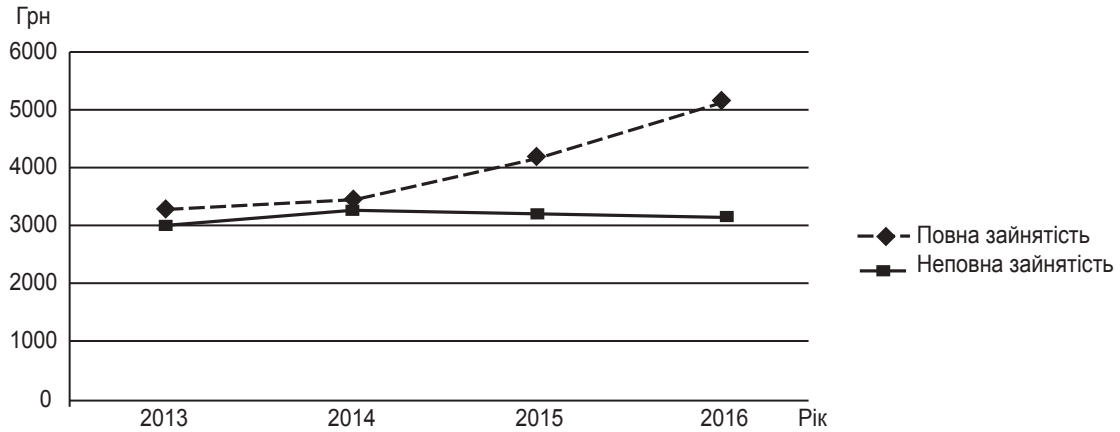


Рис. 1. **Рівень середньорічної заробітної плати за умови повної та неповної зайнятості, 2013–2016 рр.**

Бачимо, що нижчим є рівень заробітної плати за умови неповної зайнятості. Це пов'язано із тим, що в такому випадку вона формується пропорційно відпрацьованому часу або залежно від виробітку. У такий спосіб роботодавець отримує можливість знизити витрати на оплату праці, але водночас надати можливість працевлаштуватися категорії населення, яка цього потребує, але не може перебувати на робочому місці на умовах повної зайнятості [7].

Нестандартна форма зайнятості є універсальним інструментом, придатним як для найманого працівника, так і для роботодавця. Але вона має безліч негативних аспектів, що передусім стосуються найманого працівника. Такими є низька заробітна плата, скорочення соціальних пільг і гарантій, відсутність безпеки й охорони праці та підтримки профспілок. Чимало нестандартних форм зайнятості не мають належної нормативно-правової бази, що негативно впливає на найманих працівників, отже, потребує негайного запровадження відповідних заходів [5].

Таким чином, науковим результатом дослідження є систематизація переваг, недоліків та умов розвитку нестандартної форми зайнятості в Україні, що в перспективі дозволить розробити відповідні механізми її подальшого розвитку та правового регулювання.

Науковий керівник – канд. екон. наук, доцент Мішина С. В.

Література: 1. Новак Н. П. Поняття, види й форми зайнятості. URL: http://www.ukr.vipreshebnik.ru/econom-praci/4305-ponyattya-vidi-j-formi-zajnyatosti.html. **2.** Трошина Т. М. Нетипові форми зайнятості: ризики для працівників та необхідність правового регулювання. URL: http://nspplugansk.ucoz.ua/publ/netipovi_formi_zajnjatosti_riziki_dlja_pracivnikiv_ta_neobkhidnist_pravovogo_reguljuvannja. **3.** Моцная О. Правовое регулирование трудовых отношений при нетипичных формах занятости. *Кадровик.* 2009. № 3. С. 48–56. **4.** Гулевич О. В. Трансформація зайнятості у сфері послуг під впливом розвитку інформаційних технологій. *Україна: аспекти праці.* 2010. № 2. С. 9–13. **5.** Чанишева А. Р. Соціальний захист у разі неповної зайнятості: стандарти Європейського Союзу та законодавство України. *Право України.* 2016. № 8. С. 37–46. **6.** Бандур С. І. Розвиток соціально-трудових відносин як передумова досягнення продуктивної зайнятості населення. *Ринок праці та зайнятість населення.* 2014. № 1. С. 8–13. **7.** Гук Л. П. Гнучка нестандартна зайнятість: систематизація форм і використання на ринку праці України. *Український соціум.* 2016. № 1. С. 22–24. **8.** Кохан. В. П. Нестандартна зайнятість в Україні: виклики часу. *Право та інноваційне суспільство.* 2013. № 1. С. 11–14. **9.** Назарова Г. В., Гончарова С. Ю., Москаленко Н. О., Жилін О. І. Економіка праці та соціально-трудові відносини : навч. посіб. / за ред. Г. В. Назарової. Київ : Знання, 2012. 571 с.

УДОСКОНАЛЕННЯ ОРГАНІЗАЦІЇ ЗАРОБІТНОЇ ПЛАТИ НА ПІДСТАВІ СИСТЕМИ УПРАВЛІННЯ ЗА ЦІЛЯМИ

УДК 331.101.3

Ліщенко Ю. О.

Магістрант 1 року навчання
факультету економіки і права ХНЕУ ім. С. Кузнеця

Анотація. *Обґрунтовано теоретичні засади визначення розміру змінної частини заробітної плати згідно із системою управління за цілями. Проаналізовано підхід до визначення категорій персоналу для преміювання. Розглянуто процес розробки цілей KPI на прикладі схеми преміювання для начальника цеху.*

Ключові слова: *підприємство, організація, звітність, управління, персонал, мотивація, заробітна плата, премія, преміювання, управління за цілями.*

Аннотация. *Обоснованы теоретические основы определения размера переменной части заработной платы в соответствии с системой управления по целям. Проанализирован подход к определению категорий персонала для премирования. Рассмотрен процесс разработки целей KPI на примере схемы премирования для начальника цеха.*

Ключевые слова: *предприятие, организация, отчетность, управление, персонал, мотивация, заработная плата, премия, премирование, управление по целям.*

Annotation. *The theoretical basis for determining the size of the variable part of wages is substantiated in accordance with the management system by purpose. The approach to determining the categories of personnel for bonuses is analyzed. The process of KPI goals development is considered on the example of bonus scheme for the shop manager.*

Keywords: *enterprise, organization, reporting, management, personnel, motivation, salary, bonus, management by purpose.*

Зростання ефективності суспільної продуктивності є зумовленим передусім зростанням виробництва та поліпшенням якості роботи. Заробітна плата є найважливішим засобом підвищення зацікавленості працюючих

© Ліщенко Ю. О., 2017

у результатах своєї праці, зростання її продуктивності, збільшення обсягів виробленої продукції, поліпшення її якості та асортименту.

Дослідженням питань удосконалення організації заробітної плати займалися Друкер П., Ветлужських О., Лаптєв В., Снітко Л. та ін.

Метою написання статті є обґрунтування теоретичних засад визначення розміру змінної частини фонду оплати праці.

Розмір змінної частини фонду оплати праці слід визначати на підставі системи управління за цілями (management by objectives, MBO), що дає змогу систематизувати процес управління. Ідею управління за цілями запропонував у 1960-х рр. Друкер П. Цей метод передбачає, що на початку періоду організації, підрозділам, відділам, співробітникам встановлюються цілі, від виконання яких залежить змінна частина заробітної плати. У табл. 1 подано основні характеристики категорій персоналу, які є основою для подальшого призначення премій [1–4].

Таблиця 1

Характеристика категорій персоналу для преміювання

Категорії	Опис	Період постановки
A	Топ-менеджери, керівники ключових підрозділів, від яких залежить бізнес-результат	Півроку–рік
B	Керівники та співробітники-професіонали, які створюють основний бізнес-результат	Місяць–квартал
C	Керівники та співробітники так званих підтримуючих підрозділів або підрозділів, що надають послуги	Квартал–півроку
D	Співробітники, діяльнісит яких не впливають	

Важливими є умови в системі управління за цілями.

1. Цілі й завдання необхідно визначати відповідно до принципу SMART. Це означає, що вони повинні бути:

- Specific – специфічними для організації, підрозділу, співробітника;
- Measurable – вимірними;
- Achievable – досяжними, реалістичними;
- Result-oriented – орієнтованими на результат;
- Time-based – мають бути встановлені чіткі терміни виконання.

2. Має бути проведена декомпозиція, або «каскадування» цілей із верхнього рівня на нижній.

3. Не повинно бути забагато цілей на кожному рівні; оптимальним вважають визначення трьох-п'яти ключових цілей.

4. Постановку цілей здійснюють залежно від стилю управління в компанії.

5. Для визначення рівня досягнення цілей встановлюють KPI (key performance indicators), тобто ключові показники діяльності або ефективності.

У таблиці подано етапи визначення цілей (табл. 2) [1; 5].

Таблиця 2

Етапи формування таблиці цілей

№	Сутність	Короткий опис
1	Визначення цілей SMART і проведення декомпозиції	Оптимальний вибір поставлених цілей
2	Визначення KPI для досягнення цілей	Застосування кількох показників
3	Визначення ваги для кожної мети	Ураховують складність досягнення мети
4	Визначення планового показника	На підставі існуючих тенденцій
5	Визначення результативності й розміру премії	Премії за окремими показниками додаються
6	Залежність винагороди як від індивідуальних, так і від колективних результатів діяльності	Мотивація взаємодопомоги та наставництва

Постановка трьох-п'яти цілей або завдань дозволяє об'єктивніше оцінити діяльність керівника (співробітника), урахувати не тільки короткострокові фінансові результати, а й виконання стратегічних (тактичних) цілей, оцінити якість роботи керівників [3].

Занижені показники зумовлюватимуть завищені й необ'єктивні виплати премії. Установлюють кілька значень показників для різних рівнів: неприпустимий рівень, низький рівень, плановий рівень і рівень лідерства. Щоб розрахувати преміальну частину зарплати, для кожного керівника або співробітника, крім встановлених KPI для кожного рівня діяльності, розробляються таблиці цілей, за допомогою яких визначається відсоток премії.

За досягнення показників того чи іншого рівня виплачується певний відсоток до окладу. Так, за неприпустимого рівня встановлюється нульовий відсоток премії, низькому – 10 %, плановому – 30 % і за рівня лідерства – 40 %. Після отримання фактичного значення показників розраховують відповідний розмір премії з урахуванням фактичного і планового значення, ваги показника й відсотка винагороди [4].

За такого преміювання часто вводять обмеження: якщо хоча б одна з цілей виконується на неприпустимому рівні, змінна частина не нараховується і за іншими цілями, тобто працівник не отримує премію.

Приклад цілей і KPI подано в таблиці для начальника цеху із окладом 10 000 грн (табл. 3) [4; 5].

Таблиця 3

Таблиця цілей для керівника структурного підрозділу

Відсоток винагороди			Нульовий	10 %	30 %	40 %	Факт	Премія, грн
Цілі	KPI	ПВ, %	Недопустимий рівень	Низький рівень	Плановий рівень	Рівень лідерства		
Виконання плану випуску продукції	Обсяг виробництва, млн грн	40	< 4,5	4,5–4,9	5,0-5,2	5,3	5	1200
Виконання плану з асортименту	Частка виконаних позицій з асортименту, %	30	< 90	90–94	95-99	100	95	900
Дотримання норми з браку	Брак, %	20	> 15	11–15	8-10	7	8	600
Дотримання норми з витрат	Матеріально-технічні витрати, тис. грн	10	> 120	110–120	80-100	79	79	500
Разом								3200

Найефективнішою є система оплати праці, яка враховує як індивідуальний внесок працівника, так і результати колективної діяльності. У такому разі відбувається стимулювання співробітників на досягнення, отже, і на взаємодопомогу та наставництво.

Щоб урахувати як індивідуальний внесок працівника, так і результати колективної діяльності, необхідно розподілити змінну частину зарплати на дві складові: наприклад, 70 % – за виконання індивідуальних цілей і 30 % – колективних [5].

Таким чином, науковим результатом дослідження є систематизація теоретичних засад формування KPI та розробка таблиці цілей для керівника підрозділу. Напрямом подальших наукових досліджень є розробка таблиці цілей для допоміжних та обслуговуючих підрозділів підприємства.

Науковий керівник – канд. екон. наук, доцент Мішина С. В.

Література: 1. Друкер П. Управление, нацеленное на результаты / пер. с англ. М. : Технологическая школа бизнеса, 1992. 194 с. **2.** Ветлужских Е. Мотивация и оплата труда: инструменты, методики, практика. М. : Альпина Паблишер, 2014. 152 с. **3.** Лаптєв В. І. Теоретичні аспекти оплати праці в контексті ефективного мотивування персоналу підприємства. *Науковий вісник Ужгородського університету.* 2015. № 1. С. 140–143. **4.** Єсінова Н. І. Економіка праці та соціально-трудові відносини : навч. посіб. Харків : ХДУХТ, 2017. 190 с. **5.** Снітко Л. Т. Теоретико-методичні аспекти оцінки і стимулювання компетенцій працівників підприємства. *Науковий вісник Полтавського університету економіки і торгівлі.* 2015. № 3. С. 45–49.

ПРОГНОЗУВАННЯ КРИЗИ НА ПІДПРИЄМСТВІ ІЗ ЗАСТОСУВАННЯМ МАРКОВСЬКИХ ПРОЦЕСІВ

УДК 65:005:15

Лозовий Д. І.

Магістрант 2 року навчання
фінансового факультету ХНЕУ ім. С. Кузнеця

Анотація. *Розглянуто сутність марковського методу ланцюгів та особливості його застосування в процесі антикризового управління підприємством. Обґрунтовано необхідність застосування інноваційних інструментів за впровадження антикризового управління на підприємстві.*

Ключові слова: *підприємство, організація, антикризове управління, моделювання, ланцюги Маркова, марковський метод.*

Аннотация. *Рассмотрены сущность марковского метода цепей и особенности его применения в процессе антикризисного управления предприятием. Обоснована необходимость применения инновационных инструментов при внедрении антикризисного управления на предприятии.*

Ключевые слова: *предприятие, организация, антикризисное управление, моделирование, цепи Маркова, марковский метод.*

Annotation. *The essence of the Markov chain method and the features of its application in the process of enterprise crisis management are considered. The necessity of application of innovative tools on introduction of anti-recessionary management at the enterprise is grounded.*

Keywords: *enterprise, organization, crisis management, modeling, Markov chains, Markov method.*

За сучасних ринкових умов для ефективного антикризового управління підприємством необхідним є застосування економіко-математичного моделювання та інших інноваційних інструментів задля більш обґрунтованого вибору стратегічного розвитку підприємств, із чим пов'язана актуальність цієї теми.

Метою написання статті є обґрунтування необхідності моделювання розвитку кризових ситуацій у процесі розробки антикризового управління підприємством.

Дослідженням процесів організації антикризового управління підприємством займалися Ансофф І., Берест М., Давидова Н., Журавльова І., Проноза П., Чернявський А. та ін.

Антикризове управління є особливо актуальним, оскільки за сучасних економічних умов чимало підприємств перебувають у стані кризи або наближаються до такого [3]. Перед менеджментом підприємств постає необхідність розробки й упровадження інноваційних антикризових інструментів управління, оскільки традиційні методи управління втрачають ефективність. Характер прояву кризових процесів за умов нестабільної економічної ситуації вимагає застосування нових механізмів антикризового управління, які можуть не тільки визначити і пом'якшити негативні наслідки криз, а й кардинально змінити чинну систему антикризового управління [2].

Створення ефективної системи антикризового управління на підприємствах є однією з найважливіших стратегічних задач менеджменту. Задля прискорення процесів посткризової стабілізації та підвищення конкурентоспроможності галузей економіки виникає об'єктивна необхідність застосування ефективних механізмів антикризового управління, таких як методи математичного моделювання [3]. Застосування методів математичного моделювання при формуванні антикризової стратегії підприємства дозволяє виявити основні ймовірнісні траєкторії розвитку кризової ситуації. Нині на підприємствах все більше практичного застосування знаходить такий вид математичного моделювання, як теорія ланцюгів Маркова. Ланцюги Маркова є популярним математичним апаратом для опису різноманітних проблем імовірнісного характеру. Моделі прогнозування на підставі ланцюгів Маркова (Markov chain model) припускають, що майбутній стан процесу залежить тільки від його поточного стану і не залежить від попередніх [5].

Марковські процеси є одним з важливих розділів економіко-математичного моделювання, що дозволяють визначити окремий вид імовірнісних моделей різноманітних процесів, які відбуваються у фінансово-економічних системах, розробити модель процесу функціонування фінансового механізму суб'єктів господарювання в системі фінансових відносин.

Із застосуванням ланцюгів Маркова можна визначити стан підприємства на майбутнє. Марковські випадкові процеси як математичний апарат дослідження є використовуваними у багатьох галузях науки, зокрема в економіці, екології, соціології, техніці [8]. Особливістю марковського випадкового процесу є те, що майбутнє залежить

© *Лозовий Д. І., 2017*

від його минулого лише через сучасне. Структура ланцюга Маркова та ймовірності переходу станів визначають залежність між майбутнім значенням процесу та його поточним значенням. Так, кожний елемент матриці є ймовірністю переходу із фази стану підприємства *Xi* в наступний момент часу в стані X_j.

Ланцюги Маркова подають як матрицю (рис. 1) [5].

$$p_1 = \begin{pmatrix} p_{11} & p_{12} & \cdots & p_{1k} \\ p_{21} & p_{22} & \cdots & p_{2k} \\ \cdots & \cdots & \cdots & .. \\ p_{n1} & p_{n2} & \cdots & p_{nk} \end{pmatrix}.$$

Рис. 1. **Матриця ланцюгів Маркова**

Наприклад, якщо ймовірність настання кризи на підприємстві в 2018 р. становить 20 %, а ймовірність поліпшення ситуації – 10 %, то згідно із теорією ланцюгів Маркова для точного визначення ймовірності настання кризи використовують модель двоступінчастих переходів, яка розраховується піднесенням матриці до другого степеня (рис. 2) [5].

$$p_1 = \begin{pmatrix} 0,2 & 0,8 \\ 0,1 & 0,9 \end{pmatrix}$$

$$p_1 = 02; 08; 01; 09$$

$$p_2 = 02 \cdot 02 + 08 \cdot 01; 02 \cdot 08 + 08 \cdot 09; 01 \cdot 02 + 09 \cdot 01; 01 \cdot 08 + 09 \cdot 09 = 012; 088; 011; 089$$

Рис. 2. **Модель ймовірностей зміни фінансової ситуації на підприємстві у 2018 р.**

Згідно із отриманими даними ймовірність поліпшення ситуації становить 11 %, а ймовірність загострення кризи – 12%.

Відповідний вектор матриці, компоненти якого характеризують співвідношення між фазами розвитку кризової ситуації на підприємстві, поданий координатами початкової матриці (X1; X2).

Розрахунок координат вектора подано в рівнянні:

$$[0,2X_1 + 0,1X_2; 0,8X_1 + 0,9X_2 = (X_1; X_2)] \quad (1)$$

Проведемо розрахунок за допомогою системи рівнянь (2) і (3):

$$\begin{cases} 0,2X_1 + 0,1X_2 = X_1 \\ 0,8X_1 + 0,9X_2 = X_2 \end{cases} \quad (2)$$

$$\begin{cases} -0,8X_1 + 0,1X_2 = 0 \\ 0,8X_1 - 0,1X_2 = 0 \end{cases} \quad (3)$$

Оскільки в цьому процесі розглядаємо характеристику фінансового стану підприємства на майбутнє, то сума координат вектора $X_1 + X_2 = 1$.

Розрахунок ймовірності фінансового стану підприємства подано в системі рівнянь:

$$\begin{cases} 0,8X_1 - 0,1X_2 = 0 \\ X_1 + X_2 = 1 \end{cases} \quad (4)$$

Розв'язавши рівняння, знаходимо: $X_1 = 11$ %; $X_2 = 89$ %.

Отже, з вірогідністю 11 % можна стверджувати, що стан підприємства в 2018 р. погіршиться.

Звісно, чим тривалішим є період, тим більшою є похибка прогнозування, отже, остаточне рішення про величину горизонту планування можна прийняти, зіставивши фактичні дані з результатами прогнозування, а вже потім вибирати тривалість періоду прогнозування таким, на якому похибка перебуватиме в гранично допустимих межах [5].

Таким чином, застосування ланцюгів Маркова дозволяє визначати ймовірність настання кризи в майбутньому. Своєчасна розробка ймовірнісних моделей розвитку кризового стану підприємства видається актуальною не

тільки для підприємств, що перебувають у нестабільному стані. Ймовірнісне моделювання є спрямованим на прогнозування кризової ситуації на підприємстві задля запобігання розвитку несприятливих явищ. Перспективним напрямом подальших розробок у цьому напрямі є визначення комплексу актуальних антикризових заходів, спрямованих на нейтралізацію впливу кризоутворюючих факторів зовнішнього середовища.

Науковий керівник – канд. екон. наук, доцент Кузенко Т. Б.

Література: 1. Ансофф И. Новая корпоративная стратегия. СПб. : Питер Ком, 1999. 416 с. **2.** Давыдова Н. С. Инструменты антикризисного управления в промышленности региона. *Вестник Удмуртского университета.* 2009. № 1. С. 36–43. **3.** Чернявский А. Д. Цикличность кризисов маркетинга во времени. *Проблемы современной экономики.* 2004. № 2. С. 21–23. **4.** Хит Р. Антикризисное управление для руководителей и менеджеров / пер. с англ. М. : Лори, 2004. 486 с. **5.** Коломієць С. В. Теорія випадкових процесів : практикум. Суми : ДВНЗ «УАБС НБУ», 2011. 80 с.

ВИЗНАЧЕННЯ ВПЛИВУ ФАКТОРНИХ ЗМІННИХ НА ПОКАЗНИК ЛІКВІДНОСТІ БАНКУ

УДК 336.71

Лоцько О. І.

Магістрант 2 року навчання
фінансового факультету ХНЕУ ім. С. Кузнеця

Анотація. *Визначено основні фактори впливу на ліквідність банківської установи у 2010–2016 рр. Побудовано кореляційно-регресійну модель взаємозв'язку економічних показників і ліквідності. Отриману модель перевірено на статистичну значущість, зроблено відповідні висновки.*

Ключові слова: *організація, установа, банк, банківська установа, банківська система, економічні показники, фінанси, фінансовий стан, ліквідність, факторні змінні, кореляційно-регресійний аналіз.*

Аннотация. *Определены основные факторы влияния на ликвидность банковского учреждения в 2010–2016 гг. Построена корреляционно-регрессионная модель взаимосвязи экономических показателей и ликвидности. Полученная модель проверена на статистическую значимость, сделаны соответствующие выводы.*

Ключевые слова: *организация, учреждение, банк, банковское учреждение, банковская система, экономические показатели, финансы, финансовое состояние, ликвидность, факторные переменные, корреляционно-регрессионный анализ.*

Annotation. *The main factors influencing the liquidity of a banking institution in 2010–2016 are determined. A correlation-regression model of interrelation of economic indicators and liquidity is constructed. The obtained model is checked for statistical significance, the corresponding conclusions are drawn.*

Keywords: *organization, institution, bank, banking institution, banking system, economic indicators, finance, financial condition, liquidity, factor variables, correlation-regression analysis.*

Для життєспроможності будь-якої установи ліквідність або спроможність виконувати зобов'язання за настання часу їх виконання, є надзвичайно важливими. У зв'язку із цим підтримання ліквідності є одним з основних видів діяльності, здійснюваних у банку, адже зниження ліквідності в одній може спричинити зниження в усіх ін-

© Лоцько О. І., 2017

ших. Тому важливим методологічним питанням економічного аналізу є вивчення й вимірювання факторів впливу на ліквідність банку.

Дослідженням питань впливу факторних змінних на ліквідність банківських установ займалися Ксьондз С., Лаврушин О., Уманська В. та ін. Однак, у зв'язку із недостатнім висвітленням окремих аспектів цієї проблеми існує необхідність подальших поглиблених досліджень.

Метою написання статті є визначення й аналіз впливу основних факторних змінних на ліквідність банку.

Ліквідність банку – це спроможність банківської установи своєчасно й у повному обсязі виконувати зобов'язання перед клієнтами за допомогою співвідношення активів і пасивів для перетворення активів на грошові кошти у мінімальний термін із мінімальним розміром втрат на їх перетворення в будь-який час. Ліквідність є одним із основних показників, що впливають на платоспроможність та відображають фінансовий стан банку [2].

Усі явища й процеси банківської діяльності перебувають у взаємозв'язку, взаємозалежності й є взаємно обумовленими. Деякі з них є безпосередньо пов'язаними між собою, інші – опосередковано. Застосування регресійного аналізу дає змогу дослідити структуру зв'язків у системі показників та виявити найвпливовіші змінні на ліквідність банку [4].

Під регресійним аналізом розуміють метод статистичного аналізу залежності випадкової величини Y від змінних X_j, розглянутих у регресійному аналізі як невипадкові величини, незалежно від дійсного закону розподілу X_j [4].

На основі літературних джерел щодо факторів впливу на ліквідність банку сформовано систему первісних показників, склад і значення яких подано у табл. 1 [1–4].

Таблиця 1

Система первісних показників, у відсотках

Рік	Ліквідність	Облікова ставка НБУ	Відсотки за строковими депозитами	ROA	ROE	Адекватність капіталу	Процентна маржа
	Y	X_1	X_2	X_3	X_4	X_5	X_6
2010	21,4	7,75	25	1,4	9,1	10,5	6,2
2011	26,4	7,5	25	1,1	9	11,5	6,9
2012	28	7,5	25	1	11,4	10,6	6,7
2013	24,1	6,5	24	0,9	9,2	9,5	5,9
2014	16,5	14	22	0,6	5,8	11,1	9,6
2015	19,4	22	22	0,1	0,9	10,4	2,2
2016	17	14	16	0,2	1,7	10,1	2,2

Визначення факторів, що впливають на ліквідність банку, відбувалося із застосуванням статистичних даних за 2010–2016 рр., для дослідження обрано ПАТ КБ «ПриватБанк» [5; 6].

Для прискорення процесу обробки інформації та надання можливості візуалізації даних результатів, для покращення їх сприйняття у дослідженні використано пакет статистичного аналізу Statistica.

Розрахунки показали, що факторні змінні адекватності капіталу та процентної маржі не здійснюють сильного впливу на показник ліквідності банку, адже коефіцієнт кореляції даних факторів є нижчим від 0,6.

Оскільки факторні змінні X_1, X_2, X_3, X_4 мають коефіцієнт кореляції, що перевищує 0,6, існує статистично значущий зв'язок між ліквідністю банку та цими показниками; побудуємо регресію та рівняння.

Проведений аналіз дозволив зробити висновок, що модель має вигляд:

$$Y = 7,6865 - 0,868 \times X_1 + 1,402 \times X_2 + 0,02 \times X_4 - 10,508 \times X_3.$$

Здійснений аналіз залишків моделі на підставі графіка залишків на нормальному ймовірнісному папері свідчить про адекватність побудованої моделі, оскільки залишки розподілено за нормальним законом розподілу, вони добре відображаються на прямій (рис. 1) [4].

Таким чином, за допомогою побудови кореляційно-регресійної моделі визначено найбільш вагомі фактори, що впливали на рівень ліквідності банку у 2010–2016 рр.: облікова ставка Національного банку України, відсотки за строковими депозитами та показники рентабельності активів і капіталу. Модель засвідчує, що показник ліквідності банківської установи прямо пропорційно залежить від відсотків за строковими депозитами та рентабельності капіталу, а також має зворотний лінійний зв'язок із обліковою ставкою Національного банку України

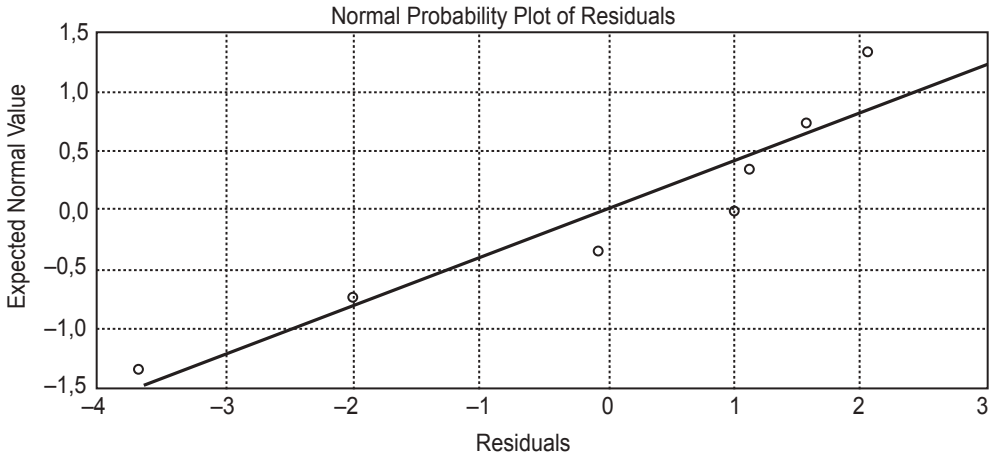


Рис. 1. **Графік залишків на нормальному ймовірнісному папері**

та рентабельністю активів. Проведені розрахунки конкретизують структуру зв'язків економічних показників і можуть допомогти спрогнозувати подальші зміни ліквідності банківської установи.

Науковий керівник – д-р екон. наук, професор Проноза П. В.

Література: 1. Ксьондз С. М., Степанишена А. П. Сучасний стан банківської системи України. *Економіка і суспільство.* 2016. № 7. С. 761–766. **2.** Лаврушин О. І. Методика аналізу ліквідності комерційного банку : монографія. Київ : КНЕУ, 2012. 173 с. **3.** Уманська В. Г. Внутрішня конкурентоспроможність банківської системи України: проблеми і перспективи. *Глобальні та національні проблеми економіки.* 2016. № 10. С. 876–881. **4.** Бахрушин В. Є. Методи аналізу даних : навч. посіб. Запоріжжя : КПУ, 2011. 268 с. **5.** Національний банк України // Офіційний сайт Національного банку України. URL: https://bank.gov.ua/control/uk/publish/article?art_id=65162. **6.** ПАТ КБ «ПриватБанк» // Офіційний сайт ПАТ КБ «ПриватБанк». URL: https://privatbank.ua.

АНАЛІЗ СУЧАСНОГО СТАНУ РИНКУ АВТОМОБІЛІВ ТА АВТОЗАПЧАСТИН УКРАЇНИ

УДК 338.439.5:637.1

Лук'янчикова В. Б.

Магістрант 2 року навчання
фінансового факультету ХНЕУ ім. С. Кузнеця

Анотація. *Проаналізовано динаміку й тенденції розвитку вітчизняного парку легкових автомобілів. Визначено ознаки класифікації ринку автозапчастин. Досліджено анатомічну структуру ринку, а також динаміку його розвитку.*

Ключові слова: *автомобілі, автотовари, автозапчастини, ринок автомобілів та автотоварів, товарообіг, роздрібний товарообіг автотоварів та автомобілів, структура парку, середній вік автомобілів.*

© *Лук'янчикова В. Б., 2017*

Аннотация. *Проанализированы динамика и тенденции развития отечественного парка легковых автомобилей. Определены признаки классификации рынка автозапчастей. Исследована анатомическая структура рынка, а также динамика его развития.*

Ключевые слова: *автомобили, автотовары, автозапчасти, рынок автомобилей и автотоваров, товарооборот, розничный товарооборот автотоваров и автомобилей, структура парка, средний возраст автомобилей.*

Annotation. *The dynamics and tendencies of development of the domestic fleet of cars are analyzed. The signs of the classification of the auto parts market are determined. The anatomical structure of the market, as well as the dynamics of its development, has been studied.*

Keywords: *cars, car goods, auto parts, car and car market, turnover, retail turnover of vehicles and vehicles, park structure, average age of cars.*

За сучасних умов глобалізації світової економіки виявився неефективним фінансовий механізм, який був зорієнтований передусім на обслуговування товарообмінних процесів. Неефективна соціально-економічна політика українського уряду суттєво посилила вплив світової фінансової кризи на розвиток вітчизняної економіки. До входження в кризу ринок автомобільних запчастин в Україні був одним із найбільших і таких, що швидко розвиваються.

Ринок запчастин певною мірою є відображенням ринку автомобілів та іншої техніки, які продаються й експлуатуються в нашій країні. Загальний ринок запчастин України активно реагував на кризові явища та скорочення споживчого попиту. Однак, найбільший вплив на тенденції споживання запчастин має ринок автомобілів, а також загальна економічна ситуація в країні.

Різні аспекти трансформації вітчизняного автомобільного ринку досліджували Бек Ш., Бондаренко А., Кривоконь О., Мовчаренко В. та ін. Однак, огляд теоретичних розробок показав, що чимало питань стосовно функціонування та регулювання вітчизняного ринку автомобілів висвітлено фрагментарно, отже, вони потребують подальших деталізованих досліджень.

Метою написання статті є аналіз стану й перспектив розвитку вітчизняного ринку автомобілів та автозапчастин, а також розробка рекомендацій щодо напрямів його вдосконалення.

Для ринку запчастин та інших автомобільних комплектуючих характерним є високий рівень конкуренції, що пов'язано із великою кількістю операторів на роздрібному та оптовому ринках. Вони, як правило, залучають до своєї асортиментної лінійки продукцію вітчизняного, а також імпортного виробника, що дає змогу більшою мірою задовольнити споживчий попит.

Сукупний парк автомобілів і техніки країни зростає, незважаючи на уповільнення темпів реалізації легкових авто. Обсяг парку легкових автомобілів і рівень забезпеченості населення легковими автомобілями є найважливішими індикаторами добробуту населення та рівня розвитку країни. Крім того, рівень забезпеченості значною мірою визначає насиченість автомобільного ринку, а також перспективи його зростання. Тому оцінювання обсягу парку легкових автомобілів є найважливішим елементом аналізу стану автомобільного ринку.

За даними Всеукраїнської асоціації автоімпортерів і дилерів середній вік автомобілів у нашій країні перевищує європейські показники і на початок 2017 р. становить більш ніж 22 роки (рис. 1) [5; 6].

Як бачимо, у 2012–2017 рр. спостерігається тенденція до зростання вітчизняного парку легкових автомобілів. Очевидно, що різке зростання парку є пов'язаним виключно із високим рівнем продажів.

Одним з основних економічних показників діяльності торговельно-промислового підприємства є товарообіг – процес обміну товарів на гроші, що характеризує рух товарів за допомогою актів купівлі-продажу. Як економічна категорія для товарообігу характерною є наявність одночасно двох ознак: товару як об'єкта продажу та продажу як форми руху товару від виробника до споживача.

Товарообіг торговельного підприємства можна розглядати як результат діяльності підприємства торгівлі, його економічний ефект і як показник товарного постачання населення, один із показників рівня життя (соціально-економічний аспект).

За класифікацією ООН роздрібний товарообіг є показником, що характеризує рівень життя. Розрізняють роздрібний і оптовий товарообіг. Під роздрібним товарообігом розуміють передачу товарів кінцевим споживачам; на цьому процес обігу товару завершується, тобто він надходить до сфери споживання. На рис. 2 подано структуру роздрібного товарообігу автомобілей та автотоварів в Україні [6].

На графіку відтворено тенденції розвитку в абсолютному та відносному значенні за 2005–2016 рр. Очевидно, що тенденції розвитку за своїм напрямом дуже схожі між собою, але в абсолютних значеннях показник є вищим. У 2008 та 2009 рр. спостерігається збіг показників як у абсолютному, так і у відносному значенні, що характеризує різкий спад роздрібного товарообігу, що є пов'язаним зі світовою економічною кризою та зміною індексу цін.

У 2009 р. спостерігаються найнижчі показники, але до 2016 р. існує позитивна тенденція розвитку в обох вимірюваннях. Позитивна динаміка зростання парку легкових і комерційних автомобілів в Україні передбачає нарощування потужностей підприємств задля забезпечення цього ринку автозапчастинами, зростання товарообігу ринку автозапчастин [4].

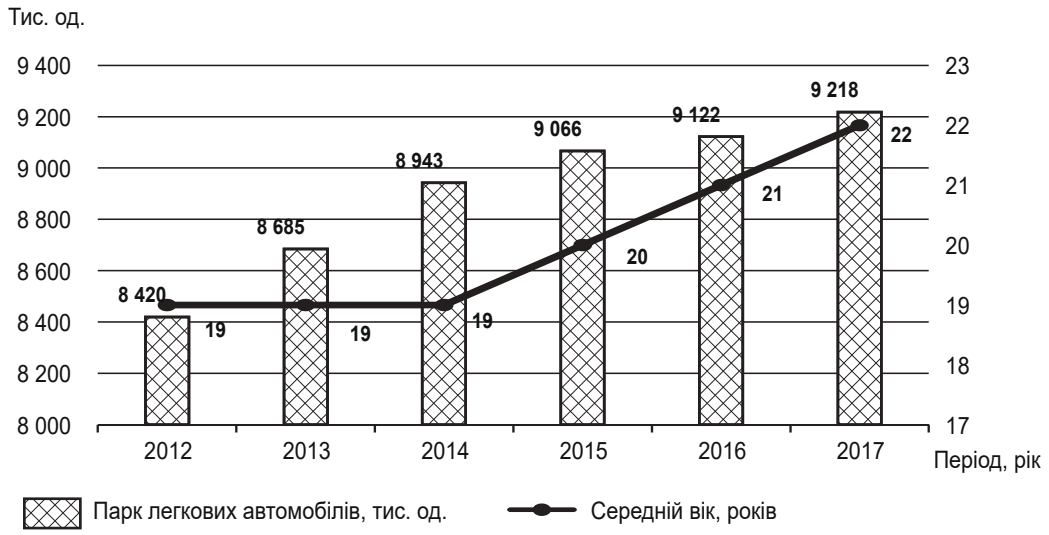


Рис. 1. **Динаміка вітчизняного парку легкових автомобілів, тис. од.**

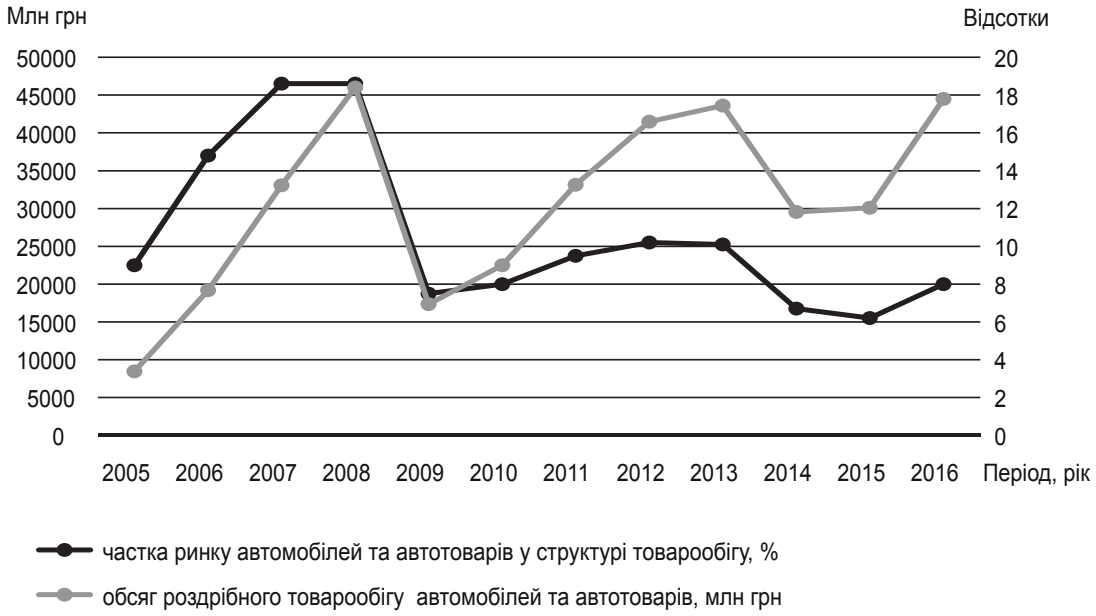


Рис. 2. **Товарна структура роздрібного товарообігу автомобілей та автотоварів в Україні, 2005–2016 рр.**

Важливою складовою стратифікації товарного ринку є дослідження його структури за напрямками використання автотоварів, у тому числі автозапчастин (табл. 1) [2; 4].

Загальна оцінка вітчизняного ринку автокомплектуючих:

– є динамічним;

– існує тенденція до зростання;

– під впливом попиту постійно змінюється структура споживання, що впливає на структуру товарообігу автокомплектуючих;

– у загальному товарообігу автокомплектуючих питому вагу становлять автозапчастини.

Таблиця 1

Динаміка товарообігу вітчизняного ринку автотоварів за їх складом

Показники товарообігу	2013		2014		2015		2016	
	Млн дол.	Приріст, %	Млн дол.	Приріст, %	Млн дол.	Приріст, %	Млн дол.	Приріст, %
Автозапчастини	1586,6	-	1839,2	15,9	1960,6	6,6	2117,4	7,9
Мастила	117,7	15,0	147,5	25,9	165,7	12,3	176,1	6,3
Автошини	500,6	73,2	630,9	26,0	772,8	22,5	805,8	4,3
Акумуляторні батареї	80,2	29,6	101,1	26,1	108,4	7,2	112,9	4,2
Разом	2284,5	-	2718,7	19,0	3007,5	48,6	3212,2	6,8

Аналіз стану ринку автокомплектуючих засвідчує, що основну його частку (65 %–69 %) становить ринок автозапчастин.

Таким чином, зі зміною становища на світовому ринку відбулися зміни і на ринку автомобілів та автозапчастин. Ринок автомобілів стає мінливішим, а ринок автозапчастин і автотоварів набирає обертів і щороку тільки міцніше: не кожному і не кожного року випадає нагода купити новий автомобіль, тож доводиться лагодити який є.

Науковий керівник – канд. екон. наук, доцент Добринь С. В.

Література: 1. Анализ тенденций развития современного рынка автозапчастей в Украине. URL: http://transportinform.com. **2.** Бек Ш. Авто настрой. *Бизнес*. 2012. № 5. С. 136–138. **3.** Статистична інформація // Офіційний сайт Державної служби статистики України. URL: http://www.ukrstat.gov.ua. **4.** Кривоконь О. Г. Передумови та перспективи розвитку автомобілебудівної галузі в Україні. *Восточно-Европейский журнал передовых технологий*. 2011. № 6 (54). С. 46–50. **5.** Мовчаренко В. В., Гливенко В. В. Аналіз ринку легкових автомобілів України. *Науковий вісник ЧДІЕУ.* 2011. № 3 (11). С. 176–179. **6.** Независимый автосервис на пути к успеху. URL: http://napa.org.ua/index.php/rss/19-nezavisimyj-avtoservis-na-puti-k-uspekhu.html.

КАДРОВА БЕЗПЕКА ЯК ВАЖЛИВИЙ ЕЛЕМЕНТ У СИСТЕМІ УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ ПІДПРИЄМСТВА

УДК 005.934

Лященко А. А.

Магістрант 1 року навчання
факультету економіки і права ХНЕУ ім. С. Кузнеця

Анотація. *Розглянуто місце кадрової безпеки в системі управління персоналом підприємства. Визначено її роль, проаналізовано ключові методи та прийоми, які сприяють подальшому безпечному функціонуванню підприємства та запобіганню ймовірним ризикам.*

Ключові слова: *підприємство, організація, співробітник, персонал, трудові ресурси, кадри, кадрова безпека, внутрішні загрози, зовнішні загрози, управління персоналом, служба безпеки.*

© *Лященко А. А., 2017*

Аннотация. *Рассмотрено место кадровой безопасности в системе управления персоналом предприятия. Определена ее роль, проанализированы ключевые методы и приемы, которые способствуют дальнейшему безопасному функционированию предприятия и предотвращению вероятных рисков.*

Ключевые слова: *предприятие, организация, сотрудник, персонал, трудовые ресурсы, кадры, кадровая безопасность, внутренние угрозы, внешние угрозы, управление персоналом, служба безопасности.*

Annotation. *The place of personnel safety in the personnel management system of the enterprise is considered. Its role has been defined, key methods and techniques have been analyzed that contribute to the further safe functioning of the enterprise and prevention of probable risks.*

Keywords: *enterprise, organization, employee, personnel, labor resources, human resources, personnel security, internal threats, external threats, personnel management, security service.*

Актуальність обраної теми є зумовленою точним виконанням сучасних завдань і дотримуванням стратегій, які ставлять перед собою керівники підприємства. Завдяки цьому і здійснюється повне забезпечення кадрової безпеки будь-якої діяльності із урахуванням її специфіки й особливостей трудових процесів.

Система забезпечення безпеки передбачає як основні елементи технічні пристрої захисту, фізичну охорону й упровадження різноманітних психологічних методик і технологій із застосуванням оперативного розшуку. Іншими словами, відбувається активне застосування методів прогнозування й оцінювання персоналу, що є спрямованими на виявлення особливостей моделі поведінки працівників і пошук способів впливу на прийняття ними відповідних рішень у процесі трудової діяльності [1].

Дослідженням проблем, що є пов'язаними з питанням кадрової безпеки, займалися Алавердов А. Р, Дорофєєв К. М, Фролова П. С, Назарова Г. В, Мішина С. В., Семенченко А. В. та ін.

Кадрова безпека є важливим елементом для створення й дотримання повної економічної безпеки будь-якого підприємства. Вона напряму пов'язана з роботою з кадрами, тобто основною загрозою для нормального функціонування підприємства є діяльність власного персоналу.

Метою забезпечення кадрової безпеки є створення комплексної системи заходів, що є спрямованими на надійний захист важливої інформації або інтересів, які існують у сфері управління персоналом. Також здійснюють глибокий аналіз можливих загроз чи ризиків, які виникають у процесі закріплення трудових взаємовідносин між співробітниками, їх особистісного та інтелектуального потенціалу. Це забезпечує ефективну протидію внутрішнім і зовнішнім загрозам, а також злагоджене функціонування всіх відділів підприємства.

Головним завданням системи безпеки є забезпечення максимальної стабільності функціонування підприємства й досягнення поставлених виробничих цілей за умов впливу об'єктивних і суб'єктивних факторів ризику [2].

Основними суб'єктами в кадровій безпеці є лінійні менеджери, працівники кадрової служби, керівники служби безпеки. Саме вони регулюють процеси підбору, відбору, адаптації та ведення документації, що в результаті впливають на загальний рівень безпеки на підприємстві. Беручи до уваги статистичні дані, втрати від недосконалості системи безпеки становлять від 6 до 9 % від прибутку підприємства. Ці дані характеризують лише випадки навмисного заподіяння шкоди співробітником. Досконало оцінити масштаби втрат через помилки персоналу, неграмотне використання ресурсів чи непрофесіоналізм практично неможливо. Однак, саме ефективна організація роботи служб з управління персоналом щодо забезпечення кадрової безпеки може майже на 60 % знизити прямі та передбачити непрямі збитки підприємства, що є пов'язаними з людським фактором.

Сучасна служба персоналу – це не просто відділ кадрів і механізм з документування прийому на роботу, а один із найважливіших ресурсів щодо забезпечення стійкості підприємства на ринку. У питаннях кадрової безпеки важливою є підтримка керівництва підприємства, проведення послідовної злагодженої політики забезпечення безпеки на всіх рівнях управління. Спеціалісти служби повинні мати безпосередній доступ до необхідних корпоративних ресурсів: планів стратегічного розвитку підприємства, інформаційних масивів і баз даних, у тому числі конфіденційного характеру, аналітичних матеріалів [3].

Основними діями кадрової служби мають бути саме забезпечення кадрової безпеки як елемента загальної безпеки на підприємстві, уміння організувати таку систему роботи з персоналом, яку можна було б охарактеризувати як беззбиткову, і сформувати таку корпоративну культуру, яка мінімізує можливі втрати. Подібну діяльність неможливо розглядати як окремий напрямок у роботі менеджера з персоналу, їй мають підпорядковуватися всі етапи, процеси та процедури управління персоналом. Для цього потрібні не скільки додаткові ресурси, скільки переосмислення поставлених цілей і задач [4].

Кадрова безпека є більш важливою порівняно з іншими елементами системи безпеки на підприємстві, оскільки саме персонал задіяний у всіх поточних процесах. Причинами виникнення різноманітних загроз є внутрішні та зовнішні фактори (табл. 1) [1; 3–5].

Таблиця 1

Основні причини виникнення загроз на підприємстві

Внутрішні	Зовнішні
Слабкість існуючої системи управління персоналом	Інфляційні процеси
Недостатній рівень мотивації працівників	Хедхантинг
Відсутність належної корпоративної культури	Підкуп, шантаж
	Дефіцит спеціалістів

Задля забезпечення кадрової безпеки на високому рівні важливо:

– повністю контролювати процес найму на роботу, проводити перевірку кандидатів (документи, відсутність судимості та ін.);

– формування лояльності персоналу, що сприяє виникненню відчуття власної значущості, зацікавленості працівників у кінцевих результатах діяльності;

– жорсткий контроль дотримання всіх правил, норм, регламенту;

– обмеження доступу до персональних даних, корпоративної інформації [5].

Задачі кадрової безпеки полягають передусім у детальній перевірці кандидатів при прийомі на роботу, застосуванні різних анкет і психологічних тестів задля швидкого виявлення професійних та особистісних якостей. При звільненні працівника слід проконтролювати здачу всіх конфіденційних матеріалів, щоб мінімізувати розголошення будь-якої секретної, приватної чи конфіденційної інформації.

Таким чином, забезпечення кадрової безпеки є важливим для діяльності будь-якого підприємства. Її стан залежить від спільних дій служби управління персоналом і служби безпеки щодо своєчасного виявлення й усунення всіх можливих ризиків і загроз [6].

Науковий керівник – канд. екон. наук, доцент Семенченко А. В.

Література: 1. Алавердов А. Г. Управление кадровой безопасностью организации : учебное пособие. М. : Маркет ДС, 2010. 176 с. **2.** Дорофеев К. Н., Гараева Е. В. Кадровая безопасность в системе экономической оценки деятельности фирмы. *Молодой ученый.* 2013. № 6. С. 327–331. **3.** Мишин А. Ю., Мишина С. В. Экспресс-анализ кадровой безопасности предприятия // Современные проблемы моделирования социально-экономических систем : материалы VII Международной научно-практической интернет-конференции (2–10 апреля 2015 г.). Бердянск : Издатель Ткачук А. В., 2015. С. 77–79. **4.** Семенченко А. В. Удосконалення кадрової безпеки як елемента посилення фінансово-економічної безпеки підприємства. *Бізнес Інформ.* 2015. № 9. С. 428–433. **5.** Назарова Г. В. Кадрова безпека підприємства: загрози, ризики, функції та методи управління. *Формування ринкової економіки.* 2012. № 2. С. 220–229. **6.** Фролова П. С. Управление кадровыми рисками организации. Генезис экономических и социальных проблем субъектов хозяйствования в России. Иваново : ИВГПУ, 2014. 144 с.

ПЕРЕДУМОВИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ФРІЛАНСУ В УКРАЇНІ

УДК 331.102.12(477)

Максимовська А. О.

Студент 3 курсу
факультету консалтингу і міжнародного бізнесу ХНЕУ ім. С. Кузнеця

Анотація. *Розглянуто передумови розвитку фрілансу в Україні. Наведено результати опитувань щодо ефективності роботи в офісі та із застосуванням гнучкого робочого графіка. Розглянуто ознаки, за якими замовник здійснює вибір виконавця фріланс-проекту на інтернет-біржі фрілансу. Обґрунтовано позитивний вплив розвитку фрілансу в Україні на національну економіку.*

Ключові слова: *підприємство, організація, право на працю, зайнятість, нестандартна зайнятість, фріланс, фрілансер, інтернет-біржа фрілансу, фріланс-проект, фріланс-послуга.*

Аннотация. *Рассмотрены предпосылки развития фриланса в Украине. Приведены результаты опросов об эффективности работы в офисе и с применением гибкого рабочего графика. Рассмотрены признаки, по которым заказчик осуществляет выбор исполнителя фриланс-проекта на интернет-бирже фриланса. Обосновано положительное влияние развития фриланса в Украине на национальную экономику.*

Ключевые слова: *предприятие, организация, право на труд, занятость, нестандартная занятость, фриланс, фрилансер, интернет-биржа фриланса, фриланс-проект, фриланс-услуга.*

Annotation. *The prerequisites for the development of freelancing in Ukraine are considered. The results of surveys on the efficiency of work in the office and with the use of a flexible working schedule are given. Considered are the signs by which the customer chooses the freelance project contractor on the Internet freelance exchange. The positive influence of the development of freelancing in Ukraine on the national economy is substantiated.*

Keywords: *enterprise, organization, right to work, employment, non-standard employment, freelance, freelancer, online freelance exchange, freelance project, freelance service.*

За сучасних умов фріланс як вид діяльності набуває поширення, офісні працівники все більше віддають перевагу дистанційній роботі. Умови для самостійного вирішення питання, коли і скільки часу працювати, як підсумок дають змогу ефективніше використовувати свій час. Завдяки цьому зростає мобільність працівників, а також з'являються можливості для оптимізації робочого часу.

За умов глобалізації ринку праці фріланс стає одним із найбільш ефективних засобів боротьби з безробіттям у країнах, де спостерігається її високий рівень, оскільки фрілансери мають можливість співпрацювати із замовниками з усього світу. Саме цим і обумовлено актуальність обраної теми.

Дослідженням сутності й особливостей фрілансу як виду діяльності займалися Стребков Д. А., Гурова М. І., Паламарчук В. А., Пристайко А. П. та ін.

Метою написання статті є аналіз ринку фріланс-послуг, а також передумов і перспектив розвитку фрілансу в Україні.

Фрілансери мають певні переваги порівняно з офісними працівниками: незалежність від місця проживання, гнучкий графік роботи, можливість самостійного вибору проектів для роботи та їх замовників, можливість професійного зростання і зміни напрямів діяльності залежно від власного бажання.

Неефективність використання робочого часу в офісі підтверджують дані дослідження, що проводилися організацією «Міжнародний кадровий портал» серед зареєстрованих користувачів (рис. 1; 2) [4; 5].

За результатами цього дослідження, 45 % респондентів приділяють час соціальним мережам іноді, щоб відпочити від роботи; 15 % спілкуються досить часто або навіть увесь робочий час, паралельно виконуючи свою роботу; 9 % – розглядають спілкування в соціальних мережах як частину своєї роботи; 21 % не використовують соціальні мережі, оскільки їм це нецікаво; 10 % зауважують, що в них немає часу на соціальні мережі, оскільки багато роботи [4; 5].

За цим самим дослідженням 60 % офісних працівників мали досвід роботи як фрілансери, причому 63 % із них мають позитивні враження від такої роботи, 31 % респондентів визначили як позитивні, так і негативні сторони такої діяльності, і лише 6 % зауважили, що для них фріланс не придатний і негативно охарактеризували його як вид діяльності [5].

© Максимовська А. О., 2017

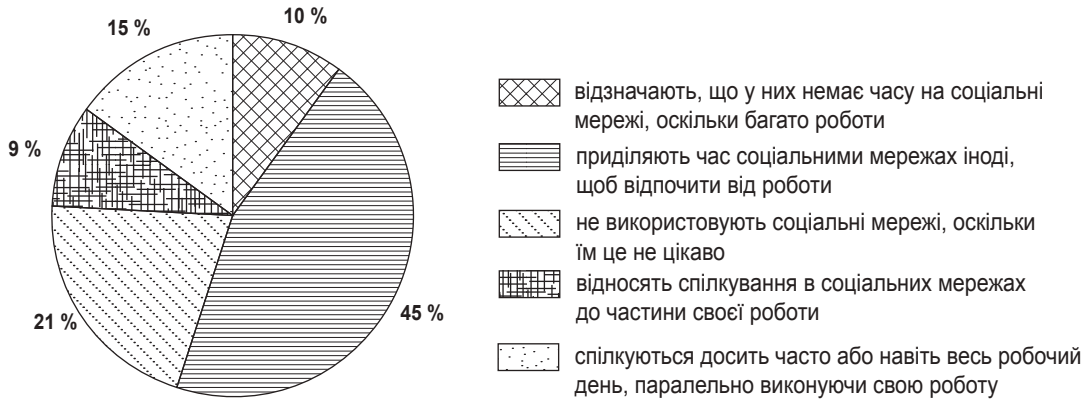


Рис. 1. **Користування соціальними мережами в робочий час офісними працівниками**

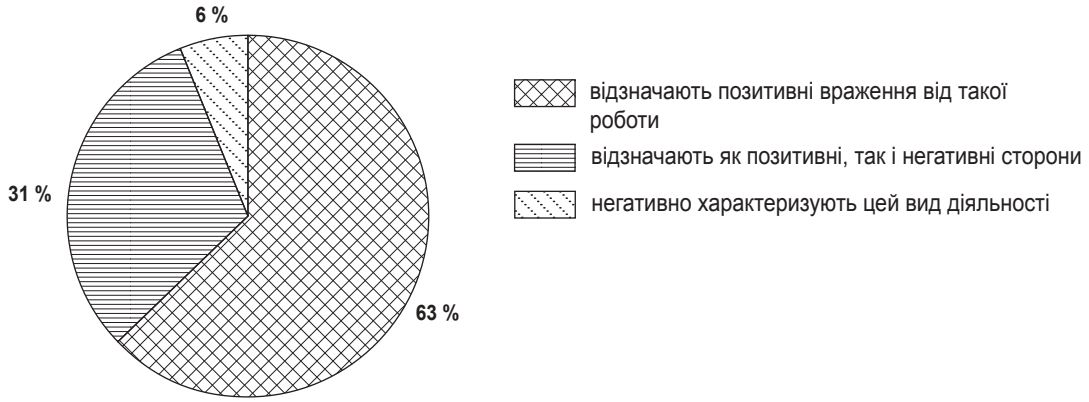


Рис. 2. **Враження респондентів від діяльності у формі фрілансу**

Отже, з результатів дослідження можна зробити висновок, що більшість офісних працівників мають бажання змінити нормований робочий день на гнучкий графік роботи і самостійно вибирати час, коли їм зручно працювати, щоб і продуктивність була вищою. Особливо це важливо для працівників творчих професій. Спостерігаємо, що як ті, хто має досвід роботи за гнучким графіком, так і ті, хто його не має, бачать переваги гнучкого графіка роботи порівняно із нормованим робочим днем. Тобто існує тенденція до зміни базових принципів і норм праці: більшість працівників готові працювати на результат, а не проводити необхідну кількість годин на роботі. За таким принципом і працюють фрілансери, які розробляють або впроваджують фріланс-проекти й отримують оплату за результат, а не за витрачений час.

Поряд із традиційним наймом постійного штатного працівника на роботу замовники та роботодавці все частіше віддають перевагу співпраці з фрілансерами. Підприємець має можливість гнучко регулювати кількість працівників, оскільки фрілансери працюють із замовником тимчасово, на період виконання певного фріланс-проекту. Тому за необхідності можна залучити більше фрілансерів, а коли кон'юнктура цього сектора ринку є несприятливою – оперативно зменшити їх кількість, що складно зробити за умов найму штатних працівників.

Нині інтернет-біржі фрілансу є ефективними платформами, де замовники і фрілансери можуть знайти один одного і співпрацювати, використовуючи інструменти, які інтернет-біржі надають для такого співробітництва.

Для прикладу інтернет-біржа freelancer.com дозволяє в зручній для користувача формі використовувати пошук фрілансера за допомогою платформи, інформаційна база якої містить 385 професій. Усі професії згруповано в дев'ять категорій, у кожній із яких виділяється п'ять найпопулярніших спеціалізацій фрілансерів. Значна кількість фрілансерів кожної зі спеціалізацій зумовлює високий рівень конкуренції між ними, що дозволяє формувати конкурентоспроможні ціни на їх послуги [6].

Визначальним фактором можливості бути конкурентоспроможним на світовому ринку є володіння мовою, оскільки для співпраці з іноземними замовниками необхідно володіти іноземною мовою на достатньому рівні. Це підтверджено тим, що найбільш популярними на світових інтернет-біржах є фрілансери з англомовних країн.

Замовники обирають виконавців фріланс-проектів за багатьма ознаками: рейтингами, відгуками попередніх клієнтів, попереднім досвідом співробітництва, країною проживання фрілансера, рекомендаціями тощо. Будучи територіально не прив'язаними до офісів компаній, маючи можливість співпрацювати дистанційно і кон-

курувати на світовому ринку фріланс-послуг, фрілансерам, у тому числі українським, не потрібно міняти країну проживання для того, щоб мати можливість отримувати високий дохід від своєї діяльності.

Відповідно з боку замовника позитивною є можливість співпраці з фрілансерами із країн, де вартість їх послуг є значно нижчою, ніж, скажімо, у розвинених країнах світу. З іншої точки зору, при пошуку виконавця для тривалого проекту з високим рівнем бюджету існує можливість співпраці з талановитими виконавцями за вищу оплату.

На найбільших і найпопулярніших світових інтернет-біржах фрілансу нині зареєстровано понад 20 тисяч українських фрілансерів. Однак, є ще багато менш відомих інтернет-бірж і спеціалізованих інтернет-бірж для окремих професій, тому важко назвати точну кількість фрілансерів, які проживають в Україні і надають свої послуги на світовому ринку фрілансу. Так, на біржі elance.com зареєстровано 13 834 українців. За кількістю зареєстрованих користувачів Україна посідає 14 місце, а за заробітком – 4 місце із сумою доходів 38 215,907 тис. дол. США за період існування цієї біржі з 2007 р [7].

Фріланс, який активно розвивається в Україні, позитивно впливає на національну економіку, оскільки такий вид діяльності можна застосовувати як інструмент для зниження рівня безробіття. Наслідком активної співпраці українських фрілансерів із замовниками з інших країн є валютні надходження в економіку. Розвиток фрілансу знижує рівень еміграції українців у розвинені країни задля отримання вищого рівня доходів, оскільки, будучи конкурентоспроможним на світовому ринку, фрілансер може проживати в Україні, але отримувати вищий рівень доходу, ніж працюючи на внутрішньому ринку.

Основними передумовами активного розвитку фрілансу в Україні як форми підприємництва або виду діяльності є:

– зниження вартості комунікацій;

– розвиток і поширення Інтернету, що дозволяє працювати дистанційно;

– зростаюча необхідність швидкого реагування на зміни зовнішнього середовища, що вимагає миттєвої реакції підприємців;

– потреба у мобільності працівників;

– високий рівень безробіття.

Для стимулювання розвитку фрілансу в Україні необхідно вдосконалити законодавчу базу, передусім Податковий кодекс України, Кодекс законів про працю України та інші законодавчі акти, оскільки в них не враховано фріланс як форму підприємництва, відповідно фрілансери не завжди працюють легально. Доцільно запровадити спрощену систему реєстрації фрілансерів і сплати податків задля заохочення працювати легально й отримувати певні соціальні гарантії, у тому числі зарахування трудового стажу, пенсійне забезпечення та ін.

Науковий керівник – канд. екон. наук, доцент Пилипенко С. М.

Література: 1. Гурова Н. И. Факторы, влияющие на выбор фриланса как формы самозанятости. *Теория и практика общественного развития.* 2012. № 7. С. 57–60. **2.** Стребков Д. А. Фрилансеры в информационной экономике: мотивация и организация труда. *Социальная реальность.* 2008. № 1. С. 23–39. **3.** Паламарчук С. А., Пристайко А. П. Типологія форм самозайнятості. *Проблеми підвищення ефективності інфраструктури.* 2010. № 5. С. 201–204. **4.** 45 % офисных работников регулярно «висят» в социальных сетях // HeadHunter. URL: http://hh.ua/article.xml?articleId=13883. **5.** 91 % украинцев хотят работать дома – исследование. URL: http://statuspress.com.ua/ukrainian-news/91-ukraincev-xotyat-rabotat-doma-issledovanie.html. **6.** Официальный сайт интернет-биржи «freelancer.com». URL: https://www.freelancer.com. **7.** Официальный сайт интернет-биржи «Elance». URL: http://www.elance.com.

ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ВИЗНАЧЕННЯ СУТНІСНИХ ХАРАКТЕРИСТИК КРЕДИТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

УДК 336.71

Малишева Д. С.

Магістрант 2 року навчання
фінансового факультету ХНЕУ ім. С. Кузнеця

Анотація. *Узагальнено теоретичні основи визначення сутнісних характеристик кредитоспроможності підприємства. Обґрунтовано, що саме кредитоспроможність є критерієм побудови ефективних кредитних відносин між кредиторами й позичальниками, показником фінансової безпеки банківської установи.*

Ключові слова: *підприємство, організація, кредитоспроможність, банк, банківська установа, кредит, кредитор, позичальник, фінансова безпека.*

Аннотация. *Обобщены теоретические основы определения сущностных характеристик кредитоспособности предприятия. Обосновано, что именно кредитоспособность является критерием построения эффективных кредитных отношений между кредиторами и заемщиками, показателем финансовой безопасности банковского учреждения.*

Ключевые слова: *предприятие, организация, кредитоспособность, банк, банковское учреждение, кредит, кредитор, заемщик, финансовая безопасность.*

Annotation. *The theoretical basis for determining the essential characteristics of the creditworthiness of an enterprise is generalized. It is substantiated that it is the creditworthiness that is the criterion for constructing effective credit relations between creditors and borrowers, an indicator of the financial security of a banking institution.*

Keywords: *enterprise, organization, creditworthiness, bank, banking institution, credit, creditor, borrower, financial security.*

За сучасних умов для економіки України характерними є позитивні тенденції економічного зростання, темпи та стійкість яких значною мірою залежать від спроможності національної банківської системи забезпечувати потреби суб'єктів господарювання у необхідних кредитних ресурсах. Банківське кредитування є чи не найважливішим джерелом їх прибутку і водночас чи не найголовнішим джерелом фінансування господарської діяльності підприємств. Нині в нашій країні все частіше приділяється увага правильній та ефективній організації взаємовідносин між банками й підприємствами.

За умов обмеженості власних фінансових ресурсів для більшості вітчизняних підприємств проблема отримання кредитних коштів стає однією з найважливіших не тільки з позицій поточної діяльності, але й перспектив подальшого їх розвитку. Будь-яка кредитна операція має враховувати збалансованість інтересів кредитора та позичальника. Так, банківській установі необхідно максимально точно оцінити кредитоспроможність контрагента, а останньому – чітко уявляти вимоги, що до нього висуваються.

Дослідженням теорії та практики організації кредитних відносин між банківськими установами й підприємствами займалися Бланк І., Пересада А., Пономаренко В., Перерва П., Вітлінський В., Дзюблюк О., Азаренков Г., Мірошник О., Галасюк В. та ін.

Метою написання статті є узагальнення теоретичних сутнісних характеристик кредитоспроможності підприємства як критерію забезпечення фінансової безпеки банку.

Визначення кредитоспроможності як основного критерію в побудові ефективних кредитних відносин між кредиторами і позичальниками полягає в тому, що:

– оцінювання рівня кредитоспроможності позичальника має здійснюватися, виходячи зі спільних інтересів суб'єктів кредитних відносин: надто високі вимоги до позичальника кредитних ресурсів з боку кредитодавця призводять до втрати клієнтів;

– спільність мети кредитора й позичальника при формуванні кредитних відносин виявляється в намаганні досягнення ними максимальної прибутковості. У першому випадку це досягається за рахунок раціонального розміщення кредитних ресурсів, а в другому – за рахунок їх ефективного використання на виробництві, у тому числі шляхом розширення обсягів виробництва і ринків збуту, підвищення якості та конкурентоспроможності продукції, здійснення активної інноваційної діяльності [1].

© Малишева Д. С., 2017

Кредитоспроможність позичальників є тісно пов'язаною із вартістю кредитних послуг, видами кредитів, формами кредитування. Стан кредитоспроможності залежить від розвитку інфраструктури кредитних ринків, попиту та пропозиції кредитних ресурсів на них. Наявність спільної мети в кредиторів і позичальників та різних шляхів і механізмів їх реалізації кожним суб'єктом кредитних відносин зумовлює можливість формування ними різних вимог до оцінювання кредитоспроможності.

Розвиток кредитної системи країни та орієнтація на ринковий характер економіки вимагають більш обґрунтованих підходів до проблем оцінювання установами банків кредитоспроможності позичальника [2]. Дослідження показали, що формування кредитних відносин за умов перехідної економіки відбувалося під впливом специфічних і суперечливих факторів, які вплинули на процеси формування вимог до кредитоспроможності позичальників.

Такими факторами є:

– замкненість вітчизняної соціалістичної економіки й невизнання переваг ринкової системи господарювання;

– однозначність трактування економічних законів і його висвітлення в економічній літературі із відповідною підготовкою фахівців, а відтак і брак належної кількості спеціалістів у сфері фінансово-кредитних відносин при переході від адміністративно-командної економіки до ринкової;

– хаотичність розвитку підприємницьких структур і брак інформації, яка характеризує діяльність засновників і власників; – недосконаліть законодавчих актів, які регламентують і регулюють фінансово-кредитні відносини між кредитодавцями і позичальниками;

– нерозвиненість ринкової інфраструктури, включаючи фондові, фінансові та грошові ринки [2].

Дія перелічених факторів за умов відсутності довгострокової стратегії розвитку національної економіки, наявності протиріч між гілками влади та інтересами суб'єктів господарювання сприяла тому, що в Україні сформувалася ситуація, яка характеризується високим рівнем неповернення кредитів (табл. 1) [3; 4].

Вивчення банками різноманітних факторів, що можуть вплинути на спроможність потенційного позичальника вчасно повернути кредит, чи не повернути його взагалі – це саме ті моменти, які мають ураховуватися під час оцінювання кредитоспроможності. Склад і зміст показників кредитоспроможності формуються, виходячи із самого поняття кредитоспроможності. Вони мають відображати фінансово-господарський стан підприємства з точки зору ефективності розміщення та використання позикових коштів і всіх коштів в цілому, оцінювати спроможність і готовність позичальника здійснювати платежі та погашати кредити в строки, що були обумовлені заздалегідь [4].

Таблиця 1

Кредитний портфель вітчизняних банків, 2009–2017 рр.

Показники	Рік, на 1 січня								
	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017
Кількість діючих банків	198	197	194	198	176	180	163	117	96
Кредитний портфель, млрд грн	792,2	747,3	755,0	825,3	815,3	911,4	1006,4	1009,8	1005,9
Кредити, надані СГД, млрд грн	472,6	475,0	508,3	580,9	609,2	692,3	749,5	863,4	847,1
Кредити, надані фізичним особам, млрд грн	268,9	222,5	186,5	174,7	161,8	167,2	180,6	178,3	157,4
Проблемні кредити (сумнівні та прострочені), млрд грн	18,2	70,1	84,6	79,2	72,6	70,2	84,9	135,9	213,3

У зв'язку із тим, що підприємства дуже відмінні між собою за характером своєї виробничої та фінансової діяльності, створити єдині універсальні та вичерпні методичні рекомендації з оцінювання кредитоспроможності та розрахунку відповідних показників є неможливим. Слід зауважити, що така ситуація спостерігається не тільки на території нашої країни: у сучасній міжнародній практиці також відсутні тверді правила з цього приводу, оскільки врахувати чисельні специфічні особливості клієнтів практично неможливо. Зауважимо, що для позичальника оцінка його кредитоспроможності є не менш важливою, ніж для кредитодавця, оскільки від її результату залежить обсяг і рівень забезпеченості кредиту [5].

Незважаючи на те, що дуже велика увага приділяється оцінюванню кредитоспроможності підприємства, механізмам управління підприємством задля забезпечення його кредитоспроможності, серед науковців немає єдиної точки зору щодо визначення сутності поняття кредитоспроможності, що є пов'язаним із певними проблемами розвитку банківської системи за сучасних умов, критеріями, які формують сутність кредитоспроможності, та ін. Вважаємо за доцільне провести системно-логічний аналіз визначень сутності поняття кредитоспроможності (табл. 2) [1; 5–9].

Таблиця 2

Визначення сутності системно-логічний аналіз поняття кредитоспроможності

Родові ознаки	Визначення
Спроможність	Спроможність позичальника залучити позиковий капітал і за конкретних умов кредитування в повному обсязі й у визначений кредитною угодою термін розрахуватися за своїми борговими зобов'язаннями виключно грошовими коштами, що генеруються позичальником у ході звичайної діяльності [4]
	Спроможність повністю і в строк розрахуватися за своїми борговими зобов'язаннями [5]
	Спроможність компанії або приватної особи залучати позиковий капітал і в майбутньому належним чином обслуговувати свій борг [6]
Якісна оцінка	Якісне оцінювання позичальника, яка дається банком до розгляду питання про можливість та умови кредитування й дозволяє передбачити ймовірність своєчасного повернення позичок та їх ефективного використання [7]
	Якісне оцінювання з боку банку, що дається до рішення про надання кредиту й умови його повернення
Наявність передумов	Наявність у потенційного позичальника передумов для отримання кредиту і спроможностіповернути його [8]
	Система умов, що визначають спроможність підприємства залучати позиковий капітал і повертати його в повному обсязі у передбачені терміни [1]
	Наявність передумов для отримання кредиту та спроможність повернути його [1]
Фінансово-господарський стан	Такий фінансово-господарський стан організації, який дає упевненість у ефективному використанні позикових засобів, спроможності та готовності позичальника повернути кредит відповідно до умов кредитного договору [9]

Таким чином, у результаті системно-логічного аналізу тлумачень сутності поняття кредитоспроможності визначено, що ключовими ознаками є спроможність, якісна оцінка, наявність передумов, фінансово-господарський стан. Найбільша кількість визначень оперує поняттям спроможності. Дослідивши визначення кредитоспроможності науковців-економістів і застосувавши методи наукових досліджень аналізу та синтезу, визначимо кредитоспроможність підприємства (позичальника) як систему умов, що визначають спроможність позичальника за необхідності залучити позиковий капітал, і згідно із терміном, визначеним у кредитній угоді, розрахуватися за своїми зобов'язаннями за рахунок високоліквідних активів. Співпраця банківської установи з позичальником, який має такі спроможності, є критерієм забезпечення її фінансової безпеки.

Науковий керівник – канд. екон. наук, доцент Дзеніс В. О.

Література: 1. Домбровська Л. Оцінка кредитоспроможності позичальника як основний напрямок управління ризиками комерційного банку. *Вісник Чернівецького торговельно-економічного інституту.* 2009. № 7. С. 46–50. **2.** Андрейчиков А. В., Андрейчикова О. Н. Анализ, синтез, планирование решений в экономике : монография. М. : Финансы и статистика, 2000. 464 с. **3.** Національне рейтингове агентство «Рюрик» // Офіційний сайт Національного рейтингового агентства «Рюрик». URL: http://rurik.com.ua. **4.** Владичин У. В. Роль кредитування в економічному зростанні країни. *Фінанси України.* 2004. № 1. С. 96–103. **5.** Галасюк В. В. Оцінка кредитоспроможності позичальника (зіставлення умов кредитування і здатності позичальника генерувати FSC потоки). *Вісник Національного банку України.* 2001. № 11. С. 42–46. **6.** Градов А. П. Стратегия и тактика антикризисного управления фирмой / под ред. А. П. Градова, Б. И. Кузина. СПб. : Специальная литература, 1996. 510 с. **7.** Стойко О. Я. Банківські операції : навч. посіб. Київ : Лібра, 2000. 258 с. **8.** Терещенко О. О. Фінансова діяльність суб'єктів господарювання : навч. посіб. Київ : КНЕУ, 2003. 554 с. **9.** Сахарова М. О. К вопросу о кредитоспособности предприятия. *Деньги и кредит. 1*989. № 3. С. 20–27.

КОМПЛЕКСНЕ ОЦІНЮВАННЯ БАНКОМ ІНВЕСТИЦІЙНОГО ПРОЕКТУ

УДК 336.71

Мановицький М. Г.

Студент 4 курсу
фінансового факультету ХНЕУ ім. С. Кузнеця

Анотація. *Розглянуто методи оцінювання інвестиційних проектів. Виявлено загальні проблеми інвестування, запропоновано шляхи їх вирішення. Деталізовано основні напрямки аналізу інвестиційного проекту з відповідними інструментами аналізу, а також методи управління інвестиціями з погляду їх ризикованості.*

Ключові слова: *економіка, організація, банк, банківська установа, банківська система, інвестиції, інвестиційна діяльність банків, інвестиційний проект, інвестиційний ризик, ефективність проекту, дисконтування.*

Аннотация. *Рассмотрены методы оценки инвестиционных проектов. Выявлены общие проблемы инвестирования, предложены пути их решения. Детализированы основные направления анализа инвестиционного проекта с соответствующими инструментами анализа, а также методы управления инвестициями с точки зрения их рискованности.*

Ключевые слова: *экономика, организация, банк, банковское учреждение, банковская система, инвестиции, инвестиционная деятельность банков, инвестиционный проект, инвестиционный риск, эффективность проекта, дисконтирование.*

Annotation. *Methods for evaluating investment projects are considered. The general problems of investment are revealed, the ways of their solution are suggested. The main directions of the analysis of the investment project with the corresponding analysis tools, as well as the methods of investment management in terms of their riskiness, are detailed.*

Keywords: *economy, organization, bank, banking institution, banking system, investments, investment activity of banks, investment project, investment risk, project efficiency, discounting.*

Інтеграцією економіки України у міжнародні відносини зумовлено необхідність розвитку виробничого сектора, для здійснення чого важливим є реальне інвестування. Однак, обсягів капітального інвестування недостатньо для прискореного розвитку виробництва. Тому виникає необхідність зовнішнього залучення коштів, важливою складовою яких вважають надходження від банківських установ як у формі кредитних, так і інвестиційних ресурсів. Саме цим зумовлено необхідність дослідження взаємовідносин банків і підприємств у розрізі кредитно-інвестиційної діяльності, що є особливо актуальним для нашої країни, ураховуючи домінантну роль банків як фінансових посередників.

Розглядаючи безпосередньо інвестиційну діяльність банківських установ, у її складі можна виділити такі компоненти: пряме вкладення коштів у інвестиційні проекти, інвестиційні кредити банків і купівля цінних паперів. Визначення ефективності й доцільності інвестиційного проекту є пов'язаним із необхідністю його оцінювання.

Широке коло питань, що є пов'язаними з оцінюванням ефективності інвестиційного проекту суб'єктів господарювання, висвітлено у працях вітчизняних і зарубіжних науковців-економістів, серед них Бірман Г., Бланк І., Васюренко О., Віленський П., Грачова М., Загородній А., Пересада А., Черваньов Д., Шевчук В. та ін. Однак, і донині серед науковців не існує єдиної системи критеріїв і показників оцінювання інвестиційної привабливості проектів, на підставі яких менеджер може прийняти рішення про доцільність здійснення того чи іншого інвестиційного проекту (табл. 1) [1–3; 5; 8–13]. Інвестиційні проекти мають бути порівняні за допомогою єдиної системи показників.

Таблиця 1

Визначення науковцями методів оцінювання інвестиційних проектів

Автор	Критерії оцінювання інвестиційних проектів
1	2
Черваньов Д. [10]	Чиста поточна вартість, внутрішня норма доходності, модифікована внутрішня норма доходності, індекс доходності, дисконтований період окупності, індекс рентабельності, коефіцієнт ефективності інвестицій

© Мановицький М. Г., 2017

Закінчення табл. 1

1	2
Царьов В. [9]	Чиста поточна вартість, внутрішня норма доходності, індекс рентабельності, період окупності, метод визначення рентабельності на основі простого прибутку, метод визначення дисконтованих витрат, метод розрахунку коефіцієнта ефективності інвестицій
Пересада А. [8]	Чиста поточна вартість, внутрішня норма доходності, індекс рентабельності, період окупності, дисконтований період окупності, доходність (прибутковість) залученого капіталу, доходність на акцію
Віленський П. [5]	Чистий дисконтований дохід, внутрішня норма доходності, період окупності, фінансова реалізація проекту, ефективність акціонерного капіталу
Шевчук В., Рогожин П. [13]	Чистий приведений дохід, внутрішня норма доходності, індекс рентабельності, період окупності
Бірман Г., Шмідт С. [2]	Чистий приведений дохід, внутрішня норма доходності, індекс рентабельності
Бланк І. [3]	Показники, які є визначуваними на основі дисконтних методів розрахунку: чистий приведений дохід, індекс доходності, період окупності дисконтований, внутрішня ставка доходності. Показники, які є визначуваними на основі статистичних методів розрахунку: індекс рентабельності, період окупності
Ліпсіц І., Коссов В. [11]	Показники, основані на дисконтуванні грошових потоків: чиста поточна вартість, рентабельність інвестицій, внутрішня норма прибутку. Показники, які не передбачають дисконтування: період окупності, бухгалтерська рентабельність інвестицій
Четиркін Є. [12]	Дисконтні: чистий приведений дохід, внутрішня норма доходності, дисконтований термін окупності, індекс доходності. Бухгалтерські: термін окупності, віддача капітальних вкладень, питомі капітальні витрати

Отже, науковці розглядають різні засоби оцінювання інвестиційних проектів, однак, кожний виділяє загальноприйняті у світовій практиці показники: чистий дисконтований дохід, внутрішня норма доходності, індекс доходності та період окупності інвестицій (табл. 2) [10–13]. Наведені критерії базуються на дисконтуванні грошових потоків і є визнаними у світовій практиці основними показниками, що акумулюють вигоди від впровадження інвестиційного проекту. Тому їх розрахунок визначає економічну ефективність інвестиційного проекту.

Таблиця 2

Основні показники оцінювання ефективності інвестиційного проекту

Назва показника	Формула	Позначення
Чистий дисконтований дохід	$NPV = \sum_{t=0}^{n} \frac{CF_t}{(1+R)^t}$	*NPV* – чистий дисконтований дохід; CF_t – грошові надходження у період *t*; *R* – ставка дисконту; *t* – номер періоду отримання доходу; *n* – термін проекту
Внутрішня норма доходності	$IRR = r_1 + \frac{f(r_1)}{f(r_2) - f(r_1)} \times (r_2 - r_1)$	*IRR* – внутрішня норма доходності; r_1 – ставка дисконтування за $NPV > 0$; r_2 – ставка дисконтування за $NPV < 0$; $r_2 > r_1$; $f(r_1)$ – значення *NPV* за r_1; $f(r_2)$ – значення *NPV* за r_2
Індекс доходності	$PI = \sum_{t=1}^{n} \frac{CF_t}{(1+k)^t} \Big/ IC$	*PI* – індекс доходності; CF_t – грошові надходження у період *t*; *IC* – капіталовкладення; *k* – ставка дисконту; *t* – номер періоду отримання доходу; *n* – термін проекту
Період окупності інвестицій	$PP = \frac{I_0}{\sum CF_t}$	*PP* – період окупності інвестицій; I_0 – сума початкових інвестицій; CF_t – грошові надходження у період *t*

Аналіз інвестиційного проекту має враховувати інтереси всіх суб'єктів, які беруть участь в інвестуванні; ураховувати цілі учасників інвестиційного процесу; визначати не тільки основні, а й додаткові ефекти від інвестування; сприяти обґрунтованому схваленню управлінських рішень на підставі врахування факторів інвестування, які мають вплив у внутрішньому та зовнішньому середовищах. Суспільна складова інвестиційного проекту характеризує ефективність (державну та ринкову, за державною доцільно розраховувати ефективність бюджетних надходжень і додаткових соціальних та екологічних ефектів, а за ринковою – додаткові переваги для суб'єктів ринку – партнерів і споживачів) [12].

Підприємницька ефективність дозволяє визначитися з додатковою економією, що виникає на підприємстві за умови запровадження інвестиційного проекту у соціально-екологічній, організаційній, техніко-технологічній сферах його діяльності. Інвестиційна ефективність характеризує прибутковість проекту для інвестора (банку) [14].

Норма прибутку (значення привабливості проекту для інвестора) є тісно пов'язаною з ризиком інвестиційного проекту. Ризик проекту – це міра невпевненості в одержанні очікуваного рівня доходності у разі реалізації конкретного проекту. Серед ризиків, із якими зіштовхується банк, є зовнішні передбачувані та непередбачувані. Це означає, що банк має проводити оцінювання не лише об'єкта інвестування, а й інвестиційного середовища в цілому.

Внутрішні ризики поділяють на планово-фінансові, що є пов'язаними зі зривом планів роботи і перевитратою коштів, і технічні, що є пов'язаними зі зміною технології, погіршенням якості продукції, помилками в проектно-технічній документації. Існують ризики, які неможливо передбачити, що значно ускладнює процес планування інвестицій. Саме наявністю непередбачуваних ризиків зумовлено необхідність застосування методів удосконалення управління інвестиціями з точки зору їх ризикованості: уникнення ризику, поглинання ризику, передачі ризику та зниження ризику.

Уникнення ризику передбачає відбір проектів із мінімальним рівнем ризику. Інвестиції у проекти, гарантом яких є держава, вважають безризиковими (мінімальне значення ризику) [7].

Поглинання ризику означає прийняття можливих втрат за рахунок наявних власних коштів, тобто банк не намагається захиститися від можливих ризиків. Цей метод доцільно використовувати лише у специфічних проектах, адже у випадку збитковості проекту може виникнути проблема банкрутства банку.

Метод передачі ризику (або страхування ризику) передбачає поділ ризику між інвестором і страховою компанією (зокрема). Передусім банк може захистити капітал від ризиків його неповернення (страхування об'єкта інвестування), політичних ризиків (страхування від непередбачуваних ризиків), а також прибуток від інвестиційної діяльності (є використовуваним за умови інвестування у цінні папери).

Метод зниження ризику передбачає попереднє оцінювання ризикованості проекту задля ефективного розподілу ресурсів. Існує чимало засобів оцінювання ризикованості проекту, серед яких можна відокремити метод порівняння, експертних оцінок, аналіз чутливості, метод сценаріїв, імітаційне моделювання та ін. [10; 12].

Таким чином, для комплексного оцінювання інвестиційного проекту важливо застосовувати загальні методи приведеної вартості інвестицій, визначити ступінь ризику проекту, провести аналіз ринку інвестицій і запровадити відповідну політику щодо його усунення. Використання цього плану дозволить банку проводити ефективну інвестиційну діяльність.

Науковий керівник – канд. екон. наук, доцент Дзеніс В. О.

Література: 1. Колодізєв О. М., Власенко Н. М. Кредитно-інвестиційна діяльність банків України: сучасний стан і перспективи розвитку. *Бізнес Інформ*. 2013. № 11. С. 342–347. **2.** Бирман Г., Шмидт С. Экономический анализ инвестиционных проектов. М. : Банки и биржи ; Юнити, 1997. 588 с. **3.** Бланк І. О., Гуляєва Н. М. Інвестиційний менеджмент : підручник. Київ : КНТЕУ, 2003. 398 с. **4.** Васюренко О. В. Банківські операції : навч. посіб. Київ : Знання, 2004. 324 с. **5.** Виленский П. Л., Лившиц В. Н., Смоляк С. А. Оценка эффективности инвестиционных проектов : учебное пособие. М. : Дело, 2002. 388 с. **6.** Грачева М. В., Секерина А. Б. Риск-анализ инвестиционного проекта. М. : Юнити-Дана, 2007. 352 с. **7.** Загородній А. Г., Стадницький Ю. І. Менеджмент реальних інвестицій: навч. посіб. Київ : Знання, 2000. 208 с. **8.** Пересада А. А. Управління інвестиційним процесом : монографія. Київ : Лібра, 2002. 472 с. **9.** Царев В. В. Оценка экономической эффективности инвестиций. СПб. : Питер, 2004. 464 с. **10.** Черваньов Д. М. Менеджмент інвестиційної діяльності підприємств. Київ : Знання-Прес, 2003. 622 с. **11.** Липсиц И. В., Коссов В. В. Экономический анализ реальных инвестиций : учебное пособие. М. : Экономистъ, 2004. 347 с. **12.** Четыркин Е. М. Статистические методы прогнозирования. М. : Статистика, 1977. 200 с. **13.** Шевчук В. Я., Рогожин П. С. Основи інвестиційної діяльності. Київ : Генеза, 1997. 384 с. **14.** Ковалев В. В. Методы оценки инвестиционных проектов. М. : Финансы и статистика, 2009. 419 с.

УПРАВЛІННЯ ТОВАРНИМ АСОРТИМЕНТОМ ПІДПРИЄМСТВА

УДК 658.628:005

Манюк М. С.

Магістрант 1 року навчання
факультету менеджменту і маркетингу ХНЕУ ім. С. Кузнеця

Анотація. *Досліджено теоретичні та практичні аспекти діяльності фахівців з управління товарним асортиментом підприємства. Проаналізовано основні показники насиченості асортименту та стратегії управління. Обґрунтовано роль і значення управління товарним асортиментом для економічної ефективності підприємства в цілому. Запропоновано напрями вдосконалення управлінської діяльності.*

Ключові слова: *економіка, підприємство, організація, товар, асортимент, товарний асортимент, товарна одиниця, асортиментна група, ширина асортименту, глибина асортименту, стратегічний підхід.*

Аннотация. *Исследованы теоретические и практические аспекты деятельности специалистов по управлению товарным ассортиментом предприятия. Проанализированы основные показатели насыщенности ассортимента и стратегии управления. Обоснованы роль и значение управления товарным ассортиментом для экономической эффективности предприятия в целом. Предложены направления совершенствования управленческой деятельности.*

Ключевые слова: *экономика, предприятие, организация, товар, ассортимент, товарный ассортимент, товарная единица, ассортиментная группа, ширина ассортимента, глубина ассортимента, стратегический подход.*

Annotation. *The theoretical and practical aspects of the activity of specialists in managing the product range of the enterprise are studied. The main indicators of the saturation of the assortment and the management strategy are analyzed. The role and importance of commodity assortment management for the economic efficiency of the enterprise as a whole are substantiated. Areas for improvement of management activities.*

Keywords: *economy, enterprise, organization, product, assortment, product assortment, commodity unit, assortment group, assortment width, assortment depth, strategic approach.*

Асортиментна політика підприємства є важливим фактором, що значною мірою визначає його ринкову орієнтацію, можливості задовольнити споживчий попит і певні позиції у свідомості споживачів. Чим якісніше підприємство здійснює управління за своїм товарним асортиментом, тим краще воно може задовольнити потреби цільових споживачів своєї продукції. Це є значущим фактором для кожного підприємства, оскільки конкуренція з-поміж торговельних підприємств постійно зростає, споживачі самостійно приймають рішення про вибір магазину, і пропонований асортимент є зазвичай головним орієнтиром для покупців. Тому кожному підприємству необхідно ретельно обмірковувати структуру свого товарного асортименту й управління ним, аби сформувати у споживачів відчуття, що його продукція зможе вповні задовольнити їх потреби. Якщо підприємство здійснюватиме грамотне управління своїм товарним асортиментом, воно зможе залучити до себе більшу аудиторію споживачів, відповідно, збільшити свої доходи.

Дослідженням проблем управління асортиментом займалися Едкок Д., Салліван М., Леві М., Вейтц Б., Берман Б., Еванс Д., Котлер Ф., Щербак В., Холодний Г., Сумець О., Заблодська І. та ін.

Метою написання статті є дослідження теоретичних і практичних аспектів управління товарним асортиментом підприємства.

Товарний асортимент (товарна номенклатура) – це повний перелік товарних груп, які пропонує підприємство. Кожна товарна група містить кілька товарних одиниць – окремого товару, який має власні унікальні характеристики [1; 6]. Товарний асортимент може характеризуватися шириною (кількість пропонованих асортиментних груп), глибиною (кількість позицій у кожній асортиментній групі) і гармонійністю (співвідношення запропонованих асортиментних груп з погляду спільності кінцевого використання, каналів розподілу та ін.) (рис. 1) [4].

Діяльність спеціалістів з управління передбачає два етапи – аналітичну діяльність і роботу з постачальниками. На першому етапі фахівець має виявити кількість асортиментних позицій, ціни на кожну з них, товарний запас, значення кожної асортиментної позиції, причини зростання або спаду попиту на товари, а також розробити та реалізувати нові оригінальні товари. Робота з постачальниками передбачає надання їм інформації про запитувані товари й запити споживачів. Постачальники ж мають надавати різноманітні варіанти продукту.

© Манюк М. С., 2017

Метою такої діяльності є налагодження безперервної взаємодії з постачальниками задля ефективної економічної діяльності обох сторін [2].

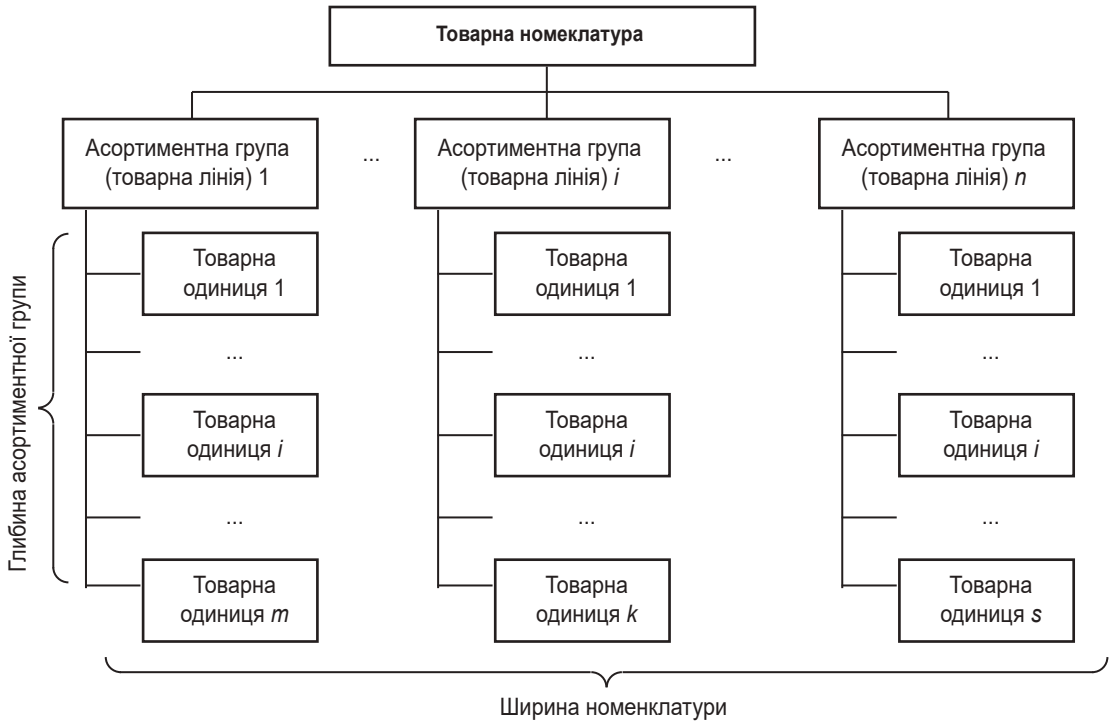


Рис. 1. **Структура та показники товарного асортименту**

Ефективне управління асортиментом є одним із найважливіших і водночас найскладніших завдань для будь-якого підприємства, оскільки саме він сьогодні здійснює значущий вплив на споживача стосовно його переваг у виборі торговельної точки. Тому під час формування товарного асортименту підприємству слід дотримуватися стратегічного підходу. Основними стратегіями управління товарним асортиментом належать: поглиблення асортименту, підтримка марок, вилучення з асортименту та звуження асортименту (рис. 2) [4; 7].

		Типи змін	
		Доповнення до асортименту	Вилучення з асортименту
Напрями змін	Глибина асортименту	Поглиблення асортиментну Доповнення товарних одиниць певної асортиментної групи: стратегія задовольняє потреби споживачів у більш широкому виборі, а підприємству дозволяє попередити дії конкурентів з випуску аналогічних модифікованих товарних одиниць	Скорочення асортименту Зменшення його глибини шляхом вилучення з виробництва альтернативних товарних одиниць, що не забезпечують необхідний прибуток через свою непопулярність або застарілість порівняно з іншими моделями, низький товарообіг за високих виробничих витрат
	Ширина асортименту	Підтримка марок Передбачає випуск нових товарних одиниць під марочною назвою вже наявних успішних товарів із суміжних асортиментних груп, що дозволяє зекономити на розкрутці нового товару	Звуження асортименту Зменшення його широти шляхом скорочення асортиментних груп товарів, наприклад, через невдалу спробу підтримати марку в суміжній групі (погано закріплена назва марки, відсутність логічного зв'язку між новим товаром та успішним товаром)

Рис. 2. **Матриця основних стратегій управління товарним асортиментом**

Проведений аналіз дає підстави розробити такі принципи управління товарним асортиментом:

– сполучуваність: стратегія управління асортиментом має бути націленою на розвиток цінової, комунікативної та збутової політики підприємства;

– орієнтація на покупців: необхідно чітко розуміти потреби та побажання цільових споживачів;

– розвиток: асортимент має постійно змінюватися й удосконалюватися, щоб відповідати потребам споживачів;

– професіоналізм: ефективне управління має здійснювати професіонал-аналітик із ґрунтовними теоретичними знаннями та практичними навичками;

– ефективність: кожна товарна позиція має приносити дохід, оскільки діяльність будь-якого підприємства є спрямованою на отримання прибутку.

При управлінні товарним асортиментом треба уникати помилок:

– нерозуміння чітких цілей управління товарним асортиментом: важливо пам'ятати, що метою управління асортиментом є не просто збільшення прибутку чи товарообігу, а збільшення цих показників через якісне формування асортименту;

– відсутність концепції, що формулює основні принципи й цілі управління, створює портрет споживача; слід розробити формалізовану концепцію, що об'єднуватиме думки різних фахівців і допомагатиме здійснювати ефективне управління товарним асортиментом;

– відсутність показників, що характеризують асортимент та управлінську діяльність; персоналу важливо чітко зазначити, якого результату прагне підприємство: працівники мають чітко розуміти, яких показників досягати задля ефективної діяльності компанії.

Заходи з управління товарним асортиментом здійснюють відповідно до ситуації, що склалася на ринку в даний проміжок часу (соціально-економічної, політичної, природно-кліматичної та ін.), загальноекономічної й маркетингової стратегії підприємства, виходячи з можливостей і ресурсів підприємства. Головним фактором, що безпосередньо впливає на формування й управління асортиментом, є попит споживачів. Тому необхідно безперервно проводити моніторинг тенденцій і споживацького попиту, модернізувати структуру товарного асортименту відповідно до цього показника [8].

Широкий і глибокий товарний асортимент, зорієнтований за задоволення потреб різних сегментів споживачів, збільшує адаптивні властивості підприємства до змін ринкової ситуації, однак, істотно ускладнює організацію виробництва та збуту, систему управління підприємством. За таких умов доцільнішим і менш ризикованим є збільшення глибини асортименту без його розширення, що є пов'язаним із розробкою нових товарних груп. Поглиблення асортименту більшою мірою враховує специфіку потреб різних груп споживачів.

Водночас розширення асортименту сприяє стабілізації позицій підприємства на ринку, особливо коли його асортиментні групи не є гармонійними. За таких умов за зниження інтересу споживачів до одних груп товарів підприємство зможе виживати та розвиватися за рахунок інших, при цьому елімінуючи або модернізуючи товарні одиниці, які не користуються попитом, а також упроваджуючи нові. Моніторинг і модернізація товарного асортименту і товарної політики мають здійснюватися постійно й у відповідності до нових ринкових умов [5].

Таким чином, якщо підприємство дотримуватиметься вказаних рекомендацій, воно зможе організувати ефективну діяльність щодо формування й управління товарним асортиментом, що надасть йому конкурентні переваги та сприятиме досягненню головної мети – збільшенню прибутку.

Науковий керівник – канд. екон. наук, доцент Рожко В. І.

Література: 1. Салливан М., Эдкок Д. Маркетинг в розничной торговле / пер. с англ. СПб. : Нева, 2004. 192 с. **2.** Эванс Д., Берман Б. Маркетинг / пер. с англ. М. : Экономика, 1990. 126 с. **3.** Леви М., Вейтц Б. Основы розничной торговли / пер. с англ. под ред. Ю. Н. Каптуревского. СПб. : Питер, 1999. 448 с. **4.** Котлер Ф. Основы маркетинга / пер. с англ. М. : Вильямс, 2007. 656 с. **5.** Щербак В. Г., Перебийнос Р. В. Формування й реалізація стратегії управління асортиментною політикою підприємства. *Економіка: проблеми теорії та практики.* 2005. № 3. С. 18–27 с. **6.** Холодний Г. О. Маркетингова товарна політика : навч. посіб. Харків : ХНЕУ, 2006. 132 с. **7.** Сумець О. М., Ігнатова Є. М. Товарна інноваційна політика : навч. посіб. Київ : Хай Тек Прес, 2010. 368 с. **8.** Заблодська І. В. Товарна політика підприємства: механізм формування : монографія. Луганськ : СНУ ім. В. Даля, 2006. 240 с.

РОЗВИТОК СФЕРИ КУЛЬТУРНО-РОЗВАЖАЛЬНИХ ПОСЛУГ В УКРАЇНІ

УДК 379.822:001.891.55

Манюк М. С.

Магістрант 1 року навчання
факультету менеджменту і маркетингу ХНЕУ ім. С. Кузнеця

Анотація. *Досліджено теоретичні та практичні аспекти розвитку сфери культурно-розважальних послуг в Україні, такі як організація та проведення концертів рок-музикантів. Визначено вплив цього напрямку на суспільство й економічний стан держави.*

Ключові слова: *економіка, політика, суспільство, культура, культурно-розважальна сфера, соціальний вплив, економічний вплив.*

Аннотация. *Исследованы теоретические и практические аспекты развития сферы культурно-развлекательных услуг в Украине, такие как организация и проведение концертов рок-музыкантов. Определено влияние этого направления на общество и экономическое состояние государства.*

Ключевые слова: *экономика, политика, общество, культура, культурно-развлекательная сфера, социальное влияние, экономическое влияние.*

Annotation. *The theoretical and practical aspects of the development of cultural and entertainment services in Ukraine, such as the organization and conduct of concerts of rock musicians, are studied. The influence of this trend on the society and economic situation of the state is determined.*

Keywords: *economy, politics, society, culture, cultural and entertainment sphere, social influence, economic influence.*

Одним із найважливіших аспектів протягом становлення й розвитку людської цивілізації була й залишається культурно-розважальна сфера, адже культура завжди є значущим фактором соціального розвитку, якісною характеристикою суспільного життя. Культура відображається у всіх видах людської життєдіяльності та впливає на всі сфери суспільної та індивідуальної взаємодії. Культурно-розважальна сфера формує певний набір матеріальних і духовних цінностей, притаманних кожній окремій державі, відображає рівень її розвитку [1].

Проблеми розвитку сфери культурно-розважальних послуг, а також сутність і методологію впровадження заходів з маркетингу та менеджменту в цій сфері досліджували Хельм Т., Ігнатьєва Є., Тульчинський Г., Шекова Є., Переверзєв М., Косцов Т. та ін.

Метою написання статті є дослідження теоретичних і практичних аспектів розвитку у сфері культурно-розважальних послуг вітчизняної рок-музики та її впливу на суспільство й економічний стан держави в цілому.

За результатами дослідження експертів, що проводять моніторинг розвитку культурно-розважальної сфери послуг в Україні, лідером галузі у 2016–2017 рр. стали концерти, що охопили 49 % ринку. При цьому 45 % та 35 % відвідувань припадало на рок-концерти та поп-концерти відповідно. Виявилося, що українці готові сплачувати більше за можливість потрапити саме на рок-концерти [2; 3]. Однак, вони віддають перевагу відомим зарубіжним рок-гуртам, а не вітчизняним, що створюють не менш якісну та сучасну музику.

Розвиток сфери культурно-розважальних послуг, таких як організація та проведення концертів вітчизняних рок-музикантів, є пов'язаним із певними проблемами:

– вітчизняні рок-виконавці майже позбавлені підтримки ЗМІ, їм дуже складно потрапити на радіо та телебачення, що пов'язано із нерозумінням продюсерів і відсутністю в Україні профільних рок-телеканалів, телешоу, радіостанцій;

– гостра конкуренція з поп-музикою, яка в Україні розвивається успішніше й активно просувається серед українців за допомогою ЗМІ, незважаючи на те, що споживачі виявляють значну зацікавленість до творчості рок-виконавців;

– відсутність єдиної бази даних, яка містила б повний перелік наявних українських рок-гуртів із описом і характеристикою їх творчості;

– відсутність фінансування і спонсорів музичних гуртів, а також підтримки з боку держави;

– відсутність в Україні установ для діяльності та просування молодих українських виконавців: продюсери не хочуть ризикувати та надавати перевагу молодим, ще невідомим, колективам [5; 6].

© Манюк М. С., 2017

Для виявлення ставлення споживачів до рок-гуртів України у 2016 р. мною було проведено опитування, участь у якому взяли 268 осіб віком від 14 до 43 років, із них 114 жінок і 154 чоловіки. Результати засвідчили, що нині в Україні спостерігається низький рівень обізнаності споживачів щодо вітчизняної рок-музики (рис. 1) [3]. У середньому одна людина знає приблизно десять вітчизняних гуртів, а 21 особа – не знають жодного. Слід зазначити, що не всі респонденти чітко можуть відрізнити рок-виконавців від виконавців інших жанрів.

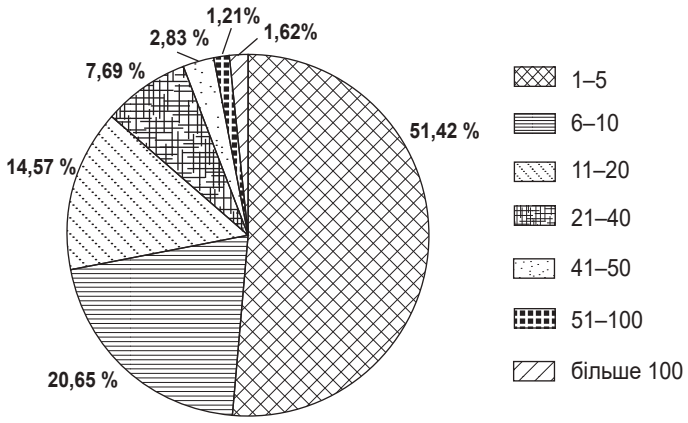


Рис. 1. **Рівень обізнаності споживачів щодо вітчизняної рок-музики**

Близько 60 % опитаних подобається український рок, 30 % – подобається частково. Відсоток людей, яким вітчизняна рок-музика не до вподоби, зовсім невеликий – 10 %, що підкреслює перспективність розвитку цієї сфери культурно-розважальних послуг України.

Вітчизняні слухачі відвідують концерти українських рок-груп частіше, ніж зарубіжних, однак, готові витрачати більше коштів на зарубіжні (рис. 2; 3) [3].

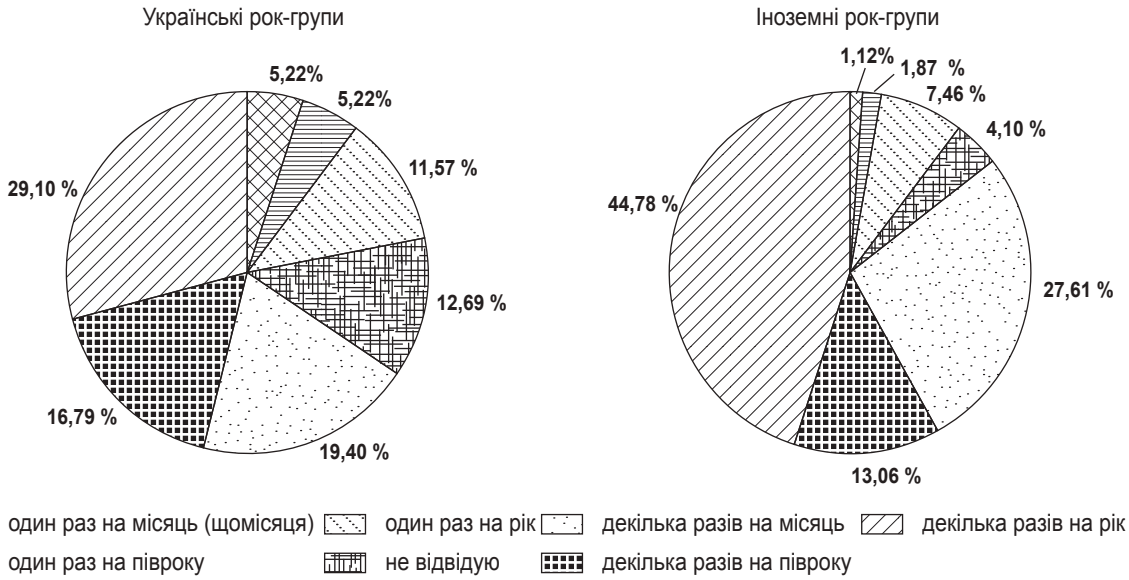


Рис. 2. **Частота відвідувань рок-концертів українцями**

У цілому споживачі позитивно оцінюють українську рок-музику: вважають, що галузь стрімко розвивається, а талановиті вітчизняні рок-гурти можуть скласти конкуренцію західним. Тематика та звучання композицій вітчизняних гуртів є ближчими і зрозумілішими, українці краще їх сприймають.

Споживачі позитивно налаштовані до молодих українських рок-гуртів і з радістю відвідуватимуть їх концерти та підтримуватимуть, потрібно тільки надавати їм інформацію, оскільки шукати все самому в цьому напрямку занадто важко. Отже, очевидною є доцільність докладання зусиль для розвитку вітчизняної рок-музики як важливої складової культурно-розважальної сфери послуг України.

Зростання зацікавленості споживачів до рок-музики пояснюється їх прагненням зняти емоційну напругу через рутинну робочу та побутову завантаженість і нестабільну політичну ситуацію в країні. Нині вже загальнові-

домо, що рок-музика допомагає впоратися з напругою і тиском. Вона пробуджує, заряджає енергією, допомагає відновлювати сили і долати перешкоди; як бачимо, українці готові за це платити.

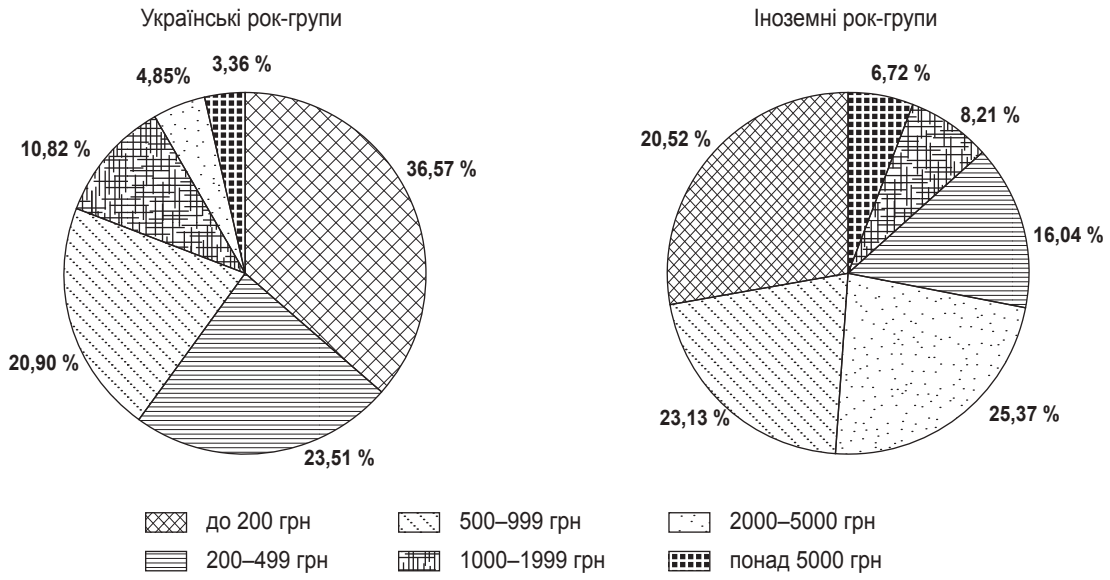


Рис. 3. **Кількість грошей, яку у рік готові витрачати споживачі на відвідування концертів і придбання дисків та атрибутики рок-гуртів**

Аналіз показав, що вітчизняні рок-гурти є актуальними, тому їх необхідно просувати із запровадженням з цією ціллю певних заходів.

1. Надання всілякої підтримки рок-гуртам (фінансової, спонсорської, державної, підтримки ЗМІ та ін.). Так, чимало фінських гуртів розпочинають свою творчу діяльність на державному забезпеченні: отримують від держави фінансову допомогу чи знижки на придбання музичних інструментів, студії звукозапису тощо. Яскравим прикладом поєднання зацікавленості споживачів і підтримки ЗМІ є участь рок-гурту Detach у телешоу «Х-фактор», після чого менш ніж за півроку кількість його фанатів зросла майже втричі і продовжує зростати. І Detach не єдиний влучний приклад, що підтверджує перспективність популяризації та просування вітчизняного року [6].

2. Залучати продюсерів і менеджерів до роботи в цьому жанрі. Менеджери сучасних рок-гуртів мають можливість розробити проект, наприклад, телешоу з рок-тематикою; обґрунтувати його економічну вигідність і запропонувати відомим продюсерам чи музикантам цієї сфери. Оскільки за результатами дослідження споживачі виявляють зацікавленість і готові витрачати кошти на концерти вітчизняних рок-гуртів, проект є перспективним, продюсери ним зацікавляться й профінансують. Далі вже піар-менеджери та іміджмейкери сформують позитивний імідж цього телешоу для споживачів [7].

3. Розробка та просування інформативної бази, де були б зібрані та розсортовані за жанрами усі наявні гурти України. Прикладом такої бази в Україні нині є музична платформа Rockcity.com.ua. Вона є дуже молодою та охоплює невеликий перелік гуртів, однак, має великий потенціал. Наразі її розробкою та просуванням займається український продюсер і композитор Angellios.G.Avgust, але платформа потребує масштабніших рекламних заходів і спонсорської підтримки.

Таким чином, вітчизняна рок-музика має обґрунтований соціальний та економічний потенціал у сфері культурно-розважальних послуг України. Споживачі зацікавлені в розвитку цього напрямку та готові витрачати на нього свої кошти. Однак, суб'єкти цієї сфери діяльності не хочуть його популяризувати, що негативно відображається як на ринку розваг, та і на ринку послуг України в цілому. У зв'язку із цим необхідно дослідити причини небажання й упередженого ставлення суб'єктів ринку розваг до вітчизняної рок-музики. Це допоможе ліквідувати застій у розвитку галузі, задовольнить потреби споживачів у вітчизняних виконавцях рок-музики та матиме позитивний ефект для економічного розвитку держави в цілому.

Науковий керівник – канд. екон. наук, доцент Рожко В. І.

Література: 1. Про культуру : Закон України від 14.12.2010 № 2778-VI // База даних «Законодавство України» / Верховна Рада України. URL: http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/2778-17. **2.** Karabas Live. Интернет-журнал о современной музыке в Украине и в мире. URL: https://karabas.live/pulse. **3.** Які розваги популярні серед українців: концерти, кіно, театр // HB Style. URL: http://nv.ua/ukr/style/blogs/jaki-rozvagi-populjarni-sered-ukrajintsiv-blog-1363182.html. **4.** Игнатьева Е. Л. Экономика культуры : учебное пособие. М. : ГИТИС, 2006. 288 с. **5.** Игнатьева Е. Л. О государственной поддержке благотворительности и спонсорства в культуре. *Финансы.* 2010. № 3. С. 46–49. **6.** Метал как воплощение финскости. URL: https://inosmi.ru/world/20130421/208311670.html. **7.** Коссцов Т. В. Менеджмент в сфере культуры и искусства : учебное пособие. М. : Инфра-М, 2007. 158 с. **8.** Тульчинский Г. Л., Шекова Е. Л. Менеджмент в сфере культуры : учебное пособие. СПб. : Планета музыки, 2009. 328 с.

ОСНОВНІ ТЕНДЕНЦІЇ SMM ПРОСУВАННЯ В УКРАЇНІ

УДК 004.738.5(477)

Марченко І. С.

Магістрант 1 року навчання
факультету менеджменту і маркетингу ХНЕУ ім. С. Кузнеця

Анотація. *Досліджено сучасний стан і особливості розвитку SMM в Україні. Проведено аналіз популярності соціальних мереж шляхом опитування користувачів, охарактеризовано найперспективніші платформи. Конкретизовано основні сучасні тенденції розвитку SMM в Україні. Визначено позитивні та негативні сторони тенденції застосування SMM як інструменту збільшення прибутку та комунікації з покупцями.*

Ключові слова: *Інтернет, реклама, маркетинг, SMM, соціальна мережа, контент, Instagram, Facebook, відео, нативна реклама, таргетинг, зникаючий контент.*

Аннотация. *Исследованы современное состояние и особенности развития SMM в Украине. Проведен анализ популярности социальных сетей путем опроса пользователей, охарактеризованы перспективные платформы. Конкретизированы основные современные тенденции развития SMM в Украине. Определены положительные и отрицательные стороны тенденции применения SMM как инструмента увеличения прибыли и коммуникации с покупателями.*

Ключевые слова: *Интернет, реклама, маркетинг, SMM, социальная сеть, контент, Instagram, Facebook, видео, нативная реклама, таргетинг, исчезающий контент.*

Annotation. *The current state and peculiarities of SMM development in Ukraine are studied. The analysis of the popularity of social networks through user surveys has been carried out, prospective platforms have been described. The main modern trends in the development of SMM in Ukraine are concretized. The positive and negative aspects of SMM application trends as a tool for increasing profits and communicating with buyers.*

Keywords: *Internet, advertising, marketing, SMM, social network, content, Instagram, Facebook, video, native advertising, targeting, disappearing content.*

Маркетинг у соціальних медіа (SMM) – це комплекс заходів щодо застосування соціальних мереж як каналів для просування організації й вирішення інших бізнес-завдань [1]. Однак, розуміння цілей SMM тільки як інструменту стимулювання прямих продажів, застаріває. Створення спільнот організації за тими самими принципами, що і сайт, теж не дає бажаного результату, публікації для продажу не зацікавлюють користувачів. Нині SMM – це передусім шлях спрощення комунікації між брендом і користувачем. Це чудова можливість постійно підтримувати зв'язок з існуючими клієнтами та залучати нових покупців. Оскільки світ соціальних медіа швидко змінюєть-

© Марченко І. С., 2017

ся – десятки нових платформ та інструментів виходять на тісний ринок, а існуючі гравці випускають нові функції, щоб залишатися на передових позиціях – необхідно знати про основні тенденції SMM і вміти їх застосовувати, тому обрана тема є надзвичайно актуальною.

Дослідженням загальних тенденцій застосування соціального медіамаркетингу займаються Стелзнер М., Шмітт Г., Лерча Б., Башинська І., Вишлинський Г., Ілляшенко С., Сохацька О. та ін.

Метою дослідження є визначення основних тенденцій SMM в Україні.

Одним із найпопулярніших інструментів інтернет-маркетингу в Україні є просування товарів і послуг через соціальні мережі (89 %). Про це свідчать дані маркетингової агенції Promodo, за якими більшість компаній просувають свої продукти в Facebook (92,6 %) та Instagram (50 %) [2].

Представники великого бізнесу одними з перших усвідомили потенціал соціальних мереж і почали активно застосовувати їх для свого просування. Через соціальні мережі великий бізнес зазвичай вирішує стратегічні довгострокові маркетингові завдання: брендингу, підвищення поінформованості цільової аудиторії, збільшення лояльності й довіри до продуктів бренда, відстеження думок і настроїв цільової аудиторії, а також аналізу системи підтримки клієнтів [3].

Найбільшу складність у цій сфері являє, як правило, аналіз ефективності й розрахунки коефіцієнта повернення інвестицій. Оскільки найчастіше діяльність таких підприємств є пов'язаною із широкою мережею дистрибуції, буває проблематично відстежити, як ті чи інші дії впливають на безпосередні продажі. Тому для кожної компанії необхідно розробляти свою систему показників, використовуючи можливості веб-аналітики.

Опитування харківської молоді з приводу того, яку соціальну мережу вони використовують найчастіше, продемонструвало найпопулярніші платформи для SMM (рис. 1).

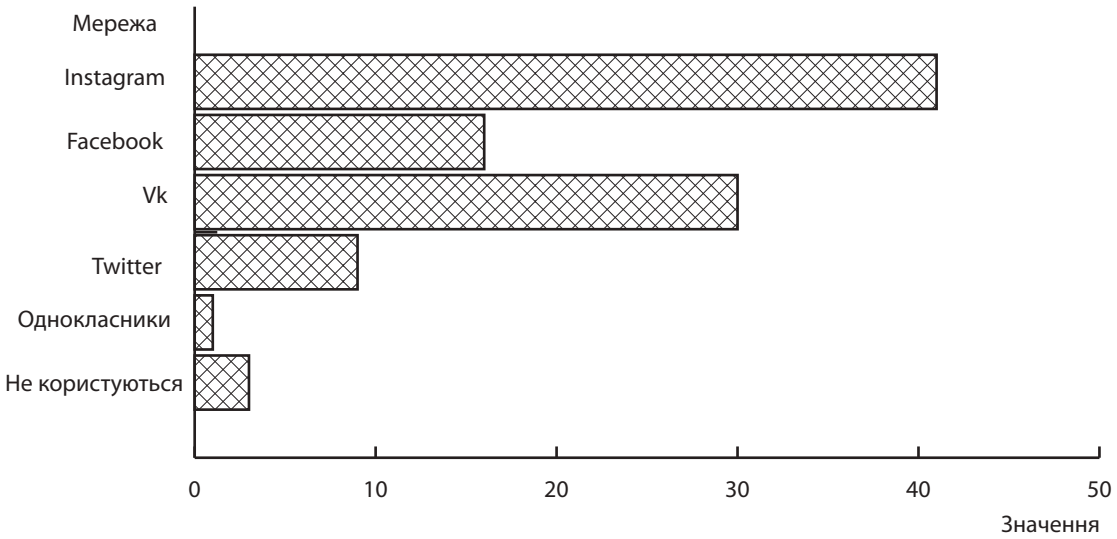


Рис. 1. **Результати опитування харківської молоді щодо популярності соціальних мереж**

Польове опитування показало, що перше місце за популярністю належить фотосервісу Instagram, що зумовлено розвитком сервісу шляхом додавання нових функцій, наприклад, підписки на хештеги, збереження історій та ін. Незважаючи на блокування, соціальна мережа Vk ще тримає свою кількість користувачів в Україні, але порівняно з 2016 р. їх кількість значно скоротилася, тому і знизилася ефективність SMM у Vk. В Україні триває процес переходу користувачів із Vk на Facebook, тому ця соціальна мережа є перспективною платформою.

Усі соціальні мережі йдуть від хронологічного порядку публікацій у стрічці новин. Facebook та Instagram аналізують понад 10 000 факторів при виборі поста для показу: привернути увагу користувачів стає все складніше. Існує кілька способів підняти пост у стрічці: використовувати актуальний контент, який буде з'являтися в результатах пошукових систем; використовувати таргетинг; користуватися функціями, що швидко набирають популярності; використовувати нові канали просування, комбінувати активність у соцмережах.

Однією із головних тенденцій SMM є застосування відео. Хоча текстова реклама все ще є цінною, маркетинг передусім орієнтований на залучення уваги, а відео онлайн є прекрасним способом виділитися з натовпу. Так, частка відеореклами в Instagram за рік зросла з 30 % до 65 %. Відео захоплює весь Інтернет і за прогнозами до 2020 р. становитиме до 80 % усього інтернет-трафіку.

Популярності набуває і зникаючий контент (наприклад stories). Слідом за Snapchat зникаючий контент з'явився в Instagram і в WhatsApp. Публікація, яка живе 24 години, дозволяє постити відразу кілька фото, малю-

вати на них і при цьому не засмічувати свій аккаунт. Stories автоматично потрапляють вище, тому вони ніколи не загубляться в стрічці.

Тенденцією SMM на сьогодні є робота з лідерами думок. Лідер думок – блогер, який добре знається на товарах або послугах, які просуває компанія, або просто популярна особистість із великою аудиторією. Такий спосіб просування має плюси: велике охоплення (залежить від кількості передплатників блогера), низька вартість реклами та більший вплив на аудиторію, ніж вплив рекламних постів від самого бренда. Лідери думок можуть працювати безкоштовно, за бартером або за гроші. Перші два варіанти істотно знижують витрати на просування продукту.

Завдяки таргетингу і ретаргетингу можна налаштовувати показ рекламних оголошень для певних користувачів. Параметри вибору аудиторії в таргетованій рекламі можуть бути різними, від географічних і демографічних до особистих захоплень користувачів. Ретаргетинг працює із користувачами, які вже відвідували певний аккаунт. Застосування таргетингу допомагає залучити клієнтів на сторінку, а ретаргетингу – утримати і зробити клієнта постійним.

Однією із головних тенденцій просування у соціальних мережах є нативна реклама, що є повною протилежністю банерній. Якісний натив не розпізнається користувачем як реклама, але підвищує інтерес до продукту. Нативною рекламою може бути ненав'язлива демонстрація товару блогером, корисний пост, новина зі згадуванням товару, інтерв'ю з експертом, відео з рецептом або лайфхаком, де використовується рекламований товар. Складність створення нативної реклами є вищою, але вона на 25 % ефективніша від банерної.

Досліджені тенденції є швидкоплинними, як і інтереси користувачів. Тому важливо постійно проводити дослідження та йти в ногу із часом. Технології SMM не вимагають великих вкладень, але водночас не мають миттєвого ефекту і не гарантують швидкого вирішення проблем. Неправильний підхід до управління маркетингом у соціальних медіа може призвести до небажаних наслідків: застосування агресивної реклами, зниження зацікавленості споживачів продукції підприємства, зменшення продажів і прибутків. Ефективне застосування SMM є важливим фактором успішного просування бренда, товару чи компанії на ринку, що спрямоване на залучення все більшої кількості прихильників, розширення цільової аудиторії, розробку, покращення та захист репутації компанії через формування лояльності споживачів до бренда. Соціальні мережі активно витісняють звичні інструменти реалізації маркетингової комунікаційної політики. Щоб поліпшити контент, взаємодію з клієнтами та посилити вплив, необхідно передусім ураховувати те, що хвилює цільову аудиторію, додати потрібні технології та своєчасно їх застосувати. Тоді взаємодія з соціальними мережами стане більш ефективною, що сприятиме збільшенню прибутку компанії.

Науковий керівник – канд. екон. наук, доцент Рожко В. І.

Література: 1. Терехов Д. С. SMM у системі управління сучасним підприємством. *Наука й економіка.* 2015. № 1. С. 77–79. **2.** Массовые коммуникации и медиапланирование. URL: http://nebovoblakah.narod.ru/media.html. **3.** Башинська І. О. Маркетингові комунікації підприємства у соціальних мережах. *Економіка та менеджмент.* 2012. № 9. С. 36–41. **4.** Вышлинский Г. Как меняется профиль и потребности украинских интернет-пользователей. URL: https://ain.ua/2012/10/29/gleb-vyshlinskij-gfk-ukraina-kak-menyaetsya-profil-i-potrebnosti-ukrainskix-internet-polzovatelej. **5.** Ілляшенко С. М. Сучасні тенденції застосування інтернет-технологій у маркетингу. *Маркетинг і менеджмент інновацій.* 2015. № 4. С. 64–74. **6.** Сохацька О. Монетизація соціальних медіа у глобальному інформаційному просторі. *Журнал європейської економіки.* 2012. № 1. С. 104–114. **7.** Stelzner M. Social Media Marketing Industry Report. How Marketers Are Using Social Media to Grow Their Businesses. *Social media examiner.* 2015. № 7. P. 42–48. **8.** Schmitt G., Supe M., Lerch B. Meet the connected consumer. How Social Apps, Pokes and Widgets Can Help You Connect. Razorsh? 2008. P. 84–87.

ВИЗНАЧЕННЯ СТУПЕНЯ КРЕДИТНОГО РИЗИКУ БАНКУ НА ОСНОВІ МОДЕЛІ ДИНАМІЧНОГО НОРМАТИВУ

УДК 336.71

Мезенцева Д. С.

Магістрант 2 року навчання
фінансового факультету ХНЕУ ім. С. Кузнеця

Анотація. *Здійснено оцінювання портфельного кредитного ризику банківської установи із застосуванням моделі динамічного нормативу задля підвищення рівня ефективності управління кредитним ризиком.*

Ключові слова: *підприємство, організація, банк, банківська установа, банківська система, кредит, кредитний портфель банку, кредитний ризик, управління кредитним ризиком, модель динамічного нормативу.*

Аннотация. *Осуществлена оценка портфельного кредитного риска банковского учреждения с применением модели динамического норматива для повышения уровня эффективности управления кредитным риском.*

Ключевые слова: *предприятие, организация, банк, банковское учреждение, банковская система, кредит, кредитный портфель банка, кредитный риск, управление кредитным риском, модель динамического норматива.*

Annotation. *An assessment of the portfolio credit risk of a banking institution was performed using a dynamic norm model to improve the level of credit risk management efficiency.*

Keywords: *enterprise, organization, bank, banking institution, banking system, credit, loan portfolio of the bank, credit risk, credit risk management, dynamic norm model.*

Аналіз кредитної діяльності вітчизняних банків упродовж кризових 2013–2016 рр. дає підстави говорити про незадовільну якість їх кредитних портфелів і необхідність формування у повному обсязі резервів за кредитними операціями. Проблемні кредити призводять до зменшення прибуткової діяльності банків, втрати ліквідності і зрештою втрати капіталу.

Кредитний ризик є одним із найістотніших ризиків банківської діяльності. Неадекватне оцінювання банком рівня кредитного ризику може спричинити втрату капіталу та ліквідності, створити загрозу інтересам вкладників та інших кредиторів банку.

Дослідженням проблем банківського менеджменту займалися чимало українських і зарубіжних економістів, серед них Гребенюк Л. А., Примостка Л. О., Лисенок О. В., Любунь О. С., Єпіфанов А. О., Васильєва Т. А., Козьменко С. М. та ін. Однак, більшість наукових праць вітчизняних і зарубіжних дослідників присвячені переважно вивченню окремих аспектів управління банківською діяльністю. Науковці не приділяють достатньої уваги системному підходу, спрямованому на оцінювання ризику кредитного портфеля банку.

Метою написання статті є оцінювання портфельного кредитного ризику банківської установи із застосуванням моделі динамічного нормативу, що дозволить підвищити рівень ефективності управління кредитним ризиком.

Цей підхід базується на моделі Примостки Л. О. та Лисенка О. В., до якої ввійшли показники, що характеризують сукупний ризик банківської діяльності. Тому оберемо лише ті показники, що безпосередньо стосуватимуться впливу на кредитний ризик банків (кількість показників може бути різною, оскільки не існує єдиного підходу до їх визначення). Сформовану систему показників подано в табл. 1 [3].

Таблиця 1

Коефіцієнти ризикованості банку та нормативів співвідношення між темпами їх зростання

Коефіцієнт	Методика розрахунку	Нормативні зміни співвідношень	Нормативні співвідношення між темпами зростання
1. Достатність капіталу	$H2 = K / Ar$	Збільшення	$K(i) > Ar(j)$
2. Мультиплікатор капіталу	$MK = A / K$	Зменшення	$A(i) < K(j)$
3. Коефіцієнт ризику кредитного портфеля	$РКП = RZ / КП$	Зменшення	$RZ(i) < КП(j)$

© Мезенцева Д. С., 2017

4. Питома вага кредитного портфеля в загальних активах	*QКП = КП / А*	Зменшення	*КП(i) < А(j)*

де *К* – капітал банку;

Ar – активи, зважені за ризиком;

А – загальні активи банку;

RZ – резерви на покриття кредитних ризиків;

КП – кредитний портфель банку.

На підставі даних таблиці сформовано фактичне співвідношення обраних показників (табл. 2) [3; 4].

Таблиця 2

Матриця нормативних співвідношень показників ризикованості

Показник	К	Ar	А	RZ	КП
К	0	1	1	1	1
Ar	-1	0	0	0	0
А	-1	0	0	1	1
RZ	-1	0	-1	0	-1
КП	-1	0	-1	1	0

Для побудови матриці фактичних співвідношень показників за темпами зростання для базисного 2016 р. і звітного 2017 р. необхідно показники ранжувати за фактом зростання. Наприклад, для зменшення ризику кредитний портфель банку має зростати швидшими темпами, ніж активи (КП > А), тому на перетині рядка 5 та стовпця 3 матриці ставимо «–1». І навпаки, на перетині стовпця 5 та рядка 3 ставимо «1», що свідчить про те, що в цій матриці преференцій зростання активів відбувається повільнішими темпами, ніж зростання кредитного портфеля. Таку процедуру здійснюють для всіх 5, а якщо нормативного співвідношення між темпами зростання показників не виявлено, то у відповідному рядку та стовпці матриці преференцій ставимо «0».

На підставі матриці преференцій банку будують матрицю нормативних співвідношень (динамічний норматив), виходячи із принципу транзитивності. Для практичної апробації динамічної нормативно-індексної моделі оберемо абсолютні значення і розрахуємо темпи зростання показників для ПАТ КБ «ПриватБанк» (табл. 3) [3; 4].

Так, у 2016 р. К = 1,13 а Ar = 1,2, тобто темп зростання капіталу є нижчим, ніж темп зростання активів, зважених за ризиком.

Таблиця 3

Абсолютні значення і темпи зростання показників ПАТ КБ «ПриватБанк»

Показник	Абсолютні значення показників			Темп зростання	
	2015	2016	2017	2016	2017
1	2	3	4	5	6
К	25095	28468	-713	1,13	
Ar	202238,7	239192,6	180715,9	1,2	0,75
А	229036	274934	205359	1,2	0,75
RZ	21805	28794	184341	1,32	6,4
КП	133604	224133	227923	1,67	1,01

На перетині рядка 1 та колонки 2 ставимо «–1» і відповідно на перетині рядка 2 та колонки 1 ставимо «1», і так до кінця (табл. 4).

Таблиця 4

Матриця фактичних співвідношень показників ризикованості ПАТ КБ «ПриватБанк» у 2016 р.

Показник	К	Ar	А	RZ	КП
К	0	-1	-1	1	-1
Ar	1	0	0	-1	-1
А	1	0	0	-1	-1
RZ	-1	1	1	0	-1
КП	1	1	1	1	0

Таку саму таблицю формуємо для банку за 2017 р. За рік банк погіршив свою діяльність і у темпах зростання КП > А, що певною мірою суперечить установленим нормативам. Формуємо матриці фактичних і нормативних співвідношень показників ризиковості банку (табл. 5).

Таблиця 5

Матриця фактичних співвідношень показників ризикованості ПАТ КБ «ПриватБанк» у 2017 р.

Показник	K	Ar	A	RZ	КП
1	2	3	4	5	6
K	0	-1	-1	-1	-1
Ar	1	0	0	-1	-1
A	1	0	0	-1	-1
RZ	1	1	1	0	-1
КП	1	1	1	1	0

В ідеалі фактичне співвідношення показників має відповідати співвідношенню, відображеному у динамічному нормативі. Однак, на практиці досягти такої відповідності досить складно. У процесі порівняння фактичного співвідношення показників соціально-економічної ефективності діяльності банку з нормативним співвідношенням виявляють кількість збігів і за наведеною формулою (1) обчислюють узагальнюючий коефіцієнт ризикованості кредитного портфеля банку:

$$Z = \frac{\sum_{i=1}^{n}\sum_{j=1}^{n} d_{ij}}{\sum_{i=1}^{n}\sum_{j=1}^{n}\left|e_{ij}\right|}, \qquad (1)$$

де i, j – порядкові номери показників у динамічному нормативі ($i = 1; n$);

d_{ij} – елементи матриці відповідності фактичних і нормативних співвідношень між темпами зростання показників;

e_{ij} – елементи матриці нормативних співвідношень (динамічного нормативу) темпів зростання показників.

У моделі динамічного нормативу наближення коефіцієнта Z до одиниці свідчить про те, що реальний розвиток ситуації відповідає ідеальному, тобто фактичний темп зростання показників наближається до нормативного (табл. 6).

Таблиця 6

Матриця фактичних і нормативних співвідношень показників ризикованості ПАТ КБ «ПриватБанк»

	K	Ar	A	RZ	КП
K	0 / 0	0 / 0	0 / 0	1 / 0	0 / 0
1	2	3	4	5	6
Ar	0 / 0	0 / 0	0 / 0	0 / 0	0 / 0
A	0 / 0	0 / 0	0 / 0	0 / 0	0 / 0
RZ	– 1 / 0	0 / 0	0 / 0	0 / 0	– 1 / – 1
КП	0 / 0	0 / 0	0 / 0	1 / 1	0 / 0

Значення ризикованості для досліджуваного банку подано в табл. 7. Вважають, що порогове значення становить 0,5. Чим ближче до 1, тим більше банк наближається до ідеальної моделі, тобто значення відповідає нормативним (табл. 7).

Таблиця 7

Розрахунок моделі динамічного нормативу

Назва	Значення Z у 2016 р.	Значення Z у 2017 р.
ПАТ КБ «ПриватБанк»	4 / 14 = 0,3	2 / 14 = 0,15

Таким чином, співвідношення фактичних і нормативних показників ризикованості ПАТ КБ «ПриватБанк» за моделлю динамічного нормативу у 2016–2017 рр. свідчить про підвищення кредитного ризику, що у майбутньому може призвести до банкрутства. Тому доцільно провести оптимізацію структури кредитного портфеля ПАТ КБ «ПриватБанк», щоб мінімізувати ризик кредитного портфеля банківської установи.

Науковий керівник – канд. екон. наук, доцент Кіпа М. О.

Література: 1. Гребенюк Л. А. Основи формування кредитних стратегій банку. *Актуальні проблеми економіки.* 2012. № 2. С. 208–213. **2.** Квасній М. М., Голубець В. В. Оцінка перспективи якості кредитного портфеля банків на основі інтегрування методів моделювання. *Світ фінансів.* 2012. № 2 (6). С. 55–65. **3.** Лисенок О. В. Модель оцінки сукупного ступеня ризикованості комерційного банку. *Формування ринкових відносин в Україні.* 2007. № 8. С. 8–12. **4.** Любунь О. С. Система банківського менеджменту : навч. посіб. Київ : Кондор, 2007. 354 с. **5.** Єпіфанов А. О., Васильєва Т. А., Козьменко С. М. Управління ризиками банків : монографія у 2 т. Т. 1. Суми : ДВНЗ «УАБС НБУ», 2012. 283 с.

СУТНІСТЬ І КЛАСИФІКАЦІЙНІ АСПЕКТИ ФІНАНСОВИХ РИЗИКІВ ПІДПРИЄМСТВА

УДК 658.14:005.334

Мироненко М. В.

Студент 4 курсу
фінансового факультету ХНЕУ ім. С. Кузнеця

Анотація. *Досліджено підходи вітчизняних і зарубіжних науковців до визначення сутності поняття фінансового ризику. Проаналізовано характерні ознаки фінансових ризиків підприємства. Запропоновано узагальнену класифікацію фінансових ризиків підприємства за різними ознаками.*

Ключові слова: *підприємство, організація, фінанси, фінансовий стан, фінансовий ризик, ознаки фінансових ризиків, класифікація фінансових ризиків.*

Аннотация. *Исследованы подходы отечественных и зарубежных ученых к определению сущности понятия финансового риска. Проанализированы характерные признаки финансовых рисков предприятия. Предложена обобщенная классификация финансовых рисков предприятия по различным признакам.*

Ключевые слова: *предприятие, организация, финансы, финансовое состояние, финансовый риск, признаки финансовых рисков, классификация финансовых рисков.*

Annotation. *The approaches of domestic and foreign scientists to determine the essence of the notion of financial risk are explored. The characteristic features of the company's financial risks are analyzed. A generalized classification of the company's financial risks on various grounds is proposed.*

Keywords: *enterprise, organization, finance, financial condition, financial risk, signs of financial risks, classification of financial risks.*

За сучасних умов функціонування підприємств ступінь впливу фінансових ризиків на результати їх діяльності та рівень фінансової безпеки істотно зростає, що пов'язано із багатьма факторами. По-перше, ризик є характерною рисою ринкових економічних відносин, зростання його впливу пов'язане з нестабільністю зовнішнього середовища, зокрема, економічної ситуації в країні, появою інноваційних фінансових інструментів, розширенням сфери фінансових стосунків. По-друге, вплив ризиків на функціонування підприємств значною мірою залежить від ефективності роботи його внутрішніх підрозділів і служб. Тому актуальним є дослідження сутності фінансових ризиків та їх класифікація.

Дослідженням сутності поняття та класифікацій фінансових ризиків займалися вітчизняні та зарубіжні науковці, серед них Брейлі Р., Майєрс С., Брігхем Ю., Джоріон Ф., Клапків М., Шумелда Я., Вітлінський В., Диба М., Бланк І., Плаксієнко В., Бабенко В., Донець Л. та ін.

© Мироненко М. В., 2017

Метою написання статті є узагальнення підходів до визначення змісту поняття «фінансовий ризик» та його класифікаційних аспектів.

Фінансові ризики відіграють значущу роль у загальному портфелі ризиків підприємства, істотно впливають на різні аспекти господарської діяльності підприємства. У табл. 1 узагальнено підходи вітчизняних і зарубіжних науковців до трактування сутності поняття «фінансовий ризик» [1–13].

Таблиця 1

Підходи науковців до визначення сутності поняття «фінансовий ризик»

№	Автор	Визначення	Підхід
Вітчизняні науковці			
1	Клапків М. [1]	Частина комерційного ризику, що є пов'язаним з імовірністю фінансових втрат унаслідок операцій у фінансово-кредитній і біржовій сферах	Ймовірність настання негативних наслідків
2	Шумелда Я. [2]	Ризик, що характеризується сукупністю ймовірних небажаних подій у процесі здійснення фінансово-кредитних операцій	
3	Бланк І. [3]	Результат вибору власниками або менеджерами підприємства альтернативного фінансового рішення, спрямованого на досягнення бажаного результату фінансової діяльності за ймовірності понесення фінансових утрат за умов реалізації	
4	Панченко О. [4]	Ймовірність настання збитку внаслідок проведення будь-яких операцій у фінансово-кредитній, біржовій сферах, а також за здійснення операцій із цінними паперами. Ймовірність виникнення непередбачуваних фінансових втрат за умох невизначеності	Ймовірність настання негативних наслідків
5	Вітлінський В. [5]	Інвестор, здійснюючи венчурне вкладення капіталу, заздалегідь знає, що для нього можливі тільки два види результатів – дохід або збиток	Ймовірність настання як позитивних, так і негативних наслідків
6	Шапкін О. [6]	Спекулятивний ризик, за якого ймовірний як позитивний, так і негативний результат	
7	Диба М. [7]	Вид ризику, який виникає у процесі фінансової діяльності суб'єкта, коли причинно-наслідковий результат відрізняється від визначених цілей, а отримані відхилення мають вартісний характер	Ймовірність відхилення від цілей
8	Плаксієнко В., Бабенко В. [8]	Випадковий характер формування фінансових потоків, які виникають у процесі функціонування суб'єкта господарювання	Ризики, що є пов'язаними лише з фінансовою діяльністю
9	Донець Л. [9]	Ризик, що виникає при здійсненні фінансового підприємництва чи фінансових угод на основі того, що у фінансовому підприємництві як товар використовують або валюту, або цінні папери, або кошти	
Зарубіжні науковці			
1	Брейлі Р., Майєрс С. [10]	Ризик, що є пов'язаним із застосуванням фінансового левериджу в господарській діяльності підприємства	Залежність від структури капіталу
2	Брігхем Ю., Ерхардт М. [11]	Складова корпоративного ризику, що виникає в процесі використання боргового фінансування	
3	Джоріон Ф. [12]	Втрати або виграші, що виникають у процесі фінансового-господарської діяльності	Ймовірність як позитивних, так і негативних наслідків
4	Черг Ф. Лі, Фіннерті Д. [13]	Неспроможність підприємства обслуговувати власні зобов'язання перед третіми особами та ймовірність оголошення його банкрутом	З огляду на ймовірність банкрутства

Отже, підходи авторів до визначення сутності поняття «фінансовий ризик» можна систематизувати у такий спосіб: як імовірність настання негативних наслідків розглядають Клапкін М., Шумелда Я., Бланк І., Панченко О., як можливість настання як негативних, так і позитивних наслідків – Вітлінський В., Шапкін О., Шапкін В., як можливість відхилення від цілей – Диба М., як ризики, що є пов'язаними лише з фінансовою діяльністю, – Плаксієнко В., Бабенко В., Донець Л.

Що стосується зарубіжного досвіду, то наукові праці західних економістів зазвичай мають прикладний характер і не містять академічних дефініцій, тим не менш, можна виокремити кілька характерних напрямів. Брейлі Р., Майєрс С., Брігхем Ю. та Ерхардт М. розглядають фінансовий ризик виключно у площині структури капіталу підприємства. Джоріон Ф. наголошує на можливості настання як позитивних, так і негативних наслідків. Черг Ф. Лі, Фіннерті Д. розглядають фінансовий ризик з огляду на ймовірність банкрутства, але не враховують інші особливості фінансово-господарської діяльності підприємства.

Проаналізувавши підходи авторів до тлумачення поняття «фінансовий ризик», визначимо фінансовий ризик як ризик, що виникає в процесі фінансово-економічної діяльності суб'єкта господарювання за умов альтернативності варіантів розвитку подій і невизначеності їх наслідків, коли причинно-наслідковий результат або заходи його досягнення відрізняються від визначених менеджментом підприємства, а отримані відхилення мають

вартісний характер. Аналіз сутності поняття фінансового ризику дає підстави виокремити та систематизувати їх основні ознаки (табл. 2) [7].

Таблиця 2

Основні ознаки фінансового ризику

Ознака	Характеристика
Економічна природа	Виникає у сфері економічної діяльності підприємства, безпосередньо є пов'язаним із формуванням його доходів і характеризується ймовірними економічними втратами
Альтернативність вибору	Передбачає необхідність вибору альтернативи дій фінансового менеджера
Цілеспрямована дія	Фінансовий ризик завжди розглядають відносно конкретної мети, на досягнення якої він є спрямованим
Об'єктивність прояву	Фінансовий ризик супроводжує практично всі види фінансових операцій і всі напрями фінансової діяльності
Ймовірність реалізації	Ризикова подія може відбутися, а може і не відбутися у процесі фінансової діяльності підприємства
Невизначеність наслідків	Може супроводжуватися як суттєвими фінансовими втратами для підприємства, так і формуванням додаткових доходів
Очікувана несприятливість наслідків	Окремі вкрай негативні наслідки фінансового ризику можуть визначати втрату не тільки доходу, але і капіталу підприємства, що може призвести до банкрутства
Варіабельність рівня	Фінансовий ризик не є постійною величиною. Рівень фінансового ризику, властивий певному виду фінансової діяльності підприємства, тій чи іншій фінансовій операції, постійно змінюється
Суб'єктивність оцінки	Рівень ризику має суб'єктивний характер, оскільки залежить від якості інформаційної бази, кваліфікації фінансових менеджерів, їх досвіду

Важливе значення для всебічної характеристики фінансових ризиків має їх науково обґрунтована класифікація. Для вибору ефективного методу нейтралізації фінансових ризиків необхідно розрізняти певні види фінансових ризиків, які можуть виникати в процесі господарської діяльності суб'єкта господарювання. На підставі проаналізованих джерел узагальнимо класифікаційні аспекти фінансових ризиків (табл. 3) [7; 8].

Таблиця 3

Класифікаційні аспекти фінансових ризиків

Ознака	Вид ризику
За джерелом виникнення	1. Систематичний (ринковий) ризик є пов'язаним із несприятливими змінами кон'юнктури фінансового ринку (процентний, валютний ризики). 2. Несистематичний (специфічний) ризик є пов'язаним із неефективною діяльністю підприємства: ризик неплатоспроможності, кредитний, інвестиційний, інноваційний, податковий, інфляційний ризики
За об'єктом оцінювання	1. Ризики окремої фінансової операції – усі фінансові ризики, що є пов'язаними з будь-якою фінансовою операцією. 2. Ризики різних видів фінансової діяльності – усі фінансові ризики, що є пов'язаними з будь-яким видом фінансової діяльності. 3. Ризики фінансової діяльності всього підприємства охоплюють комплекс різних фінансових ризиків
За сукупністю інструментів	1. Індивідуальний фінансовий ризик є властивим окремим фінансовим інструментам. 2. Портфельний фінансовий ризик є властивим комплексу однофункціональних фінансових інструментів, що об'єднані у портфель
За комплексністю	1. Простий фінансовий ризик неможливо розподілити на окремі підвиди. 2. Складний фінансовий ризик охоплює комплекс підвидів
За фінансовими наслідками	1. Ризик, що призводить до економічних втрат – наслідки можуть бути тільки негативними. 2. Ризик, що призводить до втраченої вигоди – наслідки проявляються в недоотриманні запланованого доходу. 3. Ризик, що призводить як до збитків, так і до додаткових вигід
За характером виявлення у часі	1. Постійний фінансовий ризик є характерним для всього періоду здійснення фінансової операції. 2. Тимчасовий фінансовий ризик виникає періодично і зустрічається лише на окремих етапах здійснення фінансової операції
За рівнем фінансових втрат	1. Припустимий ризик є загрозою повної або часткової втрати прибутку від фінансової діяльності. 2. Критичний ризик є загрозою витрат у розмірі понесених витрат на здійснення фінансової діяльності. 3. Катастрофічний ризик є загрозою часткової або повної втрати майна
За можливістю передбачення	1. Прогнозований ризик можна передбачити. 2. Непрогнозований ризик є повністю непередбачуваним
За можливістю страхування	1. Застраховані ризики можуть бути передані для зовнішнього страхування відповідним страховим організаціям. 2. Незастраховані ризики не підлягають страхуванню

Аналіз даних таблиці засвідчує, що фінансові ризики в процесі функціонування підприємства та здійснення ним фінансової діяльності постійно перетинаються, між різними видами ризиків виникають причинно-наслідкові зв'язки.

Таким чином, фінансові ризики становлять основну частину сукупних господарських ризиків у діяльності підприємства й впливають на різні аспекти його функціонування. Узагальнення змісту та класифікаційних аспектів фінансових ризиків є необхідним для створення підприємством ефективної системи їх аналізу та прийняття ефективних управлінських рішень щодо їх нейтралізації.

Науковий керівник – канд. екон. наук, доцент Берест М. М.

Література: 1. Клапків М. С. Страхування фінансових ризиків : монографія. Тернопіль : Економічна думка ; Карт-бланш, 2002. 570 с. **2.** Шумелда Я. П. Страхування : навч. посіб. Тернопіль : Джура, 2004. 280 с. **3.** Бланк И. А. Управление финансовыми рисками. Киев : Ника-Центр, 2005. 600 с. **4.** Панченко О. І. Проблеми страхування фінансових ризиків в Україні. URL: http://dspace.tneu.edu.ua/bitstream/316497/13204/1/226.pdf. **5.** Вітлінський В. В. Фінансовий ризик і методи його вимірювання. *Фінанси України.* 2000. № 5. С. 13–23. **6.** Шапкин А. С., Шапкин В. А. Экономические и финансовые риски. Оценка, управление, портфель инвестиций. М. : Дашков и К°, 2012. 544 с. **7.** Диба М. І. Сутність та види фінансових ризиків у системі ризик-менеджменту підприємства. *Менеджмент та підприємництво в Україні.* 2008. № 6. С. 22–28. **8.** Плаксієнко В. Я., Бабенко В. Г. Проблеми категоріального обґрунтування страхування фінансових ризиків. *Вісник Сумського національного аграрного університету.* 2006. № 1. С. 17–19. **9.** Донець Л. І. Економічні ризики та методи їх вимірювання : навч. посіб. Київ : Центр навч. літ., 2006. 312 с. **10.** Brealey R., Myers S., Allen F. Principles of corporate finance. New York : McGrawHill, 2011. 969 p. **11.** Jorion Ph. Value at risk: The new benchmark for management financial risks. New York : McGrawHill, 2007. 603 p. **12.** Черг Ф. Ли. Финансы корпораций: теория, методы и практика / пер. с англ. М. : Инфра-М, 2000. 686 с. **13.** Литвин Б. М., Стельмах М. В. Фінансовий аналіз : навч. посіб. Київ : Хай-Тек Прес, 2008. 336 с. **14.** Мартиненко В. П., Климаш Н. І., Багацька К. В., Дем'яненко І. В. Фінансовий менеджмент : підручник / за ред. Т. А. Говорушко. Львів : Магнолія 2006, 2014. 344 с. **15.** Крамаренко Г. О., Чорна О. Є. Фінансовий менеджмент : підручник. Київ : Центр навч. літ., 2009. 520 с.

ПЕРСОНАЛ ЯК ФАКТОР ЗАГРОЗИ КАДРОВІЙ БЕЗПЕЦІ ПІДПРИЄМСТВА

УДК 005.95/.96

Миросенко В. І.

Магістрант 2 року навчання
факультету економіки і права ХНЕУ ім. С. Кузнеця

Анотація. *Розглянуто групи факторів, що впливають на лояльність персоналу підприємства. Систематизовано ймовірні загрози підприємству від власного персоналу. Розроблено рекомендації щодо вчасного виявлення махінацій із боку персоналу підприємства.*

Ключові слова: *підприємство, організація, право на працю, персонал, кадри, кадрова безпека, фактори впливу на персонал, внутрішні загрози кадровій безпеці, виявлення махінацій персоналу.*

Аннотация. *Рассмотрены группы факторов, влияющих на лояльность персонала предприятия. Систематизированы вероятные угрозы предприятию со стороны собственного персонала. Разработаны рекомендации по своевременному выявлению махинаций со стороны персонала предприятия.*

Ключевые слова: *предприятие, организация, право на труд, персонал, кадры, кадровая безопасность, факторы влияния на персонал, внутренние угрозы кадровой безопасности, выявление махинаций персонала.*

© Миросенко В. І., 2017

Annotation. *The groups of factors affecting the loyalty of the enterprise personnel are considered. Systematic possible threats to the company from its own personnel. The recommendations on the timely detection of fraud by the personnel of the enterprise are developed.*

Keywords: *enterprise, organization, right to work, personnel, personnel, personnel security, factors of influence on personnel, internal threats to personnel security, identification of frauds of personnel.*

Інтенсивний темп радикальних політичних реформ у сучасній Україні, стрімка змінюваність умов конкурентного середовища, готовність до новацій – усі ці фактори змушують по-новому розглядати таку сферу бізнесу, як управління персоналом. Сучасні дослідження у сфері управління персоналом і корпоративної етики показали, що якість персоналу напряму впливає на економічну стабільність підприємства.

У світовій практиці відомо чимало випадків, коли нелояльність, непрофесіоналізм або недбалість співробітників завдавали не менше збитків, ніж цілеспрямована діяльність конкурентів, а в деяких випадках саме персонал призводив до повної втрати власниками їх бізнесу. З огляду на це роль системи управління кадровою безпекою в загальному управлінні підприємством невпинно зростає.

За умов економічної кризи ця проблема стає гострішою та болючішою, тому тема кадрової безпеки не втрачає своєї актуальності й привертає увагу багатьох науковців і дослідників як в Україні, так і за межами нашої держави. Дослідженням проблемних питань управління кадровою безпекою займалися Вражнова М., Кондратьєва С., Назарова Г., Семенченко А., Фатєєва С. та ін.

Щоб осягнути масштаб окресленої задачі, необхідно чітко розуміти весь спектр факторів сучасного навколишнього середовища, тобто які зовнішні фактори і як впливають на працівника підприємства, як на фізичному, так і на психологічному рівнях. Розрізняють кілька груп зовнішніх факторів, що негативно впливають на особистість (табл. 1) [1–3].

Таблиця 1

Характеристика груп зовнішніх загроз

Назва групи факторів	Характеристика групи факторів
Політичні	– глобальні геополітичні зміни, формування нових національних інтересів; – різке руйнування командно-адміністративної системи державного управління та контролю, зміна ідеологічної сфери; – інформаційно-пропагандистський тиск, розповсюдження світогляду західноєвропейського напрямку, активізація різних релігійних, а також окультних, містичних та інших світоглядних псевдотеорій
Соціально-економічні	– посилення майнової полярності в суспільстві; – інфляція та зниження загального життєвого рівня населення; – зростання рівня безробіття; – зростання рівня злочинності, алкоголізму, наркоманії, проституції, криміналізація суспільних відносин
Духовні	– різка зміна державної ідеології, криза та невідповідність системи духовних і моральних цінностей; – послаблення впливу соціально-культурних основ держави; – поява нових форм і технологій впливу на особисту та масову свідомість

Усім цим зумовлено кадрову кризу: нині існує невідповідність між виробничими потребами в кваліфікованих робітниках і пропозицією на ринку праці [4]. З одного боку, наявне різке падіння професійного рівня найманих працівників, з іншого – зростаюча потреба в кваліфікованих кадрах, що змушує роботодавців вибирати не з найкращих, а з тих, хто є.

На цьому тлі питання кадрової безпеки набувають значущості та стають актуальнішими. Щоб зрозуміти, на яких аспектах системи кадрової безпеки слід зосереджувати більше уваги, необхідно чітко усвідомлювати, які саме загрози очікують підприємство з боку власного персоналу (рис. 1) [1–4].

1. Розкрадання майна підприємства. Працівники, які вдаються до крадіжок, зовсім не вважають, що чинять протиправні дії. На їх думку, це є заслуженою надбавкою до зарплати. Із незначними розкраданнями буває вкрай важко боротися, майже неможливо.

2. Використання ресурсів та обладнання підприємства у власних цілях. Це, як правило, стосується засобів зв'язку, оргтехніки, транспорту тощо. Втрати від цих дій стають помітні не одразу, але згодом вони витікають у відчутні суми.

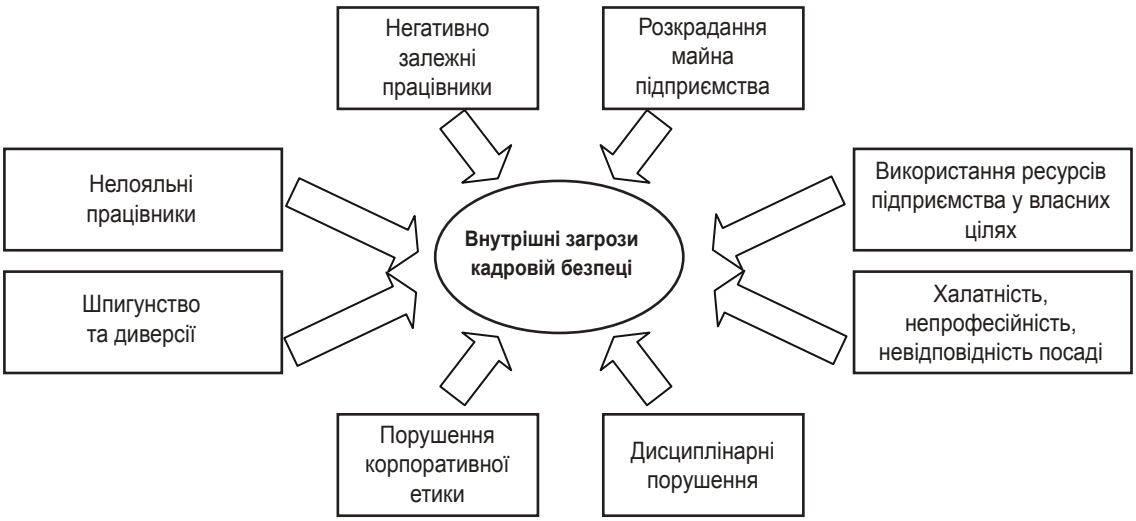


Рис. 1. **Внутрішні загрози кадровій безпеці підприємства**

3. Халатність, непрофесійність, невідповідність займаній посаді. Як правило, таке відбувається, коли працівник був прийнятий на роботу без урахування його професійного рівня й особистісних якостей, як часто трапляється на вітчизняних підприємствах, по знайомству, поза конкурсом. Некомпетентність такого працівника може призвести до значних збитків.

4. Дисциплінарні порушення. Непунктуальність, порушення режиму праці, поява на робочому місці в стані алкогольного сп'яніння може призвести не тільки до серйозних фінансових втрат, а й до втрати здоров'я і навіть життя.

5. Порушення корпоративної етики, створення в колективі нестерпного морально-психологічного клімату. Така ситуація, як правило, виникає у суто жіночих колективах і є пов'язаною з більшою емоціональністю представниць прекрасної статі.

6. Шпигунство та диверсії. Така ситуація виникає, якщо працівники влаштовуються на роботу з конкретною метою «здобування» цінної інформації та заподіяння загальних економічних збитків, що призводить до розорення конкретного підприємства; як правило, їх направляють конкуренти.

7. Нелояльні працівники. Це співробітники, які звільнилися та затамували образу на підприємство з тієї чи іншої причини. Оскільки впродовж роботи на підприємстві вони мали доступ до певної важливої інформації, то після звільнення можуть використати свої знання, щоб нашкодити колишнім роботодавцям.

8. Особливої уваги потребують негативно залежні працівники. Розрізняють такі види залежності: алкогольна, наркотична, ігрова, релігійна (сектанти). Залежними людьми дуже легко маніпулювати, у тому числі спрямовуючи їх дії на нанесення збитку підприємству [2–4].

Загальносвітові дослідження, які підтверджуються і показниками в нашій країні, засвідчують, що лише 10–15 % усіх людей абсолютно чесні, 10–15 % є відвертими шахраями та мерзотниками, решта 70–80 % коливаються, тобто можуть вчинити нечесно, якщо ризик є мінімальним, а вигода значно його перевищує. Приблизно 60 % відомих випадків шахрайства та зловживання здійснюють службовці, 30 % – менеджери і 10 % – топ-менеджери та власники. Більш ніж у 70 % випадків до шахрайства вдаються саме сімейні службовці. Чоловіки крадуть частіше, ніж жінки, а розмір матеріальних збитків зростає з рівнем освіти працівника. У цілому чим вищим є положення співробітника в ієрархії керівництва підприємства, тим відчутнішої шкоди він може завдати [2–4].

Аби вчасно помітити махінації з боку власного персоналу, необхідно:

– звертати увагу на перекручені дані бухгалтерської документації;

– перевіряти відхилення від середніх показників діяльності підприємства (заниження або завищення кількості використаних матеріалів, їх вартості або випущеної продукції);

– звертати увагу на нетипові відхилення в цінах, переліку асортименту при закупівлі матеріалів, що є необхідними для діяльності підприємства;

– реагувати на нетипову поведінку співробітника;

– перевіряти працівників на невідповідний спосіб життя (витрачає більше, ніж заробляє офіційно, з'являються невідповідні майновому положення атрибути одягу, транспортні засоби);

– упровадити систему надходження сигналів і скарг від інших співробітників чи клієнтів.

Щоб своєчасно виявити таких сумнівних працівників, перевірку професійної кваліфікації та особистої лояльності слід проводити регулярно, а не тільки при прийомі на роботу.

Таким чином, дослідження сукупності всіх факторів ризику з боку персоналу, регулярне його оцінювання, визначення актуальних і пріоритетних ризиків для конкретного підприємства – усе це допоможе сформувати ефективний механізм захисту компанії від дій або бездіяльності неблагонадійного персоналу. Майбутні дослідження планується спрямувати на вивчення особливостей оцінювання лояльності персоналу та її впливу на ефективність як системи кадрової безпеки, так і на економічну безпеку підприємства в цілому.

Науковий керівник – канд. екон. наук, доцент Ачкасова О. В.

Література: 1. Вражнова М. Н., Терновая Л. О. Социология кадровой безопасности : учебное пособие. М. : Этносоциум, 2017. 276 с. **2.** Кондратьєва С. В. Генезис поняття «кадрової безпеки» підприємства. *Економіка: реалії часу.* 2015. № 5. С. 194–198. **3.** Назарова Г. В. Передумови створення системи кадрової безпеки підприємства. *Регіональні аспекти розвитку продуктивних сил України.* 2010. № 15. С. 34–37. **4.** Семенченко А. В. Удосконалення кадрової безпеки як елементу посилення фінансово-економічної безпеки підприємства. *Бізнес Інформ.* 2015. № 9 (452). С. 428–433. **5.** Фатеева С. В. Основы кадровой безопасности на предприятиях : учебное пособие. Ростов-на-Дону : Ростовский государственный университет путей сообщения, 2011. 104 с.

ПЛАНУВАННЯ ТРУДОВОЇ КАР'ЄРИ КЕРІВНИКА ЯК ФАКТОР ЙОГО ПРОФЕСІЙНОГО ЗРОСТАННЯ

УДК 005.953

Михалюк О. М.

Студент 3 курсу
факультету економіки і права ХНЕУ ім. С. Кузнеця

Анотація. *Обґрунтовано, що планування трудової кар'єри є одним із вирішальних факторів досягнення бажаного професійного зростання. Визначено особливості планування трудової кар'єри керівника. Досліджено проблеми, які виникають під час планування службового зростання керівника. Запропоновано шляхи вирішення проблем із урахуванням зарубіжного досвіду.*

Ключові слова: *підприємство, організація, право на працю, співробітник, службово-професійне просування, кар'єра, трудова кар'єра, планування кар'єри, кар'єрограма.*

Аннотация. *Обосновано, что планирование трудовой карьеры является одним из решающих факторов достижения желаемого профессионального роста. Определены особенности планирования трудовой карьеры руководителя. Исследованы проблемы, возникающие при планировании служебного роста руководителя. Предложены пути решения проблем с учетом зарубежного опыта.*

Ключевые слова: *предприятие, организация, право на труд, сотрудник, служебно-профессиональное продвижение, карьера, трудовая карьера, планирование карьеры, карьерограма.*

Annotation. *It is substantiated that planning of a career is one of the decisive factors for achieving the desired professional growth. Specific features of planning the career of the manager. The problems arising in the planning of the manager's career growth are investigated. The ways of solving problems from the account of foreign experience.*

© Михалюк О. М., 2017

Keywords: *enterprise, organization, right to work, employee, career and professional advancement, career, career planning.*

У сучасному світі прагнення до успішного кар'єрного зростання є надзвичайно важливим. Керівник, який відповідає за план службового зростання працівників, має вміти ефективно формувати цілі та задачі для досягнення вершин у своїй професії. Тому розробка заходів щодо ефективного планування кар'єри керівника нині є актуальною.

Дослідженням проблемних питань планування трудової кар'єри займалися Блау П., Маслоу А., Кібанов А., Назарова Г., Іванісов О., Виноградський М., Герасимчук В., Маркова Н., Крушельницька О., Кир'ян Т., Богатирьова О. та ін. Науковці у своїх працях розкрили теоретичні аспекти трудової кар'єри, але поки що етапи цього процесу не висвітлено. Детально ці питання розглядають зарубіжні науковці Вуд Д., Лейбовіц З., Хол Д., роботи цих вчених і практиків присвячені різним аспектам планування кар'єри.

Метою написання статті є визначення теоретичних і методологічних аспектів планування трудової кар'єри керівника за умов нестабільності та невизначеності. Для досягнення поставленої мети слід визначити теоретичні аспекти планування трудової кар'єри керівника, виявити проблеми та недоліки у сфері планування його трудової кар'єри, розглянути шляхи вирішення проблем та усунення недоліків з урахуванням зарубіжного досвіду. Об'єктом дослідження є процес планування трудової кар'єри керівника, предметом – трудова кар'єра керівника.

На думку Кібанова А. Я., кар'єра – це поступове просування особистості у сфері діяльності, зміна навичок, здібностей, кваліфікаційних можливостей і розмірів винагороди, що є пов'язаними з його професійною діяльністю [1]. Богатирьова О. О. визначає кар'єру як явище професійної діяльності, що відбиває послідовність займаних щаблів у виробничій, майновій або соціальній сфері [2].

Із урахуванням цих тлумачень визначимо поняття кар'єри як явище професійної діяльності, що відбиває поступове просування особистості у сфері діяльності, зміну його навичок, здібностей і кваліфікаційних можливостей.

Головним фактором впливу на професійне зростання є планування трудової кар'єри, що відіграє провідну роль як для керівників будь-яких рівнів, так і для персоналу організації.

Трудова кар'єра – це поступальне просування особи у якій-небудь сфері діяльності, зміна навичок, здібностей, кваліфікаційних можливостей і розмірів винагороди, що є пов'язаними із діяльністю; просування вперед одного разу вибраним шляхом діяльності, досягнення популярності, слави й збагачення [3].

На думку Балабанової Л. В., планування кар'єри – це визначення цілей розвитку працівника і шляхи їх реалізації, що розпочинаються з моменту початку роботи працівника в організації та закінчуються за його звільнення [4]. Назарова Г. В. вважає, що планування кар'єри – це процес складання індивідуального плану організації праці в межах певної організації [5].

Відповідно до поданих тлумачень категорії «планування кар'єри» автором доповнено визначення цього поняття: це процес складання індивідуального плану працівника організації для цілеспрямованого досягнення вищої керівної посади. Планування кар'єри керівників виражається в розробці програми його професійного зростання. Керівник має визначитися, яку посаду він хоче зайняти в майбутньому, після чого розробити план кар'єрного зростання та спроектувати чіткі шляхи, що сприятимуть досягненню поставленої задачі.

Основними методами планування кар'єри є:

- самопрезентація – демонстрація власних умінь, навичок, здібностей;
- самоаналіз – дослідження власних плюсів і мінусів, потреб і можливостей;
- вибір професії за інтересами – співвідношення власних бажань і можливостей.

Основним інструментом управління кар'єрою є кар'єрограма – формалізоване уявлення про те, який шлях має пройти фахівець, щоб отримати необхідні знання та опанувати потрібні навички для ефективної роботи на конкретному місці [6]. Кар'єрограму розробляють на 5–10 років. Через особисте формування керівником власної кар'єрограми він чітко ставить собі мету і визначає реальні шляхи та перешкоди, які має пройти для досягнення своєї мети, у цьому випадку вищої керівної посади. Проблема полягає в тому, що певна кількість керівників не застосовують кар'єрограму, хоч це є важливим інструментом планування трудової кар'єри. На зарубіжних підприємствах заведено формувати модель власної кар'єри ще на ранніх етапах кар'єрного шляху.

Нині за кордоном існує чимало ідей щодо планування кар'єрного просування. В Україні на підприємствах також використовують деякі теорії щодо планування кар'єри, але поза увагою залишаються окремі невирішені проблеми, серед них:

- недосконала система підготовки, перепідготовки та підвищення кваліфікації;

– кризова ситуація в країні, відсутність коштів для навчання;
– недосконала система оцінювання персоналу;
– відсутність адаптаційної програми;
– відсутність єдиної системи планування;
– недосконала система відбору, призначення на посади [5].

Ці проблеми негативно впливають на планування кар'єри керівника. Здатність постійно підвищувати рівень професійних знань за умов швидкої застарілості професійних навичок є важливим фактором успішної діяльності. Однак, останнім часом спостерігається тенденція до зниження професіоналізму та компетенції керівників, нераціонально використовується їхня праця, зменшується мотивація до навчання.

Керівнику важливо знати індивідуальні межі й особливості свого розвитку на підприємстві, виробити оптимальну стратегію максимального використання своїх можливостей і потенціалу. Для досягнення максимальної ефективності керівник повинен намагатися максимально професійно саморозвиватися та самореалізуватися.

Найголовнішою мотивацією для керівника є безпосереднє зайняття вищої керівної посади. Основними перевагами трудової кар'єри керівника з точки зору його життєвих цілей є:

– відповідність професії та посади рівню самооцінки керівника;
– отримання морального задоволення;
– повага з боку оточуючих: рідних, близьких, знайомих та ін.;
– творчий характер діяльності, можливість досягнення певного ступеня незалежності;
– гідна оплата управлінської діяльності;
– наявність різних пільг, що є додатковим стимулом до цілеспрямованої діяльності;
– потенційна можливість гідного життя після виходу на пенсію [5].

Для вдосконалення планування трудової кар'єри керівника доцільним є:

– створення умов, за яких керівник буде зацікавлений у зростанні професіоналізму та підвищенні ефективності управлінської праці;
– акцентувати увагу на збагаченні та раціональному використанні здібностей керівника;
– оптимальне узгодження потреб підприємства та особистісних інтересів керівника;
– розробка кар'єрограми для формалізованого уявлення професійного шляху [4].

Таким чином, якщо на підприємстві будуть усунені виявлені проблеми, планування трудової кар'єри керівника відбуватиметься за сприятливих умов, буде досягнутий позитивний результат як для кар'єри керівника, так і для організації в цілому. Просування керівника на вищу керівну посаду здійснюється цілеспрямовано, а не спонтанно, тому планування трудової кар'єри керівника є головним фактором його професійного зростання.

Науковий керівник – канд. екон. наук, доцент Іванісов О. В.

Література: 1. Кибанов А. Я. Управление персоналом организации : учебник. М. : Инфра-М, 2010. 695 с. **2.** Богатырева О. О. Психологические предпосылки карьерного роста. *Вопросы психологии.* 2008. № 9. С. 92–98. **3.** Крушельницька О. В., Мельничук Д. П. Управління персоналом : навч. посіб. Київ : Кондор, 2003. 296 с. **4.** Балабанова С. Л., Сардак О. В. Управління персоналом : навч. посіб. Київ : Професіонал, 2006. 512 с. **5.** Назарова Г. В., Іванісов О. В., Доровської О. Ф. Управління розвитком діяльності промислових підприємств. Харків : ХНЕУ, 2010. 240 с. **6.** Маркова Н. С. Проблемы развития персонала на отечественных предприятиях. Харьков : Фактор, 2012. 284.

РОЗВИТОК ПЕРСОНАЛУ ЯК ФАКТОР УСПІШНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ СУБ'ЄКТІВ ПІДПРИЄМНИЦТВА

УДК 005.95/.96

Михалюк О. М.

Студент 3 курсу
факультету економіки і права ХНЕУ ім. С. Кузнеця

Анотація. *Проаналізовано зарубіжні методи розвитку персоналу та можливість їх використання на вітчизняних підприємствах. Запропоновано шляхи підвищення ефективності підприємницької діяльності за рахунок якісного розвитку персоналу організації із урахуванням зарубіжного досвіду.*

Ключові слова: *економіка, підприємство, організація, підприємництво, право на працю, співробітник, персонал, навчання персоналу, розвиток персоналу.*

Аннотация. *Проанализированы зарубежные методы развития персонала и возможность их использования на отечественных предприятиях. Предложены пути повышения эффективности предпринимательской деятельности за счет качественного развития персонала организации с учетом зарубежного опыта.*

Ключевые слова: *экономика, предприятие, организация, предпринимательство, право на труд, сотрудник, персонал, обучение персонала, развитие персонала.*

Annotation. *Foreign methods of personnel development and the possibility of their use at domestic enterprises have been analyzed. Ways of increasing the efficiency of entrepreneurial activity are offered at the expense of qualitative development of the personnel of the organization taking into account foreign experience.*

Keywords: *economy, enterprise, organization, entrepreneurship, right to work, employee, personnel, personnel training, personnel development.*

У сучасному світі великої конкуренції для успішного розвитку підприємницької діяльності потрібно звертати увагу на всі фактори, що впливають на підприємство. Одним із головних факторів є розвиток кадрів організації, оскільки без розвитку співробітників не досягнути успішного розвитку підприємства. Персонал має постійно розвивати свої навички й уміння, поповнювати знання, а підприємство має створити всі сприятливі умови для розвитку їх можливостей.

Дослідженням особливостей управління персоналом сучасного підприємства займалися зарубіжні та вітчизняні науковці, серед них Бримсон Д., Гавкалова Н., Егоршин А., Іванісов О., Цветаев В. та ін. Дослідження вчених охопили великий спектр питань, однак, у зв'язку із динамічним розвитком суб'єктів підприємництва виникає потреба у науковому пошуку актуальних методів навчання та розвитку персоналу.

Метою дослідження є аналіз зарубіжних методів навчання та розвитку персоналу й визначення можливості їх використання на вітчизняних підприємствах.

Згідно зі ст. 42 Цивільного кодексу України підприємництво – це самостійна ініціативна систематична, на власний ризик господарська діяльність, що є здійснюваною суб'єктами господарювання (підприємцями) задля досягнення економічних і соціальних результатів та одержання прибутку [12]. Щоб підприємницька діяльність мала позитивний результат для засновника, потрібно звертати увагу на чималу кількість факторів, що впливають на розвиток організації, як позитивно, так і негативно.

Одним із таких факторів, що впливають на підприємницьку діяльність, є розвиток персоналу. Саме тому в процесі прийняття стратегічних рішень щодо підвищення ефективності підприємства керівництво має приділяти увагу навчанню та розвитку персоналу.

Шеметов П. В. розглядає персонал підприємства як сукупність трудових ресурсів, які перебувають у розпорядженні підприємства і необхідні для виконання певних функцій, досягнення цілей діяльності та перспективного розвитку [9]. Вважаємо за доцільне визначати персонал підприємства як трудові ресурси, які перебувають у розпорядженні підприємства, володіють компетентністю та практичними навичками роботи і прагнуть постійно поглиблювати свої знання відповідно до потреб організації.

Для розвитку персоналу необхідно здійснювати його навчання – цілеспрямовані систематичні дії, спрямовані на поглиблення і розширення певних елементів професійних компетенцій персоналу, упровадження нових елементів відповідно до актуальних і майбутніх потреб організації [8].

© Михалюк О. М., 2017

У багатьох зарубіжних країнах для ефективного навчання персоналу активно використовують стратегію розвитку персоналу. Правильно розробивши ці заходи, можна бути впевненим, що функціонування та розвиток підприємства здійснюватиметься відповідно до стратегічних планів, що забезпечить узгодження всіх функцій та злагодженість роботи. Для цього при розробці стратегії розвитку персоналу мають бути враховані довгострокові перспективи розвитку підприємства. У зв'язку з цим компанії потрібно забезпечити своїм працівникам навчання, застосування отриманих навичок на практиці, можливість прояву своїх ініціативних і особистісних якостей задля кар'єрного зростання. Підприємство може і має надавати працівнику альтернативні місця роботи, якщо з причин, незалежних від нього, співробітник не може виконувати свої поточні функціональні обов'язки. У такому разі він має бути впевнений у перспективі розвитку і зацікавлений у виконанні покладених на нього обов'язків.

Довгострокова стратегія має передусім ґрунтуватися на людському потенціалі. Для цього адміністрації підприємства слід створювати умови для особистісного зростання кожного співробітника, розвитку і змін на краще. Важливою складовою реалізації стратегії розвитку персоналу є застосування методів навчання персоналу, що може здійснюватися як на робочому місці, так і поза ним. Методами навчання на робочому місці є спрямоване набуття досвіду, виробничий інструктаж, ротація, використання працівників як асистентів і стажистів, підготовка в проектних групах, ділове спілкування персоналу, наставництво. Методи навчання поза робочим місцем передбачають лекції, програмні курси навчання, конференції і семінари, моделювання організаційних проблем, моделювання процесів на конкуруючих підприємствах, ділові ігри, створення робочих груп («гурток якості», «замість навчання») та ін. [11]. Найефективнішими методами навчання персоналу на робочому місці є наставництво, ротація, метод міфологем і метод ціннісного орієнтування.

Для застосування методів розвитку персоналу необхідно потурбуватися про психологічний стан персоналу. Якщо працівники не виявляють бажання підвищувати рівень своєї кваліфікації, це може бути ознакою серйозних проблем всередині організації або сигналізувати про відсутність сприятливої для навчання атмосфери в компанії. Через це впровадження нових методик розвитку слід починати тільки після того, як будуть усунуті всі несприятливі фактори, які демотивують співробітників і пригнічують змагальний дух у колективі. За комплексного підходу можна за короткий час і легко досягти основних цілей розвитку персоналу: підвищити лояльність співробітників до компанії, у якій вони працюють, досягти помітного професійного зростання фахівців і підвищити продуктивність праці

Наставництво, або коучинг відбувається в процесі щоденної роботи, на власному прикладі. Цей метод найчастіше застосовують, якщо співробітнику доводиться опановувати новий вид діяльності: він спочатку вчиться, спостерігаючи за роботою наставника, а потім виконує дії самостійно [11].

Метод ротації полягає в тому, що співробітника переводять на іншу посаду задля отримання додаткової професійної кваліфікації, набуття нового досвіду. Таке навчання може тривати від кількох днів до кількох місяців. Ще одним методом, який ефективно використовують для навчання персоналу, є метод міфологем. Його особливістю є необхідність пошуку оригінального вирішення проблем, які виникають у реальній ситуації на основі метафори. Тобто розроблюють певний уявний сценарій, у якому описують ситуацію стосовно реальних професійних ситуацій]. Шляхом вирішення такої змодельованої ситуації відбувається навчання. Метод ціннісного орієнтування має на меті прищеплення цінностей корпорації, ознайомлення з традиціями і правилами ділового життя, її культурними особливостями, вимагає від організаторів збереження, накопичення виразних епізодів з її життя. Нерідко ці епізоди є прикрашеними або навіть вигаданими в інтересах підвищення корпоративної згуртованості [11].

Нами було проаналізовано переваги та недоліки цих методів, на підставі чого виявлено можливість їх використання на вітчизняних підприємствах (табл. 1) [11].

Таблиця 1

Методи розвитку персоналу

Назва методу	Переваги	Недоліки	Можливість використання на вітчизняних підприємствах
1	2	3	4
Ротація, країна походження – Японія	Допомагає підготувати універсальних фахівців; сприяє відродженню колишнього азарту або впровадженню нових ідей; є ефективною профілактикою професійного вигоряння; допомагає подолати негативні ефекти від монотонної роботи; розширює коло ділового й особистісного спілкування	Принциповість у проведенні; відсутність бажання працівників залишати звичні посади; може супроводжуватися необхідністю переїзду (зміна місця проживання, кліматичних умов); можуть виникати стресові стани за істотно нових вимог до працівника на новому місці	Можна застосувати на вітчизняних підприємствах, але необхідно звернути увагу на усунення недоліків цього методу, адже вони можуть призвести до стресових ситуацій і спричинити категоричну відмову від розвитку

Закінчення табл. 1

1	2	3	4
Метод наставництва, країна походження – Велика Британія	Не вимагає великих затрат; сприяє мотивації персоналу до освоєння професійної діяльності; забезпечує швидку адаптацію нових співробітників компанії	Високі вимоги до професійних, особистісних і комунікативних якостей наставника	Цей метод вигідний для успішних компаній, якщо персоналу необхідно опановувати нові види діяльності
Метод міфологем, країна походження – Велика Британія	Сприяє розвитку креативності персоналу, творчому пошуку в реальних проблемних ситуаціях; знижує рівень тривожності слухачів за виникнення нових професійних завдань	Знижує увагу до кадрової логістики	Бажано використовувати на вітчизняних підприємствах, особливо тим компаніям, які мають гостру потребу в постійному творчому розвитку
Метод ціннісного орієнтування, країна походження – Франція	Сприяє адаптації нового співробітника, формує лояльність новачка до компанії	Ймовірність розчарування нового працівника, який здобув інформацію, після зіткнення в корпорації з реаліями життя	Можна застосовувати, але необхідно ретельно підійти до реалізації цього методу

Таким чином, для підвищення ефективності підприємницької діяльності слід приділити увагу розвитку персоналу. Для якісної реалізації процесу навчання працівників необхідно застосовувати сучасні методи навчання та розвитку. Як показує зарубіжний досвід, це підвищує ефективність діяльності підприємства в цілому. Якісне проведення заходів щодо розвитку персоналу організації є головним фактором, що впливає на ефективність діяльності підприємства. Напрямом подальших досліджень має стати обґрунтування шляхів удосконалення механізмів розвитку персоналу на вітчизняних підприємствах.

Науковий керівник – канд. екон. наук, доцент Мішина С. В.

Література: 1. Бримсон Д., Антос Д., Коллинз Д. Процессно-ориентированное бюджетирование. Внедрение нового инструмента управления стоимостью компании / пер. с англ. В. Д. Горюновой ; под общ. ред. В. В. Неудачина. Москва : Вершина, 2007. 336 с. **2.** Гавкалова Н. Л., Власенко Т. А. Управління ефективністю менеджменту персоналу : монографія. Харків : ХНЕУ, 2011. 296 с. **3.** Егоршин А. П., Зайцев А. К. Организация труда персонала : учебник. М. : Инфра-М, 2008. 320 с. **4.** Іванісов О. В., Єрмоленко О. А., Доровською О. Ф. Управління трудовим потенціалом : навч. посіб. Харків : ХНЕУ, 2008. 392 с. **5.** Кибанов А. Я., Дуракова И. Б. Управление персоналом организации. Стратегия, маркетинг, интернационализация : учебное пособие. М. : Инфра-М, 2010, 185 с. **6.** Крушельницька О. В., Мельничук Д. П. Управління персоналом : навч. посіб. Київ : Кондор, 2005. 308 с. **7.** Штутман П. Л. Професійний розвиток персоналу як чинник підвищення ефективності діяльності підприємств. *Наукові праці Кіровоградського національного технічного університету.* 2010. № 17. С. 159–163. **8.** Бевз С. І. Підприємницьке право в схемах : навч. посіб. Київ : Гранмна, 2012. 292 с. **9.** Маслов Е. В., Шеметов П. В. Управление персоналом предприятия : учебное пособие. М. : Инфра-М ; Новосибирск : НГАЭиУ, 1999. 312 с. **10.** Цветаев В. М. Кадровый менеджмент : учебник. М. : Проспект ; ТК Велби, 2004. 160 с. **11.** Сучасні методи навчання персоналу // Підручники для студентів онлайн. URL: http://stud.com.ua/28073/psihologiya/suchasni_metodi_navchannya_personalu. **12.** Цивільний кодекс України : Закон України від 16.01.2003 № 435-IV // База даних «Законодавство України» / Верховна Рада України. URL: http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/435-15.

ВНУТРІШНІ ФАКТОРИ ДЕПОЗИТНОЇ АКТИВНОСТІ БАНКУ

УДК 336.71

Мовчан А. С.

Студент 4 курсу
фінансового факультету ХНЕУ ім. С. Кузнеця

Анотація. *Розглянуто сучасний стан депозитної діяльності банківських установ. На підставі теоретичного узагальнення праць науковців сформовано перелік показників, що характеризують депозитну активність. Визначено внутрішні фактори впливу на активність залучення коштів банком.*

Ключові слова: *банк, банківська установа, банківська система, фінанси, фінансова стійкість, кредит, депозит, депозитна активність, внутрішні фактори впливу.*

Аннотация. *Рассмотрено современное состояние депозитной деятельности банковских учреждений. На основании теоретического обобщения работ ученых сформирован перечень показателей, характеризующих депозитную активность. Определены внутренние факторы влияния на активность привлечения средств банком.*

Ключевые слова: *банк, банковское учреждение, банковская система, финансы, финансовая устойчивость, кредит, депозит, депозитная активность, внутренние факторы влияния.*

Annotation. *The current state of deposit activity of banking institutions is considered. Based on the theoretical generalization of the scientists' work, a list of indicators characterizing deposit activity was formed. Internal factors of influence on the activity of raising funds by the bank were determined.*

Keywords: *bank, banking institution, banking system, finance, financial stability, credit, deposit, deposit activity, internal factors of influence.*

Важливою умовою забезпечення стабільного функціонування й розвитку банку є депозитна діяльність, оскільки від обсягу депозитних коштів залежить наявність необхідних ресурсів для проведення кредитних та інших активних операцій.

Незважаючи на те, що з початку року у банківській системі відбулися позитивні зрушення: за січень-липень 2017 р. банки України залучили від населення 878 867 млн грн, відбулося зростання депозитів юридичних осіб на 15 912 млн грн і депозитів фізичних осіб на 15 269 млн. грн. порівняно з січнем 2017 р. через відновлення попиту на банківські послуги, водночас відбулося зменшення обсягів депозитів у іноземній валюті на 4,34 %. Також протягом січня-липня 2017 р. спостерігалося зменшення обсягу строкових коштів фізичних осіб на 930 млн грн. Отже, населення не схильне до розміщення вкладів на тривалий термін, унаслідок чого активність залучення строкових депозитів фізичних осіб банками залишається достатньо низькою. Зменшення обсягу строкових коштів є негативною тенденцією, оскільки свідчить про зниження стабільності ресурсної бази. Зауважимо, що у структурі депозитних вкладень суб'єктів господарювання частка коштів на вимогу протягом 2009–2016 рр. перевищувала 50 % і не відповідала виробленому банківською практикою рекомендованому значенню, яке має бути менше 30 % [12].

Кошти фізичних осіб є найбільш вразливою складовою залучених коштів, на яку впливають різноманітні фактори. Але зважаючи на те, що протягом 2016 р. та на початку 2017 р. спостерігалася тенденція до зростання депозитів фізичних осіб, можна говорити про початок стабілізації ситуації в банківському секторі України та поступове підвищення депозитної активності банків. У контексті таких тенденцій важливим є визначення умов і факторів залучення депозитних ресурсів банками України.

Питання формування та використання депозитних ресурсів банку, фактори впливу на активність залучення коштів широко висвітлювалися та обговорювалися у науковій літературі. Серед вітчизняних науковців значний внесок у їх вирішення зробили Матлага Л. О., Данилова Т. Н., Рисіна В. В., Васюренко О. В., Волохата В. Є., Герасимович А. М., Волкова Н. І., Кожелєв М. О., Пилипів Н. І., Чаленко Н. В., Неізвестна О. В. та ін. Аналіз наукового доробку науковців у цій галузі дає підстави стверджувати, що внаслідок зміни економічних умов, трансформації ринку банківських послуг, фінансової та політичної нестабільності в державі питання залежності активності залучення депозитних ресурсів банками України від внутрішніх параметрів їх функціонування потребують подальших досліджень.

Метою написання статті є систематизація факторів, які впливають на активність залучення коштів банками, а також формування переліку показників, що характеризують депозитну активність.

© Мовчан А. С., 2017

Єдиної системи показників, яка б вичерпно характеризувала депозитну активність, на сьогодні не існує, тому аналітики використовують різноманітні коефіцієнти, які часто відрізняються за змістом і складом [11]. Узагальнення наукових літературних джерел дає підстави констатувати, що нині розроблено значну кількість аналітичних показників і коефіцієнтів, для яких характерною є множинність способів відображення одних і тих самих економічних величин. Перелік коефіцієнтів для аналізу депозитної активності банку подано у табл. 1 [6; 8; 12–15].

Таблиця 1

Перелік коефіцієнтів для аналізу депозитної активності банку

Автор	Коефіцієнти
Примак Ю. Р. [12]	Коефіцієнти ділової активності пасивів: – активність залучення коштів; – активність залучення міжбанківських кредитів; – активність залучення строкових депозитів; – активність використання залучених коштів у доходні активи; – активність використання залучених коштів у кредитному портфелі; – активність використання строкових депозитів у кредитному портфелі
Тиркало Р. І., Щибиволок З. І. [13]	Рівень використання пасивів: – коефіцієнт активності залучення позичених і залучених коштів; – коефіцієнт активності залучення строкових коштів; – коефіцієнт активності залучення міжбанківських кредитів; – коефіцієнт активності використання залучених коштів у доходні активи; – коефіцієнт активності використання залучених коштів у кредитний портфель
Тисячна Ю. С., Азізова К. М., Рац О. М. [14]	Показники оцінки ділової активності: – коефіцієнт активності залучених позикових і залучених коштів; – коефіцієнт активності використання залучених коштів у доходні активи; – коефіцієнт активності залучення міжбанківських кредитів; – коефіцієнт активності залучення строкових депозитів; – коефіцієнт активності використання залучених коштів у кредитний портфель; – коефіцієнт активності використання строкових депозитів у кредитний портфель; – коефіцієнт кредитної активності; – коефіцієнт загальної інвестиційної активності; коефіцієнт рівня дохідних активів ; – коефіцієнт інвестицій у цінні папери і пайову участь у доходні активи
Герасимович А. М. [6]	Показники ділової активності пасивів: – коефіцієнт активності залучення позичених і залучених коштів; – коефіцієнт активності залучення строкових депозитів; – коефіцієнт активності використання залучених коштів у доходні активи; – коефіцієнт активності використання залучених коштів у кредитний портфель; – коефіцієнт активності використання строкових депозитів у кредитний портфель
Пилипів Н. І., Пилипів М. І. [8]	Показники ділової активності: – коефіцієнт рівня доходних активів; – коефіцієнт кредитної активності; – коефіцієнт інвестиційної активності; – коефіцієнт кредитно-інвестиційного портфеля в загальних активах; – рівень залучення ресурсів; – рівень міжбанківських кредитів у зобов'язаннях
Радченко Н. Г. [15]	Показники ефективності депозитної політики банку: – коефіцієнт миттєвої ліквідності; – генеральний коефіцієнт надійності; – ефективність використання банком залучених ресурсів; – коефіцієнт співвідношення кредитів і депозитів; – коефіцієнт використання депозитів; – коефіцієнт ефективності депозитної політики, %

Якість і кількість залучених коштів, тобто депозитна активність банку, відображає масштаби його ресурсної бази. Стабільність депозитної бази банку є важливою основою його успішного функціонування, тому банки мають ефективно управляти процесом залучення коштів та їх якістю. Клієнти при виборі банку для розміщення коштів звертають увагу на надійність і стабільність його роботи, тобто від цих показників залежить депозитна активність банку. Оскільки на депозитні ресурси та відповідно на активність їх залучення впливають різноманітні фактори, існує потреба в їх систематизації.

Найчастіше фактори впливу поділяють на зовнішні та внутрішні. Зовнішні фактори є некерованими – банк із достатньою ймовірністю може визначити їх вплив, проте не в змозі управляти ними.

Тому у цій роботі увагу сконцентровано в основному на внутрішніх факторах депозитної активності, оскільки вони є керованими. Банк може управляти ними, тобто вживати необхідних заходів для мінімізації їх впливу, якщо він є негативним, або його посилення, якщо фактори справляють позитивний вплив. Внутрішніми факторами є фінансова стійкість (надійність) банку, фінансові можливості щодо повернення залучених коштів, стабільність депозитів, надійність депозитних внесків, розширення асортименту банківських продуктів, якість активів, платоспроможність банку (табл. 2) [1–7; 9; 10; 16–23].

Таблиця 2

Внутрішні фактори впливу на депозитну активність банку

Автор	Фінансова стійкість (надійність) банку	Стабільність депозитів	Надійність депозитних внесків	Асортимент банківських продуктів	Якість активів	Ліквідність	Прибутковість
Білик О. І. [16]	+	+				+	
Матлага Л. О. [1]		+	+	+			
Чаленко Н. В. [9]		+					
Власенко О. О. [17]	+						
Неізвестна О. В. [10]		+	+				
Данилова Т. Н. [2]	+		+				
Зайцев Н. Л. [18]		+		+			
Рисіна В. В. [3]	+				+	+	
Волохата В. Є. [5]	+		+				
Звєряков М. І. [19]	+				+	+	
Кужелєв М. О., Волкова В. В., Волкова Н. І. [7]	+				+	+	
Васюренко О. В. [4]			+			+	
Мазурук П. П. [20]							+
Андрушків Т. І. [21], Барилюк І. В. [22], Співак С. І. [23]				+		+	+

Виділення факторів, які формують депозитну активність банку, дає змогу обґрунтувати напрями підвищення ефективності залучення депозитних ресурсів. Згідно із результатами дослідження, більшість авторів вважають важливим вплив фінансової стійкості (надійності) на депозитну активність банку. При цьому необхідно зауважити, що останнім часом фінансова стійкість (надійність) банку все частіше розглядається дослідниками комплексно, як складне економічне поняття, що формується в системі внутрішніх і зовнішніх фінансових відносин банку та є здатністю банку забезпечувати стабільну діяльність і стійкий розвиток [23]. З цієї точки зору, як визначають Краснова І. та Диба М., фінансова стійкість може бути забезпечена достатністю капіталу, ліквідністю та ефективністю діяльності, а її оцінка передбачає оцінку показників, які демонструють результативність складових стійкості: обсягу та структури власних коштів, рівня прибутковості, норми прибутку на власний капітал, показників ліквідності, мультиплікативної ефективності власного капіталу [24].

Із точки зору стійкості (надійності) банківської установи з боку клієнтів найвагомішим є фактор достатності ліквідності та якості й рівня капіталу банку, адже клієнтами банку, як правило, фактор якості активів не сприймається чи сприймається лише через прибуток. Навпаки, для банківської установи найбільш важливою є якість активів як системоутворюючий фактор діяльності установи. Тому деякі автори вважають, що ще одним фактором впливу на депозитну активність є саме якість активів, що забезпечує високий рівень надійності установи. При цьому якісні, надійні активи забезпечують досягнення головної мети ведення бізнесу – генерування прибутку. Запас ліквідності банку забезпечує високий рівень надійності установи, але надмірна ліквідність призводить до зменшення рівня прибутковості, що, у свою чергу, формує негативний вплив на депозитну активність. Саме тому до внутрішніх факторів впливу на депозитну активність банку відносять також прибутковість його діяльності. Забезпечення прибутковості відіграє важливу роль, оскільки отримання задовільного рівня прибутку дозволяє поповнювати капітал, формує основу життєдіяльності та зростання банку. Усі фактори залучення депозитних ресурсів (як внутрішні, так і зовнішні) мають певний зв'язок між собою, оскільки дія одного фактора може призвести до зміни іншого, і навпаки [22].

Таким чином, розуміння внутрішніх умов і факторів депозитної активності банку та їх урахування в управлінському процесі надає інструментарій для розробки ефективної депозитної політики, а також можливість контролювати та прогнозувати вплив цих факторів на обсяги залучення депозитних ресурсів. При цьому найсуттєвішими з них є надійність і прибутковість. Подальші дослідження мають бути пов'язані з кількісним оцінюванням внутрішніх факторів депозитної активності.

Науковий керівник – д-р екон. наук, професор Чмутова І. М.

Література: 1. Матлага Л. О., Василина П. В. Проблеми та тенденції розвитку депозитної політики банківських установ України. *Економічний аналіз.* 2014. № 1. С. 274–283. **2.** Данилова Т. Н., Решетов А. В. Применение финансовых моделей для исследования кредитно-депозитных стратегий деятельности коммерческого банка. *Финансы и кредит.* 2008. № 32. С. 4–30. **3.** Тимошенко О. П. Стійкість банківської системи України: теоретичний аспект. *Науковий вісник БДФА.* 2008. № 4. С. 59–65. **4.** Васюренко О. В. Банківські операції : навч. посіб. Київ : Знання, 2008. 318 с. **5.** Волохата В. Є. Фактори формування депозитних ресурсів банку. *Бізнес Інформ.* 2013. № 8. С.310–316. **6.** Герасимович А. М., Алексеєнко М. Д., Парасій-Вергуненко І. М. Аналіз банківської діяльності: навч. посіб. / за ред. А. М. Герасимовича. Київ : КНЕУ, 2004. 598 с. **7.** Кужелєв М. О., Волкова В. В., Волкова Н. І. Стратегія залучення депозитних ресурсів як вектор функціонування грошової системи країни. *Економічний вісник.* 2016. № 1. С. 169–178. **8.** Пилипів Н. І., Пилипів М. І. Проблеми формування ділової репутації комерційних банків для функціонування системи ділового партнерства. *Актуальні проблеми розвитку економіки регіону.* 2014. № 10. С. 40–48. **9.** Чаленко Н. В., Ілляш В. Ю. Депозитна політика комерційного банку та інструменти її реалізації. *Економіка. Управління. Інновації.* 2014. № 1. С. 1–7. **10.** Нєізвестна О. В. Операції комерційних банків по залученню коштів: сучасні технології та світові тенденції розвитку. *Фондовий ринок.* 2001. № 31. С. 2–4. **11.** Вольська С. П. Шляхи підвищення прибутковості діяльності банку // Фінансово-кредитний механізм активізації інвестиційного процесу : матеріали міжнародної науково-практичної конференції (Київ, 22 квітня 2010 р.). Київ : КНЕУ, 2010. С. 77–79. **12.** Примак Ю. Р. Аналіз ділової активності, іміджу та репутації, їх вплив на фінансову стійкість банку. *Економічний форум.* 2017. № 2. С. 330–337. **13.** Тиркало Р. І., Шивоблок З. І. Фінансовий аналіз комерційного банку: основи теорії, експрес-діагностика, рейтинг : навч. посіб. Київ : Слобожанщина, 1999. 236 с. **14**. Тисячна Ю. С., Азізова К. М., Рац О. М. Комплексна технологія бенчмаркінгу як інструмент забезпечення фінансової безпеки банку. *Актуальні проблеми економіки.* 2015. № 5. С. 427–437. **15.** Радченко Н. Г. Методичні підходи до оцінки ефективності депозитної політики банку. *Збірник наукових праць Таврійського державного агротехнологічного університету.* 2014. № 3. С. 161–166. **16.** Білик О. І. Основні принципи формування заощаджень України. URL: http://dspace.uabs.eclu.Ua/bitstrearn/123456789/86 3/3/2004_05.pdf. **17.** Власенко О. О. Розвиток українського ринку депозитів для фізичних осіб. *Фінанси України.* 2006. № 3. С. 74–79. **18.** Зайцев Н. Л. «Свежие инновации» для роста депозитов. *Банковская практика за рубежом.* 2008. № 12. С. 76–80. **19.** Звєряков М. І., Коваленко В. В. Банківський капітал: вимоги Базеля ІІІ. *Фінанси України.* 2011. № 6. С. 13–23. **20.** Мазурок П. П., Гузенко О. П. Вплив фінансової кризи на рівень прибутковості діяльності вітчизняних банків: теоретичний та прикладний аспект. *Економіка, фінанси, право.* 2009. № 7. С. 25–30. **21.** Андрушків Т. Депозитна політика комерційного банку та напрями її вдосконалення. *Українська наука: минуле, сучасне, майбутнє.* 2012. № 17. С. 3–14. **22.** Барилюк І. В. Теоретико-методологічні засади вивчення сутності поняття «ресурсний потенціал банку». *Економічний простір.* 2008. № 19. С. 205–213. **23.** Співак С. І. Депозитна політика комерційних банків. *Науковий вісник ЛНАУ.* 2009. № 6. С. 29–35. **24.** Дыба М. И., Звонова Е. А., Примостка Л. А. Регулирование банковской деятельности в Украине и России в условиях глобализации : монография. Киев : КНЭУ, 2013. 380 с.

ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ УЧАСТІ БАНКІВ У ЛІЗИНГОВИХ ВІДНОСИНАХ

УДК 336.77(477)

Мовчан А. С.

Студент 4 курсу
фінансового факультету ХНЕУ ім. С. Кузнеця

Анотація. *Розглянуто сучасний стан і перспективи розвитку діяльності банків у сфері надання лізингових послуг. Проаналізовано проблеми та перспективи участі банків у лізингових відносинах. Запропоновано заходи задля стимулювання участі банківських установ у процесі організації фінансового лізингу.*

Ключові слова: *банк, банківська установа, банківська система, фінанси, лізинг, фінансовий лізинг, ринок лізингових послуг, лізингодавці, лізингові операції.*

Аннотация. *Рассмотрены современное состояние и перспективы развития деятельности банков в сфере предоставления лизинговых услуг. Проанализированы проблемы и перспективы участия банков в лизинговых отношениях. Предложены меры для стимулирования участия банковских учреждений в процессе организации финансового лизинга.*

Ключевые слова: *банк, банковское учреждение, банковская система, финансы, лизинг, финансовый лизинг, рынок лизинговых услуг, лизингодатели, лизинговые операции.*

Annotation. *The current state and prospects for the development of banks in the provision of leasing services are examined. Problems and perspectives of banks' participation in leasing relations are analyzed. Measures are proposed to stimulate the participation of banking institutions in the process of organizing financial leasing.*

Keywords: *bank, banking institution, banking system, finance, leasing, financial leasing, leasing services market, lessors, leasing operations.*

За сучасних умов у розвинених країнах базою для стабільного розвитку економіки є малий та середній бізнес. Малий і середній бізнес в Україні становить основу соціально-економічного розвитку, на якій Україна у подальшому може побудувати розвинену економіку. В Україні через недосконалу законодавчу базу та непродуману фіскальну політику саме ці рушійні сили економіки позбавлені можливостей для повноцінної життєдіяльності та сталого розвитку. Попри те, що підтримка малого і середнього бізнесу є пріоритетним напрямком на державному рівні, не всі банки надають кредити малому та середньому бізнесу. Загострена конкуренція змушує багато фірм промислово розвинених країн інтенсивно використовувати наявні засоби виробництва, удаючись до досконаліших засобів їх придбання, використання й обслуговування. Саме тому нині перед підприємцями постає проблема пошуку і залучення інвестицій для розширення виробництва, придбання нового обладнання й упровадження сучасних технологій.

За умов жорсткої конкуренції за внутрішні й зовнішні ринки все важливішим стає поліпшення не тільки технічних характеристик обладнання, але і фінансових умов, на основі яких його пропонують споживачам. Умови кредитування для бізнесу є досить жорсткими, і саме тому не всі підприємці можуть стати позичальниками. На допомогу приходить лізинг, який є одним із найбільш доступних і ефективних методів фінансування розвитку підприємств.

Роль банків у розвитку лізингу досліджували Балтус П., Майджер Б., Безклубна Н., Міщенко В., Гонта О., Слав'янська Н., Ляхова О., Луб'яницький О., Зайцева І., Джулій Л. та ін. Ці автори у своїх працях досліджували питання використання лізингових інструментів у різних сферах економічною діяльності. Роуз П. розглядає лізинг як один з інструментів ефективного банківського менеджменту [4]. Балтус П., Майджер Б. у своїй праці досліджують питання використання лізингових інструментів у різних сферах економічної діяльності [5]. Однак, питання здійснення банками операцій у сфері фінансового лізингу залишається до кінця не вивченим і потребує детальнішого дослідження з урахуванням теоретичних і методичних засад.

Метою написання статті є дослідження сучасного стану ринку фінансового лізингу, окреслення проблем і визначення перспектив розвитку банківського лізингу.

Роль лізингу в економіці країни складається під впливом окремих факторів, до яких належать наявність податкових пільг для лізингу, рівень розвитку банківської системи та фінансової сфери в цілому, галузева структура економіки й рівень зношеності основних коштів.

© Мовчан А. С., 2017

Згідно із Законом Україні «Про банки та банківську діяльність» банки можуть самостійно надавати лізингові послуги на підставі ліцензії Національного банку України [6]. Господарський кодекс України розкриває економічний зміст лізингу: у ст. 292 визначено, що лізингом є господарська діяльність, спрямована на інвестування власних чи залучених фінансових коштів, яка полягає в наданні за договором лізингу однією стороною (лізингодавцем) у виключне користування другій стороні (лізингоодержувачу) на визначений строк майна, що належить лізингодавцю або набуте ним у власність (господарське відання) за дорученням чи погодженням лізингоодержувача у відповідного постачальника (продавця) майна, за умови сплати лізингоодержувачем періодичних лізингових платежів [7].

Загородній А. Г. визначає лізинг як специфічну форму фінансування капітальних вкладень, альтернативу традиційному банківському кредитуванню чи використанню для придбання основних фондів власних фінансових ресурсів [8]. Підсумовуючи ці визначення, розглядатимемо лізинг як фінансовий інструмент, що успішно поєднує в собі характеристики оренди та банківського кредиту.

Ринок лізингу в Україні розвивається за європейською моделлю розвитку лізингової діяльності, оскільки майже 80 % ринку лізингових послуг контролюється банками другого рівня (табл. 1) [9].

Таблиця 1

Рейтинг лізингових компаній України станом на 30.06. 2016 р.

№	Назва лізингової компанії	Лізинговий портфель, млн грн
1	ПП «ВТБ Лізинг Україна»	3 838,350
2	ТОВ «Райффайзен Лізинг Аваль»	2 013,245
3	ТОВ «УніКредит Лізинг»	1 571,323
4	ТОВ «ІНГ Лізинг Україна»	1 449,600
5	ТОВ «ОТП Лізинг»	842,325
6	ТОВ «Порше Лізинг Україна»	471,830
7	ТОВ «Хюпо Альпе-Адріа-Лізинг»	468,151
8	ALD Automotive / ТОВ «Перша лізингова компанія»	384,000
9	ТОВ «Євро Лізинг»	366,822
10	ТОВ «VAB Лізинг»	314,700
11	ТОВ «Сканія Кредіт Україна»	241,000
12	ТОВ «Ілта»	204,883
13	AVIS Україна	203,000
14	ТОВ «Еквіпмент Лізинг Україна»	153,000
15	ТОВ «Кредит Європа Лізинг»	84,556
16	ТОВ «Адванс-Лізинг»	57,600
17	ТОВ «Укіо Банк Лізинг»	53,000
18	ТОВ «Автоприват»	52,100
19	ТОВ «Оптіма-лізинг»	20,770
20	ТОВ «ВФС Україна»	16,500
Разом	12 806,755	

Як видно з табл. 1, рейтинг очолюють лізингові компанії, підконтрольні банкам. Сегментація лізингових компаній на українському ринку дозволила виділити такі їх групи:

– компанії, створені виробниками основних засобів, постачальниками та дилерами: Ілта Лізинг, Порше Лізинг Україна;

– компанії, створені банківськими установами: ВТБ Лізинг Україна, Райффайзен Лізинг Аваль, ІНГ Лізинг Україна, Унікредіт Лізинг Україна, ОТП Лізинг, Укіо Банк Лізинг;

– незалежні компанії: ВФС Україна, ALD Automotive / Перша Лізингова Компанія, Адванс-Лізинг;

– державні лізингові компанії : «Украгролізинг».

Здійснення лізингу є безпечною банківською операцією, оскільки в її основі лежить принцип цільового використання кредиту, а також його забезпечення ліквідною заставою.

Попит на об'єкт лізингу є визначуваним чималою кількістю факторів, серед яких найбільш значущими є ціна майна, податкові пільги для учасників лізингових відносин, платоспроможність потенційних лізингоотримувачів, ставка банківського відсотка як альтернативна можливість придбання основних засобів (рис. 1) [3].



Рис. 1. **Основні фактори впливу на ринок лізингу**

Банки від проведення лізингової діяльності можуть отримати такі переваги:

– розширення спектра банківських послуг, а саме диверсифікація портфеля банківських послуг;

– збільшення клієнтської бази;

– покращення іміджу банка;

– зниження кредитних ризиків від неплатоспроможності лізингоодержувача, оскільки майно залишається у власності банку;

– збільшення доходів, оскільки розмір лізингових платежів є вищим, ніж процентна ставка за кредитами;

– амортизація об'єкта лізингу здійснюється за прискореною схемою;

– зниження витрат за рахунок існування єдиних служб і технологій лізингової компанії та банку [3].

При цьому банк починає надавати додаткові послуги у сфері маркетингу й організації виробництва на базі передової техніки і технології у зв'язку із здійсненням нових прогресивних форм обслуговування, які пов'язані з наданням лізингових послуг.

Розвитку ринкового орієнтування в лізингових компаніях, що входять у банківські групи, перешкоджає насамперед необхідність суворого дотримання правил банку, відсутність гнучкості та оперативності в прийнятті рішень, що є наслідком фінансової залежності від банку. У лізингових компаніях, що входять у промислові групи, спостерігається установка жорстких меж у діяльності, виражена насамперед у обмеженнях щодо асортименту предметів лізингу, а також відсутність ініціативи в розвитку продуктової пропозиції та просуванні лізингових продуктів.

Незважаючи на явні переваги, у лізингу є і недоліки. У разі старіння або виходу з ладу обладнання платежі мають здійснюватися лізингоотримувачем в зазначені терміни, незважаючи на те, у якому стані перебуває майно або обладнання (фінансовий лізинг), а при оперативному лізингу цей ризик лягає на орендодавця, що виражається в збільшенні плати з лізингоодержувача. Важливо знати, що в лізинг не передається житлова нерухомість і земельні ділянки.

На сучасному етапі різні галузі користуються послугами лізингу, оскільки лізингові послуги є прибутковими для лізингодавців і корисними для лізингоотримувачів (рис. 2) [10].

За підсумками 2016 р. найбільшими споживачами лізингових послуг є:

– транспортна галузь, вартість договорів становить 7 886,4 млн грн;

– сільське господарство, вартість договорів становить 5 654,0 млн грн;

– добувна промисловість, вартість договорів становить 1 645,0 млн грн;

– сфера послуг, вартість договорів становить 1 206,4 млн грн;

– будівництво, вартість договорів становить 928,3 млн грн.

Розвиток банківської лізингової діяльності на сучасному етапі гальмує вплив окремих факторів (рис. 3) [10]. Оподаткування операцій з лізингу податком на додану вартість є однією з основних перешкод на шляху розвитку ринку лізингових послуг. Передусім це стосується міжнародного фінансового лізингу, тому що, коли товар, узятий у лізинг, перетинає митну територію, він оподатковується ПДВ, через що його вартість підвищується на

20 %. Оскільки вітчизняні підприємства намагаються йти в ногу із часом, вони покупають лінії з виробництва за кордоном, які дорого коштують, тому лізингові платежі за цими операціями становитимуть значні суми.

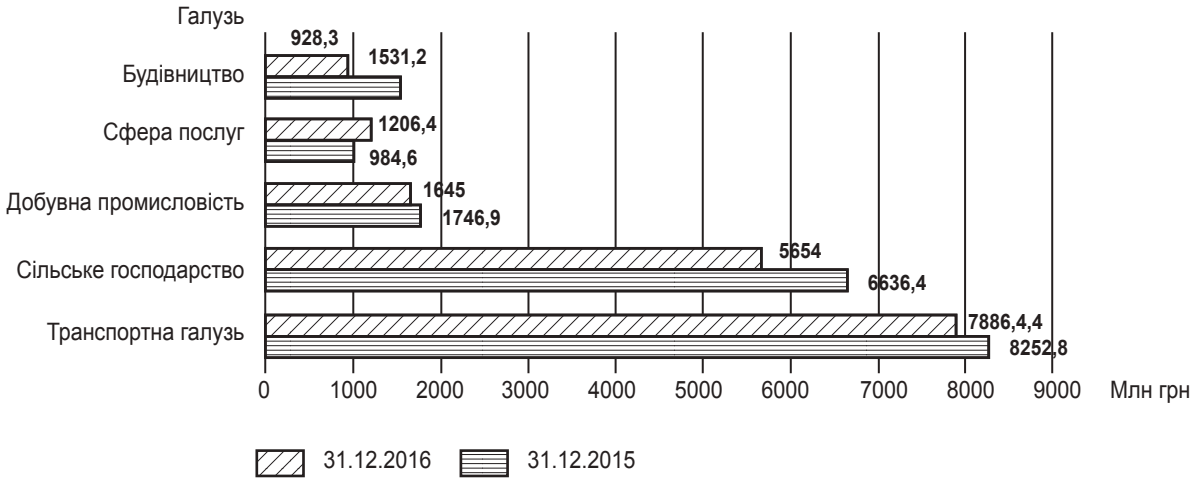


Рис. 2. **Розподіл вартості чинних договорів фінансового лізингу за галузями станом на 31.12.2015 р. та 31.12.2016 р.**

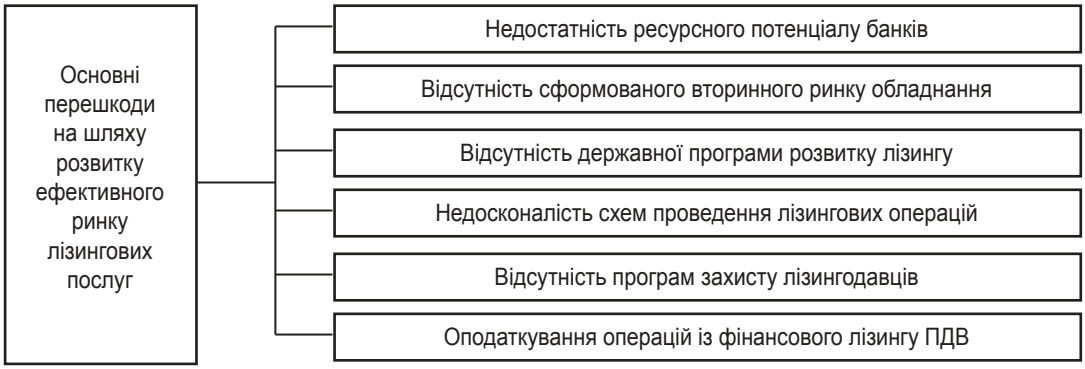


Рис. 3. **Основні перешкоди на шляху розвитку ефективного ринку лізингових послуг**

Ринок лізингу в Україні активно розвивається, незважаючи на недостатність власних фінансових ресурсів лізингових компаній, диспропорції обсягу лізингових послуг за галузями економіки, недосконалість вітчизняного законодавства. Співпраця як держави, так і споживачів може вирішити чимало проблем у цьому питанні, оскільки розвиток лізингу є не тільки засобом підвищення якості та ефективності виробництва, оновлення основних фондів окремого підприємства, а й покращення розвитку вітчизняної економіки в цілому.

Щоб ринок лізингових послуг надалі розвивався, важливо вирішити проблеми, які перешкоджають розвитку лізингових відносин в Україні, а саме запровадити окремі заходи (рис. 4) [11].

Отже, лізинг дає можливість легко й швидко оновити технологічне обладнання, відновити і збільшити виробничий потенціал підприємства. Для розвитку малого та середнього бізнесу вигідніше укладати договір лізингу, що дає можливість для збільшення обсягів виробництва, покупки високотехнологічного нового обладнання та ін. Саме тому можливості для поширення цього виду інвестиційної діяльності в нашій країні дуже великі. Але на сучасному етапі розвитку ринку лізингових послуг лізингові відносини є повністю залежними від банківського кредитування.

Таким чином, аналіз сучасного стану фінансових послуг засвідчив, що лізинг набуває популярності, стаючи перспективним напрямом банківської діяльності, адже нині банківські установи є найпопулярнішими суб'єктами господарювання, які можуть надавати лізингові послуги. Щоб розвиток ринку лізингових послуг був безперервним, державі необхідно стимулювати банки до проведення операцій лізингу. Розвинені країни світу мають практику стимулювання лізингових операцій шляхом надання їм певних пільг, які дозволять активізувати застосування цього фінансового інструменту.

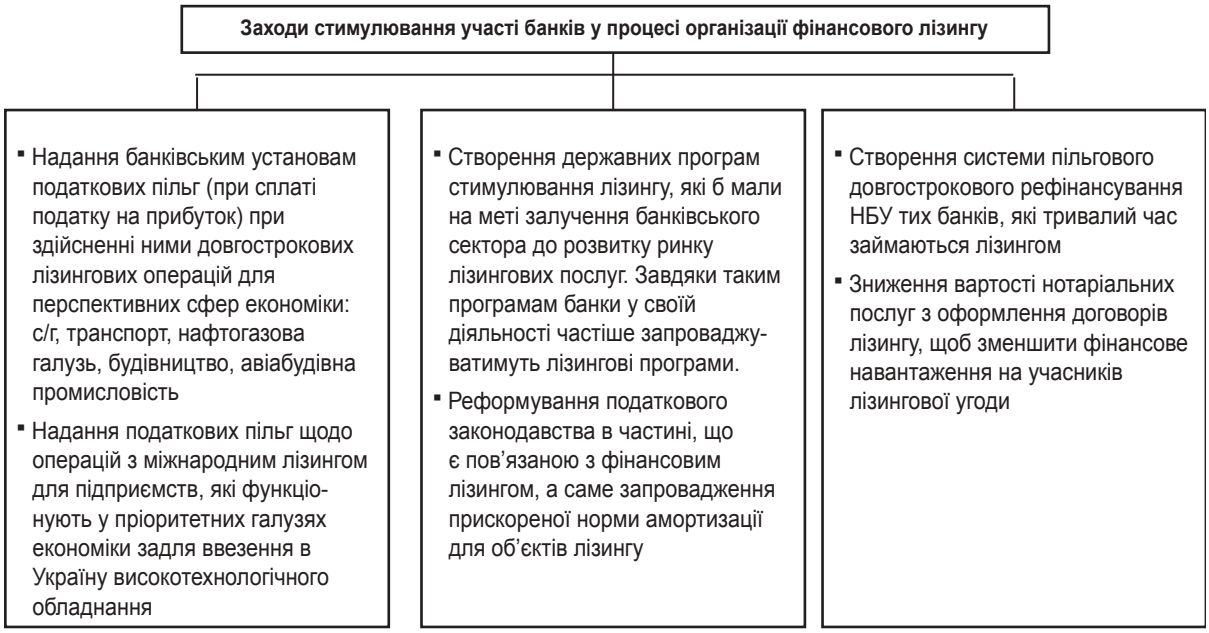


Рис. 4. **Заходи стимулювання участі банків у фінансовому лізингу**

Науковий керівник – канд. екон. наук, доцент Дзеніс В. О.

Література: 1. Гонта О. І., Жаворонок А. В. Лізинг як один із видів нетрадиційних банківських послуг: сучасний стан та перспективи розвитку. *Наукові записки Національного університету «Острозька академія».* 2013. № 24. С. 205–210. **2.** Зайцева І. Ю. Проблеми і перспективи діяльності банків у сфері фінансового лізингу. *Вісник економіки транспорту і промисловості.* 2012. № 37. С. 27–30. **3.** Джулій Л. В., Демчук Ю. А. Особливості лізингових операцій у банківській системі та процедури їх обліку. *Науковий вісник Херсонського державного університету.* 2016. № 18. С. 157–160. **4.** Роуз П. Банковский менеджмент / пер. с англ. М. : Дело, 1995. 768 с. **5.** Балтус П., Майджер Б. Школа европейского лизинга. *Лизинг-ревю.* 1996. № 1. С. 94–95. **6.** Про банки і банківську діяльність : Закон України від 07.12.2000 № 2121-III // База даних «Законодавство України» / Верховна Рада України. URL: http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/2121-14. **7.** Господарський кодекс України : Закон України від 16.01.2003 № 436-IV // База даних «Законодавство України» / Верховна Рада України. URL: http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/436-15. **8.** Загородній А. Р., Вознюк Р. Л., Смовженко Т. С. Фінансовий словник. Львів : Центр Європи, 1997. 576 с. **9.** Про лізинг // Асоціація «Українське об'єднання лізингодавців». URL: http://www.uul.com.ua/leasing. **10.** Підсумки діяльності фінансових компаній, ломбардів та юридичних осіб (лізингодавців) за 2016 р. // Національна комісія з регулювання ринків фінансових послуг. URL: https://www.nfp.gov.ua/ua/Informatsiia-pro-stan-i-rozvytok-finansovykh-kompanii-lizynhodavtsiv-ta-lombardiv-Ukrainy.html. **11.** Костенко В. М. Сучасний стан та перспективи розвитку ринку лізингових послуг в Україні. *Молодий вчений.* 2015. № 12. С. 52–55.

ОЦІНЮВАННЯ ПРІОРИТЕТНОСТІ АЛЬТЕРНАТИВ ВИБОРУ НАПРЯМІВ ПІДВИЩЕННЯ ФІНАНСОВОЇ СТІЙКОСТІ БАНКУ МЕТОДОМ АНАЛІЗУ ІЄРАРХІЙ

УДК 005.936.3:336.713

Моргунов Р. В.

Магістрант 2 року навчання
фінансового факультету ХНЕУ ім. С. Кузнеця

Анотація. *Досліджено особливості застосування методу аналізу ієрархій для вибору стратегії капіталізації банку. Обґрунтовано важливість капіталізації банку як одного з факторів забезпечення фінансової стійкості. Доведено, що істотний вплив при виборі стратегії капіталізації має критерій ринкової вартості банку.*

Ключові слова: *підприємство, організація, банк, банківська установа, банківська система, фінанси, капітал, капіталізація банку, стратегія капіталізації, метод аналізу ієрархій.*

Аннотация. *Исследованы особенности применения метода анализа иерархий для выбора стратегии капитализации банка. Обоснована важность капитализации банка как одного из факторов обеспечения финансовой устойчивости. Доказано, что существенное влияние при выборе стратегии капитализации имеет критерий рыночной стоимости банка.*

Ключевые слова: *предприятие, организация, банк, банковское учреждение, банковская система, финансы, капитал, капитализация банка, стратегия капитализации, метод анализа иерархий.*

Annotation. *The peculiarities of the application of the hierarchy analysis method for choosing a bank capitalization strategy are investigated. The importance of the bank's capitalization as one of the factors ensuring financial stability is grounded. It is proved that the criterion of the bank's market value has a significant influence in the choice of the capitalization strateg.*

Keywords: *enterprise, organization, bank, banking institution, banking system, finance, capital, bank capitalization, capitalization strategy, hierarchy analysis method.*

Повноцінне функціонування сучасної економічної системи неможливе без фінансових і юридичних інститутів, які є активними учасниками фінансового ринку. Саме банкам належить функція організації грошових потоків і забезпечення безперервного процесу суспільного відтворення. Головним завданням на сьогодні є відновлення стабільної економічної ситуації в країні. Одним із найважливіших факторів зростання економіки є надійна й потужна банківська система, а капіталізація є важливим фактором, що дає змогу здійснювати банкам позитивний вплив на економіку. Тому важливою є розробка практичних рекомендацій щодо вибору стратегії капіталізації вітчизняних банків.

Дослідженням цієї проблеми займалися як зарубіжні, так і вітчизняні науковці. Зокрема, аналізу й управлінню капіталом банку значну увагу приділили Міллер Л., Роуз П., Сінкі Д., Алексєєнко М., Васюренко О., Вожжов А., Дзюблюк О., Довгань Ж., Клименко О., Коваленко В. та ін.

Метою написання статті є обґрунтування вибору стратегії підвищення капіталізації банку із застосуванням методу аналізу ієрархій.

Одним із проявів проблеми капіталізації є недотримання нормативу адекватності регулятивного капіталу банків щодо розміру активів. Цей норматив відображає здатність банку своєчасно і в повному обсязі розрахуватися за своїми зобов'язаннями, що випливають із торговельних, кредитних або інших операцій грошового характеру. Порівняно низька величина обсягу власного капіталу банків України на сьогодні є однією з основних проблем ефективності банківської системи України [1; 2].

Низький рівень капіталізації банків означає надмірну концентрацію ризиків у банківській діяльності, обмеження асортименту фінансових послуг і збільшення витрат на їх надання. Втрата капіталу робить неможливим функціонування банку і може спричинити його банкрутство [3].

Для вибору стратегії капіталізації банків застосуємо метод аналізу ієрархій (МАІ). Основним застосуванням методу є підтримка прийняття рішень за допомогою ієрархічної композиції завдання й рейтингування альтернативних рішень. При цьому проблему ухвалення рішення подають у вигляді таких ієрархічно впорядкованих

© Моргунов Р. В., 2017

елементів: мети рейтингування; критеріїв, за якими оцінюються альтернативи; альтернатив, системи зв'язків, що вказують на взаємний вплив критеріїв і рішень [4].

MAI ґрунтується на здійсненні декомпозиції проблеми на порівняно прості складові частини із подальшою обробкою послідовності суджень особи, що приймає рішення, за допомогою здійснення їх попарного порівняння. У результаті аналізу може бути виражений відносний ступінь взаємодії окремих елементів у побудованій ієрархії. Ці судження згодом мають бути виражені кількісно. Декомпозиція демонструє варіативність альтернатив при виборі стратегії капіталізації банку (рис. 1) [2]. У процесі дослідження було проведене опитування експертів – начальників управлінь одного з банків м. Харкова.

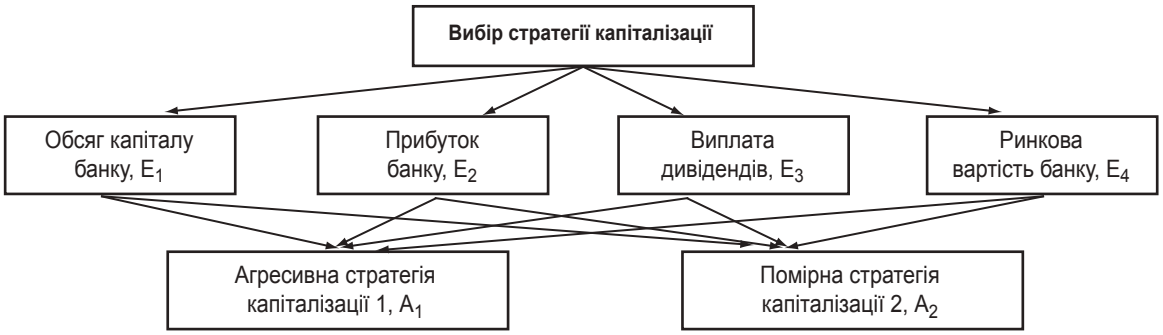


Рис. 1. **Декомпозиція задачі ієрархії вибору сценарію стратегії капіталізації банку**

На рис. 1 визначено найбільш ймовірні сценарії вибору стратегії капіталізації (альтернативи A_1, A_2) на основі таких критеріїв, як обсяг капіталу банку (E_1), прибуток банку (E_2), виплата дивідендів (E_3), ринкова вартість банку (E_4). Після побудови декомпозиції задачі ієрархії визначено пріоритетність критеріїв при виборі альтернатив на основі попарних оцінок суджень.

Система попарних оцінок суджень за методом аналізу ієрархій дала результат, відображений у вигляді зворотної симетричної матриці, поданої в табл. 1 [2].

Таблиця 1

Вибір пріоритетності критеріїв

	E_1	E_2	E_3	E_4	W_i	$W_{норм}$	λ	I_y	ВУ
E_1	1,00	5,00	3,00	0,14	1,21	0,22	4,86	0,2861	0,3178
E_2	0,20	1,00	3,00	0,33	0,67	0,12			
E_3	0,33	0,33	1,00	0,20	0,39	0,07			
E_4	7,00	3,00	5,00	1,00	3,20	0,59			
Сума	8,53	9,33	12,00	1,68	5,46	1			

Пріоритетність критеріїв при виборі альтернативи визначають за формулами (1; 2):

$$w_i = \sqrt[n]{\prod_{i=1}^{n} a_{ij}}; \quad (1)$$

$$w_{норм} = w_i / \sum_{i=1}^{n} w_i, \quad (2)$$

де W – компонента власного вектора матриці (середнє значення оцінок пріоритетності);

$W_{норм}$ – нормований вектор матриці попарних порівнянь (вектор пріоритетів);

a_{ij} – значення елементів матриці.

Оцінку узгодженості думок експертів здійснюють за формулами (3–5):

$$\lambda = \sum_{i=1}^{n} a_{ij} \cdot w_{норм\ i}; \quad (3)$$

$$I_c = (\lambda - n)/(n-1) \leq 0{,}2; \quad (4)$$

$$OC = I_c / I_{cc}, \quad (5)$$

де λ – власне значення матриці;

I_y – індекс узгодженості;

I_{cy} – середнє значення індексу узгодженості, визначають за даними табл. 2;

OC – відношення узгодженості;

n – кількість критеріїв (альтернатив).

За результатами розрахунків у табл. 1 визначено, що найбільш пріоритетним критерієм є ринкова вартість банку E_4. Значення індексу узгодженості менше 0,2 та відносної узгодженості менше 0,1 свідчить про узгодженість думок експертів. Наступним етапом є визначення пріоритетів альтернатив за кожним із критеріїв (табл. 2) [2].

Таблиця 2

Визначення пріоритетів альтернатив

E_1				
	A_1	**A_2**	**W_i**	**$W_{норм}$**
A_1	1,00	5,00	2,24	0,83
A_2	0,20	1,00	0,45	0,17
Сума	1,20	6,00	2,68	1,00
E_2				
	A_1	**A_2**	**W_i**	**$W_{норм}$**
A_1	1,00	0,14	0,38	0,13
A_2	7,00	1,00	2,65	0,88
Сума	8,00	1,14	3,02	1,00
E_3				
	A_1	**A_2**	**W_i**	**$W_{норм}$**
A_1	1,00	3,00	1,73	0,75
A_2	0,33	1,00	0,58	0,25
Сума	1,33	4,00	2,31	1
E_4				
	A_1	**A_2**	**W_i**	**$W_{норм}$**
A_1	1,00	9,00	3,00	0,9
A_2	0,11	1,00	0,33	0,1
Сума	1,11	10,00	3,33	1

У табл. 2 визначено, що за критерієм E_1 «обсяг капіталу банку» вищий пріоритет має помірна політика (0,83), за критерієм E_2 «прибуток банку» – агресивна політика (0,88), за критерієм E_3 «виплата дивідендів» пріоритет має помірна політика, як і за критерієм E_4 «ринкова вартість банку». Пріоритетність сценаріїв розвитку за критеріями E_1–E_4 графічно подано на рис. 2 [2].

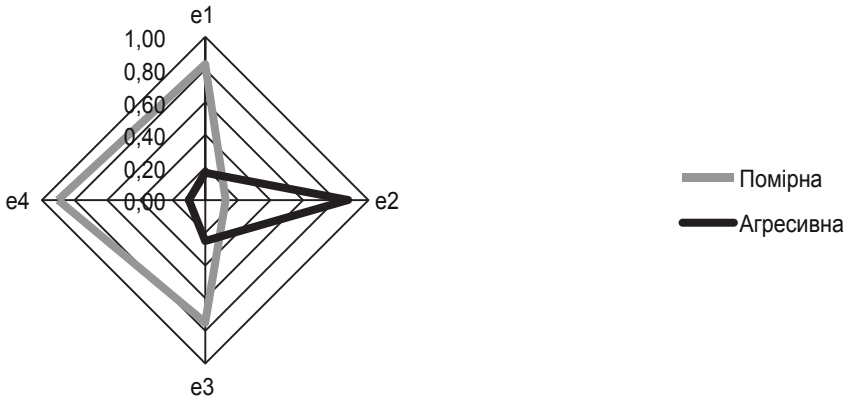


Рис. 2. **Значення пріоритетів сценаріїв розвитку за критеріями E_1–E_4**

На рис. 2 показано, що найвищий пріоритет за більшістю із критеріїв має помірна політика, і лише за критерієм E_2 – агресивна. Тому необхідно розрахувати глобальний пріоритет альтернатив із урахуванням значущості критеріїв.

Найбільш пріоритетну альтернативу визначають шляхом перемноження матриці пріоритетів альтернатив за кожним критерієм на матрицю пріоритетів критеріїв. Графічну інтерпретацію пріоритетності альтернатив подано на рис. 3.

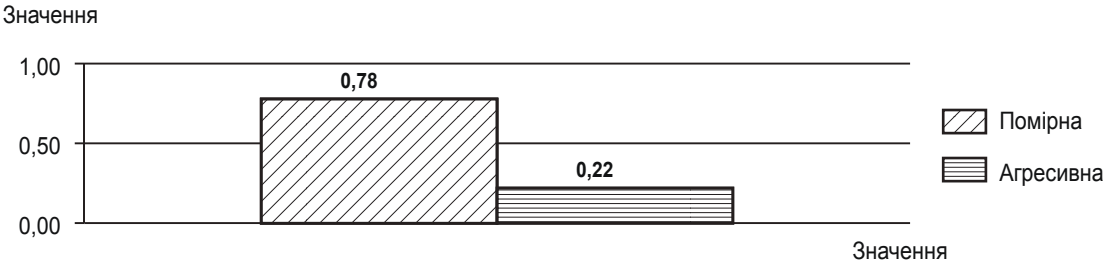


Рис. 3. **Значення оцінки глобального пріоритету**

Згідно із результатами, поданими на рис. 3, визначено, що банку слід застосовувати помірну політику.

Таким чином, банкам у процесі вибору стратегії капіталізації слід ураховувати певні критерії. Встановлено, що істотний вплив має критерій «ринкова вартість банку», що підтверджує доцільність вартісно-орієнтованого управління банком.

Науковий керівник – д-р екон. наук, доцент Чмутова І. М.

Література: 1. Алексеєнко М. Д. Капітал банку: питання теорії і практики : монографія. Київ : КНЕУ, 2002. 276 с. **2.** Коваленко В. В., Черкашина К. Ф. Капіталізація банків: методи оцінювання та напрямки підвищення : монографія. Суми : ДВНЗ «УАБС НБУ», 2010. 152 с. **3.** Колодізєв О. М., Чмутова І. М., Губарева І. О. Фінансовий менеджмент у банках: концептуальні засади, методологія прийняття рішень у банківській сфері. Харків : ІНЖЕК, 2004. 250 с. **4.** Саати Т. Принятие решений. Метод анализа иерархий / пер. с англ. Р. Г. Вачнадзе. М. : Радио и связь, 1993. 278 с.

АНАЛІЗ ВПЛИВУ ЗОВНІШНІХ ФАКТОРІВ НА ДІЯЛЬНІСТЬ ПІДПРИЄМСТВА БУДІВЕЛЬНОЇ ГАЛУЗІ

УДК 338.1

Музика Є. І.

Магістрант 2 року навчання
фінансового факультету ХНЕУ ім. С. Кузнеця

Анотація. *Узагальнено макроекономічні показники та показники діяльності ПАТ «Трест Житлобуд-1» за 2014–2017 рр. Проаналізовано результати проведеного кореляційного аналізу. Визначено щільність зв'язку зовнішніх і внутрішніх факторів діяльності підприємства.*

Ключові слова: *підприємство, організація, фінанси, показники, макроекономічні показники, внутрішні фактори, зовнішні фактори, PEST-аналіз, кореляційний аналіз.*

© Музика Є. І., 2017

Аннотация. *Обобщены макроэкономические показатели и показатели деятельности ПАО «Трест Жилстрой-1» за 2014–2017 гг. Проанализированы результаты проведенного корреляционного анализа. Определена плотность связи внешних и внутренних факторов деятельности предприятия.*

Ключевые слова: *предприятие, организация, финансы, показатели, макроэкономические показатели, внутренние факторы, внешние факторы, PEST-анализ, корреляционный анализ.*

Annotation. *Review of macroeconomic indicators and performance indicators of PJSC «Trust Zhilstroy-1» for 2014–2017. The results of the correlation analysis are analyzed. The density of the connection between external and internal factors of the enterprise's activity is determined.*

Keywords: *enterprise, organization, finances, indicators, macroeconomic indicators, internal factors, external factors, PEST analysis, correlation analysis.*

Вивчення зовнішнього середовища підприємства є початковим етапом формування стратегії діяльності підприємства, оскільки макросередовище суб'єктів господарювання є одночасно як джерелом необхідних ресурсів для функціонування, так і сукупністю загроз для подальшого розвитку. Тому підприємство має вчасно реагувати на будь-які зміни й уміти адаптуватися до них, що актуалізує питання визначення щільності зв'язку зовнішніх і внутрішніх факторів діяльності підприємства.

Метою написання статті є визначення зовнішніх факторів впливу на діяльність підприємств будівельної галузі.

Однією з найбільш розповсюджених методик аналізу факторів зовнішнього середовища є методика PEST-аналізу, із застосуванням якої було встановлено, що серед чотирьох груп факторів макросередовища найбільш значущими є політична нестабільність у країні, що прямо пропорційно впливає на можливість реалізації основної діяльності підприємства; нестабільність нормативно-правової бази; приріст інфляції, починаючи з 2013 р., що є одним із головних показників розвитку національної економіки та підприємств зокрема; динаміка облікової ставки Національного банку України, що загалом визначає рівень кредитних ставок, а тому і тенденції кредитування, адже підприємства будівельної галузі є залежними від запозичених коштів; курс долара, що регулює всі ціни в країні у зв'язку з відкритістю економіки України та співпрацею з міжнародними постачальниками; рівень середньомісячної заробітної плати [1].

Аналіз макроекономічних показників засвідчив значний економічний спад починаючи з 2013 р., що є безпосередньо пов'язаним із загостренням політичного конфлікту в країні. Щоб не тільки функціонувати, але й розвиватися за умов динамічного економічного клімату, необхідно розробляти різноманітні механізми превентивних заходів, а також адаптивні заходи.

За допомогою методу кореляційного аналізу досліджено щільність взаємозв'язку показників діяльності підприємства на прикладі ПАТ «Трест Житлобуд-1» і зовнішніх факторів у розрізі трьох років, починаючи з 2014 р. Це є зумовленим тим, що суттєве погіршення політико-економічного клімату в Україні розпочалося у 2013 р., тому наслідки мають бути відображені у статистичних даних наступного року. Вихідні дані для кореляційно-регресійного аналізу подано в табл. 1 [2–5].

Таблиця 1

Вихідні дані для кореляційного аналізу

	Курс долара, грн	Індекс споживчих цін	Середньомісячна заробітна плата, грн	Чистий рух коштів від операційної діяльності	Дебіторська заборгованість	Кредиторська заборгованість
1-й квартал 2014	10,82	101,7	3263,67	-44662	131720	122721
2-й квартал 2014	11,83	105,8	3487,67	23886	118105	86689
3-й квартал 2014	12,95	108,8	3462,67	-14815	293929	84795
4-й квартал 2014	15,77	112,1	3685,00	-84503	359590	105768
1-й квартал 2015	22,44	136,3	3650,33	-97017	423676	112842
2-й квартал 2015	21,02	146	4113,00	-181673	462566	142257
3-й квартал 2015	21,53	149,9	4312,67	-251242	598571	98150
4-й квартал 2015	24	148,7	4753,33	-362352	534939	168220
1-й квартал 2016	26,22	130,8	4622,33	-179870	661152	259456
2-й квартал 2016	24,85	120,7	5072,00	-414272	422050	304884
3-й квартал 2016	25,91	115,4	5311,33	-590315	476450	409237
4-й квартал 2016	27,19	113,9	5743,67	-485941	299124	793645
1-й квартал 2017	26,98	113,9	6323,00	23074	305503	1114308
2-й квартал 2017	29,79	113,8	6953,00	-337630	587258	1077368

Незалежними змінними визначимо курс долара, індекс споживчих цін і середньомісячну заробітну плату у грн., тобто це фактори, експертна оцінка яких за результатами PEST-аналізу є найвищою [2]. Залежними факторами визначено ті, що найповніше відображають результати операційної діяльності підприємства. По-перше, це чистий рух грошових коштів від операційної діяльності, що не тільки відображає результати основної діяльності, але й показує фактичний стан рахунку підприємства. По-друге, дебіторська та кредиторська заборгованість, які відображають характер ведення основної діяльності підприємства, а саме рівень кредитування підприємством та отримання позик. Із застосуванням програмного забезпечення Statistica узагальнено результати кореляційного аналізу та визначено, між якими показниками існує найсуттєвіший зв'язок (рис. 1) [3–5].

Correlations (Spreadsheet2)
Marked correlations are significant at p < ,05000
N=14 (Casewise deletion of missing data)

Variable	Курс долара	Індекс споживчих цін	Середньомісячна заробітна плата у грн	Чистий рух коштів від операційної діяльності	Дебіторська заборгованість	Кредиторська заборгованість
Курс долара	1,000000	0,345878	0,864997	-0,641376	0,684989	0,684966
Індекс споживчих цін	0,345878	1,000000	-0,032080	-0,222145	0,693641	-0,282252
Середньомісячна заробітна плата у грн	0,864997	-0,032080	1,000000	-0,521475	0,396406	0,921870
Чистий рух коштів від операційної діяльності	-0,641376	-0,222145	-0,521475	1,000000	-0,480141	-0,241852
Дебіторська заборгованість	0,684989	0,693641	0,396406	-0,480141	1,000000	0,100020
Кредиторська заборгованість	0,684966	-0,282252	0,921870	-0,241852	0,100020	1,000000

Рис. 1. **Результати кореляційного аналізу внутрішніх і зовнішніх факторів ПАТ «Трест Житлобуд-1»**

Спираючись на результати аналізу, можна зробити певні висновки. Курс долара суттєво впливає на всі внутрішні показники діяльності підприємства, причому за чистим рухом коштів від операційної діяльності можна помітити зворотний зв'язок, тобто за зростання курсу іноземної валюти темпи операційної діяльності знижуються. Тому можна сказати, що девальвація національної валюти значно вплинула на внутрішні процеси. По відношенню до дебіторської та кредиторської заборгованості зв'язок із курсом долара є помірним і прямим. За другим зовнішнім фактором – індексом споживчих цін – виявлено кореляцію з дебіторською заборгованістю. Зауважимо, що існує щільний зв'язок між макроекономічними показниками та показниками основної діяльності підприємства, тому в процесі розробки фінансової стратегії враховують зниження рівня доходів населення, починаючи з 2013 р., і значну девальвацію національної валюти.

Окрім цього, проведено кореляційний аналіз виявлення щільності зв'язку між такими незалежними змінними, як облікова ставка Національного банку України та середньомісячною заробітною платою, і такими залежними змінними, як чистий рух грошових коштів від інвестиційної та фінансової діяльності. Усе це пов'язано із тим, що підприємство реалізує нерухомість за допомогою безкупонних облігацій, що в цілому відображається як надходження від інвестиційної діяльності. Тому важливо дослідити, як реагує підприємство на зміну рівня кредитування банків і повільні темпи зростання заробітної плати в країні. У табл. 2 визначено вихідні дані для проведення аналізу [3–5].

Таблиця 2

Вихідні дані для проведення кореляційного аналізу

	Облікова ставка НБУ	Середньомісячна заробітна плата, грн	Чистий рух коштів від інвестиційної діяльності	Чистий рух коштів від фінансової діяльності
1-й квартал 2014	9,5	3263,67	62170	-18365
2-й квартал 2014	12,5	3487,67	-5384	-18065
3-й квартал 2014	14	3462,67	38717	-24580
4-й квартал 2014	14	3685,00	115028	-28350
1-й квартал 2015	24,75	3650,33	97672	-2680
2-й квартал 2015	30	4113,00	178184	1036
3-й квартал 2015	26,33	4312,67	267441	-3843
4-й квартал 2015	22	4753,33	377128	-1593
1-й квартал 2016	22	4622,33	165837	3857
2-й квартал 2016	17,83	5072,00	397530	5578
3-й квартал 2016	15,25	5311,33	572663	4570
4-й квартал 2016	14	5743,67	479594	307
1-й квартал 2017	14	6323,00	-26380	-601
2-й квартал 2017	12,75	6953,00	-119735	450826

Результати кореляційного аналізу подано на рис. 2, де можна побачити, що істотний зв'язок існує тільки між середньомісячною заробітною платою та чистим рухом від фінансової діяльності.

Correlations (Spreadsheet6)
Marked correlations are significant at p < ,05000
N=14 (Casewise deletion of missing data)

Variable	Облікова ставка НБУ	Середньомісячна заробітна плата у грн	Чистий рух коштів від інвестиційної діяльності	Чистий рух коштів від фінансової діяльності
Облікова ставка НБУ	1,000000	-0,153806	0,233064	-0,189490
Середньомісячна заробітна плата у грн	-0,153806	1,000000	0,108016	0,636206
Чистий рух коштів від інвестиційної діяльності	0,233064	0,108016	1,000000	-0,377241
Чистий рух коштів від фінансової діяльності	-0,189490	0,636206	-0,377241	1,000000

Рис. 2. **Результати кореляційного аналізу внутрішніх і зовнішніх факторів ПАТ «Трест Житлобуд-1»**

Результати можна інтерпретувати у такий спосіб: якщо за результатами попередніх років найбільший рівень надходження отримано за допомогою інвестиційної діяльності, зокрема через реалізацію безкупонних облігацій, то у 2017 р. валова частка надходжень припадає на фінансову діяльність за рахунок надходжень до власного капіталу, що свідчить про неспроможність фінансувати основну діяльність підприємства виключно за рахунок надходжень від реалізації боргових цінних паперів, а також зниження попиту на послуги.

Таким чином, із урахуванням узагальнених зовнішніх і внутрішніх факторів суб'єкта господарювання будівельної галузі здійснено кореляційний аналіз, на підставі якого визначено щільний зв'язок між такими факторами, як курс долара та всіма поданими внутрішніми показниками, індексом інфляції та дебіторської заборгованості, середньомісячною заробітною платою та кредиторською заборгованістю, середньомісячною заробітною платою та чистим рухом коштів від фінансової діяльності. Можна сказати, що реалізація основної діяльності перебуває у істотній фінансовій залежності від коливання курсу іноземної валюти, рівня доходу населення та економічної стабільності. Стратегічне планування має врахувати можливі варіанти регресу цих показників і розробляти відповідні сценарії розвитку підприємства за умови посилення економічної кризи.

Науковий керівник – д-р екон. наук, професор Журавльова І. В.

Література: 1. Музика О. А. Сучасні загрози фінансовій безпеці України. *Часопис Хмельницького університету управління та права.* 2012. № 2. С. 27–29. **2.** Агентство з розвитку інфраструктури фондового ринку України // Офіційний сайт Агентства з розвитку інфраструктури фондового ринку України. URL: http://smida.gov.ua. **3.** Статистична інформація // Офіційний сайт Державної служби статистики України. URL: http://www.ukrstat.gov.ua. **4.** Національний банк України // Офіційний сайт Національного банку України. URL: https://www.bank.gov.ua/control/uk/index. **5.** Публічне акціонерне товариство «Трест Житлобуд-1» // Офіційний сайт Публічного акціонерного товариства «Трест Житлобуд-1». URL: http://gs1.com.ua.

ШЛЯХИ ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

УДК 005.332.4

Насильнєв О. В.

Магістрант 1 року навчання
факультету менеджменту і маркетингу ХНЕУ ім. С. Кузнеця

Анотація. *Досліджено сутність поняття «конкурентоспроможність». Проаналізовано основні шляхи підвищення конкурентоспроможності підприємства за сучасних ринкових умов.*

Ключові слова: *економіка, підприємство, організація, потенціал, товар, конкурентоспроможність, конкурентоспроможність підприємства, потенціал підприємства, інновації.*

Аннотация. *Исследована сущность понятия «конкурентоспособность». Проанализированы основные пути повышения конкурентоспособности предприятия в современных рыночных условиях.*

Ключевые слова: *экономика, предприятие, организация, потенциал, товар, конкурентоспособность, конкурентоспособность предприятия, потенциал предприятия, инновации.*

Annotation. *The essence of the concept of «competitiveness» is investigated. The main ways of increasing the competitiveness of the enterprise in modern market conditions are analyzed.*

Keywords: *economy, enterprise, organization, potential, product, competitiveness, enterprise competitiveness, enterprise potential, innovations.*

Конкурентоспроможність підприємства є одним із важливих аспектів ринкового середовища, який характеризує можливість підприємства адаптуватися до умов ринку та посісти провідне місце і втримати його якомога довше. Нині ринок перенасичений підприємствами із аналогічною продукцією, але втримуються лише ті, що мають найвигідніші конкурентні переваги відносно інших підприємств. Тому дослідження шляхів підвищення конкурентоспроможності підприємства є актуальним.

Дослідженням проблем конкурентоспроможності суб'єктів підприємництва займалися зарубіжні науковці Рікардо Д., Сміт А., Солоу Р., Хайєк Ф., Шумпетер Й., Абель Д., Друкер П., Коуз Р., Котлер Ф., Портер М., Ендрус К., Ешенбах Р., Зенге П., Крістенсон К. та ін. Свій внесок у дослідження питань конкурентоспроможності суб'єктів господарювання зробили вітчизняні економісти Андрійчук В., Апопій В., Бабенко С., Будкін В., Бураковський І., Варналій З. та ін.

Метою написання статті є дослідження сутності поняття «конкурентоспроможність підприємства» й аналіз основних напрямів підвищення рівня конкурентоспроможності підприємства та її впливу на підприємство.

Одним із першочергових завдань національних підприємств, особливо в період фінансової нестабільності, є підвищення рівня конкурентоспроможності на національному та міжнародному ринках. Конкуренція на ринку стає все жорсткішою, триває суперництво між товаровиробниками за вигідніші умови виробництва та реалізації продукції, отримання найвищого прибутку й інших переваг. Ця конкуренція є здійснюваною різними методами й набуває різних форм. Тому існує необхідність постійного пошуку нових шляхів для підвищення конкурентоспроможності підприємства.

Тлумачення терміна «конкурентоспроможність» досить різноманітне. За класичним визначенням Портера М., конкурентоспроможністю є визначене сукупністю факторів становище товаровиробника на внутрішніх і зовнішніх ринках, віддзеркалене через сукупність показників [1]. Харченко Т. Б. під конкурентоспроможністю розуміє зумовлене економічними, соціальними та політичними факторами становище країни або окремого товаровиробника на внутрішньому та зовнішньому ринках [2]. Балабанова Л. В. визначає конкурентоспроможність підприємства яке рівень його компетентності порівняно з іншими конкурентами за такими параметрами, як технологія, практичні навички та професійні знання персоналу, рівень стратегічного й поточного планування, політика збуту, рівень управління, комунікації, якість систем управління, виробництва продукції тощо [3].

Інші науковці розглядають конкурентоспроможність як комплексне поняття, що містить такі аспекти, як спроможність підприємства продавати конкурентну продукцію; уміння розробляти стратегію, що забезпечує високий рівень його конкурентоспроможності; наявність добре налагодженого організаційно-управлінського механізму, який може виконати поставлене завдання; орієнтацію діяльності підприємства на ринок і систематичну співпрацю зі споживачами; наявність конкурентної стратегії й тактики дій стосовно конкурентів; високу професійну підготовку персоналу; уміння реагувати на зміни зовнішнього середовища [4].

© Насильнєв О. В., 2017

У Законі України «Про захист економічної конкуренції» конкуренцію визначено як змагання між суб'єктами господарювання з метою здобуття завдяки власним досягненням переваг над іншими суб'єктами господарювання, унаслідок чого споживачі, суб'єкти господарювання мають можливість вибирати між кількома продавцями, покупцями, а окремий суб'єкт господарювання не може визначати умови обігу товарів на ринку [5].

Основними способами підвищення конкурентоспроможності є:

– ґрунтовне вивчення запитів споживачів і аналіз конкурентів;
– обґрунтована рекламна політика;
– створення нової продукції;
– покращення якісних характеристик продукції;
– модернізація обладнання;
– всебічне зниження витрат;
– удосконалення обслуговування у процесі купівлі та післяпродажного сервісу [6].

Літвінова Ю. В. вважає, що для того, щоб була можливість і надалі існувати на ринку та виготовляти конкурентоспроможну продукцію, необхідно слідкувати за змінами у навколишньому середовищі та вміти швидко пристосовуватися до них, тобто слід увесь час працювати над програмою підвищення конкурентоспроможності [7].

Під програмою підвищення конкурентоспроможності розуміють певним чином організований комплекс робіт, що є спрямованим на вирішення завдання підвищення конкурентоспроможності продукції та (або) підприємства, виконання якого обмежене в часі, а також пов'язане із споживанням конкретних фінансових, матеріальних і трудових ресурсів.

Основними шляхами вирішення проблем, що є пов'язаними з підвищенням конкурентоспроможності підприємства, є:

– підвищення якості управління;
– удосконалення зв'язків із зовнішнім середовищем;
– упровадження (проведення) стратегічного маркетингу «виходу» і «входу» організації;
– удосконалення організації інноваційної діяльності;
– упровадження нових інформаційних технологій;
– упровадження нових фінансових і облікових технологій;
– аналіз ресурсоємності кожного товару за стадіями його життєвого циклу й упровадження ресурсозберігаючих технологій;
– підвищення організаційно-технічного рівня виробництва;
– розвиток логістики;
– розвиток тактичного маркетингу [7].

Щоб бути конкурентоспроможним, підприємству необхідно мати достовірну інформацію, уміти нею користуватися й найвигідніше її використовувати. Вирішальне значення для конкурентоспроможності мають уміння та навички людей і обов'язково їх поінформованість.

Ознаками конкурентоспроможності підприємства в інформаційній площині є:

– динамічність – критерій конкурентоспроможності має часовий характер, означає становище об'єкта у конкурентному полі в координатах часу як результат його конкурентної діяльності;

– релевантність – конкурентні переваги підприємства відносно іншого можуть бути визначені тільки в межах релевантного зовнішнього середовища;

– актуальність – дані про розвиток технологій, які відображають поточний стан передових технологічних досягнень підприємства;

– відносність – конкурентоспроможність проявляється через порівняння характеристик певного підприємства з характеристиками іншого на цьому ринку [2].

Таким чином, можливість компанії конкурувати на певному товарному ринку безпосередньо залежить від конкурентоспроможності товару й поєднання економічних засобів діяльності фірми. На рівень конкурентоспроможності торговельної фірми впливає науково-технічний рівень і ступінь удосконалення технологій продажу, використання новітніх винаходів і відкриттів, залучення сучасних засобів автоматизації збуту та збільшення асортименту продукції. Рівень конкурентоспроможності торговельної фірми залежить від того, якими товарами вони торгують, де і як товари споживаються. Конкурентні позиції фірми на ринку залежать також від тієї підтримки, яку фірма отримує з боку національних державних органів та інших організацій шляхом надання гарантій екс-

портних кредитів, їх страхування, звільнення від податків, надання експортних субсидій, забезпечення інформацією про кон'юнктуру ринку.

Науковий керівник – канд. екон. наук, доцент Бойко Н. О.

Література: 1. Портер М. Международная конкуренция: конкурентные преимущества стран / пер. с англ. под ред. В. Д. Щетинина. М. : Международные отношения, 1993. 896 с. **2.** Харченко Т. Б. Забезпечення конкурентоспроможності підприємств як засіб ринкового реформування економіки. *Актуальні проблеми економіки.* 2003. № 2. С. 70–73. **3.** Балабанова Л. В. Управління конкурентоспроможністю підприємств на основі маркетингу : монографія. Донецьк : Дон ГУЕТ ім. Туган-Барановського, 2004. 148 с. **4.** Корецький М. Х., Дегтяр А. О., Дацій О. І. Стратегічне управління : навч. посіб. Київ : Центр навч. літ., 2007. 240 с. **5.** Про захист економічної конкуренції : Закон України від 11.01.2001 № 2210-III // База даних «Законодавство України» / Верховна Рада України. URL: http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/2210-14. **6.** Кошелупов І. Ф. Програми підвищення конкурентоспроможності організацій. *Вісник соціально-економічних досліджень.* 2012. № 1 (44). С. 219–225. **7.** Літвінова Ю. О. Проблеми забезпечення конкурентоспроможності підприємства в сучасних умовах. *Управління розвитком.* 2012. № 9. С. 35–37.

ЗАСТОСУВАННЯ ТАКСОНОМІЧНОГО ПОКАЗНИКА В УПРАВЛІННІ КРЕДИТНИМИ ОПЕРАЦІЯМИ БАНКУ

УДК 336.71

Наумова М. В.

Магістрант 2 року навчання
фінансового факультету ХНЕУ ім. С. Кузнеця

Анотація. *Проаналізовано кредитні операції банку, визначено фактори, які на них впливають. Досліджено можливість застосування таксономічного аналізу для управління кредитними операціями банку. Виявлено фактори впливу на величину таксономічного показника кредитних операцій банку.*

Ключові слова: *підприємство, організація, банк, банківська установа, банківська система, фінанси, капітал, показник, кредит, кредитні операції, таксономічний аналіз, таксономічний показник.*

Аннотация. *Проанализированы кредитные операции банка, определены факторы, на них влияющие. Исследована возможность применения таксономического анализа для управления кредитными операциями банка. Выявлены факторы влияния на величину таксономического показателя кредитных операций банка.*

Ключевые слова: *предприятие, организация, банк, банковское учреждение, банковская система, финансы, капитал, показатель, кредит, кредитные операции, таксономический анализ, таксономический показатель.*

Annotation. *Credit operations of the bank have been analyzed, factors that influence them have been determined. The possibility of using taxonomic analysis to manage the bank's credit operations was explored. Factors of influence on the value of the taxonomic indicator of the bank's credit operations were revealed.*

Keywords: *enterprise, organization, bank, banking institution, banking system, finance, capital, indicator, credit, credit operations, taxonomic analysis, taxonomic indicator.*

Для визначення рівня управління кредитними операціями банку науковці застосовують різні показники, які відображають складність і різноманітність процесів аналізу й оцінювання, безліч факторів, що впливають на

© Наумова М. В., 2017

ефективність діяльності банку. Однак, вони, розкриваючи окремі важливі аспекти кредитних операцій банку, не дають змогу отримати комплексну характеристику, яка б дозволила дати однозначну оцінку її рівня. У зв'язку із цим виникає об'єктивна необхідність застосування інтегрального оцінювання, побудови узагальнюючого показника, який би дав змогу цілісно, всебічно та об'єктивно визначити рівень управління кредитними операціями.

Дослідженням питань застосування таксономічного аналізу для обґрунтування економічних явищ займалися вітчизняні дослідники Айвазян С. А., Бажаєв З. І., Кожушко О. О., Плюта В. А., Сабліна Н. В. та ін. Головною метою застосування методу таксономії є отримання інформації про наявність або відсутність однорідності в досліджуваній сукупності об'єктів [1].

Метою написання статті є застосування методу таксономії для визначення рівня управління кредитними операціями банку.

Таксономічні процедури застосовують для зіставлення об'єктів, які характеризуються великою кількістю ознак. У загальному вигляді таксономія дає змогу вирішити проблему упорядкування багатовимірних об'єктів або процесів відносно заданого нормативного вектора еталона. Застосовуючи таксономічний аналіз, можна згорнути багатовимірний статистичний матеріал, який характеризує явище або процес та отримати єдину кількісну характеристику або узагальнену оцінку. Одним із результатів застосування таксономічного аналізу є таксономічний коефіцієнт рівня розвитку. Для моделювання таксономічного показника за темою управління кредитними операціями банку необхідно визначити вихідні дані, що розраховані на підставі звітності ПАТ КБ «Приватбанк» (табл. 1) [2; 3].

Таблиця 1

Матриця з системи показників, що описують діяльність ПАТ КБ «Приватбанк», 2011–2017 рр.

Показники	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017
Кредити надані клієнтам, млн грн	85385	100792	113725	142548	161338	177810	54691
Величина власного капіталу, млн грн	11879	16746	18300	20311	24496	27487	12664
Коефіцієнт надійності	11,698	13,046	14,019	12,119	13,008	11,578	6,108
Коефіцієнт рентабельності активів	1,208	0,983	1,030	0,997	0,352	0,082	-61,499
Коефіцієнт фінансового важеля	8,549	7,665	7,133	8,252	7,688	8,637	16,373
Коефіцієнт захищеності власного капіталу	9,549	8,665	8,133	9,252	8,688	9,637	17,373
Коефіцієнт загальної ліквідності	111,69	113,04	114,01	112,11	113,08	111,57	106,10
Коефіцієнт рентабельності власного капіталу	11,53	8,51	8,37	9,22	3,05	0,78	-1068,41
Коефіцієнт платоспроможності регулятивного капіталу	9,15	10,45	10,84	9,40	9,18	8,57	23,77
Чиста процентна маржа	5,11	5,47	5,40	4,49	4,86	1,58	1,82

Потім формуємо еталонні рівні значень показників у системі. Для цього необхідно провести диференціацію ознак – розподіл усіх змінних на стимулятори та дестимулятори. Визначимо, які з показників є стимуляторами, а які – дестимуляторами, а також середнє значення і середньоквадратичне відхилення цих показників (табл. 2) [2; 3].

Таблиця 2

Матриця показників ПАТ КБ «Приватбанк»

Показники	Середнє значення	Середнє відхилення	Еталонні рівні значень показників
Кредити надані клієнтам, млн грн	119470	43644	Стимулятор
Величина власного капіталу, млн грн	18840	5776	Стимулятор
Коефіцієнт надійності	11,654	2,593	Стимулятор
Коефіцієнт рентабельності активів	-8,121	23,541	Стимулятор
Коефіцієнт фінансового важеля	9,185	3,215	Стимулятор
Коефіцієнт захищеності власного капіталу	10,185	3,215	Стимулятор
Коефіцієнт загальної ліквідності	111,654	2,593	Стимулятор
Коефіцієнт рентабельності власного капіталу	-146,704	406,455	Стимулятор
Коефіцієнт платоспроможності регулятивного капіталу	11,628	5,415	Стимулятор
Чиста процентна маржа	4,109	1,675	Стимулятор

Характерною властивістю інтегрального показника є те, що його значення перебуває в інтервалі від 0 до 1. Відповідно до обчислень інтерпретація таксономічного показника не узгоджується з інтуїтивними уявленнями.

Щоб розрахувати інтегральний показник, необхідно розрахувати евклідову відстань, її середньоквадратичне відхилення, а також відстань до неї (табл. 3) [2; 3].

Таблиця 3

Показники для розрахунку таксономічного показника ПАТ КБ «Приватбанк», 2011–2017 рр.

Рік	Евклідова відстань	Таксономічний показник
2011	5,7076	0,1987
2012	5,2515	0,2627
2013	5,1874	0,2717
2014	4,8391	0,3206
2015	4,7654	0,3310
2016	5,1586	0,2758
2017	7,2149	-0,0129
Середньоквадратичне відхилення	0,8383	
d0	5,4463	
d	7,1229	

Отже, за досліджуваний період (2011–2017 рр.) найвище значення інтегрального показника управління кредитними операціями в банку 0,3310 спостерігається в 2015 р., найнижче –0,0129 – у 2017 р. Динаміку таксономічного показника подано на рис. 1 [3].

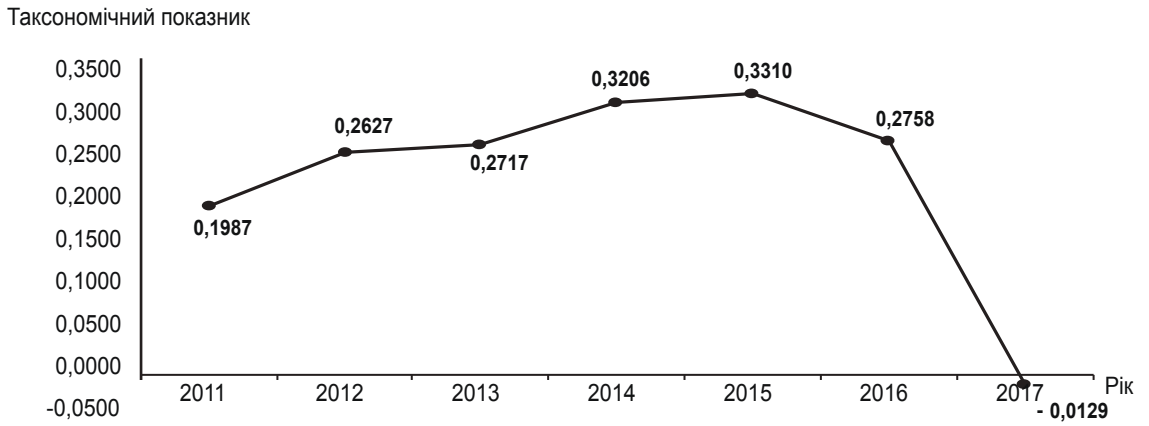


Рис. 1. **Динаміка зміни таксономічного показника кредитних операцій ПАТ КБ «ПриватБанк», 2011–2017 рр.**

Згідно із рис. 1, що демонструє динаміку зміни коефіцієнта таксономії, найбільший рівень розвитку кредитних операцій ПАТ КБ «Приватбанк» спостерігався у 2015 р., коли його значення становило 0,3310. Найменше значення розвитку кредитних операцій спостерігалося у 2017 р. та становило –0,0129, при цьому показник таксономії зростав протягом 2011–2015 рр., а у 2016–2017 рр. спостерігалася тенденція до зменшення.

Головними факторами, що вплинули на поведінку коефіцієнта таксономії, є рентабельність активів, рентабельність власного капіталу, коефіцієнт надійності та величина кредитів наданих клієнтам. Низьке значення коефіцієнта у 2017 р. є зумовленим рівнем рентабельності капіталу –1068,41 % та рентабельністю активів –61,49 %, що сталося через значний збиток у 2017 р., що становив –135827306 тис. грн. У 2013 р. відбувається стрімке зростання коефіцієнта таксономії, що чітко відображено на графіку, його значення зросло від 0,2717 до 0,3206, що свідчить про покращення діяльності банку. У 2016 р. спостерігається невеликий спад коефіцієнта таксономії, на який вплинули показник надійності та рентабельності активів, значення яких у цьому році скоротилися порівняно із попереднім. Але слід зазначити, що такий значний спад коефіцієнта розвитку вказує на те, що банк неефективно здійснює свою діяльність щодо кредитування, а це означає, що існує необхідність подальшого аналізу й управління кредитними операціями банку для досягнення позитивного результату [3].

Таким чином, отримані результати дали змогу визначити рівень розвитку кредитних операцій ПАТ КБ «Приватбанк» за 2011–2017 рр. Виявлено, які фактори вплинули на його значення: чистий прибуток, відносне значення якого відображено в показниках рентабельності, а також структура активів і капітал банку.

Науковий керівник – канд. екон. наук, доцент Кіпа М. О.

Література: 1. Саблина Н. В., Теличко В. А. Использование метода таксономии для анализа внутренних ресурсов предприятия. *Бизнес Информ.* 2009. № 3. С. 78–82. **2.** Плюта В. А. Сравнительный многомерный анализ в экономических исследованиях. М. : Статистика, 1980. 151 с. **3.** ПАТ КБ «Приватбанк» // Офіційний сайт ПАТ КБ «Приватбанк». URL: https://privatbank.ua.

ДЕМОГРАФІЧНА СИТУАЦІЯ В УКРАЇНІ

УДК 314.1

Некрасова К. Д.

Студент 3 курсу
факультету міжнародних економічних відносин ХНЕУ ім. С. Кузнеця

Анотація. *Проаналізовано статистичні дані чисельності населення України. Досліджено сучасний стан демографічної ситуації. Виявлено основні причини демографічної кризи в нашій країні. Запропоновано заходи, що є спрямованими на покращення демографічної ситуації в Україні.*

Ключові слова: *населення, чисельність населення, демографічна ситуація, демографічна криза, покращення демографічної ситуації.*

Аннотация. *Проанализированы статистические данные численности населения Украины. Исследовано современное состояние демографической ситуации. Выявлены основные причины демографического кризиса в нашей стране. Предложены меры, направленные на улучшение демографической ситуации в Украине.*

Ключевые слова: *население, численность населения, демографическая ситуация, демографический кризис, улучшение демографической ситуации.*

Annotation. *The statistical data of the population of Ukraine are analyzed. The modern state of the demographic situation has been studied. The main causes of the demographic crisis in our country are revealed. Proposed measures aimed at improving the demographic situation in Ukraine.*

Keywords: *population, demographic situation, demographic crisis, improvement of demographic situation.*

За сучасних умов демографічна проблема є для України надзвичайно актуальною, оскільки відбувається стрімке скорочення населення, у тому числі працездатного віку. Щороку темпи його скорочення зростають, частково за рахунок еміграції до інших країн задля пошуку кращих умов життя за більш стабільної економічної ситуації. Процес скорочення населення України не є новим явищем, але на сьогодні ця негативна тенденція прискорилася. 1993 р. був останнім, коли спостерігався приріст населення: кількість громадян України становила 51,9 млн. З 1994 р. спостерігається стабільна тенденція скорочення кількості населення, що лише пришвидшується з року в рік [1].

Демографічний фактор є одним із визначальних для забезпечення стабільного й стрімкого розвитку держави. Проблеми, що є пов'язаними з демографічним розвитком держави, слід розглядати як першочергові та термінові, оскільки вони є одним із головних факторів функціонування держави, і водночас результатом її функціонування. Розвиток трудового потенціалу відображають демографічні характеристики працездатного населення й показники демографічного розвитку, які, у свою чергу, формують величину сукупного національного доходу.

Метою написання статті є аналіз основних чинників погіршення демографічної ситуації та визначення шляхів вирішення демографічної проблеми в Україні.

Дослідженням цієї проблеми займалися Лібанова Е. М., Хромова Д. Д., Муромцева Ю. І., Волгін Н. А., Прибиткова І. М. та ін.

© Некрасова К. Д., 2017

Сучасну демографічну кризу в Україні дослідники вважають гострою. Головною особливістю демографічного стану України є стрімке скорочення чисельності населення, тоді як в цілому у світі демографічна ситуація проявляється у вигляді швидкого, в окремі роки вибухового приросту населення [2].

Ще однією особливістю демографічної ситуації в Україні є зниження чисельності населення передусім через високу смертність і низьку народжуваність. Чисельність населення України станом на 1 серпня 2017 р. становила 42 млн 456 тис. осіб, що на 128,5 тис. осіб менше, ніж на початок року, повідомила Державна служба статистики України. У січні-липні 2017 р., за даними Державної служби статистики, в Україні народилося 209,4 тис. дітей, у той час як за аналогічний період 2016 р. цей показник становив 227,1 тис. дітей. У січні-липні спостерігалося природне скорочення населення на 131,3 тис. осіб, тоді як у січні-липні 2016 р. цей показник становив 117,1 тис. осіб. До того ж кількість прибулих у країну перевищувала кількість тих, хто виїхав із країни, на 2 736 осіб, за аналогічний період 2016 р. цей показник становив 6 771 осіб [1].

У повідомленні Державної служби статистики України зазначено, що суттєвим залишається перевищення кількості померлих над кількістю народжених: на 100 померлих – 61 народжених [2]. Серед причин смертності серед населення України в січні-квітні 2017 р., як і в січні-квітні 2016 р., перше місце посідали хвороби системи кровообігу, друге – новоутворення, третє – зовнішні причини смерті.

Зниження показника народжуваності та зростання показника смертності, скорочення тривалості життя і загальне старіння населення є найвпливовішими факторами погіршення демографічної ситуації в Україні. Ці тенденції вплинули як на кількісно-якісний склад трудового потенціалу, так і на продуктивність суспільної праці. Економічні та соціальні проблеми спровокували певні інші труднощі: безробіття; поширення нелегальної трудової діяльності, і, як наслідок, поглиблення проблеми тіньової економіки країни; зниження національного інтелектуального та освітнього потенціалу; значне розшарування населення за рівнем доходів.

Щодо здоров'я населення України, то воно характеризується значною поширеністю хронічних хвороб і соціально небезпечних захворювань. Достатньо високими залишаються рівні інвалідності та смертності за короткої середньої тривалості життя [4].

Для сучасної демографічної ситуації в Україні характерними є:

– різке зниження народжуваності, зростання смертності та відсутність природного приросту;

– постаріння населення, збільшення навантаження на працездатну його частину;

– скорочення тривалості життя як чоловіків, так і жінок;

– погіршення здоров'я нації;

– інтенсифікація міграційних процесів, вплив яких на демографічні та соціально-економічні показники є суперечливим і нерідко негативним [5].

Прогноз характеру відтворення населення, здійснений Інститутом демографії і соціальних досліджень національної академії наук сумісно з Державною службою статистики України, засвідчує, що чисельність населення країни найближчими роками і далі скорочуватиметься унаслідок зниження протягом останніх 15 років рівня народжуваності і зростання смертності і може скоротитися до 2050 р. до 35 млн осіб [4].

Для вирішення проблеми необхідний комплексний підхід. Корінь цієї проблеми полягає не у репродуктивній неспроможності українців (лише кожна шоста подружня пара стикається з такою проблемою, як безпліднність), він має скоріш морально-матеріальний характер [6]. Політику стимулювання народжуваності необхідно проводити через призму політики поліпшення загального рівня життя та стабілізації й розвитку економічного стану України.

Однією з причин відсутності великої кількості багатодітних родин в Україні є передусім матеріальний аспект, тобто можливість забезпечити родину всім необхідним. Заробітна плата переважної частини українців є одним із тих факторів, що унеможливлює створення багатодітної родини. Найчастіше члени багатодітних сімей мають значні фінансові труднощі та не відчувають достатньої підтримки з боку держави, яка мала б бути зацікавленою в їх благополуччі. Отже, державі необхідно спрямовувати більше зусиль на поліпшення умов життя багатодітних родин: розширити спектр отримуваних пільг, збільшити суму фінансової допомоги.

Причинами загострення демографічної ситуації є також нестійкість економічного становища в Україні, що змушує чимало подружніх пар відмовитися від народження ще однієї дитини, іноді навіть першої. Необхідно посилити регулювання державою не лише політичного, а й економічного становища задля проведення більш слушної демографічної політики, спрямованої на стимулювання народжуваності, що було б підкріплено ширшим спектром пільг і значними обсягами фінансової підтримки з боку держави [5].

У зв'язку із тим, що населення країни не почувається спокійним і впевненим через невизначеність, відсутність довгострокової стратегії стабільного економічного розвитку держави, демографічна ситуація все більше загострюватиметься. Отже, державі необхідно впроваджувати стійкі соціально-економічні реформи, що сприятимуть стимулюванню народжуваності, підтримці багатодітних і малозабезпечених сімей, підвищенню загально-

го рівня життя та формуванню в населення чіткого бачення майбутнього саме на території України (відсутності бажання еміграції).

Щодо проведення реформ, то доречним є звернення до зарубіжного досвіду викорінення проблем демографічної ситуації. У подальшому дослідженні вважаємо за необхідне провести порівняльну характеристику демографічної ситуації кількох країн і правового забезпечення їх соціально-економічної політики, щоб виявити прийнятні для Україні шляхи подолання поточного демографічного стану через призму досвіду інших країн.

Таким чином, соціально-економічну політику України необхідно спрямувати саме на забезпечення якісних, а не кількісних, показників відтворення населення. Негайного вирішення потребують такі питання, як забезпечення належного соціального захисту сімей із дітьми та осіб похилого віку, поліпшення загального рівня життя, економічне сприяння відтворенню населення (особливу увагу слід приділити фінансовій допомозі багатодітним родинам). Саме вирішення цих проблем стане вагомим підґрунтям для поліпшення демографічної ситуації в Україні.

Науковий керівник – канд. екон. наук, доцент Аграмакова Н. В.

Література: 1. Статистична інформація // Офіційний сайт Державної служби статистики України. URL: http://www.ukrstat.gov.ua. **2.** Повідомлення Державного комітету статистики України про соціально-економічне становище України за січень-червень 2015 р. URL: http://www.ukrstat.gov.ua/operativ/operativ2015/so_ek_r_u/soekru_u/arh_soekru_15.htm. **3.** Про стан соціально-демографічної ситуації, охорони здоров'я і ринку праці в Україні : Рішення Ради безпеки і оборони України від 29.12.2009 // База даних «Законодавство України» / Верховна Рада України. URL: http://zakon5.rada.gov.ua/laws/show/n0016525-09. **4.** Аналіз сучасної демографічної ситуації в Україні та перспективи її розвитку // Дипломні. Курсові. Реферати. URL: http://osvita-plaza.in.ua/publ/398-1-0-38400. **5.** Палієнко О. Є. Демографічна криза в Україні: шляхи її подолання. *Молодий вчений.* 2017. № 9. С. 133–138. **6.** Демографічний стан і проблеми відтворення населення України // Віче. URL: http://veche.kiev.ua/journal/1691.

ФІНАНСОВИЙ ЛІЗИНГ ЯК ДЖЕРЕЛО ФІНАНСУВАННЯ ІНВЕСТИЦІЙНИХ ПРОЕКТІВ

УДК 339.187.6

Несвятипаска Є. С.

Студент 4 курсу
фінансового факультету ХНЕУ ім. С. Кузнеця

Анотація. *Проаналізовано основні характеристики фінансового лізингу як інструменту залучення інвестиційних ресурсів на фінансування інвестиційних проектів. Розкрито сутність поняття «фінансовий лізинг». Розглянуто основні недоліки та перспективи фінансового лізингу в інвестиційній діяльності, а також шляхи його вдосконалення. Обґрунтовано, що фінансовий лізинг є потужним методом фінансування інвестиційної діяльності підприємств.*

Ключові слова: *підприємство, організація, фінанси, інвестиції, інвестиційні проекти, лізинг, фінансовий лізинг, лізингова діяльність, переваги фінансового лізингу, недоліки фінансового лізингу, лізингові інвестиційні проекти, лізингодавець.*

Аннотация. *Проанализированы основные характеристики финансового лизинга как инструмента привлечения инвестиционных ресурсов для финансирования инвестиционных проектов. Раскрыта сущность понятия «финансовый лизинг». Рассмотрены основные недостатки и перспективы финансового лизинга в инвести-*

© Несвятипаска Є. С., 2017

ционной деятельности, а также пути его совершенствования. Обосновано, что финансовый лизинг является мощным методом финансирования инвестиционной деятельности предприятий.

Ключевые слова: *предприятие, организация, финансы, инвестиции, инвестиционные проекты, лизинг, финансовый лизинг, лизинговая деятельность, преимущества финансового лизинга, недостатки финансового лизинга, лизинговые инвестиционные проекты, лизингодатель.*

Annotation. *The main characteristics of financial leasing as an instrument for attracting investment resources for financing investment projects are analyzed. The essence of the concept of «financial leasing» is disclosed. The main shortcomings and prospects of financial leasing in investment activity, as well as ways to improve it, are considered. It is substantiated that financial leasing is a powerful method of financing investment activity of enterprises.*

Keywords: *enterprise, organization, finance, investment, investment projects, leasing, financial leasing, leasing activity, advantages of financial leasing, lack of financial leasing, leasing investment projects, lessor.*

Для сучасних тенденцій економічного розвитку України характерними є обмеженість коштів для оновлення та розширення виробництва. Із розвитком технічного прогресу інвестиційні потреби виробничих комплексів не можуть утримуватися за рахунок традиційних каналів фінансування, якими є бюджетні кошти, власні ресурси або довгострокові банківські кредити. Нині більшість підприємств не мають достатньої кількості власних ресурсів. Банки віддають перевагу кредитуванню підприємств, які мають позитивну кредитну історію та забезпечені високоліквідними засобами. На ринку позикових коштів переважають короткострокові кредити, водночас в Україні зростає внутрішній попит на довгострокове фінансування. Отже, відбувається зсув пріоритетів у джерелах фінансування, що вимагає розвитку принципово нових фінансових інструментів реального інвестування.

Актуальність статті є зумовленою розвитком фінансового лізингу в Україні як основного джерела фінансування інвестиційних проектів, а також формуванням лізингового ринку передусім через несприятливий стан і низьку ефективність виробництва. На сучасному етапі розвитку вітчизняної економіки виникає потреба в модернізації українських підприємств, покращенні рівня їх технічного переоснащення, забезпеченні новими робочими місцями.

У нашій країні недостатньо уваги приділяється функціонуванню ринку фінансового лізингу, принципам його реалізації, проведенню державної політики у сфері лізингу та його використання як інвестиційного інструмента. Саме питання системного підходу до ринку фінансового лізингу з боку держави має вирішальне значення для оптимізації та підвищення ефективності діяльності вітчизняних підприємств.

Дослідженням фінансового лізингу як джерела фінансування інвестиційних проектів основних засобів виробництва займаються Овчаренко Т. А., Андронова О. Ф., Лісовський М. А., Онищук Я. В., Андрійчук В. Г. та ін. Серед зарубіжних фахівців, які досліджують фінансовий лізинг як джерело фінансування інвестиційних проектів, слід згадати Газмана В. Д., Гехта Л. І., Головніну Л. А., Кабатову О. В., Карпа М. В.

Метою написання статті є визначення сутності фінансового лізингу як основного джерела фінансування діяльності підприємств.

Нині значна частина інвестицій надходить до України з-за кордону. Оскільки найближчим часом планується збільшення імпорту капітального обладнання та технологій, іноземний капітал має стати основним джерелом фінансування інвестицій.

Необхідність технічного переоснащення виробництва вимагає законодавчого створення сприятливих умов для розвитку інвестиційних механізмів. Своєрідною відправною точкою у розвитку законодавчого регулювання лізингу в Україні став Закон «Про лізинг». Під лізинговою діяльністю розуміють вид інвестиційної діяльності щодо придбання майна і передачі його у лізинг. Окрім Закону України «Про лізинг», лізингова діяльність регулюється Законами України «Про оподаткування прибутку підприємств» і «Про податок на додану вартість», а також Цивільним та Господарським кодексами.

Найбільш поширеним видом лізингу є фінансовий лізинг. Згідно із Законом України «Про фінансовий лізинг», фінансовий лізинг – це вид цивільно-правових відносин, що виникають із договору фінансового лізингу, за яким лізингодавець зобов'язується набути у власність річ у продавця (постачальника) відповідно до встановлених лізингоодержувачем специфікацій та умов і передати її у користування лізингоодержувачу на визначений строк не менше одного року за встановлену плату (лізингові платежі) [1].

Головними характеристиками фінансового лізингу є те, що:

– метою лізингоодержувача є або придбання об'єкта лізингу, або користування ним протягом майже всього його строку служби; усі права й обов'язки, що випливають із права економічної власності на об'єкт лізингу, несе лізингоодержувач;

– лізингоодержувач має намір сплатити повну або майже повну вартість майна протягом строку лізингу, а відтак швидше отримати об'єкт лізингу у власність із закінченням строку лізингу.

Лізингоодержувач сам обирає об'єкт лізингу, а потім звертається до лізингодавця за коштами. Це важливо, оскільки лізингова компанія, що фінансує угоду, не повинна нести відповідальність за якість, технічні характеристики, навіть якщо вона є його юридичним власником.

Лізингоодержувач має право (а згідно із Законом України «Про лізинг» – зобовязаний) отримати об'єкт лізингу у власність.

Порівняно з іншими способами інвестування, фінансовий лізинг має кілька суттєвих відмінностей: строк фінансового лізингу близький до строку нормативної амортизації; відсутнє право лізингоотримувача на дострокове розірвання угоди в однобічному порядку; технічне обслуговування та ремонт здійснює лізингоотримувач; лізингоотримувач має переважне право придбати майно у власність із закінченням строку угоди [2].

Держава через використання механізмів стимулювання лізингової діяльності може значно зменшити бюджетні витрати на фінансові інвестиції, сприяти збільшенню виробничого й експортного потенціалу країни. Особливо важливим є розвиток ринку лізингових послуг для держави, яка при цьому отримує такі переваги: пожвавлення інвестиційної активності, мобілізація фінансових коштів саме під інвестиційні проекти, гарантоване їх використання для переоснащення виробництва. Держава має сприяти створенню великих лізингових компаній, особливо для поставок обладнання малому та середньому бізнесу, які б виступили як генеральні орендарі і вели розрахунки як із вітчизняними, так із зарубіжними постачальниками, і на основі суборенди здавали б обладнання малим і середнім підприємствам [3].

Україні необхідні інвестиції, але не спекулятивного, а довгострокового характеру, які формують стабільну економіку. Найбільш привабливими галузями для українського лізингового бізнесу можуть стати будівництво, авіаперевезення, судноперевезення, сільське господарство, мале підприємництво й інші сфери бізнесу [4].

Перевагами фінансового лізингу для лізингоодержувача є те, що:

– лізинг є однією з найдоступніших форм довгострокового фінансування для отримання техніки. Лізингодавці звичайно спеціалізуються на певних видах обладнання, а це дозволяє їм залучати кредити від виробників обладнання або мати доступ до іноземних ринків капіталу, беручи на себе частину кредитного ризику при наданні лізингового майна;

– лізинг не обмежує можливості підприємства в отриманні кредитів, оскільки не вноситься до кредитної історії;

– простіші схеми забезпечення виконання зобов'язань, оскільки майно, яке передається у лізинг, є водночас і заставою, з цієї причини лізингодавці є менш вимогливими до попередньої кредитної історії лізингоодержувача; це дозволяє новоствореним і малим підприємствам отримувати лізингове фінансування легше, ніж банківські кредити;

– гнучкість платежів: за договором лізингу платежі можна побудувати відповідно до очікуваного грошового потоку лізингоодержувача.

Перевагами фінансового лізингу для лізингодавця є:

– менш жорстке регулювання та сприятливий податковий режим;

– менші ризики порівняно із кредитами, оскільки майно, що є предметом лізингу, одночасно є забезпеченням виконання зобов'язань за договором, а позичені кошти лізингоотримувачі використовують за цільовим призначення [6].

Нині фінансовий лізинг є ефективним фінансовим інструментом інвестування розвитку економіки. Прикладом цього може бути той факт, що через лізинг у Європі фінансується в середньому 25–30 % усіх інвестицій. Крім того, це один із найпоширеніших у світовій практиці методів фінансування технічного оснащення й оновлення виробництва, який має давні традиції. У країнах із розвиненою ринковою економікою лізинг становить майже третину інвестицій у основні засоби, а в решті країн із високими показниками зростання – від 10 % до 15% (в Україні – лише 1,5 %). У таких країнах Східної Європи, як Естонія, Чеська Республіка, Угорщина, Польща співвідношення річного обсягу ринку лізингу й обсягу валового внутрішнього продукту коливається від 2 % до 5 % (в Україні – лише 0,3%) [5].

Однією з головних причин стрімкого й успішного розвитку лізингового ринку в провідних країнах світу є сприятлива державна політика у сфері регулювання лізингових операцій, зокрема фінансового та податкового законодавства. Незважаючи на активний розвиток фінансової системи, ринок лізингових послуг в Україні перебуває на стадії становлення. При цьому активізація лізингових операцій істотно впливає на розширення реального сектора економіки України.

Станом на 30 вересня 2016 р. до Переліку юридичних осіб, які мають право надавати фінансові послуги та перебувають на обліку в Національній комісії, що здійснює державне регулювання у сфері ринків фінансових послуг, внесено інформацію про 240 юридичних осіб – лізингодавців. До Державного реєстру фінансових установ внесено інформацію про 406 фінансові компанії, що надають послуги фінансового лізингу (рис. 1) [5].

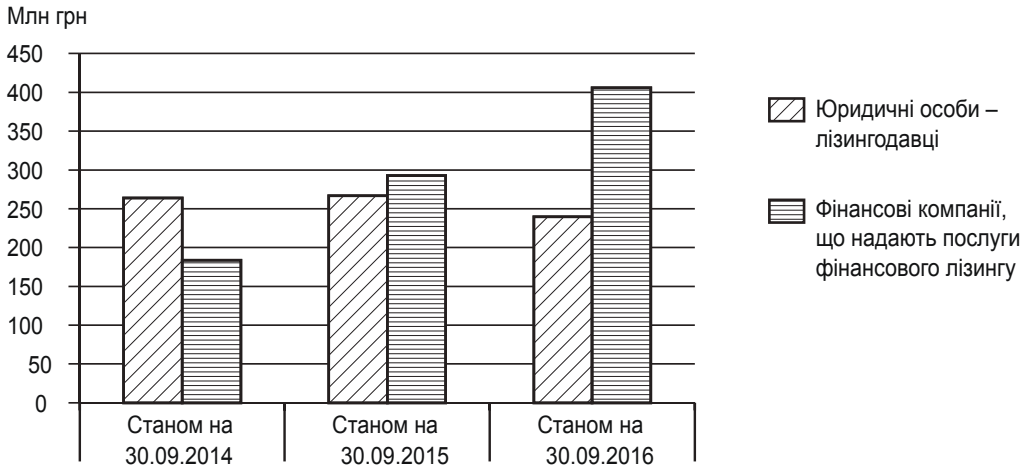


Рис. 1. **Кількість юридичних осіб – лізингодавців і фінансових компанії, що надають послуги фінансового лізингу**

Протягом дев'яти місяців 2016 р. фінансовими компаніями та юридичними особами, які не мають статусу фінансових установ, але можуть згідно із законодавством надавати фінансові послуги, укладено 7 401 договір фінансового лізингу на суму 7 772,7 млн грн. Вартість об'єктів лізингу, що є предметом договорів, становить 6 010,7 млн грн. Вартість чинних договорів фінансового лізингу станом на 30 вересня 2016 р. становить 23 907,1 млн грн. Приблизно 99,7 % усіх послуг фінансового лізингу надається юридичними особами – суб'єктами господарювання, які не є фінансовими установами (рис. 2; 3) [5]. Кількість договорів, укладених у 2014–2016 рр., зображено на рис. 3 [5].

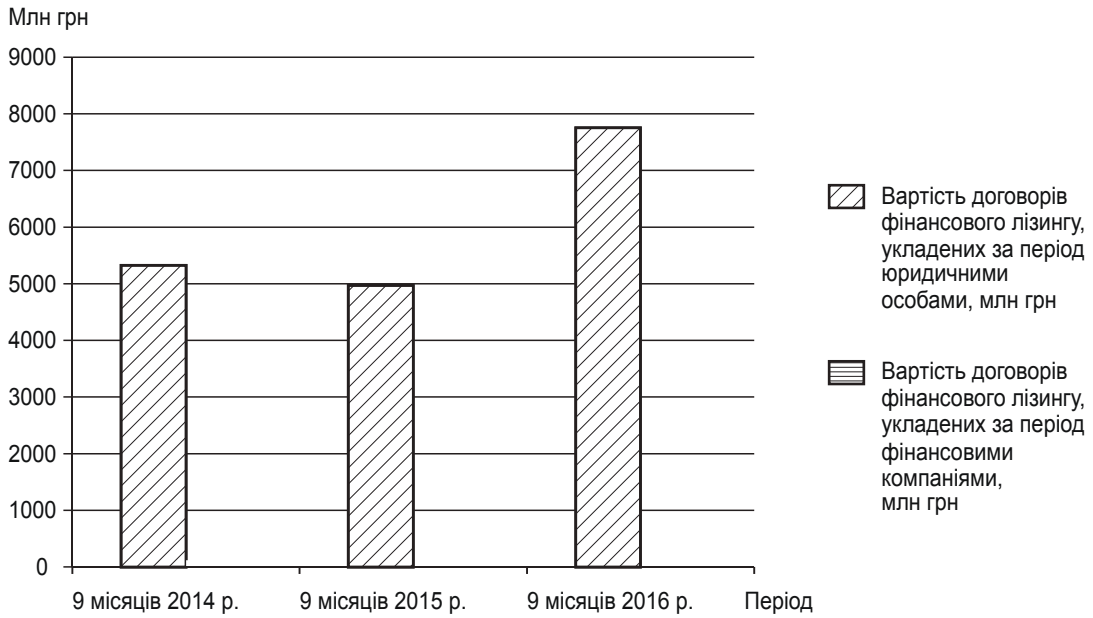


Рис. 2. **Вартість договорів фінансового лізингу, укладених у 2014–2016 рр.**

За підсумками дев'яти місяців 2016 р. спостерігається збільшення кількості договорів фінансового лізингу в 1,7 рази (4 688 одиниць) порівняно з відповідним періодом 2015 р. При цьому вартість договорів фінансового лізингу зросла на 56,2 % (на 2 795,9 млн грн) [5].

Нині український ринок лізингу заповнений тільки на 12 %, що свідчить про великий потенціал подальшого розвитку. Незважаючи на політичні складнощі в країні, ринок фінансового лізингу демонструє помітну динаміку зростання: усе більше компаній і приватних споживачів починають розуміти переваги лізингу і вибирати його як найбільш ефективний і надійний варіант фінансування купівлі основних коштів. Розвиток українського ринку лізингових послуг залежить також від обізнаності потенційних клієнтів про лізинг.

Гарантією позитивної динаміки зростання ринку лізингу є широка інформованість про те, що лізинг дозволяє обом сторонам досягати своїх цілей: клієнтам – переоснащувати виробничі потужності й розвивати бізнес, а лізинговим компаніям – реалізовувати фінансові проекти та розширювати комплекс послуг [6].

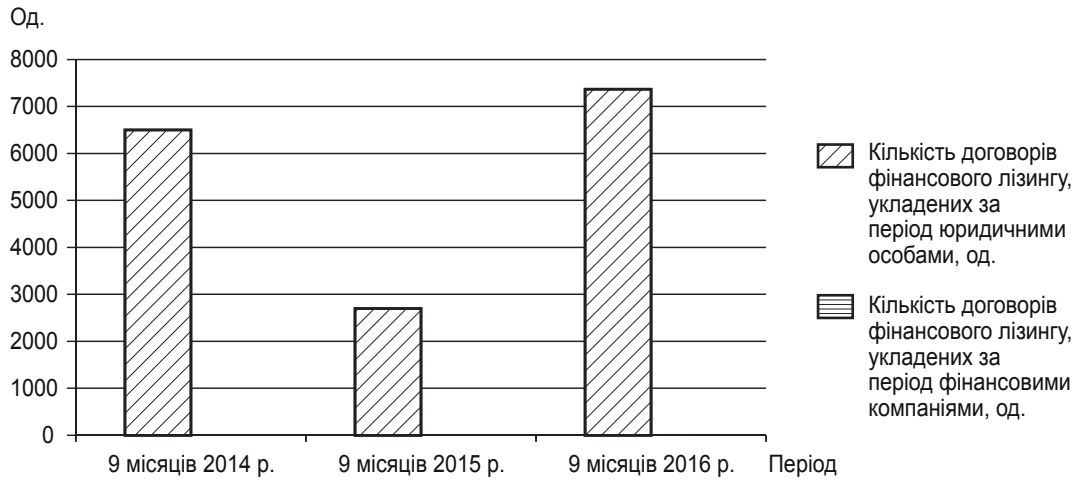


Рис. 3. **Кількість договорів фінансового лізингу, укладених у 2014–2016 рр., од.**

Після того як названо основні переваги фінансового лізингу, доцільно розібратися, які ж недоліки розвитку лізингу в Україні. До них належать:

– обмежений доступ вітчизняних лізингових компаній до дешевих фінансових ресурсів, результатом чого є висока вартість лізингових послуг;

– оподаткування комісій і відсотків за договорами лізингу податком на додану вартість;

– дискримінаційні положення відносно національного виробника: обладнання, яке іноземний виробник може постачати українському споживачу напряму, український виробник зобов'язаний надавати тільки через посередника;

– обмеженість доступу до лізингового ринку підприємств –виробників об'єктів лізингу;

– неефективні ставки амортизаційних відрахувань за предметами лізингу;

– відсутність державних програм стимулювання застосування лізингу як джерела оновлення основних фондів [6].

Ураховуючи переваги та недоліки, можна сказати, що активне впровадження лізингових операцій сприятиме оновленню основних фондів через збільшення доступу підприємств до зовнішніх джерел фінансування інвестицій і розвитку малого та середнього бізнесу завдяки більшій доступності лізингових операцій порівняно з іншими інструментами запозичень. Окрім того, розвиток лізингу стимулюватиме підвищення ефективності кредитної політики банків у результаті створення конкурентного середовища між джерелами фінансування та розвиток організованого вторинного ринку багатьох видів техніки [7].

Важливою умовою розвитку лізингових відносин є створення сучасного мобільного законодавства, що стимулюватиме ділову активність усіх учасників лізингових угод: лізингових фірм, банків, підприємств виробничої та сервісної сфери, потенційних лізингових одержувачів.

Аналізуючи подану інформацію, можна сказати, що фінансовий лізинг є альтернативною формою фінансування, у якій поєдналися орендні відносини, елементи кредитування та фінансування. Активне впровадження лізингових операцій може дати поштовх розвитку малого та середнього бізнесу, оновленню основних фондів і матеріальної бази підприємств, їх індустріалізації. Українські підприємства повинні розглядати фінансовий лізинг як спосіб залучення капіталу, який дає змогу модернізувати виробництво й адаптувати його до вимог ринку.

Оскільки операції фінансового лізингу є дієвим і реальним способом фінансування виробництва, нині фінансовий лізинг є найперспективнішим фінансовим інструментом, спроможним ефективно розвивати виробництво й активізувати інвестиційний процес у країні.

Таким чином, надзвичайно важливою є саме державна підтримка лізингу в Україні. За її посередництва лізинг можна розглядати як одну з найперспективніших форм інвестування, що сприятиме поліпшенню фінансового стану безпосередніх товаровиробників і підвищенню конкурентоспроможності вітчизняного малого й середнього бізнесу.

Науковий керівник – канд. екон. наук, доцент Дзеніс В. О.

Література: 1. Про фінансовий лізинг : Закон України від 16.12.1997 № 723/97-ВР // База даних «Законодавство України» / Верховна Рада України. URL: http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/723/97-%D0%B2%D1%80. **2.** Овчаренко Т. А. Фінансовий лізинг як форма залучення інвестиційних ресурсів на підприємствах. *Вісник Київського національного університету імені Тараса Шевченка.* 2011. № 123. С. 41—44. **3.** Андронова О. Ф., Каменщик О. А. Проблеми фінансового лізингу в Україні. *Економічний простір.* 2010. № 44. С. 159—164. **4.** Лісовський М. А. Розвиток ринку лізингових послуг в Україні. *Товари і ринки.* 2010. № 1. С. 29—36. **5.** Інформація про стан і розвиток фінансових компаній, лізингодавців та ломбардів України // Національна комісія, що здійснює державне регулювання у сфері ринків фінансових послуг. URL: https://nfp.gov.ua/content/stan-i-rozvitok-finansovih.html. **6.** Онищук Я. В. Розвиток лізингу в Україні. *Фінанси України.* 2005. № 7. С.106–113. **7.** Андрійчук В. Г. Фінансовий лізинг у розвитку матеріально-технічної бази аграрних підприємств. *Економіка АПК.* 2003. № 3. С. 65—69.

СУТНІСТЬ І ВИДИ ФІНАНСОВИХ РИЗИКІВ У СИСТЕМІ РИЗИК-МЕНЕДЖМЕНТУ ПІДПРИЄМСТВА

УДК 330.43

Никитчук В. Л.

Магістрант 2 року навчання
фінансового факультету ХНЕУ ім. С. Кузнеця

Анотація. *Проаналізовано тлумачення сутності поняття фінансового ризику, узагальнено й удосконалено його визначення. Розглянуто відомі класифікації фінансових ризиків за різними ознаками. Запропоновано власну класифікацію фінансових ризиків із розподілом їх на внутрішні та зовнішні. За авторськими класифікаційними ознаками виділено основні види фінансових ризиків у діяльності підприємства.*

Ключові слова: *підприємство, організація, фінанси, фінансовий ризик, менеджмент, класифікація фінансових ризиків, внутрішні фінансові ризики, зовнішні фінансові ризики.*

Аннотация. *Проанализированы толкования сущности понятия финансового риска, обобщено и усовершенствовано его определение. Рассмотрены известные классификации финансовых рисков по различным признакам. Предложена собственная классификация финансовых рисков с разделением их на внутренние и внешние. Согласно авторским классификационным признакам выделены основные виды финансовых рисков в деятельности предприятия.*

Ключевые слова: *предприятие, организация, финансы, финансовый риск, менеджмент, классификация финансовых рисков, внутренние финансовые риски, внешние финансовые риски.*

Annotation. *The interpretations of the essence of the concept of financial risk are analyzed, its definition is generalized and improved. The known classifications of financial risks by various characteristics are considered. Proposed own classification of financial risks, dividing them into internal and external ones. According to the author's classification characteristics, the main types of financial risks in the enterprise's activities are identified.*

Keywords: *enterprise, organization, finance, financial risk, management, classification of financial risks, internal financial risks, external financial risks.*

Актуальність дослідження є пов'язаною із тим, що деякі класифікації фінансових ризиків розроблено із порушенням вироблених практичною логікою правил їх побудови, що створює обмеження для практичного застосування. Крім того, відсутня комплексна класифікація можливих фінансових ризиків діяльності підприємства. Тому важливо систематизувати наявні класифікації, ураховуючи особливості діяльності державних організацій.

© Никитчук В. Л., 2017

Дослідженням проблемних питань ризик-менеджменту й управління фінансовими ризиками займаються Вітлінський В. В., Золін П. А., Лапуста М. Г., Таран О. В., Шаршукова Н. Г. та ін.

На вид ризику впливають не тільки суспільно-економічні фактори, часто визначальними є політико-адміністративні. У соціалістичній системі господарювання більшість ризиків відсутні, оскільки тотальна плановість та адміністративне управління економікою мінімізує невизначеність і спекулятивність дій суб'єктів господарювання, що є основними факторами виникнення ризиків.

Фінансовий ризик – це невід'ємна складова будь-якої фінансової діяльності, що являє собою неминучі фінансові відносини, які мають різні напрями прояву через виникнення об'єктивно існуючої недостатності, неточності або надмірності економічної інформації щодо здійснення певних подій або їх випадковості, обчислюється на підставі оцінки ймовірності втрат унаслідок здійснення під час таких подій певної господарської діяльності [4].

Вітчизняні науковці визначають фінансовий ризик як такий, що характеризується ймовірністю втрат фінансових ресурсів (грошових коштів) у підприємницькій діяльності. У цьому розумінні поняття фінансового ризику тотожне поняттю комерційного (підприємницького) ризику. Першим недоліком цього визначення є те, що ототожнюються поняття, які є назвами класів у межах однієї класифікаційної системи. Другим є те, що поняття фінансових ресурсів ототожнюють із поняттям грошових коштів, що є принциповою помилкою у розумінні саме фінансових ресурсів [6].

Метою написання статті є уточнення сутності поняття фінансового ризику й розробка комплексної системи класифікації видів фінансових ризиків із урахуванням їх особливостей і сфер діяльності підприємства.

Об'єктом дослідження є особливості аналізу фінансового ризику підприємства, показників прибутковості, що дають змогу судити про ефективність його роботи. Предметом дослідження є особливості фінансових ризиків підприємства як можливість відхилення вартості, що формується на основі цього економічного змісту, розподіляється та перерозподіляється за допомогою фінансів.

Особливістю фінансового ризику є те, що він неодмінно впливає на рух фінансових потоків і зміну структури фінансових активів підприємства. Поява будь-якого виду економічного ризику неминуче спричинюватиме появу фінансових ризиків. Застосування будь-якого методу мінімізації економічного ризику змінює рівень і структуру фінансових ризиків діяльності підприємства.

У практиці формування системи ризик-менеджменту підприємств поширеною є система класифікації ризиків на основі Generally Accepted Risk Principles (GARP), розроблена аудиторською групою Coopers & Lybrand, що виокремлює шість груп ризику: ринкові, кредитні, ризики концентрації, ризики ліквідності, операційні ризики та ризики бізнес-події [3]. Однак, ця система класифікації дає змогу диференціювати фінансовий ризик і частково підприємницький ризик, але не охоплює інші сфери економічного ризику.

Фінансові ризики класифікують за ознакою тривалості ризику або за обмеженістю (необмеженістю) проміжку часу, протягом якого може статися ризикова подія [6]. Короткочасними вважають ризики, для яких обмежений проміжок часу, протягом якого може статися ризикова подія. Постійними вважають ризики, якщо тривалість такого проміжку часу є необмеженою.

На рис. 1. подано класифікацію фінасових ризиків [3–6].

Інфляційні ризики є пов'язаними із знеціненням національної валюти, що призводить до негативних внутрішніх (зниження вартості активів, скорочення доходів і прибутків, зростання терміну оборотності капіталу) та зовнішніх (зниження купівельної спроможності споживачів, зростання рівня конкуренції, банкрутство бізнес-партнерів) ефектів. Інфляційні ризики є особливо небезпечними для імпортерів продукції або підприємств, які купують імпортну сировину, матеріали та комплектування для виробництва продукції.

Протилежними за напрямом дії та наслідками є дефляційні ризики, які проявляються у подорожчанні національної грошової одиниці. Існування значних дефляційних ризиків призводить до зниження доходів експортерів, створює додаткові позитивні ефекти для діяльності імпортерів і підприємств, які купують імпортні ресурси.

Валютні фінансові ризики за своєю природою подібні до інфляційних і дефляційних ризиків, оскільки виникають через коливання курсів іноземних валют і впливають безпосередньо на діяльність суб'єктів зовнішньоекономічної діяльності.

Депозитні ризики – це ймовірність неповернення депозитних вкладів, непогашення депозитних сертифікатів, зміни в умовах депозитної угоди або правилах надання таких послуг банками. Прикладом виникнення депозитних ризиків є заборона Національного банку України у вересні–листопаді 2008 р. на дострокове розірвання депозитної угоди з боку клієнта.

Податкові ризики є пов'язаними із неправильним адмініструванням і збиранням податків та зборів державними органами влади. Одним із основних видів податкових ризиків є ризик невідшкодування податку на додану вартість для експортерів товарів і послуг. Виникнення цього виду ризику знижує фінансову стабільність і ліквідність діяльності підприємства, спричиняє виникнення низки інших фінансових ризиків, як правило, із негативними ефектами.

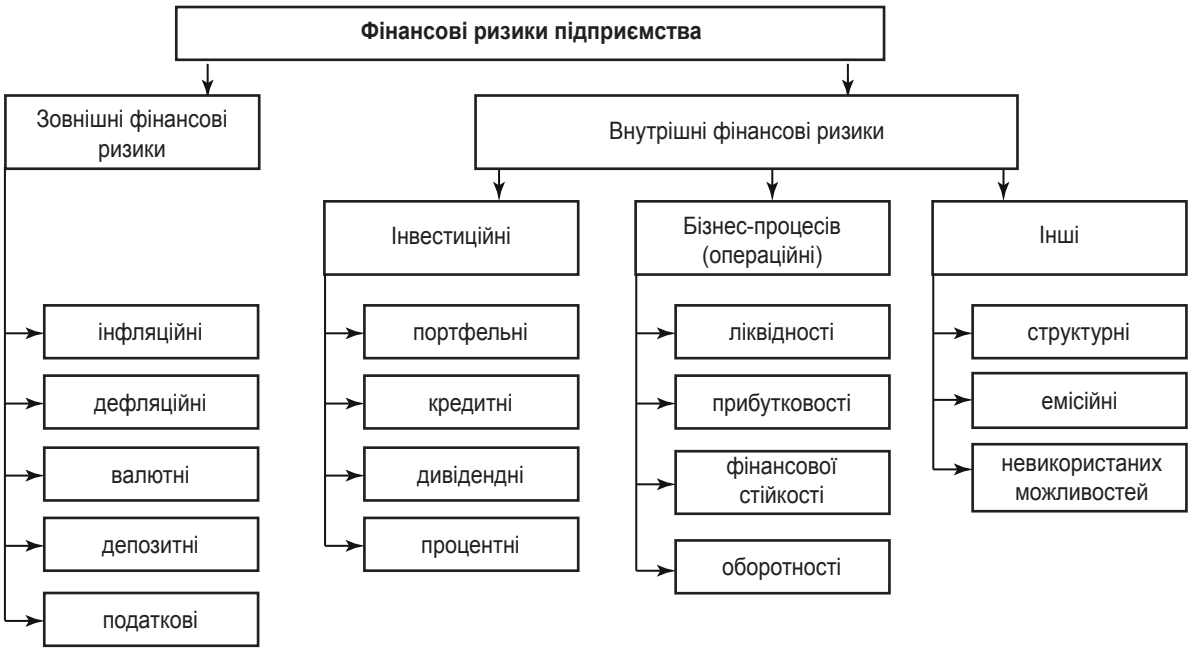


Рис. 1. **Класифікація фінансових ризиків підприємства**

Інвестиційні ризики є пов'язаними із коливанням отриманого доходу від інвестиційної діяльності підприємства. Вкладаючи різноманітні матеріальні та нематеріальні активи у інвестиційні проекти, підприємство сподівається одержати певний дохід або інший позитивний соціально-економічний ефект.

Портфельний ризик є інтегральним, відображає сукупність фінансових ризиків усіх фінансових і матеріальних активів, що є складовими інвестиційного портфеля.

Унаслідок зміни процентних ставок на ресурси, капітал та інші фактори виробництва виникає процентний ризик. Цей ризик можна зарахувати до зовнішніх ризиків, однак, для багатьох підприємств він є внутрішнім (банків, кредитних спілок, лізингових організацій і підприємств, які надають товарні кредити) [4].

Вплив кредитних ризиків на діяльність вітчизняних підприємств не є таким значним, як у фінансово-економічній системі розвинених країн. Оскільки вітчизняний фондовий ринок є нерозвиненим, обсяги банківського кредитування значно менші, ніж у розвинених країнах, товарні кредити постачальників також скорочуються, про що свідчать статистичні дані кредиторської та дебіторської заборгованостей. Світова економічна криза 2008 р. спричинила зростання ймовірності виникнення кредитних ризиків.

Ризики бізнес-процесів розподіляють за традиційними напрямами фінансового аналізу діяльності підприємства на ризики ліквідності, оборотності, прибутковості та фінансової стійкості. Ризики ліквідності залежать від активів підприємства.

Чим вищим є значення ліквідності активу, тим нижчим є рівень ризику ліквідності, і навпаки, із зниженням рівня ліквідності рівень фінансового ризику зростає. Згідно із класифікацією ліквідності активів найвищий рівень ліквідності має готівка у касі, кошти на розрахунковому рахунку та депозитні вклади до запитання, а найнижчий – споруди та будівлі виробничого призначення, виробничі об'єкти незавершеного будівництва та ін. [5].

Ризик оборотності активів проявляється в тому, наскільки швидко фінансові активи обертаються у діяльності підприємства. Швидкість і період обігу фінансових активів є визначуваним насамперед внутрішніми умовами діяльності підприємства: чіткістю встановлених цілей, розробленої стратегії, оптимальністю структури управління й ефективністю дії ризик-менеджменту.

Ризик прибутковості проявляється у коливаннях рівня прибутку, який очікує отримати підприємства у фінансово-економічній діяльності. За ринкових умов господарювання рівень прибутковості може змінюватися завдяки ефективному податковому плануванню й оптимізації витрат, вибору амортизаційної політики тощо.

Ризик фінансової стійкості полягає у порушенні рівноваги та стабільності фінансово-економічного розвитку підприємства. Цей ризик може виникнути через недосконалу структуру капіталу (використання великої частки позичених коштів або, навпаки, відмову від користування ними на етапі зростання підприємства), що пов'язано із незбалансованістю вхідних і вихідних грошових потоків підприємства за обсягами та структурою.

Структурний фінансовий ризик виникає через відсутність оптимальної структури витрат (незбалансованості за постійними та змінними витратами, інвестиційними й операційними, прямими та непрямими). Емісійний

ризик виникає через відсутність попиту або його перевищення на цінні папери, емісію яких здійснює підприємство.

Фінансові ризики доцільно розподіляти за ознакою причинності на причинні та наслідкові. Ризики є пов'язаними між собою, і поява одного може спричинити появу інших видів ризиків. Фінансові ризики не тільки перебувають у центрі діяльності будь-якого підприємства, а й істотно впливають на ризики в інших сферах його діяльності, що визначає фінансову сферу як головний елемент стратегії управління ризиками підприємства [4].

Особливо чітко такий зв'язок ризиків спостерігається за сучасної кризової ситуації, коли фінансові ризики спричинили низку економічних ризиків (виробничі, трудові, інноваційні тощо). Однак, відомі випадки, коли ситуація є протилежною, економічні ризики призводять до появи фінансових ризиків. Класифікація ризиків за ознакою причинності є дуже корисною: якщо ефективно управляти причинними ризиками, можна уникнути виникнення фінансових ризиків із негативними ефектами [5].

Таким чином, було проаналізовано й узагальнено визначення сутності поняття фінансового ризику. Досліджено різні класифікації фінансових ризиків і виявлено, що їх розроблено із порушенням вироблених практичною логікою правил побудови класифікацій, що створює обмеження для практичного застосування. Удосконалено наявні класифікації із урахуванням особливостей діяльності державних організацій і досліджуваної проблематики. Ураховуючи, що інструментарій менеджменту та ризик-менеджменту істотно відрізняється в управлінні внутрішнім і зовнішнім середовищем будь-якого суб'єкта господарювання, для формування уніфікованої карти всі ризики розподілено на внутрішні та зовнішні. Запропоновано ризики розподіляти за ознаками причинності, сегментами фінансового ринку та етапами виробничо-господарської діяльності.

Науковий керівник – канд. екон. наук, доцент Добринь С. В.

Література: 1. Золин П. Истоки рисковедения и риск-менеджмент. *Управление рисками.* 2001. № 4. С. 36–39. **2.** Клапків М. С. Страхування фінансових ризиків : монографія. Тернопіль : Економічна думка ; Карт-бланш, 2002. 570 с. **3.** Вітлінський В. В. Концептуальні засади ризикології у фінансовій діяльності. *Фінанси України.* 2003. № 3. С. 3–7. **4.** Таран О. В. Сучасні питання проблематики ризиків фінансової сфери діяльності підприємств: теоретичні узагальнення та прикладний аналіз. Харків : Константа, 2004. 108 с. **5.** Давыдов С. Б. Об оценке инвестиционного риска. *Бухгалтерский учет.* 1993. № 4. С. 15–18. **6.** Плаксієнко В. Я., Бабенко В. Г. Проблеми категоріального обґрунтування страхування фінансових ризиків. *Вісник Сумського національного аграрного університету.* 2006. № 1. С. 17–19.

ПОРІВНЯЛЬНИЙ АНАЛІЗ СУЧАСНИХ МЕТОДІВ ОЦІНЮВАННЯ ФІНАНСОВИХ РЕЗУЛЬТАТІВ ПІДПРИЄМСТВА

УДК 005.52:658.14/.17

Нурлаєва Е. Л.

Студент 4 курсу
фінансового факультету ХНЕУ ім. С. Кузнеця

Анотація. *Досліджено сучасні методи оцінювання фінансових результатів підприємства. Проаналізовано вплив цих методів на ефективність і результативність діяльності підприємства. Обґрунтовано основні аргументи стосовно недоцільності застосування показників чистого прибутку та рентабельності як показників ефективності та результативності.*

© Нурлаєва Е. Л., 2017

Ключові слова: *підприємство, організація, фінанси, прибуток, фінансовий результат, податок, ефективність, рентабельність, амортизація, чистий прибуток, прибуток до сплати процентів, податків та амортизації, чистий операційний прибуток після сплати податків.*

Аннотация. *Исследованы современные методы оценки финансовых результатов предприятия. Проанализировано влияние этих методов на эффективность и результативность деятельности предприятия. Обоснованы основные аргументы относительно нецелесообразности применения показателей чистой прибыли и рентабельности как показателей эффективности и результативности.*

Ключевые слова: *предприятие, организация, финансы, прибыль, финансовый результат, налог, эффективность, рентабельность, амортизация, чистая прибыль, прибыль до уплаты процентов, налогов и амортизации, чистая операционная прибыль после уплаты налогов.*

Annotation. *The modern methods of estimating the financial results of an enterprise are investigated. The influence of these methods on the efficiency and effectiveness of the enterprise's activity is analyzed. The main arguments regarding the inexpediency of applying the indicators of net profit and profitability as indicators of efficiency and effectiveness are substantiated.*

Keywords: *enterprise, organization, finance, profit, financial result, tax, efficiency, profitability, depreciation, net profit, profit before tax and depreciation, net operating profit after tax.*

За сучасних умов розвитку ринкових відносин актуальності набуває якісне оцінювання фінансових результатів діяльності підприємства. Вчасний та об'єктивний аналіз фінансових результатів сприятиме підвищенню ефективності діяльності підприємства, його інвестиційної привабливості та ділової активності, раціональному й ефективному використанню матеріальних, трудових і фінансових ресурсів, уникненню економічно невиправданих витрат.

Величина фінансового результату підприємства впливає на рівень конкурентоспроможності підприємства, дозволяє визначити можливості його подальшого розвитку та запаси фінансової стійкості, що, у свою чергу, дає змогу підприємству швидко реагувати на зміни у ринковій кон'юнктурі. Питання оцінювання фінансових результатів підприємства нині набувають неабиякої актуальності та потребують подальшого поглибленого вивчення.

Дослідженням особливостей оцінювання фінансового результату підприємства займалися вітчизняні науковці-економісти Вороніна О. О., Білик М. Д., Мних Є. В., Савчук Т. В. та ін.

Метою написання статті є узагальнення методичних підходів до оцінювання фінансових результатів діяльності будь-якого суб'єкта господарювання з точки зору їх ефективності та результативності.

Фінансовий результат – це узагальнюючий якісний показник аналізу й оцінювання ефективності діяльності підприємства та його результативності, який є визначуваним як різниця між доходами та витратами від усієї господарської діяльності підприємства: операційної, інвестиційної та фінансової, що призводить до зростання або зменшення власного капіталу суб'єкта господарювання.

Оскільки саме фінансовий результат є показником ефективності та результативності діяльності підприємства, то оцінювати його лише аналізуючи чистий прибуток (збиток) і рентабельність як основні показники ефективної діяльності, не є доцільним. Адже поняття фінансового результату є значно ширшим, аніж поняття прибутку. Фінансовий результат здебільшого характеризується не лише наявністю прибутку або збитку, але й є показником, за допомогою якого можна визначити зміни власного капіталу підприємства, які формуються за рахунок нерозподіленого прибутку, що є одним із найважливіших показників ефективного функціонування та результативної діяльності підприємства.

За сучасних умов господарювання прибуток, що відображається у бухгалтерській звітності вітчизняних підприємств, є невиправдано завищеним. Таку ситуацію можна пояснити тим, що за умов інфляції оцінювання активів підприємства, зазначених у балансі, не свідчить про їх реальну вартість, оскільки основні засоби та товарно-матеріальні запаси штучно занижуються порівняно з їх реальною вартістю. Заниження вартості активів балансу призводить до заниження відповідних витрат, у тому числі амортизації, відповідно й до викривлення собівартості реалізованої продукції та прибутку [2].

Результати проведеного порівняння використання чистого прибутку як результативності підприємства й альтернативних показників результатів функціонування підприємства подано в таблиці (табл. 1) [5].

Як видно з табл. 1, показник чистого прибутку як критерій результативності не містить стимулів до прийняття оптимальних для підприємства фінансово-інвестиційних рішень. Зауважимо, що ці недоліки використання прибутку як критерію ефективності діяльності підприємства стосуються також відносних показників, розрахованих на підставі чистого прибутку. Можна навести аргументи на користь непридатності показників рентабельності для оцінювання ефективності функціонування підприємства. Так, рентабельність інвестицій (розраховується як відношення чистого прибутку до величини інвестиційних вкладень або вартості активів) вказує на те, що рента-

бельність є тим вищою, чим більшою є частка власного капіталу підприємства, адже проценти за користування позиковим капіталом зменшують чистий прибуток, а отже, й рентабельність [5]. Тому виявляється, що за однакового рівня прибутку підприємства, які динамічно розвиваються та здійснюють значні інвестиційні вкладення, є менш рентабельними, ніж інші, де відсутні інвестиції. Це є суперечливим моментом, оскільки підприємства, які фінансують свою діяльність за рахунок позикового капіталу, досить часто є ефективнішими та створюють вищу додану вартість, ніж ті, що фінансують свою діяльність за рахунок власного капіталу. Таку гіпотезу можна підтвердити реальними прикладами, що в країнах Заходу вважають, що співвідношення власних і позикових коштів підприємства має в середньому становити 40 % та 60 % відповідно. Це свідчить про те, що фінансування діяльності переважно за рахунок власного капіталу не є ефективним і результативним [4].

Таблиця 1

Порівняльний аналіз використання показника чистого прибутку та альтернативних показників результатів функціонування підприємства

Критерій	Чистий прибуток	Інші показники результативності
Приріст ринкової вартості компанії	Не дає можливості визначити приріст ринкової вартості компанії, оскільки в процесі розрахунку не беруть до уваги фактор зміни вартості грошей у часі	Дозволяють визначити приріст ринкової вартості компанії, оскільки беруть до уваги фактор зміни вартості грошей у часі шляхом аналізу показника чистих грошових потоків (Cash-flow)
Можливість маніпулювання з боку менеджменту	Можливе маніпулювання з боку менеджменту шляхом зміни методів оцінювання активів, нарахування амортизації або застосування інших інструментів штучного збільшення прибутку, який відображається у звітності, не впливає ні на збільшення чистих грошових потоків, ні на його ринкову вартість	Можливе маніпулювання шляхом розрахунків аналітичних показників прибутку, за допомогою яких проводиться аналіз чистих грошових потоків (Cash-flow), що дає підстави говорити про реальну ринкову вартість підприємства та його результативну діяльність
Вартість витрат на капітал	Не беруть до уваги ціну залучення власного капіталу підприємства й інші приховані витрати на капітал, отже, неможливо оцінити реальні витрати на реалізацію певної програми	У процесі розрахунку беруть до уваги витрати на капітал, що дає змогу підприємству обирати правильний напрям інвестиційної політики, не робити зайвих інвестицій

Основними аргументами проти застосування показників прибутку й рентабельності, що розраховуються на їх підставі, як критерію оцінювання результативності діяльності підприємств, є:

– наявність численних способів маніпулювання показниками прибутку, що відображаються у звітності;

– складність через застосування підприємствами різних систем звітності й методів визначення показників, які в них наводяться порівняльного оцінювання ефективності як у ретроспективі, так і стосовно інших суб'єктів господарювання;

– відсутність інформації в показниках чистого прибутку, які відображені у звіті про фінансові результати щодо створення підприємством доданої вартості;

– відсутність стимулів до прийняття оптимальних з точки зору підприємства фінансово-інвестиційних рішень;

– неврахування в показниках прибутку фактора зміни вартості грошей у часі, а при визначенні показників чистого прибутку – ціни залучення власного капіталу підприємства [4].

Отже, системи показників, розраховані на підставі чистого прибутку, зазнають істотного маніпуляційного впливу та не відображають реальних економічних результатів діяльності підприємства. Для проведення ефективного аналізу фінансових результатів підприємства та визначення результативності його діяльності слід застосовувати показники, які не спотворюють реальні результати. Існує кілька альтернативних показників результатів функціонування підприємства, які можуть бути застосовані для прийняття управлінських рішень:

– прибуток до виплати процентів, податків та амортизації (earnings before interest, taxes, depreciation and amortisation – EBITDA);

– прибуток до виплати процентів і податків (earnings before interest, and taxes – EBIT);

– чистий операційний прибуток після сплати податків (net operating profit after tax – NOPAT) [4].

Застосування цих показників ефективності та результативності підприємства є поширеним широко застосовуваним у країнах Заходу, оскільки лише наявність прибутку не робить підприємство ефективним. Вважаємо за доцільне продовжити впровадження розрахунку таких показників для вітчизняних підприємств, що дозволить ефективніше використовувати їх потенціал, сприятиме зростанню економіки країни в цілому.

Таким чином, правильно обрана методика аналізу фінансових результатів може стати підставою для отримання достовірних показників, максимально ефективного використання фінансових ресурсів підприємства, прийняття зважених фінансово-інвестиційних рішень, досягнення раціонального співвідношення власних і залучених коштів, фінансової стійкості й ефективного функціонування підприємства.

Науковий керівник – д-р екон. наук, професор Журавльова І. В.

Література: 1. Вороніна О. О. Управління фінансовим результатом промислового підприємства : автореф. дис. … канд. екон. наук : 08.00.04. Харків, 2009. 25 с. **2.** Білик М. Д., Павловська О. В. Фінансовий аналіз : навч. посіб. Київ : КНЕУ, 2009. 592 с. **3.** Мних Є. В., Барабаш Н. С. Фінансовий аналіз : підручник. Київ : КНТЕУ, 2014. 536 с. **4.** Савчук Т. В. Прибуток до вирахування фінансових витрат та податків. Економічний зміст і методика розрахунку у вітчизняній практиці. *Механізм регулювання економіки.* 2010. № 11. С. 23–26. **5.** Терещенко О. О., Стецько М. В. Системи показників у концепції фінансового контролінгу сфері бізнесу. *Фінанси України.* 2013. № 11. С. 66–83.

АНАЛІЗ ФІНАНСОВОЇ БЕЗПЕКИ БАНКІВСЬКОЇ СИСТЕМИ УКРАЇНИ

УДК 336.71.078.3

Овсяннікова В. С.

Магістрант 2 року навчання
фінансового факультету ХНЕУ ім. С. Кузнеця

Анотація. *Проведено аналіз фінансової безпеки банківської системи України. Розглянуто складові аналізу фінансової безпеки банківської системи, а також макроекономічні показники. Досліджено економічні нормативи й основні показники ефективності банківської системи України.*

Ключові слова: *економіка, політика, фінанси, фінансова безпека, банк, банківська установа, банківська система, фінансова безпека банківської системи, економічні нормативи банківської діяльності.*

Аннотация. *Проведен анализ финансовой безопасности банковской системы Украины. Рассмотрены составляющие анализа финансовой безопасности банковской системы, а также макроэкономические показатели. Исследованы экономические нормативы и основные показатели эффективности банковской системы Украины.*

Ключевые слова: *государство, экономика, политика, финансы, финансовая безопасность, банк, банковское учреждение, банковская система, финансовая безопасность банковской системы, экономические нормативы банковской деятельности.*

Annotation. *The analysis of financial security of the banking system of Ukraine is carried out. The components of the analysis of the financial security of the banking system, as well as macroeconomic indicators, are considered. The economic standards and main indicators of the efficiency of the banking system of Ukraine are investigated.*

Keywords: *economy, politics, finance, financial security, bank, banking institution, banking system, financial security of the banking system, economic standards of banking activities.*

За умов нестабільного економічного середовища однією з основних проблем, що стоїть перед вітчизняною банківською системою, є підтримка її фінансової безпеки. Актуальність цього питання є зумовленою структурними диспропорціями фінансового сектора економіки країни в цілому та банківської системи зокрема. Ці аспекти

© Овсяннікова В. С., 2017

пов'язані із переорієнтацією політики Національного банку України, спрямованої на оздоровлення банківської системи та підтримку її фінансової безпеки. Складовою реалізації політики Національного банку України є скорочення значної кількості банків, які мають банківську ліцензію: за період з 1 січня 2015 р. до 01 жовтня 2017 р. – з 163 до 88, що вказує на наявність негативних і позитивних ефектів у процесі забезпечення фінансової безпеки банківської системи та актуалізує необхідність аналізу стану її фінансової безпеки.

Дослідженням питань аналізу фінансової безпеки банківської системи займалися як зарубіжні, так і вітчизняні науковці, серед них Адаменко С. І., Барановський О. І., Герасимович А. М., Шиллер Р. І. та ін.

Метою написання статті є аналіз фінансової безпеки банківської системи України.

Фінансова безпека банку – це стан банківської установи, для якого характерними є збалансованість і стійкість до впливу зовнішніх і внутрішніх загроз, здатність досягати поставлених цілей і генерувати фінансові ресурси в достатньому обсязі для забезпечення поточної діяльності та стійкого розвитку [2].

Фінансова безпека банку безпосередньо залежить від загроз, що існують або можуть виникати в процесі його діяльності, їх поділяють на внутрішні та зовнішні [1].

Зовнішніми є загрози, які містять у собі фактори, що є результатом впливу зовнішнього середовища на банк, зокрема діяльність держави, економічна кон'юнктура в країні та світі, дії конкурентів. Внутрішніми є загрози, що генеруються безпосередньо банком або є частиною його внутрішнього середовища, наприклад рівень забезпеченості фінансовими ресурсами, незадовільна структура активів і пасивів, некомпетентність вищого керівництва і персоналу [3].

Для аналізу фінансової безпеки банківською системи необхідно проаналізувати дві групи показників (рис. 1) [1–5].

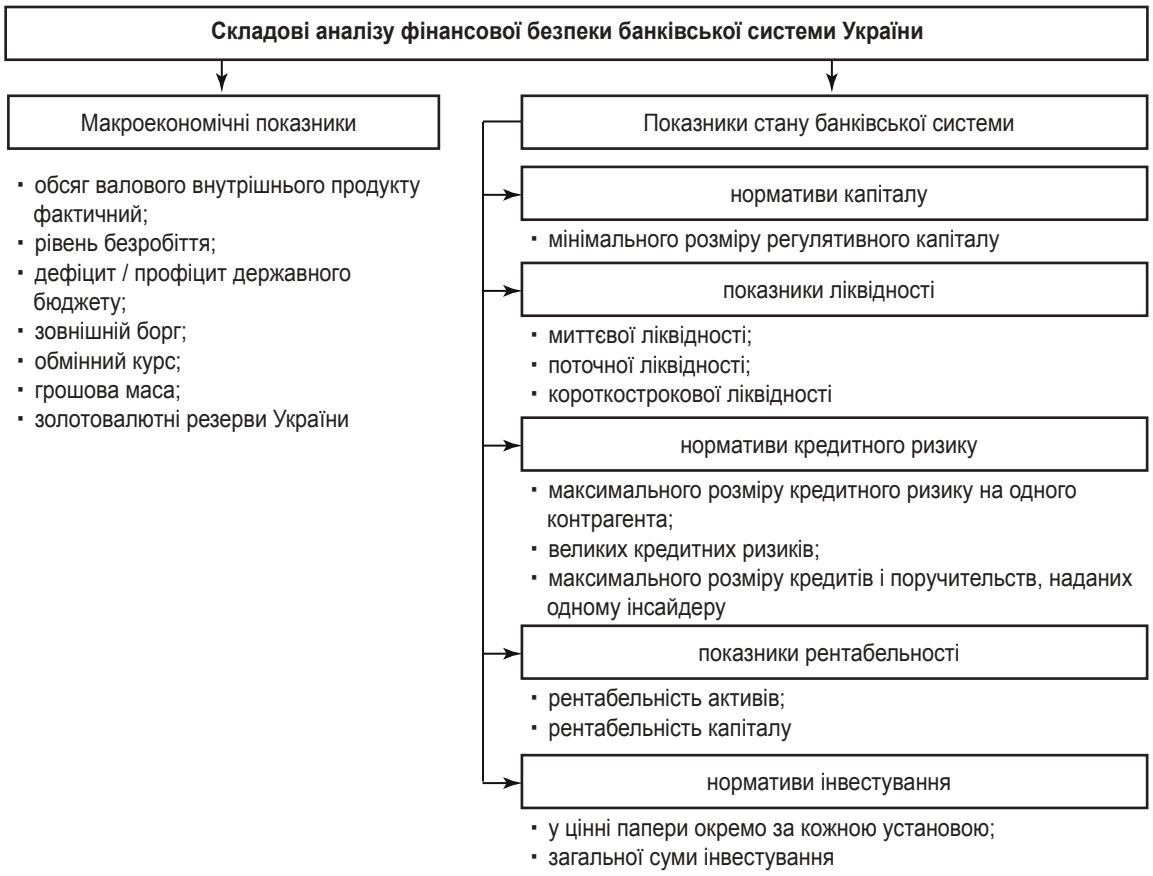


Рис. 1. **Складові аналізу фінансової безпеки банківської системи**

Фінансова безпека банків зазнає впливу як внутрішніх, так і зовнішніх факторів, а банківська система України є складовою економічної системи країни. Тому передусім необхідно з'ясувати вплив та умови економічного середовища, у якому функціонують банки. Відповідно до рис. 1, першим етапом проведемо аналіз основних макроекономічних індикаторів країни (табл. 1) [6].

Як видно з табл. 1, обсяг валового внутрішнього продукту країни після двох років глибокого падіння (2013–2014 рр.) демонструє тенденцію до розростання (2015 – 26 %, 2016 – 20 %). Рівень золотовалютних резер-

вів України з кінця 2015 р. стабілізувався на позначці, наближеній до 13 млрд дол. США, чому сприяло зниження від'ємного сальдо торговельного балансу та залучення фінансових ресурсів від міжнародних організацій та урядів.

Таблиця 1

Основні макроекономічні показники України, 2012–2016 рр.

Показник	Роки				
	2012	2013	2014	2015	2016
ВВП фактичний, млн грн	1411238	1454931	1566728	1979458	2383182
Рівень безробіття, %	8,1	7,7	9,7	9,5	9,9
Дефіцит / профіцит державного бюджету, млн грн	-53445	-64708	-78052	-45167,5	-70130
Зовнішній борг, млн дол. США	135065	142520	126307	118729	113518
Обмінний курс, грн / дол. США	7,99	7,99	21,44	23,9	25,5
Грошова маса, агрегат М3, млн грн	773199	908994	936216	988900	1054500
Золотовалютні резерви України, млн дол. США	24546,2	20415,7	7533,3	13300,0	15539,3

Доходи та витрати державного бюджету України протягом останніх років значно збільшилися у гривневому вираженні передусім через високий рівень інфляції та девальвацію гривні. Коливання обмінного курсу гривні до іноземних валют має негативні тенденції, що відображено його зростанням та є одним із чинників коливання обсягу активів банківської системи.

За підсумками 2016 р. чисті активи банківської системи України зросли несуттєво. Їх обсяг станом на 1 січня 2017 р. відповідав 1,256 млрд грн проти 1,254 млрд грн на початок року. Такі зміни релевантні з кількісним вираженням банківських установ на ринку фінансових послуг. Щорічно кількість банків, що припиняли свою діяльність у зв'язку з ліквідацією або реорганізацією, перевищувала кількість новостворених банків (рис. 2) [6].

Сучасна банківська система України існує порівняно нетривалий час і характеризується стрімким розвитком. Пікового значення кількість банків сягнула у 1995 р., коли їх стало 230 [4]. Згідно із рис. 2, станом на 31 грудня 2014 р. в Україні діяло 163 банківської установи, а вже станом на 1 жовтня 2017 р. – 88 [6].

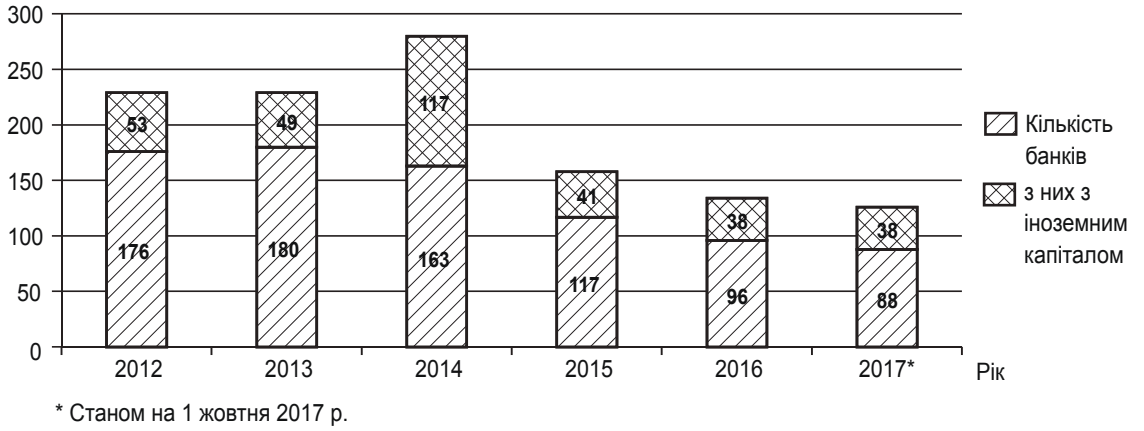


Рис. 2. **Кількість діючих банків України, 2013–2017 рр.**

Фінансову безпеку банків доцільно проаналізувати з позиції дотримання економічних нормативів, упроваджених Національним банком України (табл. 2) [6]. Цей етап аналізу фінансової безпеки банківської системі України передбачає розрахунок таких груп показників: нормативи капіталу, показники ліквідності, нормативи кредитного ризику, нормативи інвестування.

Таблиця 2

Значення економічних нормативів вітчизняної банківської системи, 2013–2017 рр.

Норматив	Станом на 1 січня					
	2012	2013	2014	2015	2016	2017
1	2	3	4	5	6	7
Н1 Регулятивний капітал, млрд грн	178,4	178,9	2049,7	188,94	129,81	109,65
Н2 Норматив достатності (адекватності) регулятивного капіталу, не менше 10 %	18,9	18,06	18,26	15,6	12,31	12,69

Закінчення табл. 2

1	2	3	4	5	6	7
Н4 Норматив миттєвої ліквідності, не менше 20 %	58,48	69,26	56,99	57,13	78,73	60,79
Н5 Норматив поточної ліквідності, не менше 40 %	70,53	79,09	80,86	79,91	79,98	102,1
Н6 Норматив короткострокової ліквідності, не менше 60 %	94,73	90,28	89,11	86,14	92,87	92,09
Н7 Норматив максимального розміру кредитного ризику на одного контрагента, не більше 25 %)	20,76	22,1	22,33	22,01	22,78	21,48
Н8 Норматив великих кредитних ризиків, не більше восьмикратного розміру регулятивного капіталу	164,4	172,9	172,05	250,1	364,1	308,2
Н9 Норматив максимального розміру кредитів, гарантій, наданих одному інсайдеру, не більше 5 %	0,57	0,37	0,36	0,13	31,19	36,72
Н11 Норматив інвестування в цінні папери окремо за кожною установою, не більше 15 %	0,06	0,09	0,04	0,01	0,002	0,001
Н12 Норматив загальної суми інвестування, не більше 60 %	3,24	3,48	3,15	2,97	1,10	0,60

Як видно з табл. 2, протягом усього періоду з 2011 по 2016 рр. норматив достатності регулятивного капіталу був вищим за нормативне значення у 10 %, однак, знизився з 18,90 до 12,69 %, тобто на 6,21 %. Норматив Н4 значно перевищував нормативне значення у 20 % і коливався в межах 56,99–78,73 %. Норматив поточної ліквідності Н5 є вищим за нормативне значення у 40 %, за аналізований період його значення зростало з 70,53 до 102,14 %, тобто на 31,61 %. Показник вище нормативного свідчить про надійний стан платоспроможності, адже оборотних активів достатньо для того, щоб відповісти за поточними зобов'язаннями. Норматив короткострокової ліквідності за період з 1 січня 2012 р. до 1 січня 2017 р. не опускався нижче 86 % та відповідає нормативному значенню. Цей норматив встановлюється для контролю за спроможністю банку виконувати узяті ним короткострокові зобов'язання за рахунок ліквідних активів. Спостерігаємо також виконання нормативу Н7 у 2012–2017 рр. у межах 20,76–22,78 %, що не перевищує норму 25 %. Економічний норматив Н8 за аналізований період має тенденцію до збільшення на 143,61 % – з 164,46 % до 308,27 %, але не перевищує восьмикратного розміру регулятивного капіталу. Норматив кредитного ризику як елемент економічних нормативів діяльності банків має на меті не допустити надмірну концентрацію кредитного ризику в банку, оскільки неплатоспроможність одного або кількох контрагентів може суттєво дестабілізувати банк і навіть призвести до банкрутства [4]. За оптимального значення показника Н9, що не перевищує 25 %, норматив максимального розміру кредитного ризику за операціями із пов'язаними з банком особами становив у 2015 р. 31,19 %, у 2016 – 36,72 %. Це свідчить про підвищення кредитного ризику в банківській системі України. Рівень кредитного ризику банківської системи є надзвичайно високим і негативно впливає на стабільність її функціонування [3]. Виконується також норматив Н11, але має майже нульове значення за граничного рівня 15 %. Банки дотримуються значення нормативу Н12 у 60 %, але протягом аналізованого періоду показник має низьке значення, спостерігається тенденція до його зниження. На це вплинула нестабільність фінансової системи України, що стримує здійснення інвестиційної політики [5].

Порівняння фактичних нормативів інвестування з граничними дає підстави зробити висновок про низьку інвестиційну активність банківської системи України. Проведений аналіз виконання економічних нормативів Національного банку України банками у 2011–2016 рр. дозволив констатувати, що в цілому банки дотримуються їх виконання. Регулятивний капітал українських банків маю тенденцію до зниження.

Останнім етапом аналізу фінансової безпеки вітчизняної банківської системи є розрахунок основних показників ефективності банків (табл. 3) [6].

Таблиця 3

Основні показники ефективності банків 2012–2017 рр.

Назва показника	Станом на 1 січня				
	2013	2014	2015	2016	2017
Рентабельність активів, у відсотках	0,45	0,12	-4,07	-5,46	-12,6
Рентабельність капіталу, у відсотках	3,03	0,81	-30,46	-15,91	-116,74
Фінансовий результат, млн грн	4899	1436	-52966	-666000	-195 658

Основними причинами виникнення збиткової діяльності банків є низька якість кредитного портфеля, значні втрати від торгівлі цінними паперами та ін. Відповідно до табл. 3, з 2015 р. діяльність банківського сектора була збитковою, рентабельність активів і капіталу – від'ємною.

Таким чином, проаналізувавши різні показники розвитку банківської системи країни, зауважимо, що основними проблемами банківського сектора України протягом звітного періоду були значний відплив ресурсів із

банківської системи, погіршення якості кредитних портфелів банків і збитковість діяльності. Зростання основних показників діяльності банківського сектора за підсумками 2014 р. відбулося лише за рахунок курсової переоцінки активів і зобов'язань банків через зниження курсу гривні до основних іноземних валют. Від'ємний фінансовий результат діяльності банків переважно було сформовано банками з державною часткою. Економіка України продовжує демонструвати певні особливості, властиві економіці, що розвивається. Такі особливості характеризуються, але не обмежуються, низьким рівнем ліквідності на ринках капіталу, високою інфляцією та значним дефіцитом балансу державних фінансів і зовнішньої торгівлі.

Науковий керівник – канд. екон. наук, викладач Огородня Є. М.

Література: 1. Герасимович А. М., Алексеєнко М. Д., Парасій-Вергуненко І. М. Аналіз банківської діяльності : навч. посіб. Київ : КНЕУ, 2004. 598 с. **2.** Барановський О. І. Стійкість банківської системи України. *Фінанси України.* 2007. № 9. С. 75–87. **3.** Вовк В. Я. Теоретичні засади забезпечення фінансової безпеки банку. *Проблеми економіки.* 2012. № 4. С. 200–204. **4.** Колодізєв О. М. Фінансовий менеджмент у банках: концептуальні засади, методологія прийняття рішень у банківській сфері : навч. посіб. Харків : ІНЖЕК, 2004. 266 с. **5.** Шиллер Р. І. Фінансова стійкість комерційного банку та шляхи зміцнення. Київ : Наукова думка, 1998. 158 с. **6.** Основні показники діяльності банків України // Офіційний сайт Національного банку України. URL: https://bank.gov.ua/control/uk/publish/article?art_id=28905601.

МЕТОДОЛОГІЧНІ ОСНОВИ АНАЛІЗУ РУХУ ГРОШОВИХ ПОТОКІВ ПІДПРИЄМСТВА

УДК 658.15.012.12

Опаріна О. В.
Гречка В. М.

Студент 3 курсу
фінансового факультету ХНЕУ ім. С. Кузнеця

Анотація. *Розглянуто методологічні основи аналізу та етапи руху грошових потоків. Висвітлено напрями надходження і вибуття грошових коштів. Визначено основні завдання аналізу грошових потоків.*

Ключові слова: *підприємство, організація, фінанси, прибуток, кошти, грошові кошти, грошові потоки.*

Аннотация. *Рассмотрены методологические основы анализа и этапы движения денежных потоков. Освещены направления поступления и выбытия денежных средств. Определены основные задачи анализа денежных потоков.*

Ключевые слова: *предприятие, организация, финансы, прибыль, средства, денежные средства, денежные потоки.*

Annotation. *The methodological bases of the analysis and the stages of the cash flow movement are considered. The directions of the receipt and disposition of funds are covered. The main tasks of the analysis of cash flows.*

Keywords: *enterprise, organization, finance, profit, funds, cash, cash flows.*

Ефективність роботи підприємства повністю залежить від організації та системи управління грошовими потоками. Від її якості залежить не тільки стійкість і ефективність роботи підприємства, але і здатність до майбутнього розвитку – досягнення фінансового успіху в довгостроковій перспективі. Ефективне управління грошовими

© Опаріна О. В., Гречка В. М., 2017

потоками неможливо без правильно побудованого аналізу грошових надходжень і видатків. Завдяки аналізу вдається з'ясувати, чи спроможне підприємство організувати управління грошовими потоками в такий спосіб, щоб у будь-який момент у розпорядженні підприємства була достатня кількість грошових коштів.

Дослідженням питань аналізу руху грошових потоків підприємства займалися Білик М. Д., Бланк І. А., Ліго-ненко Л. О., Ясишена В. В., Бернстайн Л. А. та ін. Однак, питання щодо методологічних основ аналізу руху грошових потоків підприємства потребують подальшого деталізованого дослідження.

Метою написання статті є вдосконалення методики аналізу руху грошових потоків підприємства.

На необхідність проведення аналізу грошових потоків впливають чимало різних факторів, серед них ризик втрати платоспроможності та нестійкий фінансовий стан підприємства. Аналіз грошових потоків є необхідним для з'ясування причин збільшення або зменшення припливу чи відпливу грошових коштів. Отже, передумовою написання статті є недостатність висвітлення теоретичних і методологічних питань із розкриття змісту грошових потоків та проведення їх аналізу.

Грошові кошти є найліквіднішими активами суб'єкта господарювання незалежно від виду його діяльності. Саме грошові кошти та їх еквіваленти як найважливіша ланка системи кругообігу ресурсів формують базис для підвищення платоспроможності підприємства. На сучасному етапі, коли у більшості підприємств грошових активів не вистачає, здатність підприємства виживати напряму залежить від уміння аналізувати й управляти грошовими потоками. Тому аналіз грошових потоків є одним із основних заходів запобігання банкрутству підприємства.

Щоб оцінити реальний рух грошових коштів, а також поєднати величину одержаного фінансового результату зі станом грошових коштів на підприємстві, необхідно виділити й проаналізувати всі напрямки надходження грошових коштів, а також їх вибуття. Наочно напрямки надходження і вибуття грошових коштів подано на рис. 1 [3–6].



Рис. 1. **Напрямки надходження та вибуття грошових коштів**

Основною метою аналізу руху грошових потоків є виявлення рівня достатності формування грошових коштів, а також ефективності їх використання.

Основними завданнями аналізу грошових потоків є:

– виявлення тенденцій і закономірностей розвитку грошових потоків підприємства;

– постійне дослідження шляхів формування грошових потоків та оцінювання ступеня раціональності їх використання;

– своєчасне виявлення і запобігання можливості виникнення причин погіршення платоспроможності підприємства та його банкрутства;

– пошук резервів прискорення обігу коштів [2; 5].

Поетапний аналіз грошових потоків дає інформацію для оцінювання діяльності підприємства в минулому, сьогоденні, а також є підставою для прогнозування та планування грошових потоків на майбутнє. Основні етапи проведення аналізу грошових потоків відтворено рис. 2 [2].



Рис. 2. **Основні етапи проведення аналізу грошових потоків**

Розрізняють такі показники грошових потоків:

– операційний – чистий потік грошових засобів у результаті операційної діяльності;

– інвестиційний – чистий потік грошових засобів у результаті інвестиційної діяльності;

– фінансовий – різниця між вхідними та вихідними потоками у межах фінансової діяльності;

– чистий – сума грошових потоків від усіх видів діяльності підприємства; дорівнює приросту грошових засобів та їх еквівалентів за аналізований період [3; 5].

Основою загального грошового потоку є операційний грошовий потік. Цей показник можна розглядати як критерій оцінки внутрішнього потенціалу фінансування підприємства. Достатній рівень операційного грошового потоку позитивно впливає на залучення фінансових ресурсів із зовнішніх джерел [7].

Наявність операційного грошового потоку характеризує спроможність підприємства:

– фінансувати інвестиції за рахунок внутрішніх фінансових джерел;

– погашати фінансову заборгованість;

– виплачувати дивіденди.

Під час аналізу грошових потоків необхідно дати відповіді на конкретні запитання.

1. У процесі аналізу вхідних грошових потоків:

– чи не є причиною збільшення вхідних грошових потоків зростання поточних зобов'язань, які вимагатимуть погашення, тобто відтоку грошових коштів в майбутньому;

– чи має місце зростання акціонерного (статутного) капіталу за рахунок додаткової емісії акцій;

– чи відбувався розпродаж майна підприємства протягом звітного періоду;

– чи спостерігається скорочення запасів товарно-матеріальних цінностей, незавершеного виробництва, готової продукції і товарів на складі.

Ствердні відповіді на ці запитання є свідченням, що збільшення вхідного грошового потоку не можна вважати абсолютно позитивним явищем, оскільки воно може призвести до значних відтоків грошових коштів у майбутньомуабо свідчити про проблеми підприємства з поточними розрахунками, формуванням капіталу тощо.

2. У процесі аналізу вихідних грошових потоків:

– чи має місце скорочення показників оборотності оборотних активів;

– чи спостерігається зростання величини запасів і дебіторської заборгованості;

– чи відбувалося різке зростання обсягів продажу товарів, що потребувало додаткових витрат, пов'язаних з їх реалізацією;

– чи відбувалися надлишкові виплати акціонерам понад рекомендовану норму розподілу чистого прибутку;

– чи спостерігається затримка за сплатою податків, зборів і обов'язкових платежів;

– чи спостерігається затримка виплат персоналу заробітної плати [4; 5].

Ствердні відповіді на запитання можуть бути показником того, що збільшення вихідного грошового потоку має різні причини і може свідчити як про позитивні (розширення підприємства), так і про негативні наслідки, наприклад неефективне управління рухом грошових коштів, проблеми з виробництвом і реалізацією продукції, надлишкове «вимивання» капіталу з підприємства тощо [5].

Важливим показником, який характеризує фінансові позиції підприємства, є платоспроможність, що розкривається через здатність підприємства вчасно розраховуватися за своїми зобов'язаннями. Спроможність підприємства швидко погашати свою заборгованість характеризується ліквідністю його балансу, яка визначає рівень покриття зобов'язань підприємства його активами, термін перетворення яких на гроші відповідає терміну погашення заборгованості [6].

Висновки потрібно робити як у цілому за підприємством, так і за кожним видом його діяльності: операційною, фінансовою та інвестиційною. На цій підставі роблять висновки про джерела й забезпечення кожного виду діяльності необхідними грошовими коштами. У результаті приймають рішення щодо перевищення надходження грошових коштів над платіжками, джерел оплати поточних зобов'язань та інвестиційної діяльності, достатності отримуваного прибутку тощо.

Таким чином, аналітичні аспекти руху грошових коштів є надзвичайно важливою інформацією як для керівництва підприємства, так і для її інвесторів і кредиторів. Аналіз руху грошових коштів дає змогу зробити більш обґрунтовані висновки, у якому обсязі та з яких джерел були отримані грошові кошти, що надійшли, які основні напрями їх використання. Важливість управління грошовими потоками зумовлює досить складну їх класифікацію за різними ознаками, а також наявність цілої системи показників, які є застосовуваними під час аналізу й управління грошовими потоками. Процес формування грошових потоків регулюється великою кількістю загальнодержавних і локальних нормативно-правових актів. Керівництво підприємств має сконцентровувати свої зусилля на забезпеченні зростання фінансової стійкості, підвищенні ритмічності операційного процесу, оцінюванні чистого оборотного капіталу від виробничо-комерційної діяльності, зниженні потреб у позиковому капіталі, виявленні внутрішніх резервів підвищення платоспроможності підприємства, обґрунтуванні конкретних шляхів щодо недопущення браку ліквідності, діагностиці потенційного банкрутства й виробленні раціональних рішень щодо управління грошовими коштами та формування грошового потоку.

Науковий керівник – канд. екон. наук, доцент Сабліна Н. В.

Література: 1. Лігоненко Л. О., Ситник Г. В. Управління грошовими потоками : навч. посіб. Київ : КНТЕУ, 2005. 255 с. **2.** Поддєрьогін А. М., Невмержицький Я. І. Ефективність управління грошовими потоками підприємства. *Фінанси України.* 2007. № 11. С. 119–127. **3.** Ясишена В. В. Сутність грошових потоків підприємств та їх класифікація. *Економічний аналіз.* 2008. № 2 (18). С. 321–324. **4.** Лысенко Н. Как управлять денежным потоком. *Финансовый директор.* 2009. № 3. С. 26–34. **5.** Білик М. Д., Павловська О. В., Притуляк Н. М., Невмержицька Н. Ю. Фінансовий аналіз : навч. посіб. Київ : КНЕУ, 2005. 592 с. **6.** Бланк И. А. Управление финансовой стабилизацией предприятия. Киев : Ника-Центр ; Эльга, 2003. 496 с. **7.** Бернстайн Л. А. Анализ финансовой отчетности. М. : Финансы и статистика, 2003. 622 с.

ФОРМУВАННЯ ЕФЕКТИВНОЇ СИСТЕМИ МАТЕРІАЛЬНОГО СТИМУЛЮВАННЯ ПРАЦІВНИКІВ

УДК 005.88

Осадча В. В.

Студент 3 курсу
факультету консалтингу і міжнародного бізнесу ХНЕУ ім. С. Кузнеця

Анотація. *Досліджено особливості формування ефективної системи матеріального стимулювання працівників. Визначено заходи, які сприятимуть зростанню стимулюючої функції заробітної плати. Обґрунтовано роль і значення премії як важливого елемента системи матеріального стимулювання персоналу.*

Ключові слова: *підприємство, організація, фінанси, право на працю, співробітник, персонал, стимулювання, матеріальне стимулювання, оплата праці, премія.*

Аннотация. *Исследованы особенности формирования эффективной системы материального стимулирования работников. Определены меры, способствующие усилению стимулирующей функции заработной платы. Обоснованы роль и значение премии как важного элемента системы материального стимулирования персонала.*

Ключевые слова: *предприятие, организация, финансы, право на труд, сотрудник, персонал, стимулирование, материальное стимулирование, оплата труда, премия.*

Annotation. *The features of the formation of an effective system of material incentives for workers are explored. Measures have been identified that contribute to strengthening the incentive function of wages. The role and value of the award as an important element of the personnel incentive system are justified.*

Keywords: *enterprise, organization, finance, the right to work, employee, personnel, incentives, material incentives, remuneration, premium.*

На сучасному етапі система управління персоналом будь-якої організації обов'язково передбачає мотивацію праці. Кожне підприємство, яке планує своє майбутнє, стратегічно ставиться до питань управління персоналом і намагається розробити свою систему мотивації співробітників. Результативність роботи компанії багато в чому залежить від зацікавленості співробітників у результатах своєї праці. Висока мотивація персоналу є не тільки засобом залучення й утримання висококваліфікованого персоналу, а й однією з важливих умов успіху організації. Жодна організація не процвітатиме, якщо у працівників відсутній настрій, немає зацікавленості в кінцевих результатах і прагнення зробити свій внесок у досягнення поставлених цілей. Тому проблема формування ефективної системи матеріального стимулювання працівників є актуальною.

Дослідженням питань мотивації праці займаються чимало вітчизняних науковців, серед них Колот А. М., Богиня Д. П., Бєляєва І. Ф., Хміль Ф. І., Козенков Д. Є., Солошенко К. М., Якубова Е. П. та ін. Однак, незважаючи на наявність численних теоретичних розробок, мінливими умовами сучасного економічного життя зумовлено потребу в постійному оновленні та подальшому розвитку методів і форм стимулювання.

Метою написання статті є аналіз системи матеріального стимулювання працівників та її впливу на трудову діяльність персоналу.

Науковець Колот А. М. визначає мотивацію як сукупність внутрішніх і зовнішніх рушійних сил, які спонукають людину до діяльності, визначають поведінку, форми діяльності, надають цій діяльності спрямованості, орієнтованої на досягнення особистих цілей і цілей організації. Це сукупність усіх мотивів, які справляють вплив на поведінку людини [1].

Мотивація є спонуканням себе та інших до діяльності для досягнення поставлених цілей. На формування мотивації співробітників впливають як внутрішні, так і зовнішні фактори, одним із проявів яких є матеріальне стимулювання праці. Щоб зацікавити персонал, необхідно правильно побудувати систему оплати праці. Недостатньо ефективна система оплати праці викликає у працівників незадоволення, а це, у свою чергу, призводить до зниження продуктивності праці та якості роботи, порушень трудової дисципліни. Незадоволені працівники можуть зупинити роботу, організувати страйк або піти з підприємства. З іншого боку, правильно підібрана система оплати праці стимулює продуктивність працівників, спрямовує їх діяльність у необхідне для підприємства русло [3].

Стимулююча роль заробітної плати формується за встановлення тісного взаємозв'язку між рівнем оплати праці та підсумковими результатами праці робітників. Зростанню стимулюючої функції заробітної плати може сприяти запровадження окремих заходів.

© Осадча В. В., 2017

1. Виплата працівникам премій із урахуванням колективних та індивідуальних результатів та якості роботи. Облік колективних результатів, які відображають внесок окремого підрозділу в кінцеві результати діяльності організації, є здійснюваним за підсумками роботи структурних підрозділів. Для визначення трудового вкладу кожного працівника у ефективність діяльності підрозділу необхідно розраховувати рівень якості їх праці (рейтингові показники).

2. Стимулювати розкриття творчого потенціалу працівників може також зміна тарифних ставок і окладів робітників залежно від їх рейтингових показників.

Неефективним є підхід до формування системи оплати праці для організації за принципом «раз і назавжди». Економіка не стоїть на місці, змінюється зовнішнє середовище та стратегії підприємств, змінюються можливості, з'являються нові завдання. Тому організація оплати праці постійно вимагає внесення відповідних коригувань. Наприклад, якщо розглядати формування системи матеріального стимулювання працівників для підприємства торгівлі, то, на думку Комарова О. К., для нього пріоритетним є збільшення одержуваного прибутку, а прибуток торговельного підприємства є визначуваним насамперед обсягами його продажів. Тому діяльності працівників щодо розширення обсягів продажу таке підприємство має приділяти підвищену увагу. Для оптимізації розмірів винагороди робітників торговельного підприємства необхідно враховувати сезонність збуту, облік виконання плану, облік надпланових продажів [5].

Визначальним у побудові системи оплати праці підприємств торгівлі є адекватне планування базового обсягу продажів. Якщо плановий обсяг продажів буде занадто високим, не відповідатиме реальним можливостям організації, незадоволені оплатою праці робітники звільнятимуться, в організації зросте плинність кадрів.

Для великих торговельних підприємств ефективніше використовувати відрядно-преміальну систему оплати праці на основі виконання планового та надпланового обсягу продажів, для середніх і дрібних організацій доцільно використовувати комісійну систему оплати праці з мінімальним окладом або без нарахування мінімального окладу [2].

Поширеними факторами, що негативно впливають на ефективність праці в торгівлі, є слабкий зв'язок результатів праці та її заохочення, недостатнє стимулювання праці, невисокий рівень виконавської дисципліни, невідповідність між очікуваннями керівника і поведінкою виконавця, висока плинність кадрів. Зміни існуючої системи оплати праці на підприємстві торгівлі повинні вирішувати, принаймні, два завдання: забезпечити можливість керівництву організації торгівлі планування своїх витрат на оплату праці залежно від ситуації на ринку та сприяти зростанню продуктивності праці робітників торгівлі. Ці завдання можуть бути виконані тільки якщо розроблено кількісні показники діяльності підприємства, окремих підрозділів, а також кількісні показники результатів роботи кожного співробітника, від виконання яких і залежить розмір заробітної плати, а отже, витрати і прибуток підприємства. Розробка системи таких показників є одним із перших кроків з модернізації системи оплати праці. Цей етап є одним із найскладніших, він є індивідуальним на кожному підприємстві, оскільки залежить від сфери і масштабів діяльності.

Модифікація системи оплати праці може відбуватися для різних підрозділів або фахівців по-різному навіть у межах одного підприємства, оскільки вони є визначуваними насамперед питаннями соціальної та економічної доцільності. Можна змінювати систему оплати праці на всьому підприємстві відразу або вносити зміни поступово, за окремими підрозділами, протягом певного періоду часу.

Важливою складовою системи матеріального стимулювання є премія – грошова винагорода, виплачувана працівнику як заохочення за досягнення в роботі. Премія є найважливішою формою матеріального стимулювання висококваліфікованої праці, дієвим засобом заохочення працівників за зразкове виконання трудових обов'язків [3].

Роботодавець може встановлювати різні системи преміювання, стимулюючих доплат і надбавок, також преміальні системи можуть встановлюватися колективним договором. Роботодавець і працівник мають чітко розуміти вимоги, які є необхідними для того, щоб система преміювання встановлювала обгрунтований зв'язок між результатами праці та розмірами винагороди. Преміальні виплати не повинні стати механічної надбавкою до заробітної плати. Преміювання є засобом вираження визнання та схвалення заслуг премійованої особи з боку суспільства, трудового колективу, стимулом для поліпшення роботи інших членів колективу.

Система преміювання є продуктивною, тільки якщо вона підтримує конкурентоспроможність, стабільність, прибутковість, а також забезпечує вирішення стратегічних завдань організації. Без чітко визначеної стратегії і тактики, цілей і завдань підприємства, структурного підрозділу й окремих працівників, а також установлення відповідних їм оцінювальних показників не можна створити ефективну систему преміювання персоналу. Необхідно зробити систему преміювання зрозумілою й простою, причому не тільки для керівництва, а й для персоналу підприємства. Кожен працівник має точно знати, за що він отримує гроші і яким чином він може змінити свій рівень доходу. У результаті у працівників має з'явитися стимул до ще продуктивнішої та якіснішої роботи, що сприятиме зростанню продуктивності праці [4].

У процесі організації преміювання керівників і фахівців структурних підрозділів необхідно формувати їх зацікавленість в досягненні тих показників, які характеризують цільові функції цехів, відділів і служб. При цьому, на думку Костенькової Т. А., розмір премії визначатиметься як показниками, що відображають результати діяльності структурного підрозділу, так і показниками, встановленими для визначення індивідуальних результатів праці [5].

Особливого значення щодо визначення розміру премії набуває оцінювання результативності праці робітників підприємства. Важливо розробити об'єктивну й прозору систему оцінювання праці для кожної категорії робітників, яка дозволяла б використовувати результати оцінки не тільки для поточного й одноразового заохочення, а була б стимулом до подальшого кар'єрного зростання працівника, поліпшення роботи свого підрозділу, ефективного використання ресурсів.

Преміальні системи оплати праці мають бути спрямовані на створення у працівників матеріальної зацікавленості в індивідуальних і колективних результатах праці. Використання систем преміювання дозволяє підвищити та диференціювати рівень оплати праці робітників за рахунок зростання продуктивності праці й дотримання принципу справедливості [6].

Для оптимізації витрат на оплату праці робітників доцільним є застосування системи оцінювання компетенцій, розробка посадових інструкцій для чинних посад, коригування показників преміювання (ключових показників ефективності діяльності), удосконалення процедури оцінювання результатів праці, системи непрямого матеріального стимулювання та системи морального стимулювання.

Таким чином, у процесі побудови системи матеріального стимулювання визначною є орієнтація на особисті інтереси працівників, їх пріоритетність у системі колективних і суспільних інтересів. Результатом зваженого матеріального стимулювання, а також створення умов для реалізації особистих інтересів у поєднанні з колективними та суспільними є досягнення конкретно вираженої зацікавленості працівників у ефективній діяльності підприємства.

Науковий керівник – канд. екон. наук, доцент Пилипенко С. М.

Література: 1. Колот А. М. Мотивація персоналу : підручник. Київ : КНЕУ, 2012. 336 с. **2.** Комаров О. К. Совершенствование процесса формирования системы оплаты труда на предприятиях торговли. *Вестник Волгоградского института бизнеса.* 2012. № 3. С. 183–187. **3.** Нестерчук В. П. Організація та мотивація праці : навч. посіб. Київ : Вид-во Європейського університету фінансів, інформаційних систем, менеджменту і бізнесу, 2015. 86 с. **4.** Хміль Ф. І. Основи менеджменту : підручник. Київ : Академвидав, 2003. 576 с. **5.** Костенькова Т. А. Совершенствование организации оплаты и стимулирования труда работников промышленного предприятия. *Человек и труд.* 2010. № 1. С. С. 29–31. **6.** Козенков Д. Є., Солошенко К. М., Якубова Е. П. Інноваційний розвиток та людський потенціал: оцінка та стимулювання : монографія. Дніпропетровськ : Системні технології, 2012. 158 с.

ОСНОВНІ ЕТАПИ Й ОСОБЛИВОСТІ ФОРМУВАННЯ ПАРТНЕРСЬКИХ ВІДНОСИН НА ПІДПРИЄМСТВІ

УДК 005.591.452

Осмолович А. М.

Магістрант 1 року навчання
факультету менеджменту і маркетингу ХНЕУ ім. С. Кузнеця

Анотація. *Проаналізовано основні особливості та етапи встановлення партнерських відносин на підприємстві. Наведено результати дослідження партнерських відносин із контрагентами. Розроблено рекомендації задля вдосконалення системи партнерських відносин на підприємстві, які в довгостроковому періоді сприятимуть зниженню трансакційних витрат, підвищенню ефективності маркетингових зусиль і бізнесу в цілому.*

Ключові слова: *держава, економіка, банк, банківська установа, банківська система, правове забезпечення, законодавство, інвестиційний кредит, інвестиційна діяльність.*

Аннотация. *Проанализированы основные особенности и этапы установления партнерских отношений на предприятии. Приведены результаты исследования партнерских отношений с контрагентами. Разработаны рекомендации для совершенствования системы партнерских отношений на предприятии, которые в долгосрочном периоде будут способствовать снижению трансакционных издержек, повышению эффективности маркетинговых усилий и бизнеса в целом.*

Ключевые слова: *предприятие, организация, партнеры, партнерские отношения, контрагенты, целевая аудитория, репутация, коммерческое предложение, обмен потоками.*

Annotation. *The main features and stages of establishing partnership relations at the enterprise are analyzed. The results of research of partner relations with contractors are given. Recommendations have been developed to improve the system of partner relations at the enterprise, which in the long term will help reduce transaction costs, increase the effectiveness of marketing efforts and business as a whole.*

Keywords: *enterprise, organization, partners, partner relations, contractors, target audience, reputation, commercial offer, exchange of flows.*

У сучасній управлінській науці встановлення компанією партнерських відносин із контрагентами все частіше розглядають як основу успіху бізнесу в довгостроковій перспективі. Продуктивне партнерство дає змогу підприємству підвищувати ефективність діяльності за рахунок використання інтелектуального потенціалу партнера (ідей з приводу модернізації продукції, формування унікальної торговельної пропозиції, підкріплення товару) та його фінансових ресурсів при реалізації спільних проектів, економії трансакційних витрат, стабілізації збуту продукції. Водночас формування й підтримка партнерських відносин є досить складним і тривалим процесом, що вимагає використання ресурсів підприємства та планомірного досягнення поставлених цілей. Отже, вивчення теоретичних основ, методичного забезпечення та прикладних аспектів формування партнерських відносин є актуальним напрямком досліджень у сучасному маркетингу і менеджменті.

Дослідженням проблемних питань формування й управління партнерськими відносинами на підприємстві займалися зарубіжні та вітчизняні науковці, серед них Котлер Ф., Коммонс Д., Гордон Я., Амблер Т., Бребах Г., Гапоненко А., Бобкова О. та ін.

Метою написання статті є визначення найбільш релевантних критеріїв вибору потенційних партнерів і етапів установлення партнерських відносин з контрагентом.

Проведений аналіз джерел дає підстави стверджувати, що основою продуктивного партнерства є поінформованість про партнера, усі його переваги і недоліки, можливості та загрози співробітництва. Саме ця обізнаність часто дає імпульс менеджменту підприємства для прийняття рішення про партнерство, тому її можна розглядати як основу актуалізації потреби у формуванні партнерських відносин із будь-яким контрагентом [1–4].

На вибір потенційного партнера впливають чимало факторів: сумісність цільових аудиторій, масштаби діяльності потенційного партнера, ділова репутація, територіальне розташування потенційного партнера [1; 2].

Цільова аудиторія підприємства та її потенційного партнера мають бути схожими за потребами, демографічними показниками та платоспроможністю. За таких умов з'являється можливість обміну потоками клієнтів,

© Осмолович А. М., 2017

що дозволить збільшити обсяги продажів підприємств-партнерів. Зіставлення масштабів діяльності підприємств – учасників партнерських відносин дозволить визначити розподіл сил у взаєминах: більш потужні підприємства намагатимуться більшою мірою використовувати ресурси меншого підприємства, рівні підприємства співпрацюватимуть на умовах паритету. У процесі оцінювання цього фактора необхідно врахувати фінансові можливості підприємств та їх співвідношення у реалізації спільних проектів. При виборі партнера необхідно враховувати його ділову репутацію, оскільки це убезпечить підприємство від опортунізму з боку потенційного партнера. Основним підходом до оцінювання репутації контрагента є аналіз відгуків про підприємство, у тому числі і відгуків у мережі Інтернет. Територіальне розташування потенційного партнера підприємства визначає можливості обміну потоками клієнтів. Слід зазначити, що аналіз факторів і вибір партнера є досить трудомістким, тому на практиці багато підприємств виділяють найбільш важливі фактори й аналізують тільки їх. Це дозволяє їм економити ресурси, але дещо підвищує господарські ризики.

Після аналізу найважливіших для компанії факторів приймають остаточне рішення і формують список потенційних партнерів. Наступним етапом є складання комерційної пропозиції про співпрацю, у якій слід указати індивідуальні переваги співпраці, оскільки інтереси в усіх підприємств різні. Схематично процес установлення партнерських відносин із контрагентом подано на рис. 1 [1–4].

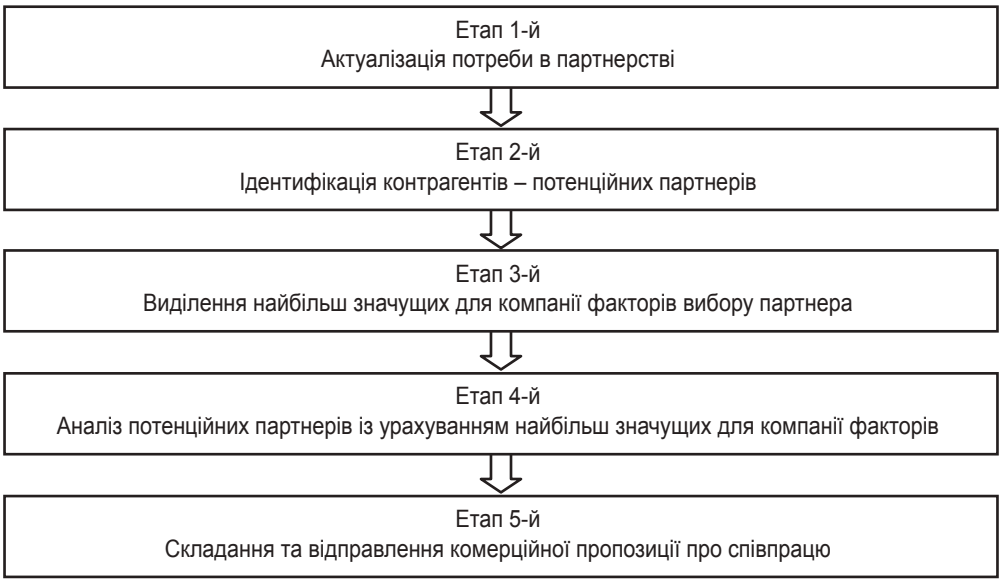


Рис. 1. **Основні етапи процесу встановлення партнерських відносин з контрагентами**

Для ефективного партнерства, підвищення прибутку й ефективності підприємства в цілому доцільно застосовувати один із видів перспективного партнерства – обмін потоками клієнтів. Цей варіант партнерства між компаніями є результативнішим, ніж обмін інформаційними розсилками, оскільки клієнт отримує інформацію про нову послугу від перевіреного постачальника послуг. Витрати на залучення нових клієнтів за такого підходу мінімальні. Обмін потоками клієнтів являє собою залучення клієнтів іншого підприємства, тому існують умови ефективного застосування цього способу: відсутність прямої конкуренції між учасниками взаємодії, ідентичні цільові аудиторії, близьке територіальне розташування.

Забезпечувати обмін клієнтами можуть запрошення в усній формі, але більший інтерес у цільової аудиторії викликають візитки або буклети, особливо якщо вони гарантують отримання будь-якої вигоди: знижок, додаткових послуг, подарунків, акційних пропозицій. Крім обміну потоками клієнтів, можна влаштовувати спільні заходи із рівною вигодою для обох сторін партнерства. Спільні заходи передбачають розпод обов'язків і витрат щодо підготовки, організації та проведення заходів, кадрове та інформаційне забезпечення тощо. Цей підхід допоможе зменшити витрати, зробити захід цікавішим для цільової аудиторії, отже, привернути більше уваги зі сторони відвідувачів, а в результаті – збільшити прибуток підприємства [3; 4].

Взаємодія з партнерами також може бути реалізована в таких напрямах: спільні розсилки, друк і розміщення рекламних матеріалів, надання однією зі сторін призового фонду для проведення розіграшів і заходів розважального характеру другою стороною з рекламуванням на заході першої. Усі перераховані заходи дозволяють мінімізувати витрати та підвищити ефективність маркетингових заходів і бізнесу в цілому. За умови грамотної співпраці з партнерами підприємство може подвоїти й навіть потроїти свій прибуток.

Отже, при виборі потенційного партнера слід аналізувати сумісність цільових аудиторій, масштаби діяльності потенційного партнера, його ділову репутацію й територіальне розташування, що дозволить чітко визначи-

ти взаємні вигоди від співпраці. Слід пам'ятати, що встановлення партнерських відносин є процесом, основними етапами якого є актуалізація потреби в партнерстві, ідентифікація контрагентів – потенційних партнерів, виділення найбільш значущих для підприємства факторів вибору партнера, аналіз потенційних партнерів із урахуванням найбільш значущих для підприємства факторів, складання й відправлення комерційної пропозиції про співпрацю [4].

Таким чином, для ефективної взаємодії між партнерами було запропоновано обмін потоками клієнтів, організацію та проведення спільних заходів, спільні розсилки, спільний друк і розміщення рекламних матеріалів. За умови грамотного виконання цих дій партнери зможуть значно розширити клієнтську базу всіх учасників взаємодії, зменшити трансакційні витрати, а в довгостроковому періоді – підвищити ефективність маркетингових зусиль та бізнесу в цілому.

Науковий керівник – канд. екон. наук, доцент Рожко В. І.

Література: 1. Гордон Я. Маркетинг партнерских отношений / пер. с англ. под ред. О. А. Третьяк. СПб. : Питер, 2001. 384 с. **2.** Амблер Т. Практический маркетинг : учебник / пер. с англ. под общей ред. Ю. Н. Каптуревского. СПб. : Питер, 1999. 400 с. **3.** Афанасьев М. П. Маркетинг: стратегия и тактика развития фирмы : учебник. М. : Книга, 2010. 304 с. **4.** Багиев Г. Л. Основы организации маркетинговой деятельности на предприятии : учебник. СПб. : Обл. правл. ВНТОЭ, 2010. 240 с.

ПОБУДОВА СТРАТЕГІЧНОЇ КАРТИ АНТИКРИЗОВОГО УПРАВЛІННЯ ФІНАНСАМИ ПІДПРИЄМСТВА

УДК 336.71

Павліченко М. К.

Магістрант 2 року навчання
фінансового факультету ХНЕУ ім. С. Кузнеця

Анотація. *Визначено основні напрямки розвитку підприємств машинобудівної галузі. Побудовано стратегічну карту антикризового управління фінансами підприємства цієї галузі. Запропоновано стратегію зміцнення конкурентних позицій підприємства на ринку.*

Ключові слова: *підприємство, організація, фінанси, фінансовий стан, конкурентоспроможність, антикризове управління, стратегічна карта.*

Аннотация. *Определены основные направления развития предприятий машиностроительной отрасли. Построена стратегическая карта антикризисного управления финансами предприятия этой отрасли. Предложена стратегия укрепления конкурентных позиций предприятия на рынке.*

Ключевые слова: *предприятие, организация, финансы, финансовое состояние, конкурентоспособность, антикризисное управление, стратегическая карта.*

Annotation. *The basic directions of development of the enterprises of machine-building branch are determined. A strategic map of the anti-crisis financial management of the enterprise of this branch is constructed. A strategy is proposed to strengthen the company's competitive position in the market.*

Keywords: *enterprise, organization, finance, financial condition, competitiveness, crisis management, strategic map.*

© Павліченко М. К., 2017

Останнім часом в Україні спостерігається стійка тенденція до зростання кількості збанкрутілих і неплатоспроможних підприємств. Суб'єкти господарювання зазнають впливу внутрішніх і зовнішніх факторів, що призводять до їх фінансової нестабільності та кризи.

Дослідженням питань розробки й застосування стратегічних карт займалися Каплан Р., Нортон Д., Нефедова О., Бідюк П., Омельченко О., Мельник Ю., Ананенко С., Ярошенко І. та ін.

Головна мета розробки й застосування стратегічних карт – визначити стратегічні цілі та шляхи їх досягнення, донести до окремих підрозділів і робітників їх роль щодо реалізації стратегії підприємства, а також мобілізувати всі наявні резерви для зміцнення конкурентних позицій підприємства на ринку.

Для вирішення завдань необхідним є застосування нових видів стратегічного управління, а саме антикризового управління, у якому вирішальне значення має відігравати стратегія управління. Пошук напрямів підприємства з економічної кризи є безпосередньо пов'язаним із усуненням причин, які її зумовлюють. Для цього необхідно здійснити ретельний аналіз зовнішнього та внутрішнього середовища, видалити компоненти, які негативно впливають на нього, зібрати та відстежити інформацію про кожну складову і на підставі оцінки реального становища підприємства з'ясувати причини кризового стану. У процесі планування виходу з кризового становища особливу увагу слід приділяти розробці антикризової стратегії діяльності підприємства та визначенню тактики її реалізації [2].

В антикризовому управлінні вирішальне значення мають правильно сформовані стратегія і тактика, що передбачають здійснення керівництвом підприємства організаційно-економічних, правових, технічних заходів, спрямованих на зміну структури управління, форми власності, підвищення ефективності виробництва [4].

Головною метою проведення стратегічних і тактичних антикризових заходів є створення таких суб'єктів підприємницької діяльності, які зможуть ефективно функціонувати за умов ринкової економіки і виготовляти конкурентоспроможну продукцію.

Стратегічні карти є інструментом, що дає змогу менеджменту підприємств формулювати і відображати те, як можна ефективно створювати цінність, погоджуючи стратегічні цілі через ланцюг причинно-наслідкових зв'язків. Каплан Р. і Нортон Д. визначають стратегічну карту як одну із найважливіших складових 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 (рис. 1) [3–6].

Стратегічна карта є аналітичним інструментом управління прибутковістю підприємства. Розроблена стратегічна карта дає змогу подати стратегії підприємства у вигляді збалансованих показників, є одним із засобів підвищення ефективності довгострокового планування.

Фінансова складова стратегічної карти взаємодіє з усіма перспективами та відображає фінансовий результат досягнення поставлених цілей. Перспектива «Клієнти» є однією із визначальних для формування ефективної стратегії, адже, сформувавши стратегічну клієнтську базу та забезпечивши лояльність своїх клієнтів, підприємство може розраховувати на стабільний попит своєї продукції та послуг. На відміну від попередньої складової, «Бізнес-процеси» допомагають формувати та оцінювати внутрішню ефективність діяльності підприємства.

Персонал є одним із найцінніших активів підприємства. У розрізі перспективи «Навчання та розвиток» підприємство має змогу створити основу для покращення бізнес-процесів і закласти фундамент запровадження інновацій та розширення спектра послуг і продукції, що реалізується підприємством [5].

Якщо підприємство прагне забезпечити конкурентоспроможність у довгостроковому періоді, слід розробляти та впроваджувати стратегічні карти, які є ефективним способом документування та контролю, що забезпечують якнайшвидше досягнення поставлених цілей, реалізацію місії підприємства й ефективне використання ресурсів.

У результаті застосування стратегічних карт поточні операції погоджуються із довгостроковими цілями підприємства. Обраний напрямок розвитку стає зрозумілим і реальним для всього персоналу підприємства. Окрім цього, стратегічні карти, диверсифіковані за видами діяльності, забезпечують надійніший контроль за поточними операціями, ніж традиційні моделі управлінського контролю. Працівники краще розуміють цілі підприємства, мають додаткові стимули до їх реалізації, легше сприймають зміни, що відбуваються, і наполегливо запроваджують їх до життя. Працівники підприємства в цілому стають більш сприйнятливими до нової інформації й послідовними у формуванні нових видів компетенції у своєму бізнесі [6].

На перших етапах розробки стратегічних карт визначають загальну стратегію підприємства, іноді до цього моменту стратегія окремих підприємств уже сформульована в процесі стратегічного управлінського планування. За таких умов розробка відповідних елементів стратегічних карт зводиться до підтвердження обраного курсу й уточнення формулювання ключових цілей та основних напрямів їх досягнення. За всіма складовими ресурсного потенціалу визначають не тільки ключові цілі, а й показники, що найбільш характеризують цей ресурс.

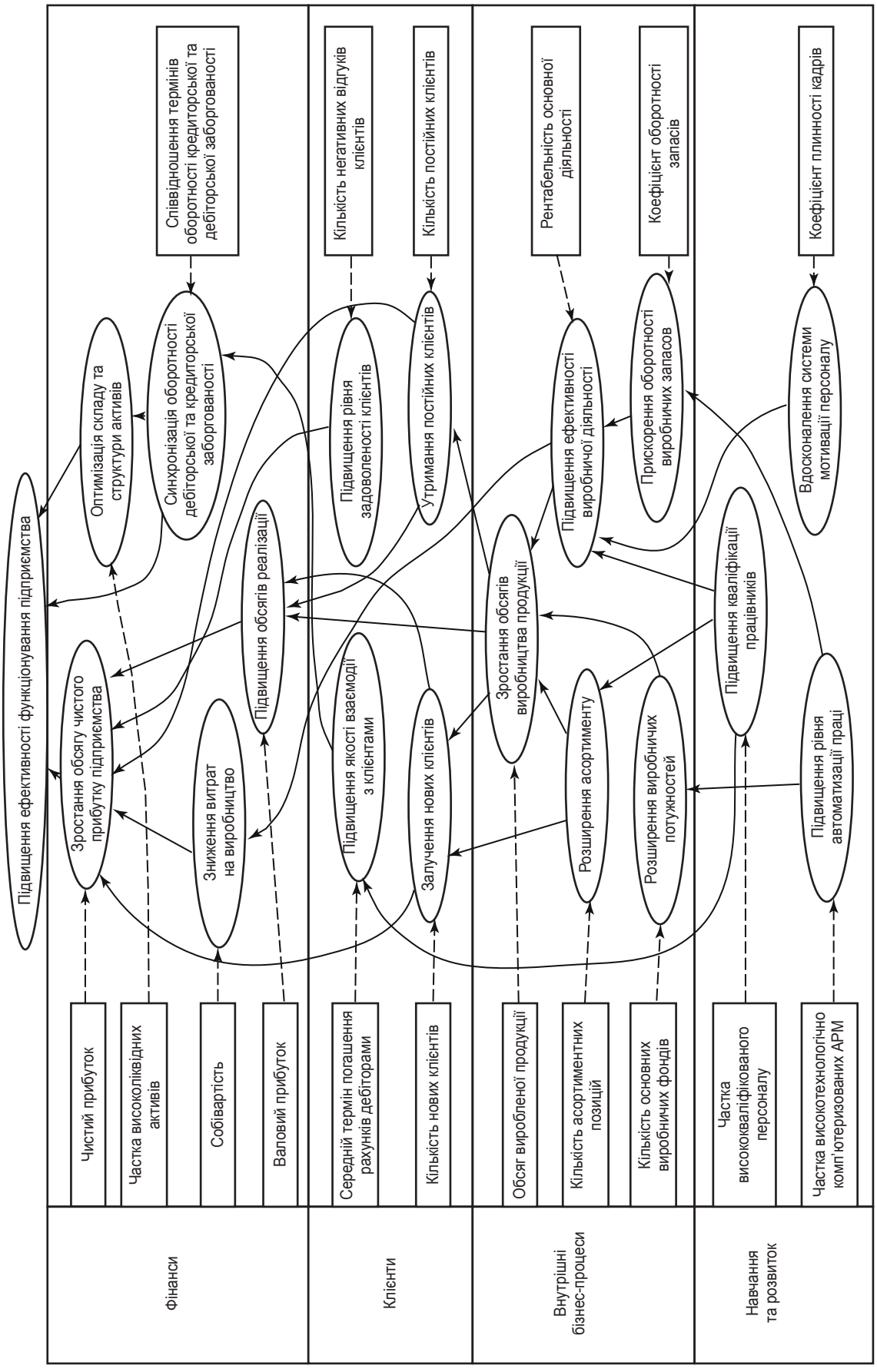


Рис. 1. **Стратегічна карта ООО «Вік «ХітЛайн»**

Система управлінського контролю починає функціонувати тільки після визначення місії та стратегії підприємства, а стратегічні карти розглядають саме як інструмент управлінського контролю. Необхідністю викласти місію й стратегію підприємства у форматі стратегічних карт часто зумовлено появу нових ідей з приводу місії підприємства і, як наслідок, до переосмислення його стратегії. Складену стратегічну карту для ООО «Вік «ХітЛайн» подано на рис. 1 [2–6].

Використання стратегічних карт дає змогу керівництву підприємства отримувати інформацію, що є необхідною для управління підприємством. Вчасно отримана інформація сприяє ефективній оцінці показників діяльності підприємства і забезпечує прийняття зважених та обґрунтованих управлінських рішень. Стратегічна карта деталізує систему показників, ілюструє динаміку стратегічного розвитку, робить акцент на основні напрями діяльності підприємства, дозволяє здійснювати контроль за стратегією в межах усього підприємства.

Таким чином, побудована стратегічна карта забезпечує визначення стратегічних цілей ООО «Вік «ХітЛайн» і шляхів їх досягнення, допомагає донести до окремих підрозділів і робітників їх роль у реалізації стратегії підприємства, а також мобілізувати всі наявні резерви для зміцнення конкурентних позицій підприємства на ринку.

Науковий керівник – канд. екон. наук, доцент Голофаєва І. П.

Література: 1. Погребняк А. Ю. Вибір комплексної оцінки ефективності механізму антикризового управління. *Збірник наукових праць Академії муніципального управління «Теорії мікро-макроекономіки».* 2015. № 42. С. 146–158. **2.** Нефедова О. Г. Механізм вибору конкурентної стратегії підприємства. *Вісник економічної науки України.* 2008. № 2 (14). С. 117–120. **3.** Кирич Н. Б. Антикризова стратегія – умова стабільного розвитку підприємства. *Сталий розвиток економіки.* 2010. № 3. С. 57–62. **4.** Дмитренко А. І. Стратегії антикризової діяльності промислових підприємств. *Вісник Криворізького економічного інституту.* 2009. № 4 (20). С. 49–53. **5.** Коротков Э. М., Беляев А. А., Валовой Д. В. Антикризисное управление : учебник / под ред. Э. М. Короткова. М. : Инфра-М, 2010. 432 с. **6.** Бідюк П. І., Омельченко О. С. Діагностування кризи як складова організаційно-економічного механізму реструктуризації. *Бізнес Інформ.* 2011. № 10. С. 72–76.

СТРАТЕГІЧНА КАРТА ЯК ІНСТРУМЕНТ ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ СТРАТЕГІЧНОГО КОНТРОЛЮ

УДК 338.268

Пасічник М. Ю.

Магістрант 2 року навчання
фінансового факультету ХНЕУ ім. С. Кузнеця

Анотація. *Досліджено методики побудови стратегічної карти як засобу контролю за реалізацією фінансової стратегії підприємства. Проаналізовано сформовану у середовищі Microsoft Visio стратегічну карту ПАТ «Кондитерська фабрика «Харків'янка» із урахуванням особливостей діяльності підприємства та стану його фінансово-господарської діяльності.*

Ключові слова: *підприємство, організація, фінанси, фінансовий стан, показники, клієнти, внутрішні бізнес-процеси, стратегія, стратегічна карта, фінансова стратегія.*

Аннотация. *Исследованы методики построения стратегической карты как средства контроля реализации финансовой стратегии предприятия. Проанализирована сформированная в среде Microsoft Visio страте-*

© Пасічник М. Ю., 2017

гическая карта ПАО «Кондитерская фабрика «Харьковчанка» с учетом особенностей деятельности предприятия и состояния его финансово-хозяйственной деятельности.

Ключевые слова: *предприятие, организация, финансы, финансовое состояние, показатели, клиенты, внутренние бизнес-процессы, стратегия, стратегическое карта, финансовая стратегия.*

Annotation. *The methods of constructing a strategic map as a means of monitoring the implementation of the company's financial strategy are explored. The strategic map of PJSC «Confectionery factory «Kharkivchanka» developed in the Microsoft Visio environment was analyzed taking into account the peculiarities of the enterprise's activity and the state of its financial and economic activity.*

Keywords: *enterprise, organization, finance, financial condition, indicators, clients, internal business processes, strategy, strategic map, financial strategy.*

Формування якісної фінансової стратегії підприємства є дуже важливим моментом планування його діяльності та розробки основних напрямів його розвитку на кожному етапі життєвого циклу. Однак, розробки системи цілей і визначення шляхів їх досягнення недостатньо для забезпечення нормального процесу реалізації сформованої фінансової стратегії, необхідним є також забезпечення системи постійного контролю за реалізацією стратегії підприємства на кожному рівні.

Дослідженням питання контролю фінансової стратегії підприємства займалися вітчизняні науковці Дорошкевич К., Зінченко В., Пилипенко А., Бідюк П., Омельченко О., Мельник Ю., Ананенко С., а також зарубіжні науковці Нортон Д., Каплан Р., Нівен П. та ін. Оскільки діяльність кожного підприємства має свої особливості функціонування, слабкі та сильні сторони, можна сказати, що не існує єдиного унікального розробленого інструменту контролю за реалізацією стратегії. Тому актуальним є дослідження процесу побудови стратегічної карти підприємства як одного з методів стратегічного контролю на прикладі ПАТ «Кондитерська фабрика «Харків'янка».

Головною метою проведення стратегічного контролю є сприяння зближенню фактичних і необхідних результатів робіт, що виконуються. Іншими словами, мета стратегічного контролю полягає у забезпеченні виконання завдань і досягнення цілей підприємства [2]. За допомогою стратегічного контролю фінансові менеджери на підприємстві встановлюють контрольні точки проведення оцінювання виконання стратегії, визначення рівня витрат, їх пріоритет та дають оцінку окупності витрат на кожному етапі реалізації стратегії [3].

Найлегшим способом відображення напрямків формування та реалізації стратегії підприємства є створення системи взаємопов'язаних цілей, що ведуть до досягнення головної мети стратегії та подання такої системи у формалізованому вигляді. На практиці найпоширенішим, зручним та ефективним способом забезпечення контролю за реалізацією стратегії є побудова стратегічної карти підприємства.

Стратегічна карта є діаграмою, на якій позначено основні цілі існування та напрямки розвитку підприємства [3]. Цей інструмент є тісно взаємопов'язаним з «деревом цілей» та відображає причинно-наслідкові зв'язки між цілями, надаючи змогу відстежувати вплив однієї мети на іншу. До кожної цілі необхідно підібрати цільовий показник, за допомогою якого надається можливість відслідкувати ступінь досягнення конкретної цілі.

Стратегічна карта відображає шляхи розвитку організації та складається з кількох рівнів, кожний із яких відповідає напрямкам діяльності підприємства [4]. Чим більше при складанні стратегічної карти менеджер враховує аспектів і напрямків діяльності підприємства, тим ефективнішим є використання на практиці сформованої стратегічної карти. Деякі суб'єкти господарювання практикують конкретизацію та розширення в структурі стратегічної карти напрямків діяльності підприємства навіть до визначення структурних підрозділів та їх цілей, забезпечуючи у такий спосіб формування у співробітників розуміння їх ролі у загальній системі організації.

Найчастіше стратегічна карта містить чотири складові: навчання та розвиток, бізнес-процеси, клієнти та фінанси [5].

Блок «Навчання та розвиток» розкриває основні цілі щодо підвищення системи мотивації персоналу, рівня кваліфікації, якості праці тощо. Розділ «Бізнес-процеси» передбачає цілі стосовно оптимізації конкретних внутрішніх бізнес-процесів на підприємстві, забезпечуючи розвиток основної діяльності підприємства. Складову «Клієнти» розробляють задля визначення основних цілей стосовно розширення клієнтської бази, забезпечення постійного притоку нових клієнтів, оптимізації умов праці з клієнтами, збереження постійних клієнтів, розробки особливих умов щодо співпраці з клієнтами. Блок «Фінанси» відображає фінансову сторону діяльності підприємства, містить головні цілі та показники господарської діяльності підприємства, у яких бере участь фінансова складова справи. Формування стратегічної карти за вказаними чотирма напрямками забезпечує відображення цілісної картини стосовно сформованої фінансової стратегії та напрямків розвитку підприємства з можливістю врахування всіх особливостей діяльності суб'єкта господарювання.

ПАТ «Кондитерська фабрика «Харків'янка» є стабільно функціонуючим суб'єктом господарювання, що зарекомендував себе як виробник якісної, смачної кондитерської продукції з ціновою перевагою. Сильними сторонами підприємства є широкий асортимент продукції, наявність потенціалу щодо розширення виробничої лінії,

якість і цінова перевага виробленої продукції, довіра до підприємства з боку клієнтів через тривалий час функціонування та розвитку. Однак, незважаючи на сильні сторони, на підприємство негативно впливає конкуренція з боку більш відомих у країні марок, погіршення економічної ситуації, зниження купівельної спроможності населення, слабка фінансова стійкість підприємства та низька ліквідність. Тому із урахуванням можливостей, загроз, сильних і слабких сторін підприємства можна зробити висновок, що його фінансово-господарський стан є задовільним і стабільним. Однак, важливо покращити ситуацію та вивести підприємство на новий рівень розвитку через загальне підвищення ефективності діяльності підприємства.

На рис. 1 подано фрагмент розробленої стратегічної карти ПАТ «Кондитерська фабрика «Харків'янка». Слід надати характеристику кожному з її блоків [3–5].

Базовим блоком у стратегічній карті є блок «Навчання та розвиток». Блок містить три головні цілі щодо підвищення рівня ефективності праці серед співробітників підприємства: запропоновано провести підвищення рівня автоматизації праці задля оптимізації робочого часу та засобів праці. Автоматизація надасть змогу прискорити розрахунково-аналітичну роботу, сучасне програмне забезпечення дозволить подавати якісні, повні та конкретизовані звіти працівників, що вплине на якість прийняття управлінських рішень. Відстежити досягнення цієї цілі можна за допомогою показника частки високотехнологічних комп'ютеризованих АРМ. Для підвищення ефективності праці пропонується покращити систему мотивації працівників через запровадження стимулювання у матеріальному та нематеріальному вигляді за перевиконання роботи, за якісне та своєчасне виконання поставлених задач. Відстежувати задоволеність і вмотивованість до праці серед співробітників можна через визначення коефіцієнта плинності кадрів. Третьою та однією з найважливіших цілей цього блоку є підвищення кваліфікації працівників, що напряму впливає на ефективність та якість їх праці. Перевірити досягнення цілі можна визначенням частки кваліфікованого персоналу серед усіх працівників на підприємстві. Відділом кадрів може бути розроблено особливу для кожного підрозділу систему оцінювання задля відстежування необхідності у підвищенні кваліфікації та ступеня кваліфікованості кадрів.

Другий блок «Внутрішні бізнес-процеси» міститься п'ять основних цілей, що є сполученими з оптимізацією виробничого та пов'язаними з ним процесів. Підприємству слід розкрити свій потенціал щодо розширення виробничих потужностей за рахунок підвищення автоматизації праці, що сприятиме розширенню асортименту продукції. Задля прискорення виробничого процесу слід досягти прискорення оборотності виробничих запасів, що є забезпечуваним за рахунок підвищення автоматизації праці. Через досягнення цієї цілі, підвищення кваліфікації та мотивації працівників підприємство зможе досягти підвищення ефективності виробничої діяльності. Останнє разом із розширенням асортименту сприятиме зростанню обсягів виробництва продукції. На рис. 1 можна відстежити причинно-наслідкові зв'язки між цілями та визначити, із застосуванням якого показника планується відстеження досягнення мети [3–5].

Третій блок «Клієнти» налічує чотири цілі щодо покращення взаємозв'язків між підприємством і клієнтами. Залучення нових клієнтів можна забезпечити через розширення асортименту, тим самим підприємство зможе виокремитися серед подібних за продукцією підприємств-конкурентів. Досягнення цієї цілі сприятиме не тільки підвищенню обсягів реалізації, але й зростання обсягу чистого прибутку підприємства. Важливо не тільки залучати нових, але й утримувати постійних клієнтів, що на карті відображено відповідною ціллю. Збереження постійних клієнтів надає підприємству стабільність і надійність у відносинах з клієнтами. Задля підвищення швидкості проведення дебіторами розрахунків за їх зобов'язаннями підприємству слід підвищити якість взаємодії з клієнтами. Забезпечити це можливо через підвищення кваліфікації відповідного персоналу та запровадженням певних індивідуальних умов розрахунків із клієнтами. Невід'ємним і важливим моментом є підвищення рівня задоволеності клієнтів не тільки якісною продукцією, але й якісним і приємним обслуговуванням.

На рис. 1 у блоці «Фінанси» відображено п'ять основних цілей, що є пов'язаними з фінансовою діяльністю. Підвищення обсягів реалізації можна відстежити через зростання обсягів валового прибутку. Підвищення обсягів реалізації продукції може стати наслідком досягнення цілей стосовно залучення нових клієнтів, утримання постійних клієнтів і зростання обсягів виробництва продукції. Необхідно також задля підвищення рентабельності підприємства знизити собівартість продукції через підвищення ефективності виробничої діяльності, пошук вигідніших умов поставок сировини тощо. Для оптимізації грошових потоків необхідно досягти синхронізації дебіторської та кредиторської заборгованості підприємства, що можна забезпечити через прискорення погашення розрахунків дебіторами. Задля підвищення ліквідності та фінансової стійкості підприємству слід провести оптимізацію складу та структури активів для вивільнення неліквідних активів і збільшення частки високоліквідних активів. Відстеження досягнення цілі можна провести через розрахунок показника частки високоліквідних активів. Останньою ціллю у блоці є забезпечення зростання обсягу чистого прибутку підприємства задля підвищення загального рівня його рентабельності [5].

Зростання обсягу чистого прибутку, синхронізація оборотності заборгованостей та оптимізація складу та структури активів напряму впливають на досягнення глобальної цілі – підвищення ефективності функціонування підприємства.

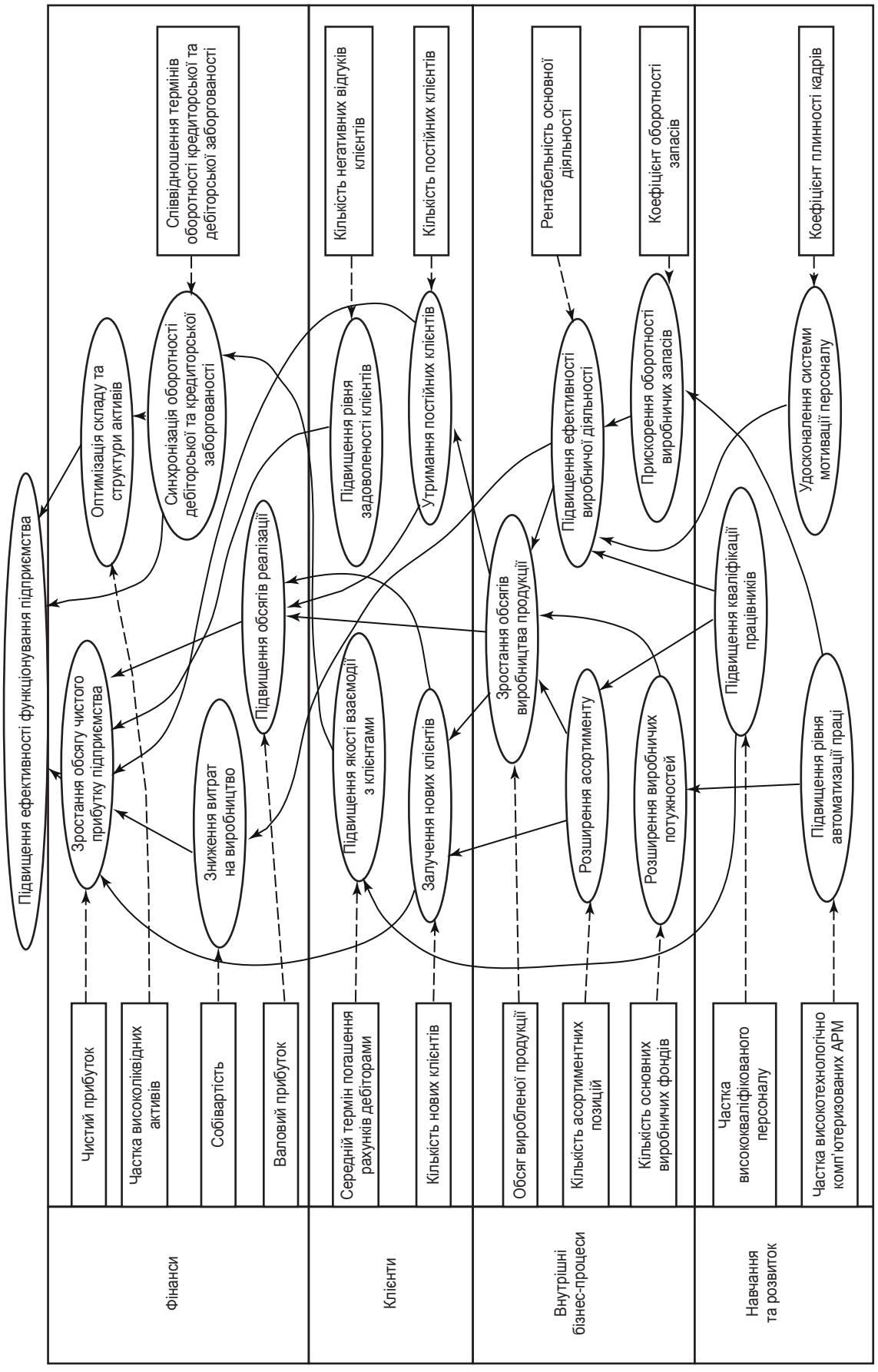


Рис. 1. **Стратегічна карта ПАТ «Кондитерська фабрика «Харків'янка»**

Таким чином, за допомогою побудови стратегічної карти ПАТ «Кондитерська фабрика «Харків'янка» у формалізованому вигляді подано систему стратегічних цілей підприємства із відображенням причинно-наслідкових зв'язків; наведено показники, за допомогою яких підприємство має змогу відстежити досягнення певної цілі, а отже, і виконання стратегії на кожному рівні. Підприємству слід доповнити розроблену стратегічну карту збалансованою системою показників, що надасть змогу відстежувати виконання стратегії за показниками конкретніше, у числовому вираженні на певну цільову дату. Застосування розробленої стратегічної карти на практиці дозволить підприємству здійснювати якісний контроль за реалізацією сформованої стратегії та за необхідності здійснювати коригування подальших дій.

Науковий керівник – канд. екон. наук, доцент Берест М. М.

Література: 1. Дикань В. Л., Зубенко В. О., Маковоз О. В. Стратегічне управління : навч. посіб. Київ : Центр навч. літ., 2013. 272 с. **2.** Кириченко О. А. Менеджмент зовнішньоекономічної діяльності : підручник / за ред. О. А. Кириченка. Київ : Знання, 2008. 518 с. **3.** Дорошкевич К. О. До питання використання стратегічних карт на підприємствах. *Вісник Львівського національного політехнічного університету «Львівська політехніка».* 2011. № 8. С. 63–68. **4.** Каплан Р. С., Нортон Д. П. Стратегические карты. Трансформация нематериальных активов в материальные результаты. М. : Олимп-Бизнес. 2005. 512 с. **5.** Лісова Н. О., Свірська Г. С. Стратегічна карта BSC: теорія та практика. *Вісник Хмельницького національного університету.* 2009. № 4. С. 90–94.

АНАЛІТИЧНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ОЦІНЮВАННЯ ФІНАНСОВОГО СТАНУ ПІДПРИЄМСТВА

УДК 657: 336.012.23

Петренко Є. І.

Студент 4 курсу
факультету консалтингу і міжнародного бізнесу ХНЕУ ім. С. Кузнеця

Анотація. *Розглянуто сутність фінансового стану підприємства, проаналізовано основні показники його оцінювання. Досліджено динаміку та структуру активів підприємства, а також джерел їх утворення. Розраховано фінансові коефіцієнти. Розроблено заходи задля зміцнення фінансового стану підприємства.*

Ключові слова: *підприємство, організація, фінанси, прибуток, конкурентоспроможність, фінансовий стан, фінансова стійкість, ліквідність, фінансова звітність, аналітичне забезпечення, оцінювання, активи, пасиви.*

Аннотация. *Рассмотрена сущность финансового состояния предприятия, проанализированы основные показатели его оценки. Исследованы динамика и структура активов предприятия, а также источники их образования. Рассчитаны финансовые коэффициенты. Разработаны мероприятия для укрепления финансового состояния предприятия.*

Ключевые слова: *предприятие, организация, финансы, прибыль, конкурентоспособность, финансовое состояние, финансовая устойчивость, ликвидность, финансовая отчетность, аналитическое обеспечение, оценка, активы, пассивы.*

Annotation. *The essence of the financial state of the enterprise is considered, the main indicators of its assessment are analyzed. The dynamics and structure of the assets of the enterprise, as well as the sources of their formation, were studied. The financial ratios are calculated. Developed measures to strengthen the financial condition of the enterprise.*

© Петренко Є. І., 2017

Keywords: *enterprise, organization, finance, profit, competitiveness, financial condition, financial stability, liquidity, financial reporting, analytical support, valuation, assets, liabilities.*

Аналіз фінансового стану підприємства є необхідним етапом розробки планів і прогнозів фінансового оздоровлення підприємства. Фінансовий стан підприємства слід систематично й усебічно оцінювати із застосуванням різних методів, прийомів і методик аналізу. Стійкий фінансовий стан підприємства формується в процесі всієї його виробничо-господарської діяльності. Тому оцінювання його фінансового стану можна об'єктивно здійснити із застосуванням комплексу, системи показників, що детально й усебічно характеризують господарський стан підприємства. Слід ураховувати, що виявлення шляхів покращення фінансового стану є головним завданням кожного підприємства. Отже, тема аналітичного забезпечення й оцінювання фінансового стану підприємства є дуже актуальною.

Дослідженям питань оцінювання фінансового стану підприємства займалися Верланова О. Ю., Іванілова О. С., Кавтиш О. П., Ковалевська А. В., Обущак Т. А., Остап'юк Н. А., Руда Р. В., Савицька Г. В. та ін. Однак, аналітичне забезпечення оцінювання фінансового стану підприємства потребує подальшого розвитку із урахуванням особливостей його функціонування.

Метою написання статті є оцінювання фінансової спроможності підприємства із урахуванням особливостей його діяльності, розробка заходів, що є спрямованими на швидке відновлення платоспроможності, можливості підприємства продовжувати свою господарську діяльність, забезпечувати прибутковість і зростання виробничого потенціалу.

Для висвітлення методичних аспектів аналізу фінансового стану підприємства було використано дані фінансової звітності Родаківської дистанції колії, що є відокремленим структурним підрозділом державного підприємства «Донецька залізниця» і належить до загальнодержавної власності, за 2014–2016 рр. Дистанція колії забезпечує утримання колії, земляного полотна, штучних споруд та інших пристроїв колійного господарства у справному стані, що гарантує безпечний і безперебійний рух поїздів, а також може здійснювати інші не заборонені законодавством України види діяльності. Крім цього Родаківська дистанція колії забезпечує утримання виробничо-побутових будинків. Результати розрахунків з аналізу наявності, складу та структури активів Родаківської дистанції колії подано в табл. 1 [3; 4].

Таблиця 1

Аналіз наявності, складу та структури активів підприємства

Засоби підприємства	На початок звітного періоду		На кінець звітного періоду		Зміни за звітний період (+, -)		Базисний темп зростання, %
	Сума, тис. грн	Питома вага, %,	Сума, тис. грн	Питома вага, %,	У тис. грн	У питомій вазі, %	
Усього засобів	301856	100	310596	100	8740	-	102,9
1. Основні засоби	161411	53,5	166429	53,6	5018	0,1	103,1
2. Нематеріальні активи	24	0,1	13	0,1	-11	0,01	54,2
3. Оборотні активи	140421	46,5	144154	46,4	3733	-0,1	102,7
3.1. Матеріальні оборотні активи	816	0,6	4569	3,2	3753	2,6	559,9
3.2. Дебіторська заборгованість та інші активи	139320	99,2	139311	96,6	-9	-2,6	100,0

За результатами розрахунків (табл. 1) встановлено, що на кінець поточного року засоби підприємства у загальній кількості збільшилися на 2,9 %, у тому числі спостерігається позитивна динаміка за оборотними активами йосновними засобами (зростання на 2,7 % та 3,1 % відповідно). Нематеріальні активи зменшилися на 45,8 %, дебіторська заборгованість та інші активи залишилися майже незмінними. Матеріальні оборотні активи зросли майже у 5,6 рази. Зміни у питомій вазі досягли + / – 2–3 % за всіма показниками. У структурі оборотних активів значно зросла частка матеріальних активів.

Підприємство може одержувати основні, нематеріальні активи та оборотні кошти за рахунок власних і позикових джерел. Для їхньої попередньої оцінки за даними пасиву балансу сформуємо таблицю (табл. 2) [3; 4].

Аналіз даних табл. 2 засвідчує, що структура пасивів підприємства змінилася: за попередній період власний капітал становив 97,6 %, а на кінець поточного року зріс до 99,46 % у валюті балансу, поточні зобов'язання є незначною частиною валюти балансу. За аналізований період вони значно зменшилися порівняно з попереднім періодом – майже на 74 %.

Стійкість підприємства залежить від оптимальної структури пасивів (співвідношення власних і позикових коштів) і активів підприємства (співвідношення основного та оборотного капіталів).

Таблиця 2

Оцінка власних і позикових джерел засобів підприємства

Джерела засобів	На початок звітного періоду		На кінець звітного періоду		Зміни за звітний період (+, -)	
	Сума, тис. грн	Питома вага, %	Сума, тис. грн	Питома вага, %	У тис. грн	У відсотках
Усього джерел	301856	100	310596	100,00	8740	2,9
1. Власний капітал	295512	97,90	308918	99,46	13406	4,5
1.1. Статутний капітал	84982	28,15	84982	27,36	0	0,0
1.2. Капітал у дооцінках	165794	54,92	173562	55,88	7768	4,7
1.3. Нерозподілений прибуток (непокриті збитки)	44736	14,82	50374	16,22	5638	12,6
2. Позиковий капітал						
2.1. Поточні зобов'язання:	6344	2,10	1678	0,54	-4666	-73,5
– за товари, роботи, послуги	4312	1,43	19	0,01	-4293	-99,6
– за розрахунками з бюджетом	103	0,03	84	0,03	-19	-18,4
– розрахунки зі страхування	377	0,12	187	0,06	-190	-50,4
– розрахунки з оплати праці	815	0,27	605	0,19	-210	-25,8
–поточні забезпечення	679	0,22	680	0,22	1	0,1
– інші поточні зобов'язання	58	0,02	103	0,03	45	77,6

Проаналізуємо детальніше показники, що характеризують фінансову діяльність підприємства. Уся сукупність цих показників може бути подана у вигляді груп, що характеризують ліквідність, платоспроможність, фінансову стійкість, ділову активність, рентабельність. Коефіцієнти ліквідності підприємства Родаківська дистанція колії подано в табл. 3 [3; 4].

Таблиця 3

Коефіцієнти ліквідності підприємства

Показник	Нормативне значення	Розрахункове значення		Відхилення від максимального значення	
		На початок року	На кінець року	На початок року	На кінець року
Коефіцієнт абсолютної ліквідності	0,2–0,5	0,0002	0,0006	0,4998	0,4994
Коефіцієнт термінової ліквідності	1	21,96	88,28	20,96	87,28
Коефіцієнт покриття	2,0–2,5	0,46	0,47	2,04	2,05

Як видно з табл. 3, коефіцієнт абсолютної ліквідності набагато менший за нормативне значення. Це засвідчує, що короткострокові зобов'язання підприємства майже не можуть бути погашені за рахунок високоліквідних активів. Коефіцієнт термінової (критичної) ліквідності більший за 1, тобто підприємство зможе у встановлений термін розраховуватися за своїми короткостроковими зобов'язаннями за умови своєчасного проведення розрахунків із дебіторами. Коефіцієнт покриття дає підстави зробити висновок, що в підприємства недостатньо ліквідних активів для погашення мобільних пасивів.

Аналіз фінансової стійкості показав, що підприємство Родаківська дистанція колії має абсолютну фінансову стійкість. Відносні показники фінансової стійкості подано в табл. 4 [3; 4].

Таблиця 4

Розрахунок відносних коефіцієнтів фінансової стійкості

Показник	На початок року	На кінець року	Абсолютні зміни	Темп зростання, %
Коефіцієнт співвідношення позикових і власних коштів	0	0	0	0,0
Коефіцієнт забезпеченості власними коштами	0,95	0,99	0,04	104,2
Коефіцієнт маневреності	0,44	0,46	0,02	104,5
Коефіцієнт співвідношення мобільних та іммобілізованих коштів	1	1	0	100,0

Розрахунок відносних коефіцієнтів фінансової стійкості показав, що коефіцієнт автономії збільшився на 1 %, зменшилася залежність підприємства від зовнішніх джерел засобів. Задля зміцнення фінансової стійкості підприємство збільшує вклади в оборотні активи. Чим вищим є коефіцієнт забезпеченості власними коштами, тим кращим є фінансовий стан підприємства, тим більше в нього можливостей для проведення незалежної фінансової політики. На підприємстві значення цього показника є позитивним, має позитивну динаміку у звітному році порівняно із попереднім. У цілому коефіцієнти фінансової стійкості засвідчують, що підприємство має добрий фінансовий стан.

Показники ділової активності дають підстави зробити певні висновки. Коефіцієнт оборотності оборотного капіталу становить 0,19, тобто за звітний період капітал здійснює 0,19 обороту, мобільні кошти – 0,41 обороту, матеріальні оборотні засоби – 21,67. Дебіторська заборгованість за період здійснює 0,42 оборотів (такий рівень показника свідчить про повільне отримання оплати за рахунками), а тривалість обороту становить 857 днів. Низька оборотність оборотних активів і їх складових є однією з особливостей діяльності аналізованого підприємства. Кредиторська заборгованість за період здійснює 17,95 оборотів, а тривалість обороту становить 20 днів. Фондовіддача необоротних активів дорівнює 0,36, що показує суму продажу, яку отримує підприємство з 1 грн коштів, вкладених у основні засоби (низький рівень показника свідчить про неефективність використання основних засобів підприємства). Коефіцієнт оборотності власного капіталу становить 0,19 та характеризує ефективність використання власного капіталу підприємства.

Валова рентабельність продажу показує, скільки гривень валового прибутку припадає на 1 грн чистого доходу, за звітний період показник становив 1,94 %. Рентабельність інвестицій становить 0,13 % та показує, скільки гривень чистого прибутку припадає на 1 грн. суми активів. Рентабельність власного (акціонерного) капіталу становила за звітний період 0,07 %. Отже, діяльність підприємства має бути спрямована на збільшення суми власного капіталу й підвищення рівня його прибутковості [4].

Таким чином, у процесі проведення дослідження фінансового стану Родаківської дистанції колії проаналізовано основні показники оцінки фінансового стану, динаміку та структуру активів підприємства та джерел їх формування, розраховано основні фінансові коефіцієнти. Як підсумок можна сказати, що підприємство є платоспроможним, ймовірність банкрутства дуже низька, ситуація на підприємстві стабільна. Водночас показники ліквідності та рентабельності на підприємстві не є задовільними та потребують покращення.

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

Література: 1. Верланов О. Ю. Методологічні проблеми оцінки фінансового стану підприємств. URL: http://lib.chdu.edu.ua/pdf/naukpraci/economy/2005.pdf. **2.** Деркач О. В., Кавтиш О. П. Проблеми аналізу фінансового стану підприємства. URL: http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=2013. **3.** Иониди Л. В., Чалова А. А. Комплексная оценка финансового состояния предприятия на основе нечетко-множественного подхода. URL: http://www.be5.biz/ekonomika1/r2012/3690.htm. **4.** Ковалевська А. В., Асєєв С. І. Критичний аналіз методів оцінки фінансового стану підприємства. *Бізнес Інформ.* 2012. № 3. С. 163–169. **5.** Обущак Т. А. Сутність фінансового стану підприємств. *Актуальні проблеми економіки.* 2007. № 9. С. 92–100.

СУТНІСТЬ І МЕТОДИ УПРАВЛІННЯ КАПІТАЛОМ ПІДПРИЄМСТВА

УДК 336.64:658.14

Плюшкіна А. Л.

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

Анотація. *Узагальнено найпоширеніші підходи до трактування сутності поняття капіталу підприємства. Із застосуванням методу морфологічної декомпозиції визначено особливості управління капіталом підприємства. Проаналізовано основні методи управління капіталом сучасного вітчизняного підприємства.*

Ключові слова: *підприємство, організація, фінанси, прибуток, капітал, управління капіталом, морфологічна декомпозиція, методи управління капіталом.*

Аннотация. *Обобщены наиболее распространенные подходы к трактованию сущности понятия капитала предприятия. С применением метода морфологической декомпозиции определены особенности управления капиталом предприятия. Проанализированы основные методы управления капиталом современного отечественного предприятия.*

Ключевые слова: *предприятие, организация, финансы, прибыль, капитал, управление капиталом, морфологическая декомпозиция, методы управления капиталом.*

Annotation. *Overview of the most common approaches to the interpretation of the essence of the concept of enterprise capital. With the use of the method of morphological decomposition, the features of capital management of an enterprise are determined. The main methods of managing the capital of a modern domestic enterprise are analyzed.*

Keywords: *enterprise, organization, finance, profit, capital, capital management, morphological decomposition, methods of money management.*

Визначальною особливістю сучасної ринкової економіки є свобода підприємництва, що полягає у вільному виборі. Це означає, що кожний член суспільства самостійно розподіляє свої ресурси у відповідності зі своїми інтересами та за бажанням може самостійно організувати процес виробництва товарів або надання послуг. Базою створення й розвитку підприємства є капітал. За сучасних умов господарювання можливості становлення підприємницької діяльності та її подальшого розвитку можуть бути реалізовані лише якщо власник правильно управляє капіталом, вкладеним у підприємство. Тому питання сутності, формування, використання капіталу підприємства й управління ним є особливо актуальними.

Дослідженням проблем управління капіталом підприємства займалися Квасницька Р. С., Бідник О. І., Біла О. Г., Муругов Є. І., Поддєрьогін А. М., Савицька Г. В., Мельнік М. А. та ін. Однак, сутність капіталу підприємства науковці трактують неоднозначно, концентруючи увагу на різних аспектах його формування, функціонування та використання.

Метою написання статті є узагальнення підходів до трактування сутності поняття капіталу, а також теоретичне обґрунтування сутності та методів управління капіталом підприємства.

Першу спробу наукового аналізу капіталу зробив Аристотель ще до нашої ери. Він вважав капітал багатством, що розподіляється на два види: природне багатство, що має свої межі і є пов'язаним із постійним нагромадженням засобів, необхідних для життя, і процес накопичення грошей, тобто «мистецтво наживати статок» [8].

Подальший розвиток виробництва й товарно-грошових відносин спричинили появу значної кількості поглядів на визначення поняття «капітал». Деякі з науковців ототожнювали цей термін із грошами, багатством, авансованим у виробництво. Інші розглядали капітал як частину матеріально-речовинних запасів. Так, Сміт А. і Рікардо Д. розглядали капітал як накопичену працю, запас матеріальних благ – машин, інструментів, сировини, одягу тощо. Також існувала думка, згідно із якою під капіталом розуміли все те, що здатне протягом певного часу приносити дохід власнику. Фішер І. у своїх працях писав, що будь-яке благо, що приносить дохід своєму власнику, незалежно від сфери застосування, є капіталом. Міль Д. вважав капіталом ту частину власності підприємця, що утворює фонд для здійснення нового виробництва, тобто капітал авансується на придбання засобів виробництва й робочої сили. Маркс К. трактував «капітал» як вартість, що приносить додану вартість [8].

У сучасній літературі визначення сутності поняття капіталу також є предметом дискусій серед науковців (табл. 1) [2–5; 9–11].

© Плюшкіна А. Л., 2017

Таблиця 1

Визначення сутності поняття «капітал» сучасними авторами

Назва підходу	Автор і джерело	Визначення сутності поняття
Виробничий	Бідник О. І. [2]	Власність, що належить фізичним або юридичним особам на даний момент, є чітко відокремленою від доходу, отриманого від цієї власності протягом певного періоду
	Брігхем Є. Ф. [9]	Необхідний фактор виробництва, що передбачає компоненти боргу, нерозподілений прибуток, привілейовані акції та звичайні акції
	Катан Л. І. [10]	Накопичений шляхом збереження запас благ у формі грошових коштів і капітальних товарів, що залучаються його власниками в економічний процес як інвестиційний ресурс і фактор виробництва задля отримання доходу, функціонування яких в економічній системі базується на ринкових принципах і є пов'язаним з фактором часу, ризику та ліквідності
Грошовий	Біла О. Г. [3]	Сукупні грошові ресурси, що є використовуваними на підприємстві; авансований у господарську діяльність капітал власний, позичений і залучений у сукупності
	Поддєрьогін А. М. [5]	Кошти, якими володіє підприємство для здійснення своєї діяльності задля отримання прибутку
Фінансовий	Муругов Є. І. [4]	Фінансове поняття, що відбиває тільки наявні фінансові ресурси або фактичну суму коштів, вкладену у підприємство
	Шелудько В. М. [11]	Частина фінансових ресурсів, що є спеціально сформованою та призначеною для використання у фінансово-господарській діяльності задля отримання прибутку

Як видно з табл. 1, Біла О. Г. та Поддєрьогін А. М. визначають капітал виключно як грошовий ресурс, що вкладається у підприємство. Муругов Є. І. та Шелудько В. М. вважають, що капітал відбиває тільки наявні фінансові ресурси або фактичну суму коштів, вкладену у підприємство. Брігхем Є. Ф. визначає капітал як необхідний фактор виробництва, але неповністю визначає його елементи, зазначаючи лише компоненти боргу, нерозподілений прибуток та акції. Натомість Бідник О. І. розглядає капітал як власність, що належить фізичним або юридичним особам на даний момент і є чітко відокремленою від доходу, отриманого від цієї власності. Морфологічну декомпозицію визначення поняття за певними ознаками порівняння подано на рис. 1 [2–5; 9–11].

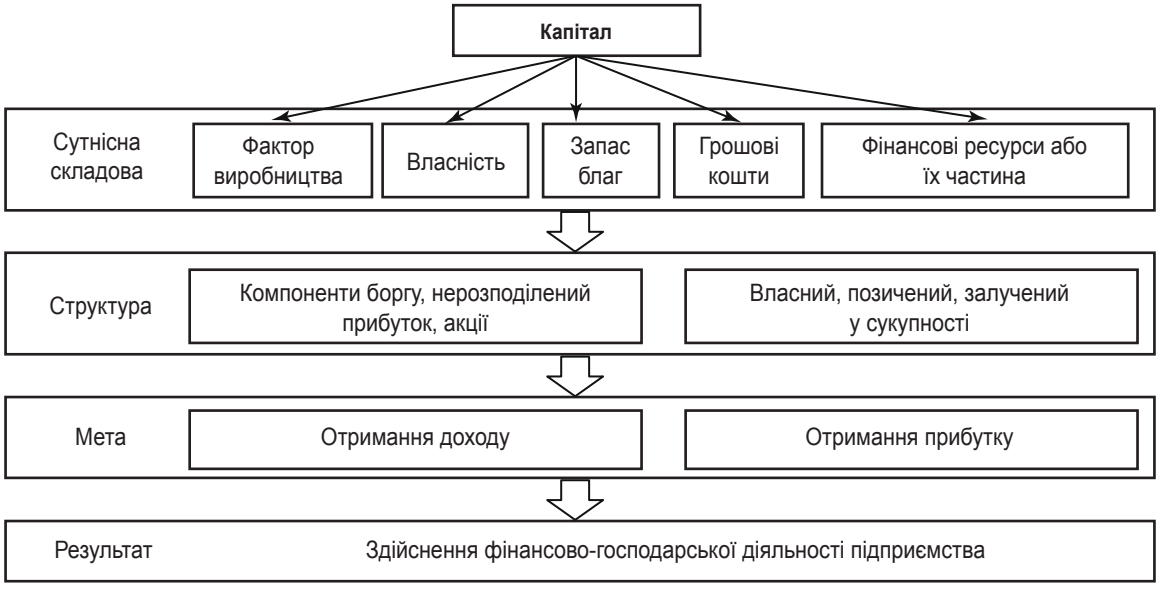


Рис. 1. **Морфологічна декомпозиція визначення сутності поняття капіталу**

Отже, капітал не можна характеризувати виключно як фінансовий ресурс, виражений у грошовій формі, оскільки капіталом можуть бути і грошові кошти, вкладені у виробництво, і виробничі фонди, такі як будівлі, споруди, транспортні засоби тощо. Важливу роль відіграє також людський капітал, що передбачає знання, навички, уміння, талант, здібності людини, що є вагомим фактором економічного успіху будь-якого підприємства чи країни. Капітал – це ресурси у грошовій або товарній формі, що залучаються як фактор виробництва для здійснення фінансово-господарської діяльності підприємства задля отримання прибутку.

Управління слід розглядати як процес розробки, прийняття та реалізації управлінських рішень для досягнення певної мети [12]. З огляду на результати морфологічної декомпозиції можна зробити висновок, що управління капіталом підприємства є процесом розробки, прийняття та реалізації управлінських рішень, що є пов'язаними з формуванням та ефективним використанням ресурсів, які залучаються як фактор виробництва для здійснення фінансово-господарської діяльності підприємства задля отримання прибутку.

Сучасні методи управління капіталом підприємства поділяють на економічні – сукупність засобів та інструментів, що цілеспрямовано впливають на створення умов для функціонування й розвитку підприємництва, і неформальні – сукупність логічних прийомів і методів вибору оптимального рішення шляхом теоретичного порівняння альтернатив із урахуванням накопиченого досвіду (рис. 2) [2–5; 7].

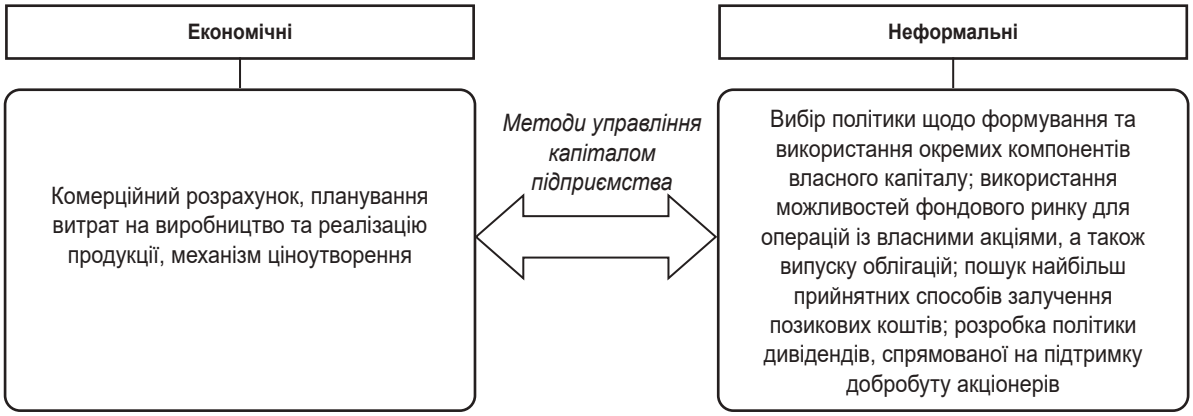


Рис. 2. **Методи управління капіталом підприємства**

Таким чином, капітал є складним і багатогранним поняттям, головною економічною базою створення та розвитку підприємства. Ефективне управління капіталом сприятиме якісним позитивним змінам у виробничих процесах, стане запорукою досягнення максимальних результатів за мінімальних витрат.

Науковий керівник – канд. екон. наук, доцент Голофаєва І. П.

Література: 1. Квасницька Р. С. Управління капіталом підприємства через призму еволюції його визначення та змісту як економічної категорії. *Наукові праці ДонНТУ.* 2012. № 56. С. 223–229. **2.** Бідник О. І. Поняття капіталу підприємства та його еволюція. *Науковий вісник Національного лісотехнічного університету.* 2012. № 7. С. 114–118. **3.** Біла О. Г. Фінансове планування і фінансова стабільність підприємств. *Фінанси України.* 2007. № 4. С.112–119. **4.** Муругов Е. И. Учетно-аналитическое обеспечение управления платежеспособностью, собственностью и резервной системой предприятия. М. : Финансы и статистика, 2004. 92 с. **5.** Поддєрьогін А. М. Фінансовий менеджмент : підручник. Київ : КНЕУ, 2005. 536 с. **6.** Савицька Г. В. Економічний аналіз діяльності підприємства : навч. посіб. Київ : Знання, 2007. 668 с. **7.** Мельнік М. А. Економічні методи управління капіталом підприємства. *Вісник Східноукраїнського національного університету імені Володимира Даля*. 2014. № 1. С. 94–97. **8**. Кириленко В. В. Історія економічних вчень : навч. посіб. Тернопіль : Економічна думка, 2007. 234 с. **9.** Бригхем Ю., Эдхардт М. Основы финансового менеджмента / пер. с англ. под ред. Е. А. Дорофеева. СПб. : Питер, 2009. 960 с. **10.** Катан Л. І., Бровко Л. І., Дуброва Н. П., Бондарчук Н. В. Фінансовий менеджмент : навч. посіб. Суми : Довкілля, 2009. 184 с. **11.** Шелудько В. М. Фінансовий менеджмент : підручник. Київ : Знання, 2006. 438 с. **12.** Прижівара С. В. Управління як специфічний вид діяльності. *Державне будівництво.* 2012. № 1. С. 110–121.

МЕТОДИЧНІ ПІДХОДИ ДО АНАЛІЗУ УПРАВЛІННЯ ВИРОБНИЧИМ ПОТЕНЦІАЛОМ ПІДПРИЄМСТВА

УДК 005.52:005.336

Полякова Я. М.

Магістрант 2 року навчанн
факультету консалтингу і міжнародного бізнесу ХНЕУ ім. С. Кузнеця

Анотація. *Розглянуто й узагальнено основні тлумачення сутності поняття «виробничий потенціал». Досліджено основні методики визначення ефективності управління виробничим потенціалом підприємства. Конкретизовано алгоритми та показники, за якими здійснюється аналіз управління виробничим потенціалом підприємства.*

Ключові слова: *підприємство, організація, фінанси, фінансовий стан, показники, ефективність, результативність, конкурентоспроможність, потенціал, виробничий потенціал, алгоритм.*

Аннотация. *Рассмотрены и обобщены основные толкования сущности понятия «производственный потенциал». Исследованы основные методики определения эффективности управления производственным потенциалом предприятия. Конкретизированы методы и показатели, с учетом которым осуществляется анализ управления производственным потенциалом предприятия.*

Ключевые слова: *предприятие, организация, финансы, финансовое состояние, показатели, эффективность, результативность, конкурентоспособность, потенциал, производственный потенциал, алгоритм.*

Annotation. *The main interpretations of the essence of the concept «productive potential» are considered and generalized. The main methods of determining the efficiency of managing the enterprise's production potential are explored. The methods and indicators on which the analysis of the management of the production potential of the enterprise is analyzed are specified.*

Keywords: *enterprise, organization, finance, financial condition, indicators, efficiency, effectiveness, competitiveness, potential, production potential, algorithm.*

Успішне здійснення виробничої діяльності підприємства багато в чому є визначуваним вирішенням керівництвом управлінських завдань, що виникають у процесі діяльності підприємства. Удосконалюючи систему управління виробничим потенціалом, підприємство спроможне підвищити ефективність господарської діяльності, тобто збільшити показники виробництва та реалізованої продукції, прибутку й рентабельності.

Управління виробничим потенціалом дає змогу здійснити оцінювання ступеня та ефективності використання наявних ресурсів, резервів її підвищення, визначити задачу забезпечення цілеспрямованого впливу на віддачу виробничих ресурсів із урахуванням впливу не тільки внутрішніх, але і зовнішніх факторів навколишнього середовища. Виробничий потенціал як цілісна система об'єднує всі основні складові для ефективної діяльності на ринку. Ігнорування тієї чи іншої складової може спричинити втрату ефективності всієї системи в цілому.

Управління виробничим потенціалом являє собою можливості розвитку підприємства, орієнтовані на використання факторів виробничої діяльності, результати дії яких можна визначити в найближчому майбутньому. Виробничий потенціал можна визначити як сукупність виробничих ресурсів, ринкових можливостей розвитку підприємства, що дозволяють здійснювати виробничі функції, спрямовані на зростання й зміцнення конкурентних переваг у майбутньому.

Метою написання статті є вдосконалення методичного забезпечення аналізу виробничого потенціалу підприємства.

Дослідженням цього питання займалися Гаєвська Л. М., Чернова О. В., Перерва П. Г., Іщук С. О., Кондратюк О. І., Федонін О. С. Трактування сутності поняття «виробничий потенціал» цих та інших науковців подано в табл. 1 [1–5].

Проаналізувавши трактування сутності поняття різними авторами, можна визначити виробничий потенціал як сукупність усіх виробничих ресурсів, що наявні в підприємства та характеризують його можливості у сфері виробництва.

© Полякова Я. М., 2017

Таблиця 1

Визначення сутності поняття «виробничий потенціал» різними науковцями

Автор	Визначення
Гаєвська Л. М., Чернова О. В. [1]	Система, складовими якої є кілька елементів, що в процесі виготовлення продукції (виконання робіт) виконують різного роду функції
Перерва П. Г., Побережна Н. М [2]	Надає можливості для формування та використання інших складових потенціалу підприємства: інноваційного, інвестиційного, трудового, інтелектуального
Іщук С. О. [3]	Складна організована динамічна система, що є сформованою з множини елементів, які перебувають у взаємозв'язку та взаємодії й виконують різні функції в процесі виготовлення продукції в необхідній кількості та якості і в терміни, визначені ринком
Кондратюк О. І. [4]	Формується основними виробничими фондами, до яких належать будівлі, споруди, трубопроводи, машини, устаткування та ін.
Федонін О. С., Рєпіна І. М. [5]	Наявні й приховані можливості підприємства щодо залучення та використання факторів виробництва для випуску максимально можливого обсягу продукції

У літературі існують різні підходи до формування обліково-аналітичного забезпечення управління виробничим потенціалом підприємства. Різні автори пропонують власні алгоритми, але збігаються в таких підходах:

- визначення складових виробничого потенціалу підприємства;
- вибір підходу до оцінювання управління виробничим потенціалом;
- визначення показників для кожної складової виробничого потенціалу;
- визначення методики для розрахунку ефективності управління виробничим потенціалом;
- розрахунковий етап методики [7–9].

Алгоритм підходу до формування обліково-аналітичного забезпечення управління виробничим потенціалом подано на рис. 1 [7–9].

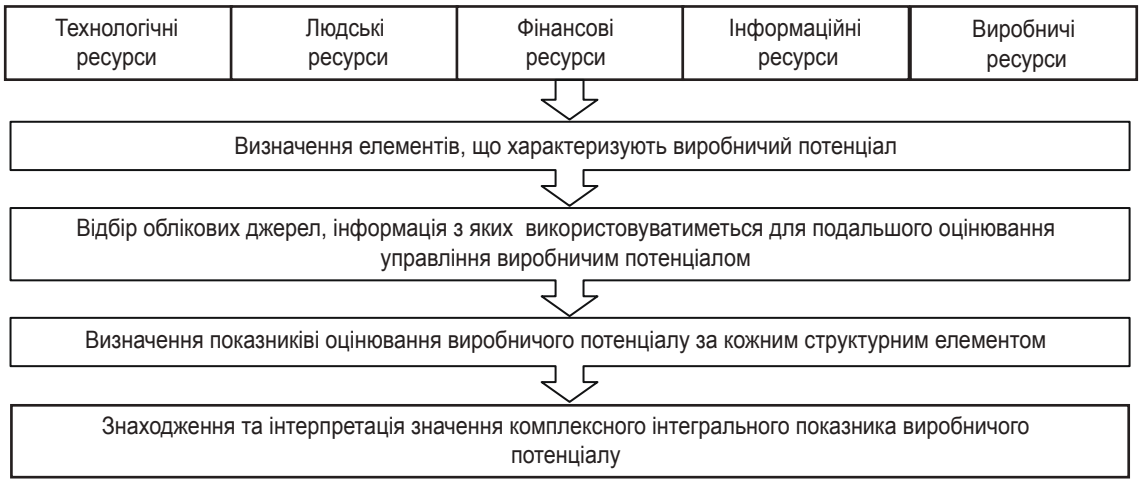


Рис. 1. **Формування обліково-аналітичного забезпечення управління виробничим потенціалом підприємства**

Для визначення ефективності управління виробничим потенціалом систематизовано показники оцінювання кожної складової виробничого потенціалу (табл. 2) [4; 7–9].

Таблиця 2

Показники оцінювання ефективності управління виробничим потенціалом підприємства

Структурні елементи виробничого потенціалу	Аналітичні показники
1	2
Технологічні ресурси	Фондомісткість, коефіцієнт придатності, коефіцієнт оновлення, коефіцієнт вибуття, коефіцієнт неперервності, фондорентабельність, коефіцієнт автоматизації виробництва
Людські ресурси	Коефіцієнт обігу з прийому, коефіцієнт обігу з вибуття, коефіцієнт плинності кадрів, коефіцієнт постійності кадрів

Закінчення табл. 2

1	2
Фінансові ресурси	Коефіцієнт швидкої ліквідності, коефіцієнт абсолютної ліквідності, коефіцієнт покриття, коефіцієнт автономії, коефіцієнт оборотності кредиторської заборгованості, коефіцієнт оборотності дебіторської заборгованості, рентабельність діяльності, рентабельність активів, рентабельність власного капіталу
Інформаційні ресурси	Ступінь значущості та затребуваності інформації, рівень витрат на інформаційні ресурси, коефіцієнт автоматизації
Виробничі ресурси	Коефіцієнт зносу, фондоозброєність, показник фондовіддачі, рівень продуктивності

Отже, застосування методики комплексного оцінювання виробничого потенціалу підприємства дозволить його керівництву враховувати не тільки кількісні, але і якісні параметри виробничого потенціалу, формувати науково обґрунтовані виробничі програми, приймати зважені управлінські рішення, що є спрямованими на підвищення рівня виробничого потенціалу.

Таким чином, науковим результатом дослідження є розробка підходу до формування обліково-аналітичного забезпечення управління виробничим потенціалом і системи показників оцінювання виробничого потенціалу, що в перспективі подальших наукових досліджень дозволить сформувати дієвий організаційно-економічний механізм управління виробничим потенціалом сучасного вітчизняного підприємства.

Науковий керівник – канд. екон. наук, доцент Мішин О. Ю.

Література: 1. Гаєвська Л. М., Чернова О. В. Виробничий потенціал – основа розвитку підприємства. *Вісник ЖДТУ.* 2011. № 1 (55). С. 184–185. **2.** Перерва П. Г., Побережна Н. М. Визначення ефективності використання виробничого потенціалу машинобудівного підприємства. *Маркетинг і менеджмент інновацій.* 2012. № 2. С. 191–198. **3.** Іщук С. О. Концептуальні засади формування та розвитку виробничого потенціалу промислових підприємств. *Регіональна економіка.* 2005. № 3. С. 48–56. **4.** Кондратюк О. І. Економічний потенціал країни, його сутність та тенденції розвитку. *Актуальні проблеми економіки.* 2010. № 3. С. 91–98. **5.** Федонін О. С., Рєпіна І. М., Олексик О. І. Потенціал підприємства: формування та оцінка : навч. посіб. Київ : КНЕУ, 2006. 316 с. **6.** Мансурова Н. А., Шутяєва Н. О. Методичні основи оцінки виробничого потенціалу промислового підприємства. *Економічні дослідження.* 2012. № 4. С. 16–21. **7.** Гончар О. І. Оцінювання динаміки розвитку потенціалу машинобудівних підприємств України у контексті інтеграційних процесів. *Вісник Київського національного університету технологій та дизайну.* 2015. № 1. С. 25–35. **8.** Дегтяр Н. В. Кадрова складова як стратегічний чинник інноваційного розвитку підприємства. *Економіка, фінанси, право.* 2011. № 9. С. 3–6.

ОСНОВНІ НАПРЯМКИ СПРОЩЕННЯ ЗМІСТУ ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНОГО КОНТРАКТУ

УДК 341.24:339.9

Помазан М. Є.

Студент 2 курсу
факультету консалтингу і міжнародного бізнесу ХНЕУ ім. С. Кузнеця

Анотація. *Проаналізовано структуру зовнішньоекономічного контракту. Визначено міжнародні документи, що регулюють складання контракту та діяльність суб'єктів зовнішньоекономічної діяльності. Кон-*

© Помазан М. Є., 2017

кретизовано теоретичні підходи до формування контракту, наведено рекомендації задля спрощення змісту зовнішньоекономічного контракту. Розглянуто правила Інкотермс стосовно складання контракту.

Ключові слова: *економіка, контракт, діяльність, зовнішньоекономічна діяльність, міжнародні договори, санкції, спрощення контракту, правила Інкотермс.*

Аннотация. *Проанализирована структура внешнеэкономического контракта. Определены международные документы, регулирующие составление контракта и деятельность субъектов внешнеэкономической деятельности. Конкретизированы теоретические подходы к формированию контракта, приведены рекомендации для упрощення содержания внешнеэкономического контракта. Рассмотрены правила Инкотермс относительно составления контракта.*

Ключевые слова: *экономика, контракт, деятельность, внешнеэкономическая деятельность, международные договоры, санкции, упрощение контракта, правила Инкотермс.*

Annotation. *The structure of the external economic contract is analyzed. The international documents regulating the drawing up of the contract and the activities of the subjects of foreign economic activity are defined. The theoretical approaches to the formation of the contract are specified, recommendations for simplifying the content of the foreign economic contract are given. The rules of Incoterms regarding the drafting of a contract are considered.*

Keywords: *economy, contract, activity, foreign economic activity, international treaties, sanctions, contract simplification, Incoterms rules.*

Актуальність цієї теми є зумовленою тим, що коректне складання зовнішньоекономічного договору (контракту) є запорукою успішного проведення зовнішньоекономічної операції, пов'язаної із переміщенням товару й інших предметів через кордон України. Контракт є найпоширенішою юридичною формою зовнішньоекономічної угоди, що опосередковує взаємини вітчизняних і зарубіжних підприємців, однак, цей досить складний документ потребує спрощення.

Базовими документами, що регулюють структуру і порядок складання зовнішньоекономічного контракту або договору в Україні, є Закон України «Про зовнішньоекономічну діяльність» [1] та Наказ Міністерства зовнішньоекономічних зв'язків і торгівлі від 6 вересня 2001 р «Про затвердження положення про форму зовнішньоекономічних договорів» [2]. У межах авторитетних міжнародних організацій, до яких належать передусім Комісія ООН з прав міжнародної торгівлі (ЮНСІТРАЛ), Міжнародний інститут уніфікації приватного права (УНІДРУА) і Міжнародна торговельна палата (МТП), було розроблено такі необхідні для ефективного регулювання міжнародного торговельного обігу правові документи, як Конвенція ООН про договори міжнародної купівлі-продажу товарів 1980 р. [3], Конвенція ООН про позовну давність у міжнародній купівлі-продажу товарів 1974 р. [4].

Суб'єкти діяльності при складанні зовнішньоекономічних договорів використовують вимоги національного законодавства, рекомендації міжнародних органів та організацій, передбачені світовою практикою, а також сукупність різних гарантій і застережень. Підприємства, які хоч раз стикалися зі складанням зовнішньоекономічних договорів, можуть відзначити, що існують значні відмінності між договорами, на підставі яких є здійснюваним переміщення товарів між контрагентами різних країн, і договорами, що є укладеними між резидентами однієї країни, які не передбачають переміщення товарів через митний кордон.

Існують різні думки з приводу того, наявність яких ознак є необхідною для визнання договору зовнішньоекономічним. Так, Канашевський В. А. пропонує розподіляти специфічні ознаки зовнішньоекономічної угоди на дві категорії: обов'язкові, що дають підстави кваліфікувати угоду як зовнішньоекономічну, і факультативні [5]. Як правило, контракт містить преамбулу, предмет контракту, базисні умови і терміни поставки, умови платежів (розрахунків), умови здачі (приймання) товарів, пакування та маркування, форс-мажорні обставини, санкції та рекламації, арбітраж, термін дії контракту.

Розподіл, запропонований Канашевським В. А., є пов'язаним із тим, що існує чимало галузей, які потребують індивідуального заповнення контракту. Саме тому юристи компаній намагаються спростити стандартну форму контракту під кожне окреме замовлення.

Щодо розділу «Санкції та рекламації», який є обов'язковим, зауважимо, що санкції є засобом зацікавити партнерів у сумлінному виконанні зобов'язань. У контракті вказують місце арбітражного суду, повну його назву, країну та матеріальне право, що застосовуватиметься при розгляді спорів, обумовлено випадки, за яких сторони можуть звернутися до суду. Так, сторони погоджуються із тим, що в процесі розгляду й вирішення спору застосовуватиметься Регламент Міжнародного комерційного арбітражного суду при Торговельно-промисловій палаті України. До контракту слід вносити жорсткіші санкції, щоб сторона-постачальник сумлінно виконувала свої зобов'язання за договором. Доцільно суму санкцій визначати як втрачений прибуток від затримки поставок сировини, товарів або послуг, скориговану на коефіцієнт ($K > 1$), що змінюватиметься залежно від прострочення і завданих незручностей.

Якщо поставка є здійснюваною лише один раз, можна спростити договір, позбавивши його розділів, що є пов'язаними з умовами довгострокового співробітництва, а також змін, що є пов'язаними з фактором часу. Якщо угода укладатиметься одноразово, слід урахувати поточну ситуацію на ринку і в світі [5].

Однією з пропозицій спрощення контракту є використання умов поставки на підставі Інкотермс 2010. Правила Інкотермс є важливою складовою повсякденної мови торгівлі. Терміни включають у договори купівлі-продажу товарів у всьому світі, визначають правила і є керівництвом до дії для імпортерів, експортерів, юристів, перевізників, страховиків і студентів, які вивчають міжнародну торгівлю. Головною ціллю правил Інкотермс є визначення ролей різних сторін договорів перевезення та страхування. Це збірник тлумачень термінів міжнародної торгівлі та міжнародних правил, за яким діють усі суб'єкти міжнародної торгівлі. Досвідчені менеджери, які працюють у міжнародних компаніях і здійснюють зовнішньоекономічну діяльність, можуть швидко розібратися, на яких умови було складено контракт (зобов'язання сторін, транспорт, базис поставки). Усе це допоможе компанії зберегти працездатність і заощадити час на складання контракту. Спрощення та застосування стандартних форм дасть змогу менеджерам компанії виконувати свою роботу ефективніше.

Таким чином, зовнішній контракт є складним видом договору. Для успішного його складання необхідним є вивчення всіх чинних міжнародно-правових актів, що регулюють зовнішньоекономічну діяльність. Перед укладанням угоди слід визначитися із безліччю факторів, що сприяють не тільки стабільній діяльності підприємства, а і його розвитку. Коректне складання зовнішньоекономічного договору є запорукою успішного проведення зовнішньоекономічної операції.

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

Література: 1. Про зовнішньоекономічну діяльність : Закон України від 16.04.1991 № 959-XII // База даних «Законодавство України» / Верховна Рада України. URL: http://zakon0.rada.gov.ua/laws/show/959-12. **2.** Про затвердження Положення про форму зовнішньоекономічних договорів (контрактів) : Закон України від 06.09.2001 № 201 // База даних «Законодавство України» / Верховна Рада України. URL: http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/z0833-01. **3.** Конвенція Організації Об'єднаних Націй про договори міжнародної купівлі-продажу товарів : Міжнародний документ від 11.04.1980 // База даних «Законодавство України» / Верховна Рада України. URL: http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/995_003. **4.** Конвенція Організації Об'єднаних Націй про позовну давність у міжнародній купівлі-продажу товарів : Міжнародний документ від 14.06.1974 // База даних «Законодавство України» / Верховна Рада України. URL: http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/995_002. **5.** Канашевский В. А. Внешнеэкономические сделки: материально-правовое и коллизионное регулирование : учебник. М. : Волтерс Клувер, 2008. 608 с.

УДОСКОНАЛЕННЯ СИСТЕМИ ЗБУТУ НА ПІДПРИЄМСТВІ

УДК 658.811

Потякова К. О.

Магістрант 1 року навчання
факультету менеджменту і маркетингу ХНЕУ ім. С. Кузнеця

Анотація. *Досліджено особливості управління збутом товарів промислового призначення, що передбачає як рух матеріальних цінностей від підприємств-виробників, так і зустрічний потік товарів. Проаналізовано рух товарів до державних організацій, ділових підприємств непромислового характеру, експортерів, а також рух товарів між підприємствами.*

© Потякова К. О., 2017

Ключові слова: *підприємство, організація, фінанси, матеріальні цінності, товари, попит, збут, експорт, експортери, система збуту, стимулювання збуту, збутова діяльність.*

Аннотация. *Исследованы особенности управления сбытом товаров промышленного назначения, что предусматривает как движение материальных ценностей от предприятий-производителей, так и встречный поток товаров. Проанализировано движение товаров к государственным организациям, деловым предприятиям непромышленного характера, экспортерам, а также движение товаров между предприятиями.*

Ключевые слова: *предприятие, организация, финансы, материальные ценности, товары, спрос, сбыт, экспорт, экспортеры, система сбыта, стимулирование сбыта, сбытовая деятельность.*

Annotation. *The peculiarities of the management of the sale of industrial goods are explored, which envisages both the movement of material values from manufacturing enterprises and the counter flow of goods. The movement of goods to state organizations, non-industrial businesses, exporters, as well as movement of goods between enterprises is analyzed.*

Keywords: *enterprise, organization, finances, material values, goods, demand, sales, export, exporters, sales system, sales promotion, marketing activities.*

Щоб успішно управляти підприємством, впливаючи на попит, потрібно досліджувати не тільки методи та прийоми управління попитом, але й імовірні стани попиту. Завдання прийняття управлінських рішень полягає в моніторингу стану й рівня попиту, підтримці на цьому рівні пропозиції. Завданням управління попитом є вплив на рівень, час і характер попиту в такий спосіб, щоб це допомогло організації в досягненні поставлених цілей. Ринкова система передбачає наявність принаймні трьох складових: учасників, ділових відносин і каналів розподілу товарів.

Метою написанння статті є аналіз шляхів удосконалення системи збуту на підприємстві. Її вирішують уже на стадії розробки політики фірми: здійснюють вибір найефективнішої системи, каналів і методів збуту стосовно певних ринків. Це означає, що виробництво продукції із самого початку є орієнтованим на конкретні форми й методи збуту, забезпечення найсприятливіших умов. Розробка збутової політики має на меті визначення оптимальних напрямів і засобів, необхідних для забезпечення найбільшої ефективності процесу реалізації товару, що передбачає обґрунтований вибір організаційних форм і методів збутової діяльності, орієнтованих на досягнення запланованих кінцевих результатів; отже, обрана тема є актуальною.

Дослідженням питань удосконалення системи збуту на підприємстві займалися Еванс Д., Берман Б., Прауде В., Апопій В., Міщук І., Ребицький В., Балабанова Л. та ін. Детально проблемні питання вдосконалення збуту на підприємстві описано Друкером П. у монографії «Виклики XXI століття».

Система збуту товару є однією з найважливіших у маркетинговій політиці підприємства. Чимало науковців у своїх визначеннях ототожнюють поняття збуту та розподілу. Еванс Д. та Берман Б. визначають, що розподіл є оптово-роздрібною функцією, пов'язаною зі спрямуванням продукції на різноманітні споживчі ринки [1]. Друкер П. зауважує, що переміщення товарів та їх складування є компонентами тієї самої діяльності зі збуту [2] Організаційна структура управління збутом на підприємстві – це сукупність управлінських і виробничих підрозділів, що організовують і здійснюють комплекс збутових операцій стосовно доведення готової продукції до споживачів відповідно до їх вимог. Із урахуванням того, що збутом є діяльність щодо забезпечення реалізації продукції, визначимо межі організації збуту, що передбачають:

– організацію інформаційного забезпечення про стан ринку, проведення маркетингових досліджень і прогнозування збуту;

– підписання договорів на постачання продукції;

–– вибір форм і методів збуту, організацію системи розподілу;

– створення маркетингової комунікації та організацію правового забезпечення;

– організацію сервісного та післяпродажного обслуговування [5].

Система управління збутовою діяльністю має відповідати головним напрямкам господарської діяльності підприємства, забезпечувати такий зміст виробничої, збутової, складської, транспортної та іншої діяльності, за якої продукцію вчасно реалізують споживачу.

Розглянемо логістичний підхід до організації збуту на підприємстві: оскільки логістика керується принципами раціонального управління товарно-матеріальним потоком, слід створювати такі організаційні системи, які б відображали цей потік. Інтеграція принципів логістики та маркетингу в організаційну структуру управління (ОСУ) підприємством передбачає зосередження функцій, що є пов'язаними зі збутом виготовленої продукції у відділі маркетингу і логістики. Така структура створює широкі можливості логістичної оптимізації матеріального потоку на етапах дослідження ринкової ситуації, постачання матеріалів, сировини, а також на етапах розподілу, реалізації продукції споживачам та післяпродажного обслуговування [3].

Забезпечення реалістичності економічного оцінювання, що є пов'язаним із обґрунтуванням стратегічного напрямку збутової діяльності, а також визначення показників контролю збутової діяльності значною мірою залежать від формування збутових витрат. З огляду на це важливим є узагальнення теоретичних підходів до управління витратами при організації процесу доведення продукції до кінцевого споживача, їх застосування у практичній діяльності підприємств. За нових умов господарювання виробники мають дотримуватися найважливішого управлінського принципу – управляти через витрати замість того, щоб управляти витратами [5]. Конкурентна ситуація на ринку промислової продукції вимагає від його учасників прийняття гнучких рішень щодо економічного оцінювання процесу розподілу та реалізації, а також усіх маркетингових операцій, які забезпечують збут. Розуміючи, що без розрахунку коштів на збут неможливо отримати прихильність до своєї марки споживачів, виробникам промислової продукції доводиться переглядати підходи до економічного оцінювання витрат збутової діяльності.

Важливим моментом у визначенні теоретико-прикладних засад елементів системи управління збутовою діяльністю є дослідження інструментарію інформаційного й аналітичного забезпечення збуту. Задля виявлення уподобань споживачів, аналізу конкурентів і для вдосконалення інформаційного забезпечення про стан ринку в цілому підприємствам слід постійно проводити маркетингові дослідження.

Важливим елементом, що уможливлює проведення об'єктивного аналізу кон'юнктури ринку задля визначення його реальної та потенційної місткості, а також дослідження попиту, пропозиції, прогнозу обсягів збуту та стратегії розвитку збутової діяльності, є система аналітичного забезпечення збуту [5]. Використання сучасних напрацювань дає змогу визначати кон'юнктуру як конкретну економічну ситуацію, що склалася на ринку під впливом сукупності факторів та умов за певний відрізок часу. Про системність цього поняття свідчить і латинський переклад терміна «conjungo» – з'єднувати, пов'язувати.

З точки зору Прауде В. та Білого О., складовими оцінювання ринкової ситуації із застосуванням аналітичної системи маркетингу є прогресивні засоби аналізу даних і проблемних ситуацій, статистичний банк і банк моделей [6]. До статистичного банку віднесемо статистичні джерела Державної служби статистики України, опубліковані в періодичних виданнях матеріали стосовно збутової діяльності підприємств, управління зовнішньоекономічною діяльністю, звітність підприємств і результати маркетингових досліджень. Банк моделей охоплює методи кореляційно-регресійного аналізу, факторний аналіз, методи екстраполяції та методи сценаріїв, формалізовані моделі.

До сфери завдань стимулювання споживачів належить заохочення до інтенсивніших покупок і застосування товару, привернення уваги до товару тих, хто користується ідентичним товаром конкурентів. Стимулювання посередників є спрямованим на залучення пропонованих фірмою товарів до нового асортименту, підтримку потрібного рівня запасів товару, проникнення у нові сегменти ринку, збільшення частки товару порівняно з конкурентами.

Методи стимулювання збуту мають бути ретельно продуманими, оскільки за безконтрольного стимулювання образ фірми може постраждати. Споживачі розглядатимуть знижки як сигнал погіршення якості продукції і на звичайну ціну реагуватимуть як на її підвищення [7].

Вибір засобу стимулювання збуту залежить від кон'юнктури, типу ринку, товарів, авторитету фірми й інших факторів. Основними засобами стимулювання є зразки, купони, премії, залікові талони, упаковки за пільговими цінами. Розповсюдження зразків може здійснюватися поштою, розподілом у магазинах, розноситися «у кожні двері», при цьому товар пропонують споживачам безкоштовно чи на пробу [5].

Стимулювання збуту вважають не таким універсальним засобом збільшення обсягів продажів, як рекламу, оскільки його застосування носить епізодичний характер або є кінцевою складовою реклами.

Таким чином, збутова діяльність є цілісним процесом, що охоплює планування обсягу реалізації товарів із урахуванням рівня прибутку, що намічається; пошук і вибір найкращого партнера – постачальника (покупця); проведення торгів, у тому числі встановлення ціни, що відповідає якості товару й інтенсивності попиту; виявлення й активне використання факторів, що сприяють прискоренню збуту продукції й збільшенню прибутку від реалізації. Поняття збуту можна розглядати у широкому і вузькому значеннях. У широкому розумінні збут є процесом, що охоплює всі операції, починаючи з виходу продукції за межі підприємства-виробника, і закінчуючи передачею товару покупцю. У вузькому розумінні як збут розглядають лише завершальну фазу – безпосереднє спілкування продавця і покупця.

Науковий керівник – канд. екон. наук, доцент Рожко В. І.

Література: 1. Эванс Д., Берман Б. Маркетинг : монография. М. : Сирин, 2002. 278 с. **2.** Друкер П. Менеджмент. Вызовы XXI века / пер. с англ. Н. Макаровой. М. : Манн, Иванов и Фербер, 2012. 256 с **3.** Апопій В. В., Мі-

щук І. П., Ребицький В. М. Організація торгівлі : навч. посіб. Київ : Центр навч. літ., 2008. 632 с. **4.** Балабанова Л. В. Стратегическое маркетинговое управление на основе бенчмаркинга : монография. Донецк : ДонГУЭТ им. М. Туган-Барановского, 2005. 172 с. **5.** Бланк И. А. Торговый менеджмент. Киев : Ника-Центр, 2004. 780 с. **6.** Прауде В. Р., Білий О. Б. Маркетинг : навч. посіб. Київ : Вища школа, 1994. 256 с. **7.** Болт Г. Практическое руководство по управлению сбытом / пер. с англ., научн. ред. Ф. А. Крутиков. М. : Экономика, 2005. 272 с.

НЕДЕРЖАВНЕ ПЕНСІЙНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЯК НАПРЯМ РОЗШИРЕННЯ СИСТЕМИ СОЦІАЛЬНОГО ЗАХИСТУ НАСЕЛЕННЯ УКРАЇНИ

УДК [364.35:368.914](477)

Пятак В. В.

Магістрант 2 року навчання
факультету економіки і права ХНЕУ ім. С. Кузнеця

Анотація. *Досліджено основні тенденції та особливості розвитку недержавних пенсійних фондів в Україні на основі аналізу їх діяльності за останні п'ять років. Визначено основні переваги та недоліки роботи недержавних пенсійних фондів. Проаналізовано перспективи їх розвитку у пенсійній системі України.*

Ключові слова: *пенсія, пенсійна система, пенсійна реформа, пенсійне забезпечення, недержавний пенсійний фонд, соціальний захист населення.*

Аннотация. *Исследованы основные тенденции и особенности развития негосударственных пенсионных фондов в Украине на основе анализа их деятельности за последние пять лет. Определены основные преимущества и недостатки работы негосударственных пенсионных фондов. Проанализированы перспективы их развития в пенсионной системе Украины.*

Ключевые слова: *пенсия, пенсионная система, пенсионная реформа, пенсионное обеспечение, негосударственный пенсионный фонд, социальная защита населения.*

Annotation. *The main trends and features of the development of non-state pension funds in Ukraine are analyzed on the basis of an analysis of their activities over the past five years. The main advantages and disadvantages of the work of non-state pension funds are determined. The prospects of their development in the pension system of Ukraine are analyzed.*

Keywords: *pension, pension system, pension reform, pensions, non-state pension fund, social protection of the population.*

На сьогодні система пенсійного забезпечення населення України перебуває у стані реформування, відбувається зміна державного пенсійного забезпечення й втілення системи недержавного пенсійного страхування. Необхідність реформування пенсійної системи країни й упровадження накопичувальних методів пенсійного забезпечення є зумовленими низкою причин, серед яких найважливішими є низький рівень пенсійного забезпечення громадян і невідповідність отримуваної пенсії заробітній платі, яку отримував громадянин до виходу на пенсію.

Дослідженням окремих теоретичних і практичних аспектів діяльності недержавних пенсійних фондів в Україні займалися Бахмач А., Лузгіна Л., Гончарова С., Отенко І., Бахмач А. Руденко В., Сальнікова Т. та ін.

Метою написання статті є дослідження основних тенденцій та особливостей розвитку недержавних пенсійних фондів на сучасному етапі, виокремлення основних їх переваг і недоліків, а також визначення доцільності функціонування недержавних пенсійних фондів в Україні.

© Пятак В. В., 2017

Недержавний пенсійний фонд (НПФ) – юридична особа, створена відповідно до Закону України «Про недержавне пенсійне забезпечення», яка має статус неприбуткової організації, проводить діяльність виключно задля накопичення пенсійних внесків на користь учасників НПФ та здійснення для них пенсійних виплат; Фактично це банківський рахунок на зберігання. Усі адміністративні функції НПФ: облік, укладання договорів, пенсійних контрактів тощо виконує адміністратор НПФ, він діє від імені НПФ [6].

Перевагами участі громадян, роботодавців та їх об'єднань у НПФ порівняно з іншими інструментами довгострокового накопичення є те, що:

– розміри пенсійних внесків не лімітуються;

– НПФ розподіляє прибуток не між акціонерами, яких у нього немає, оскільки це непідприємницьке товариство, а між своїми учасниками – майбутніми пенсіонерами;

– усі пенсійні кошти інвестуються задля одержання прибутку на користь учасників НПФ, який підлягає розподілу між ними пропорційно до сум, відображених на їх індивідуальних пенсійних рахунках на дату розподілу. Такий прибуток не оподатковується податком на доходи фізичних осіб; чим тривалішою є участь у фонді, тим більшим є розмір прибутку;

– учасник НПФ самостійно визначає вік, коли зможе отримати пенсію зі свого рахунку [2; 3].

Недоліками участі громадян, роботодавців та їх об'єднань у НПФ є те, що:

– учасник НПФ може відкрити накопичувальний рахунок лише у гривнях, що робить накопичену суму інфляційно вразливою;

– учаснику НПФ складно отримати накопичену суму до настання пенсійного віку, що є обумовленим у контракті;

– податки необхідно сплачувати з накопиченої суми, але із настанням обумовленого в контракті пенсійного віку [2; 3].

Основною метою інвестування пенсійних активів є отримання учасниками недержавного пенсійного забезпечення додаткових до загальнообов'язкового державного пенсійного страхування пенсійних виплат разом із забезпеченням доходності пенсійних активів вище рівня інфляції та залучення довгострокових інвестиційних ресурсів, що є необхідними для модернізації економіки.

Станом на 30 червня 2016 р. в Державному реєстрі фінансових установ містилася інформація про 66 недержавних пенсійних фондів та 22 адміністратори НПФ; довідково: станом на 30.06.2015 р. у Державному реєстрі налічувалося 72 НПФ та 23 адміністратори. Крім того, міститься інформація про одного одноосібного засновника, який прийняв рішення про самостійне здійснення адміністрування створеного ним корпоративного недержавного пенсійного фонду: отримав ліцензію на провадження діяльності з адміністрування такого недержавного пенсійного фонду та відповідно до законодавства не потребує внесення до Державного реєстру фінансових установ.

Згідно із даними Державного реєстру фінансових установ недержавні пенсійні фонди зареєстровано у восьми регіонах України (рис. 1) [5]. Найбільшу кількість НПФ зосереджено у м. Києві – 48, або 72,7 % від загальної кількості зареєстрованих НПФ.

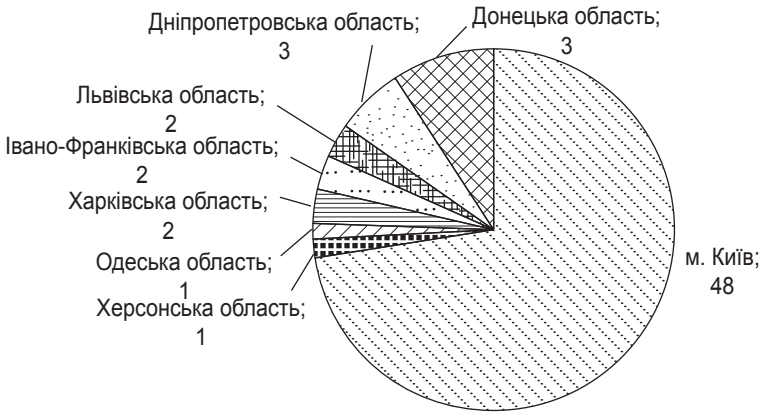


Рис. 1. **Територіальний розподіл НПФ**, од.

Стан розвитку НПФ пенсійної системи в Україні за 2014–2016 рр. проілюстровано в табл. 1 [5].

Таблиця 1

Стан розвитку НПФ пенсійної системи в Україні, 2014–2016 рр.

Показники	Станом на 30.06.2014	Станом на 30.06.2015	Станом на 30.06.2016
Кількість НПФ, одиниць	80	72	66
Кількість учасників НПФ, тис. осіб	837,7	833,5	831,2
Загальна сума пенсійних активів у НПФ, млн грн	2 381,30	2 157,10	2 000,30
Сума внесків, млн грн	1 722,80	1 845,60	1 847,80
Сума отриманого інвестиційного доходу, млн грн	1 167,60	1 014,60	917,6
Сума витрат за рахунок пенсійних активів, млн грн	154,2	192	219,6,

Із даних табл. 1 можна зробити висновок, що НПФ в Україні у 2016 р. погіршили свої показники, тобто спостерігається їх спад зростання, крім витрат за рахунок пенсійних активів, а також сум внесків. Так, зменшилася кількість учасників НПФ на 2,3 тис. осіб порівняно з 2015 р., зменшилася загальна сума пенсійних активів, яка в 2016 р. становила 2 000,30 млн грн, сума внесків зросла і становить 1 847,80 млн грн, сума інвестиційного доходу змінилася – 917,6 млн грн, сума витрат зросла – 219,6 млн грн, але попри це зменшилася кількість самих НПФ (на сьогодні їх чисельність становить 66 одиниць). Це зменшення є зумовленим ліквідацією деяких із них, що не здійснювали свою діяльність, і злиттям. У межах підготовки до запуску другого рівня пенсійної системи засновники багатьох НПФ намагаються вирішувати проблему відповідності вимогам допуску до накопичувальної системи саме шляхом об'єднання, але наважуються на такий крок не всі. Попри це скорочення НПФ тільки сприятиме зміцненню пенсійної системи в цілому та підвищенню ймовірності успішного запуску другого рівня. Україні не потрібно багато фондів, достатньо кількох десятків, але міцних і ефективних [4].

На рис. 2 подано динаміку зміни кількості учасників НПФ в Україні за 2014– 2016 рр. [5].

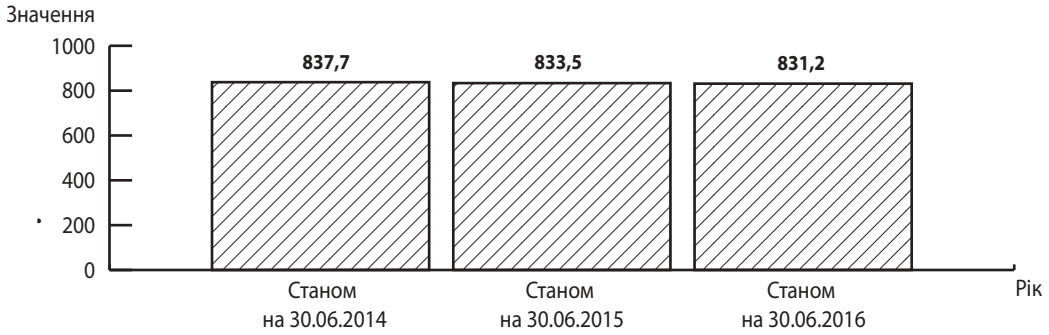


Рис. 2. **Динаміка зміни кількості учасників НПФ в Україні, 2014–2016 рр.**

Як видно з рис. 2, кількість учасників НПФ в Україні у 2014–2016 рр. постійно знижувалася, у 2016 р. порівняно із 2014 р. відбулося зменшення на 6,5 тис. осіб учасників, або на 0,7 %, стан НПФ на цьому етапі розвитку економіки України є недостатньо високим [5]. Це є пов'язаним передусім із недовірою населення, недостатньою обізнаністю у сфері недержавного пенсійного забезпечення, а також відсутністю мотивації в участі.

Таким чином, основні показники діяльності НПФ свідчать про зниження довіри населення до нових для суспільства фінансових інститутів, що, у свою чергу, зумовлює поступове зменшення уваги до них із боку роботодавців і населення, гальмування розвитку накопичувальної системи пенсійного забезпечення в Україні. Працівнику сьогодні вигідніше отримати підвищення до заробітної плати, аніж через 25–40 років – підвищену пенсію. З огляду на це слід зацікавлювати громадян у індивідуальній участі в НПФ, забезпечити надійність отримання учасниками пенсійних фондів додаткових виплат за досягнення ними пенсійного віку. Це сприятиме формуванню в населення відповідальності щодо забезпечення власних грошових надходжень після завершення трудової діяльності.

Науковий керівник – канд. екон. наук, доцент Гончарова С. Ю.

Література: 1. Гончарова С. Ю., Отенко І. П. Соціальна політика : навч. посіб. Харків : ХДЕУ, 2003. 200 с. **2.** Бахмач А. Недержавні пенсійні фонди: статистика, перспективи. *Вісник Пенсійного фонду України*. 2008.

№ 9. С. 14–17. **3.** Лузгіна Л. Недержавні пенсійні фонди: чи є майбутнє? *Вісник Пенсійного фонду України.* 2009. № 3. С. 18–19. **4.** Руденко В. Неповний пенсіон. Контракти. 2010. № 45. С. 24–26. **5.** Сальнікова Т. Недержавна пенсія: головне – надійність. *Вісник Пенсійного фонду України.* 2008. № 6. С. 20–21. **6.** Про недержавне пенсійне забезпечення : Закон України від 09.07.2003 № 1057-IV // База даних «Законодавство України» / Верховна Рада України. URL: http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/1057-15. **7.** Інформація про виконання показників бюджету Пенсійного фонду України за 2016 р. // Інформаційна сторінка веб-порталу Пенсійного фонду України. URL: http://www.pfu.gov.ua/informatsiya/potochna-diyalnist/plany-roboty/arhiv-zvitnist-plany-roboty.

ФОРМУВАННЯ ФІНАНСОВОЇ СТРАТЕГІЇ ПІДПРИЄМСТВА

УДК 658.14/.17:005.21

Рєпіна М. О.

Магістрант 1 року навчанн
факультету консалтингу і міжнародного бізнесу ХНЕУ ім. С. Кузнеця

Анотація. *Розглянуто місце та значення фінансової стратегії підприємства в системі стратегічного планування. Досліджено механізм формування фінансової стратегії на прикладі ПАТ «Сан ІнБев Україна». Визначено фінансову позицію підприємства за матрицею Франшона–Романе. Проаналізовано можливі варіанти зміни фінансової рівноваги цього підприємства.*

Ключові слова: *підприємство, організація, фінанси, фінансовий стан, показники, фінансова рівновага, фінансова стратегія, стратегічне планування, результат фінансово-господарської діяльності, ефективність, результативність, матричний метод.*

Аннотация. *Рассмотрены место и значение финансовой стратегии предприятия в системе стратегического планирования. Исследован механизм формирования финансовой стратегии на примере ОАО «САН ИнБев Украина». Определено финансовое состояние предприятия по матрице Франшона–Романе. Проанализированы возможные варианты изменения финансового равновесия этого предприятия.*

Ключевые слова: *предприятие, организация, финансы, финансовое состояние, показатели, финансовое равновесие, финансовая стратегия, стратегическое планирование, результат финансово-хозяйственной деятельности, эффективность, результативность, матричный метод.*

Annotation. *The place and importance of the company's financial strategy in the system of strategic planning are considered. The mechanism of formation of a financial strategy is studied using the example of JSC SUN InBev Ukraine. The financial position of the enterprise in the Francheon–Romane matrix is determined. Possible options for changing the financial equilibrium of this enterprise are analyzed.*

Keywords: *enterprise, organization, finance, financial condition, indicators, financial equilibrium, financial strategy, strategic planning, the result of financial and economic activity, efficiency, effectiveness, matrix method.*

Ефективність діяльності підприємства значною мірою залежить від того, наскільки ефективно воно вирішує завдання щодо досягнення поставлених цілей. Відповідно процес формування системи цілей підприємства та стратегії його поводження на ринку є складовими стратегічного планування на підприємстві, ціллю якого є створення потенціалу підприємства для його безперервного та стабільного функціонування у змінному зовнішньому середовищі. Одним із завдань стратегічного планування є забезпечення ефективного використання наявних фінансових ресурсів, а також аналіз фінансових потреб і вибору джерел фінансування, що є визначуваним фінансовою стратегією.

© Рєпіна М. О., 2017

Дослідженням проблемних питань стратегічного планування на підприємстві займалися Ансофф І., Мескон М., Портер М., Пічурін І., Єршова І. та ін. Питання формування та реалізації фінансової стратегії підприємства висвітлено у роботах Бланка І., Бутиріна В., Іванюти С., Бутко М., Гриньова А. та ін. Ці роботи доцільно було б доповнити проведенням позиціонування підприємства за матрицею фінансових стратегій у динамічному аспекті.

Метою написання статті є визначення фінансової позиції підприємства й оцінювання наявних стратегічних альтернатив формування фінансової стратегії за матрицею Франшона–Романе.

Для реалізації стратегічного планування широко застосовуваним є матричний метод. Французькі науковці Франшон Ж. та Романе І. запропоновали методику розробки фінансової стратегії, засновану на побудові фінансової матриці. Цей інструмент дає змогу не лише оцінити поточний стан підприємства з точки зору фінансових ризиків, але й передбачити зміни фінансової стратегії та планувати майбутній стан підприємства, знижуючи рівень фінансового ризику. Застосування матриці фінансових стратегій ґрунтується на розрахунку результатів господарської, фінансової та фінансово-господарської діяльності підприємства. Формули для проведення розрахунків подано в табл. 1 [2]. У результаті розрахунку цих показників формують матрицю, на підставі якої визначають стадію фінансового розвитку підприємства, а характер його стратегічної діяльності зумовлює фінансову стратегію. Матрицю формують у такий спосіб: за горизонталлю відкладають значення результату фінансової діяльності підприємства, що є пов'язаним зі зростанням позичання засобів, за вертикаллю – результат господарської діяльності, що характеризує реалізацію інвестиційного проекту.

Таблиця 1

Формули для розрахунку фінансових показників діяльності підприємства для побудови матриці Франшона–Романе

Показник	Формула для розрахунку	Умовні позначення
Результат господарської діяльності, *РГД*	$РГД = БРЕІ - ΔФЕП - ВІ - ЗП$	*БРЕІ* – брутто-результат від експлуатації інвестицій; *ΔФЕП* – зміна фінансово- експлуатаційних потреб; *ВІ* – виробничі інвестиції; *ЗП* – звичайні продажі майна
Брутто-результат від експлуатації інвестицій, *БР*	$БР = ДВ - ЗП - ОВ - П$	*ДВ* – додана вартість; *ЗП* – витрати на оплату праці; *ОП* – обов'язкові відрахування до фондів соціального страхування, пов'язані з нарахуванням заробітної плати; *П* – усі податки, крім податку на прибуток
Додана вартість, ДВ	$ДВ = РП + ГП + НЗВ - МВ$	*РП* – вартість реалізованої продукції; *ГП* – запаси готової продукції; *НЗВ* – незавершене виробництво; *МВ* – вартість спожитих матеріальних ресурсів
Зміна фінансово-експлуатаційних потреб, *ΔФЕП*	$ΔФЕП = ΔПА - ΔПП$	*ΔПА* – зміна величини поточних активів; *ΔПП* – зміна величини поточних пасивів
Результат фінансової діяльності, *РФД*	$РФД = ПК - ФВ - ПП - Д + ЕАбрутто - ДФ + ІФД$	*ПК* – зміна позикового капіталу за звітний період; *ФВ* – фінансові витрати; *ПП* – податок на прибуток; *Д* – виплачені дивіденди; *ЕА* – суми, отримані від емісії акцій; *ДФ* – довгострокові фінансові інвестиції; *ІФД* – інші фінансові доходи
Результат фінансово-господарської діяльності, *РФГД*	$РФГД = РГД + РФД$	*РГД* – результат господарської діяльності; *РФД* – результат фінансової діяльності

У табл. 2 наведено загальний вигляд матриці Франшона–Романе, що формується за результатами розрахунку цих показників [4; 6].

Таблиця 2

Матриця фінансових стратегій

Стадія фінансового розвитку	Гальмування	Стабілізація	Зростання
	$РФД < 0$	$РФД = 0$	$РФД > 0$
$РГД > 0$	1. «Батько сімейства»	4. «Рантьє»	6. «Материнське суспільство»
$РГД = 0$	7. «Епізодичний дефіцит»	2. Стійка рівновага	5. «Атака»
$РГД < 0$	9. Кризовий стан	8. «Дилема»	3. Нестійка рівновага

Як видно з табл. 2, матриця містить 9 квадрантів, кожний із яких характеризує фінансову стратегію підприємства. Зокрема, квадранти 4, 5, 6 означають зону успіхів, а квадранти 7, 8, 9 – зону дефіцитів, тобто відповідно зони позитивних і негативних значень аналітичних показників. Квадранти 1, 2, 3 описують позиції рівноваги підприємства.

Для аналізу обрано пивоварну галузь промисловості, що наразі характеризується наявністю великих міжнародних і національних підприємств на українському ринку, а також високим рівнем конкуренції, що в цілому обумовлює необхідність стратегічного управління. Побудова матриці фінансових стратегій здійснювалася на підставі даних ПАТ «САН ІнБев Україна», що є визнаним лідером українського пивоварного ринку. У табл. 3 подано результати розрахунку за 2012–2016 рр. [4; 6].

Таблиця 3

Розрахункові коефіцієнти ПАТ «САН ІнБев Україна» для побудови матриці фінансових стратегій Франшона–Романе

Показник	2012	2013	2014	2015	2016
1. Додана вартість	1739507	1650019	1664958	1846389	2293570
2. Брутто-результат від експлуатації інвестицій	1709288	1635271	1639965	1841339	2284089
3. Зміна фінансово-експлуатаційних потреб	-216297	-19899	325671	208729	213943
4. Продаж майна	0	0	0	0	0
5. Результат господарської діяльності	1925585	1655170	1314294	1632610	2070146
6. Зміна позикових коштів	-73541	48112	310043	435791	266547
7. Податок на прибуток	-73303	47889	88629	36751	-5242
8. Довгострокові фінансові вкладення	196	196	155	32	32
9. Результат фінансової діяльності	-434	27	221259	399008	271757
10. Результат фінансово-господарської діяльності	1925151	1655197	1535553	2031618	2341903

Із урахуванням значень розрахованих показників РГД, РФД та РФГД для ПАТ «САН ІнБев Україна» усі можливі види фінансової стратегії підприємства за досліджуваний період можуть бути подані у вигляді матриці фінансових стратегій (табл. 4) [4; 6].

Таблиця 4

Позиціонування підприємства ПАТ «САН ІнБев Україна» у матриці фінансових стратегій Франшона–Романе

Стадія фінансового розвитку	Відставання	Стабілізація	Зростання
	РФД > 0	РФД = 0	РФД < 0
РГД > 0	2012	2013	2014 2015 2016
РГД = 0			
РГД < 0			

Як видно з табл. 4, протягом 2012–2016 рр. спостерігається міграція ПАТ «САН ІнБев Україна» до вибору тієї фінансової стратегії, що базується на високому рівні наявного фінансового потенціалу. У 2012 р. підприємство перебувало у 1 квадранті «Батько сімейства», що означає, що задіяно не всі внутрішні ресурси. За підвищених темпів зростання товарообігу в підприємства є всі шанси переміститися із зони рівноваги до зони успіху. Господарська діяльність у цілому є ефективною, однак, наявні умови для подальшого самофінансування та розвитку.

Розміщення у 2013 р. у 4 квадранті «Рантьє» означає дію стратегії стабілізації підприємства, оскільки воно не використовує всі свої можливості до нарощування темпів обігу, тобто існують вільні кошти для здійснення інвестиційних проектів за використання позикового капіталу. За низького рівня економічної рентабельності підприємство переміститься у 1 чи 7 квадрант, однак, зростання рентабельності означає наявність фінансового потенціалу до нарощуванню обігу [4; 6].

Згідно зі схемою позиціонування ПАТ «САН ІнБев Україна» у матриці фінансових стратегій у 2012–2016 рр. підприємство закріпилося у квадранті 6 «Материнське суспільство», що передбачає наявність стратегії зростання. Підприємство може стати материнською фірмою, існують можливості для фінансування не лише власного розвитку, а й дочірніх підприємств за рахунок збільшення позикових засобів. Однак, неоптимальне співвідношення позикових засобів і власних може сприяти переміщенню до квадранта 4 «Рантьє». Якщо ринок збуту підприєм-

ства застаріє, існує ризик переміщення до квадранта 5 «Атака», що свідчитиме про необхідність початку політики диверсифікації або збільшення інвестицій.

Таким чином, визначене розташування ПАТ «САН ІнБев Україна» у 2012–2016 рр. у матриці фінансових стратегій дає змогу оцінити його діяльність. Підприємству властивий достатньо високий рівень фінансового стану, однак, задля його покращення слід повністю використовувати власні фінансові ресурси для здійснення інвестиційних вкладень із метою підтримки та розвитку бізнесу. За рахунок залучення коштів підприємство мало б змогу розширювати власне виробництво, реалізовувати нові проекти, запроваджувати нові технології, що сприятиме зростанню прибутковості. Важливо визначити бажаний напрям стратегічного розвитку для ПАТ «САН ІнБев Україна»: утримання позицій у прибутковій зоні та реалізація стратегії зростання, що полягає у прискореному зростанні потенціалу формування фінансових ресурсів. Стадія фінансового розвитку «Зростання» є найбільш сприятливою, оскільки підприємство успішно розвивається, ефективно використовує капітал, до того ж зростає його вартість [6]. Етап стратегічного планування на підприємстві є необхідним для забезпечення ефективної діяльності у майбутньому, що досягається шляхом формування стратегічної лінії поведінки підприємства, розробці стратегії, що полягає в оптимальному використанні наявних ресурсів, своєчасному реагуванні на стрімко змінювані умови зовнішнього середовища. Вибір оптимальної фінансової стратегії підприємства можна здійснювати шляхом побудови матриці Франшона–Романе, що дає змогу оцінити конкретні дії в межах стратегічної фінансової діяльності. Для комплексного оцінювання фінансової діяльності підприємства й прийняття зважених і максимально обґрунтованих управлінських рішень доцільно застосовувати кілька альтернативних інструментів стратегічного аналізу, що і планується реалізувати у подальших дослідженнях.

Науковий керівник – канд. екон. наук, доцент Іващенко Г. А.

Література: 1. Богатирьов А. М., Столярська К. М. Структура стратегічного набору підприємства. *Стратегія економічного розвитку України.* 2011. № 8. С. 49–55. **2.** Бутиріна В. М., Верещаєва Г. А. Визначення фінансової стратегії розвитку підприємства. *Науковий вісник НЛТУ України.* 2011. № 21. С. 177–182. **3.** Маслак О. І. Особливості оцінювання фінансового потенціалу промислового підприємства. *Вісник Кременчуцького національного університету імені Михайла Остроградського.* 2014. № 6 (77). С. 124–129. **4.** Панасюк М. А., Бойко О. О. Фінансове планування діяльності сучасного підприємства. *Економіка і суспільство.* 2016. № 2. С. 318–322. **5.** Бутко М. П., Дітковська М. Ю., Задорожна С. М. Стратегічний менеджмент : навч. посіб. / за заг. ред. М. П. Бутка. Київ : Центр навч. літ., 2016. 376 с. **6.** Холява І. П., Олійник А. М. Стратегічне планування в управлінні діяльністю підприємства. *Вісник Національного технічного університету «ХПІ».* 2015. № 2. С. 107–112.

АНАЛІЗ ФІНАНСОВОГО ПОТЕНЦІАЛУ ПІДПРИЄМСТВА

УДК 005.52:005.336

Рєпіна Ю. О.

Магістрант 1 року навчання
факультету консалтингу і міжнародного бізнесу ХНЕУ ім. С. Кузнеця

Анотація. *Досліджено сутність таксономічного показника підприємства. Із застосуванням методу таксономічного аналізу визначено інтегральний показник оцінки рівня фінансового потенціалу на підставі фінансової звітності ПАТ «Філіп Морріс Україна».*

Ключові слова: *підприємство, організація, фінанси, фінансовий стан, фінансова звітність, показники, фінансовий потенціал, аналіз внутрішнього середовища, результат фінансово-господарської діяльності, ефективність, результативність, коефіцієнт таксономії.*

© Рєпіна Ю. О., 2017

Аннотация. *Исследована сущность таксономического показателя предприятия. С применением метода таксономического анализа определен интегральный показатель оценки уровня финансового потенциала на основании финансовой отчетности ЧАО «Филип Моррис Украина».*

Ключевые слова: *предприятие, организация, финансы, финансовое состояние, финансовая отчетность, показатели, финансовый потенциал, анализ внутренней среды, результат финансово-хозяйственной деятельности, эффективность, результативность, коэффициент таксономии.*

Annotation. *The essence of the taxonomic indicator of the enterprise is investigated. Using the method of taxonomic analysis, an integral indicator of the assessment of the financial potential level was determined on the basis of the financial statements of PJSC «Philip Morris Ukraine».*

Keywords: *enterprise, organization, finance, financial condition, financial reporting, indicators, financial potential, analysis of the internal environment, result of financial and economic activity, efficiency, effectiveness, taxonomy ratio.*

Важливою умовою розвитку підприємства є наявність у нього достатнього фінансового потенціалу, спроможного забезпечити поточну та перспективу фінансову стійкість за стрімко змінюваних ринкових умов. Тому аналіз та оцінювання фінансового потенціалу підприємства є важливими, оскільки саме результати такого аналізу дають змогу керівникам підприємств приймати обґрунтовані управлінські рішення й уявляти подальші перспективи розвитку підприємства, а зовнішнім користувачам – отримувати певну інформацію для прийняття найвигідніших економічних рішень. Дати цілісну оцінку фінансового потенціалу підприємства за допомогою одного показника неможливо. Тому застосовують систему різноманітних показників, які необхідно систематизувати та проаналізувати для прийняття раціональних управлінських рішень. Саме таксономічні методи мають потужний арсенал алгоритмів систематизації та спроможні вирішити проблему.

Дослідженням проблемних питань щодо фінансового потенціалу підприємства займалися науковці Саблі-на Н. В., Лощина Л. В., Терещенко Е. Ю., Ларікова Т. В., Белінська О. В. та ін. Вважаємо за необхідне доповнити цей вагомий доробок авторів проведенням кількісного оцінювання фінансового потенціалу підприємства.

Метою написання статті є визначення таксономічного показника рівня фінансового потенціалу підприємства.

Таксономічний показник рівня розвитку (коефіцієнт таксономії) – це показник, що є застосовуваним для статистичної характеристики більшості об'єктів. За його допомогою можна оцінити досягнутий у певному періоді середній рівень значення ознаки, який характеризує аналізоване явище. Цей аналіз проводився на підставі даних фінансової звітності ПАТ «Філіп Морріс Україна». Компанія є лідером виробництва тютюнових виробів на українському ринку і займає на ньому третину. Вихідними даними для побудови таксономічного показника є коефіцієнт фінансового ризику, маневреності, абсолютної ліквідності, забезпеченості власними коштами, оборотності оборотних активів, рентабельності власного капіталу, рентабельності продажу і покриття виробничих витрат.

Побудова таксономічного показника ПАТ «Філіп Морріс Україна» розпочинається з формування матриці спостережень X, яка може бути подана у вигляді табл. 1 [2]. Елементи матриці – це показники, виражені в спеціальних ознаках в одиниці вимірювання. Елементи цієї матриці – це розраховані значення показників, виражені в різних одиницях вимірювання.

Таблиця 1

Матриця спостережень

X	1,181487	0,988310	1,068917	1,267240	0,421305	0,544206	0,928667
	0,071893	0,124379	0,046268	0,133009	0,851812	0,847762	0,782033
	0,863452	0,835435	0,906079	0,853195	0,146777	0,151343	0,217582
	0,057412	0,112026	0,041515	0,094998	2,283088	1,723225	1,152443
	8,248141	9,640098	10,251768	3,005153	2,304985	2,262105	1,454013
	0,957564	0,959546	0,958669	0,964948	0,094045	0,068086	0,122516
	0,092710	0,089651	0,083906	0,229335	0,109356	0,061180	0,124170
	4,635179	5,129705	5,527548	2,397654	1,903679	1,339534	1,040576

Для проведення подальших розрахунків слід провести стандартизацію, що дозволить звести всі одиниці вимірювання до єдиної величини, тобто вирівняти значення ознак, що подано в табл. 2 [2]. Стандартизувати матрицю можна шляхом ділення елемента матриці стандартизованих значень на його середнє значення.

Таблиця 2

Матриця стандартизованих значень

Z	1,292225	1,080942	1,169104	1,386015	0,460793	0,595213	1,015709
	0,176136	0,304727	0,113356	0,325871	2,086931	2,077007	1,915972
	1,520980	1,471627	1,596067	1,502912	0,258550	0,266592	0,383273
	0,073541	0,143499	0,053178	0,121687	2,924515	2,207360	1,476218
	1,553478	1,815644	1,930847	0,565999	0,434127	0,426051	0,273853
	1,624810	1,628173	1,626685	1,637340	0,159576	0,115529	0,207887
	0,821163	0,794065	0,743177	2,031286	0,968603	0,541891	1,099814
	1,476583	1,634120	1,760856	0,763797	0,606436	0,426722	0,331486

Ознаки, які позитивно впливають на загальний рівень розвитку об'єкта, є стимуляторами, а ознаки, що уповільнюють розвиток, – дестимуляторами [3]. Дестимулятором є коефіцієнт фінансового ризику підприємства, а стимуляторами – коефіцієнт маневреності, абсолютної ліквідності, забезпеченості власними коштами, оборотності оборотних активів, рентабельності власного капіталу і продажу, покриття виробничих витрат. На підставі елементів матриці сформовано вектор-еталон, до якого залучено максимальні значення показників-стимуляторів і мінімальні значення показників-дестимуляторів:

$$P_0 = (0{,}421305;\ 0{,}851812;\ 0{,}906079;\ 2{,}283088;\ 10{,}251768;\ 0{,}964948;\ 0{,}229335;\ 5{,}527548).$$

Наступним етапом визначення таксономічного показника рівня розвитку системи є встановлення відстані між окремими спостереженнями (періодами) і вектором-еталоном. Відстань між точкою-одиницею й точкою P_0 розраховують за формулою, поданою в табл. 3 [4]. Розрахункові показники, необхідні для визначення таксономічного показника, також наведено в таблиці.

Таблиця 3

Проміжні показники для обчислення коефіцієнта таксономії ПАТ «Філіп Морріс Україна»

Показник	Формула	Умовні позначення
Відстань між точкою-одиницею й точкою P_0	$C_{io} = \sqrt{\sum (z_{ij} - z_{oj})^2}$	z_{ij} – стандартизоване значення *j*-го показника в період часу *i*; z_{oi} – стандартизоване значення *i*-го показника в еталоні
Модифікований показник для розрахунку відхилення	$C_0 = \overline{C_0} + 2S_0$ $S_0 = \sqrt{\frac{1}{m}\sum (C_{io} - \overline{C_0})^2}$	C_{io} – відстань між точкою-одиницею й точкою P_0 S_0 – модифікований показник
Відхилення відстані між точкою-одиницею й точкою P_0 від значення відстані ознак	$d_i = \frac{C_{io}}{C_0}$	C_{io} – відстань між точкою-одиницею й точкою P_0
Коефіцієнт таксономії	$K_i = 1 - d_i$	d_i – відхилення відстані між точкою-одиницею й точкою P_0 від значення відстані ознак

Отримана з табл. 2 відстань є початковим елементом для розрахунку показника таксономії. Для розрахунку таксономічного показника необхідно розрахувати значення показників C_0 та S_0 за формулами з табл. 3. Отримані результати розрахунку інтегрального показника подано в табл. 4 [4].

Таблиця 4

Елементи розрахунку коефіцієнта таксономії ПАТ «Філіп Морріс Україна», 2010–2016 рр.

Показник	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016
C	11,48821	11,43217	11,47541	12,05122	11,71377	11,5942	11,72611
C_0	12,038281						
S_0	0,199063						
d	0,448764	0,349052	0,283646	0,376511	0,258994	0,216888	0,084126
K	0,551236	0,650948	0,716354	0,623489	0,741006	0,783112	0,915874

На рис. 1. відображено динаміку зміни коефіцієнта таксономії [2–4].

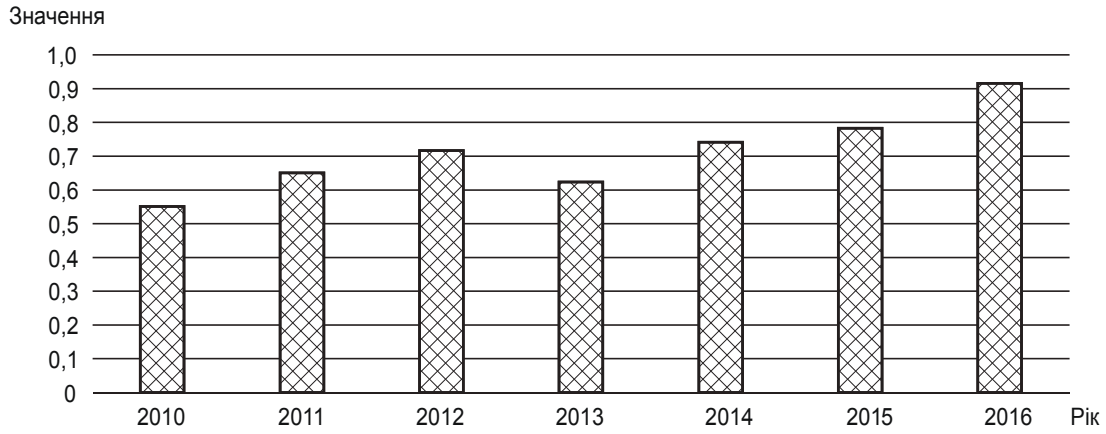


Рис. 1. **Динаміка зміни коефіцієнта таксономії ПАТ «Філіп Морріс Україна», 2010–2016 рр.**

Таким чином, значення таксономічного показника за досліджуваний період свідчить про високий рівень розвитку ПАТ «Філіп Морріс Україна». Позитивно на значення показника вплинули значення коефіцієнта маневреності, фінансового ризику, забезпеченості власними коштами. Водночас негативну тенденцію мають рентабельність власного капіталу й оборотність оборотного капіталу. Коефіцієнт таксономії набуває високих значень за високих значень стимуляторів і низьких – за низьких значень стимуляторів. Чим ближчим є значення d_i до 1, тим вищим є рівень розвитку управління економічним потенціалом ПАТ «Філіп Морріс Україна». Найважливішою властивістю таксономічного показника є те, що доводиться мати справу з однією синтетичною ознакою, яка показує напрямок і масштаби змін у процесах, описуваних сукупністю довільного числа вхідних ознак, які характеризують стан і рівень розвитку системи. У подальших дослідженнях пропонується використовувати проведений аналіз фінансового потенціалу в процесі формування фінансової стратегії підприємства.

Науковий керівник – канд. екон. наук, доцент Іващенко Г. А.

Література: 1. Сабліна Н. В., Теличко В. А. Використання методу таксономії для аналізу внутрішніх ресурсів підприємства. *Бізнес Інформ.* 2009. № 3. С. 78–82. 2. Лощина Л. В. Інтегральний показник фінансового стану підприємства в аспекті антикризових заходів // Розвиток наукових досліджень : матеріали міжнародної науково-практичної конференції (Полтава, 20–24 листопада 2010 р.). Полтава, 2010. С. 148–150. **3.** Терещенко Е. Ю. Економічна сутність фінансового потенціалу підприємства. *Економічний простір.* 2010. № 2. С. 123–127. **4.** Ларікова Т. В. Особливості розрахунку інтегральної оцінки фінансового стану суб'єктів господарювання. *Науковий вісник Херсонського державного університету.* 2014. № 6. С. 228–233. **5.** Белінська О. В. Сутність фінансового потенціалу підприємства. *Вісник Хмельницького національного університету.* 2012. № 4. С. 267–274.

ОСОБЛИВОСТІ АНАЛІЗУ ФІНАНСОВОГО СТАНУ ПІДПРИЄМСТВА

УДК 005.52:658.14/.17

Різуненко Ю. О.

Студент 4 курсу
факультету консалтингу і міжнародного бізнесу ХНЕУ ім. С. Кузнеця

Анотація. *Розглянуто й узагальнено основні підходи до тлумачення сутності поняття «фінансовий стан підприємства» вітчизняними та зарубіжними науковцями. Визначено особливості аналізу фінансового стану суб'єктів господарювання за сучасних економічних умов.*

Ключові слова: *підприємство, організація, суб'єкт господарювання, фінанси, фінансовий стан, ефективність, результативність, ліквідність, конкурентоспроможність, платоспроможність, фінансова стійкість.*

Аннотация. *Рассмотрены и обобщены основные подходы к толкованию сущности понятия «финансовое состояние предприятия» отечественными и зарубежными учеными. Определены особенности анализа финансового состояния субъектов хозяйствования в современных экономических условиях.*

Ключевые слова: *предприятие, организация, субъект хозяйствования, финансы, финансовое состояние, эффективность, результативность, ликвидность, конкурентоспособность, платежеспособность, финансовая устойчивость.*

Annotation. *The main approaches to the interpretation of the essence of the concept of the «financial state of the enterprise» by domestic and foreign scientists are examined and generalized. Specific features of the analysis of the financial condition of economic entities in the current economic conditions are determined.*

Keywords: *enterprise, organization, business entity, finance, financial condition, efficiency, effectiveness, liquidity, competitiveness, solvency, financial stability.*

У сучасній діяльності суб'єктів господарювання аналіз фінансового стану є важливим процесом, оскільки, з одного боку, це аналіз діяльності підприємства за певний період, а з іншого – можливість удосконалення фінансових результатів підприємства, використання необхідних резервів та підвищення ефективності всієї господарської діяльності.

Дослідженням проблемних питань аналізу фінансового стану суб'єктів господарювання займалися як вітчизняні, так і зарубіжні науковці, серед них Савицька Г., Адамова І., Сарапіна О., Брейлі Р. та ін.

За умов переходу економіки України до ринкових відносин особливо важливу роль відіграє своєчасний та об'єктивний аналіз фінансового стану суб'єкта господарювання, оцінювання його ліквідності, фінансової стійкості, платоспроможності та пошук шляхів зміцнення й покращення фінансової стабільності. На практиці аналіз фінансового стану, залучення та ефективне використання ресурсів потребують уточнення сутності поняття «фінансовий стан», що є одним із суперечливих питань теорії фінансів.

Метою написання статті є дослідження й узагальнення визначення сутності поняття «фінансовий стан», а також розгляд особливостей аналізу фінансового стану суб'єктів господарювання.

Сутність поняття фінансового стану науковці трактують по-різному. Так, Савицька Г. В. визначає фінансовий стан як здатність підприємства фінансувати свою діяльність [1]. Адамова І. З. вважає, що фінансовий стан – це комплексне поняття, що характеризується системою показників, які відображають наявність, розміщення й ефективність використання фінансових ресурсів підприємства [2]. На думку Сарапіної О. А., фінансовий стан підприємства – це ступінь забезпеченості підприємства необхідними фінансовими ресурсами для здійснення ефективної господарської діяльності, а також своєчасного проведення грошових розрахунків за своїми зобов'язаннями. У ньому відображено у вартісній формі загальні результати роботи підприємства з управління фінансовими ресурсами. Отже, фінансовий стан підприємства є результатом усіх форм його діяльності як суб'єкта господарювання, і як результат такої діяльності здійснює вплив на прояви діяльності підприємства, що формує його майбутній фінансовий стан [3].

Зарубіжні науковці характеризують фінансовий стан такими показниками, як коефіцієнт оборотності, платоспроможності, коефіцієнт ефективності використання капіталу, інвестиції; фінансова залежність, ліквідність, рентабельність, ринкова активність та ін. [4].

Аналіз фінансового стану підприємства є узагальнюючим оцінюваннням, здійснюваним для вивчення всіх основних аспектів фінансової діяльності підприємства на підставі балансу підприємства, звітів про фінансові ре-

© Різуненко Ю. О., 2017

зультати та інших звітних документів. Найчастіше для аналізу фінансового стану суб'єкта господарювання застосовують метод фінансових коефіцієнтів; розглянемо його на прикладі ПАТ «Азот».

Таблиця 1

Показники фінансового стану ПАТ «Азот»

№	Фінансовий коефіцієнт	2015	2016	+ / –
1	Коефіцієнт покриття	0,14	0,12	-0,2
2	Проміжний коефіцієнт покриття	0,045	0,16	0,115
3	Коефіцієнт фінансової незалежності	4,05	4,66	0,61
4	Коефіцієнт покриття необоротних активів власним капіталом	2,07	12,91	10,84
5	Коефіцієнт рентабельності власного капіталу	(11,34)	(4,23)	(7,11)
6	Коефіцієнт рентабельності продажу за фінансовими результатами від операційної діяльності	0,53	0,18	-0,35
7	Коефіцієнт рентабельності продажу за фінансовими результатами від звичайної діяльності	0,52	(0,3)	-0,82
8	Коефіцієнт рентабельності активів за чистим прибутком	1,2	0,45	-0,75
9	Коефіцієнт оборотності оборотних активів	1,7	2,99	1,29
10	Коефіцієнт оборотності позичкового капіталу	0,3	0,08	-0,22

За цими розрахунками можна сказати, що у 2016 р. порівняно з 2015 р. збільшилися такі коефіцієнти: проміжний коефіцієнт покриття становить 16 %, тобто зріс на 11,5 %, що свідчить про спроможність підприємства розраховуватися за своїми поточними зобов'язаннями монетарними оборотними активами, характеризує очікувану платоспроможність боржника в короткостроковому періоді. Незначно зріс коефіцієнт фінансової незалежності, що характеризує ступінь залежності підприємства від позичкових джерел. Значно зріс коефіцієнт покриття необоротних активів власним капіталом – на 10,84, що характеризує рівень фінансування необоротних (довгострокових) активів за рахунок власного капіталу підприємства. Коефіцієнт рентабельності продажу за фінансовими результатами до оподаткування зріс на 1,29.

Коефіцієнт покриття хоч і знизився на 2 %, але підприємство зможе покрити поточні зобов'язання оборотними активами. Значно зменшився від'ємний показник коефіцієнта рентабельності власного капіталу, тобто зросла ефективність використання капіталу підприємства, інвестованого власниками. Рентабельність продажу за фінансовими результатами від операційної діяльності до оподаткування та здійснення витрат, що є пов'язаними із запозиченнями, зменшилася на 35 %. Коефіцієнт рентабельності продажу за фінансовими результатами від звичайної діяльності був від'ємним (0,3), що свідчить про недостатню рентабельність продажів за фінансовими результатами від звичайної діяльності до оподаткування, здійснення фінансових витрат і нарахування амортизації. Коефіцієнт оборотності позичкового капіталу за фінансовими результатами від звичайної діяльності також зменшився на 22 %, тобто знизилася спроможність підприємства розраховуватися з боргами за рахунок внутрішніх фінансових джерел.

Таким чином, аналіз фінансового стану є важливою складовою діяльності підприємства. За його результатами можна визначити, наскільки ефективно функціонує підприємство, як використовуються наявні в його розпорядженні ресурси, чи є прийняті управлінські рішення ефективними й обґрунтованими. Оцінювання фінансового стану є комплексним процесом, оскільки аналіз як один із його напрямків не дає повної картини реальної ситуації на підприємстві. Щоб дати повну оцінку фінансового стану підприємства, слід оцінити його майновий стан, проаналізувати ступінь ліквідності, фінансової стійкості та незалежності, дати оцінку його ділової активності, а також визначити рівень рентабельності за аналізований період.

Науковий керівник – канд. екон. наук, професор Іванієнко В. В.

Література: 1. Савицька Г. В. Економічний аналіз діяльності підприємства : навч. посіб. Київ : Знання, 2007. 668 с. **2.** Адамова І. З., Романчук А. Л. Аналіз фінансового стану підприємства: проблемні аспекти та шляхи їх розв'язання. *Облік, аналіз, аудит.* 2011. № 2. С. 64–71. **3.** Сарапіна О. А. Системний аналіз фінансового стану підприємства: методика та напрями вдосконалення. *Науковий вісник Херсонського державного університету.* 2013. № 1. С. 96–99. **4.** Брейли Р., Майерс С. Принципы корпоративных финансов / пер. с англ. Н. Барышниковой. М. : Олимп-Бизнес, 2008. 1008 с.

ИССЛЕДОВАНИЕ ПРИНЦИПОВ КОРПОРАТИВНОГО УПРАВЛЕНИЯ

УДК 336.77:658.15

Роговец И. С.

Студент 4 курса
факультета экономики и права ХНЭУ им. С. Кузнеца

Аннотация. *Рассмотрены международные и национальные принципы корпоративного управления, их состав и значение. Исследована структура международных принципов корпоративного управления. Обоснована необходимость учета современной концепции социально ориентированного бизнеса при утверждении принципов корпоративного управления и их внедрении в практическую деятельность акционерных обществ.*

Ключевые слова: *предприятие, организация, корпоративное управление, прозрачность, акционер, социальная ответственность, социально ориентированный бизнес.*

Анотація. *Розглянуто міжнародні та національні принципи корпоративного управління, їх склад і значення. Досліджено структуру міжнародних принципів корпоративного управління. Обґрунтовано необхідність урахування сучасної концепції соціально орієнтованого бізнесу в процесі затвердження принципів корпоративного управління та їх упровадження до практичної діяльності акціонерних товариств.*

Ключові слова: *підприємство, організація, корпоративне управління, прозорість, акціонер, соціальна відповідальність, соціально орієнтований бізнес.*

Annotation. *The international and national principles of corporate governance, their composition and significance are examined. The structure of international principles of corporate governance is studied. The necessity of taking into account the modern concept of socially-oriented business is substantiated when approving the principles of corporate governance and their implementation in the practice of joint-stock companies.*

Keywords: *enterprise, organization, corporate governance, transparency, shareholder, social responsibility, socially oriented business.*

Эффективное корпоративное управление предполагает четкое понимание соответствующих ролей органов управления акционерным обществом, сущности взаимоотношений с акционерами и другими заинтересованными лицами. Неотъемлемым условием является прозрачность и ответственность взаимоотношений между всеми заинтересованными лицами.

Опыт перехода стран к рыночной экономике и циклические финансовые кризисы подтверждают, что слабая институциональная основа корпоративного управления несовместима с устойчивым развитием финансовых рынков. Ненадлежащее корпоративное управление может стать одним из критических вопросов внешней политики, поскольку международные инвесторы и гарантии соблюдения их прав становятся все более актуальными. Чтобы понять сущность надлежащего корпоративного управления, следует обратиться к фундаментальным основам корпоративного управления, а именно к принципам корпоративного управления, которые во многих странах имеют определенные особенности.

Исследованием проблематики корпоративного управления и применения его принципов в процессе деятельности акционерных обществ занимаются Румянцев С. А., Карачина Н. П., Лаптев В. И., Иванова А. Ю., Мукан А. В., Бала А. И., Назарова Г. В. и др. Однако, требует изучения зарубежный опыт применения принципов корпоративного управления, который позволит проанализировать и усовершенствовать национальный подход.

Целью написания статьи являются анализ и обобщение международных принципов корпоративного управления и оценка возможности их применения в национальной системе корпоративного управления.

Консультационной группой Организации экономического сотрудничества и развития (ОЭСР) сформулированы принципы корпоративного управления, которые стали основой для их утверждения во многих странах. Предложенные ОЭСР принципы корпоративного управления не определяют единую модель надлежащего корпоративного управления, они акцентируют внимание на общих элементах, лежащих в основе такого управления как в странах – членах ОЭСР, так и в других. Принципы корпоративного управления сосредоточены на проблемах управления, возникающих в результате отделения собственника от управления, и имеют рекомендательный характер. Принципы корпоративного управления разработаны с учетом основных фундаментальных концепций, это ответственность, подотчетность, справедливость и прозрачность (табл. 1) [1].

© Роговец И. С., 2017

Таблица 1

Сущность принципов корпоративного управления ОЭСР

Принципы ОЭСР	Краткое содержание принципа
Права акционеров	Система корпоративного управления должна защищать права акционеров
Одинаково справедливое отношение к акционерам	Система корпоративного управления должна обеспечивать одинаково справедливое отношение к акционерам, включая мелких и иностранных акционеров. Все акционеры должны иметь возможность прибегать к эффективным средствам защиты в случае нарушения их прав
Роль заинтересованных лиц	Система корпоративного управления должна признавать предусмотренные законом права заинтересованных лиц и поощрять активное сотрудничество между обществом и заинтересованными лицами в создании благосостояния, рабочих мест и обеспечения стабильности
Раскрытие информации и прозрачность	Система корпоративного управления должна обеспечивать своевременное и точное раскрытие информации по всем важнейшим общественным вопросам, включая финансовое состояние, производительность, собственность и управление обществом
Обязанности совета	Система корпоративного управления должна обеспечивать стратегическое руководство обществом, эффективный надзор за деятельностью правления со стороны совета, а также ответственность совета

Система корпоративного управления должна способствовать прозрачности и эффективности решений, согласовываться с нормами права и четко распределять обязанности между различными органами надзора, регулирования и контроля. Принципы корпоративного управления ОЭСР послужили основой для разработки и утверждения соответствующих принципов в Украине, которые также имеют рекомендательный характер [8].

Основными принципами корпоративного управления в Украине являются цель общества, права акционеров, наблюдательный совет и исполнительный орган, раскрытие информации и прозрачность, контроль финансово-хозяйственной деятельности общества, заинтересованные лица [2].

Для оценки возможности применения международного опыта в национальной системе корпоративного управления целесообразно проанализировать зарубежные принципы корпоративного управления (табл. 2) [3–7].

Таблица 2

Обобщение международного опыта принципов корпоративного управления

Страна	Структура принципов корпоративного управления
Великобритания [3]	Руководство – эффективность – подотчетность – вознаграждение – отношения с акционерами
Дания [4]	Общение и взаимодействие общества с инвесторами и иными заинтересованными сторонами – задачи и обязанности Совета директоров – состав и организационная структура Совета директоров – вознаграждение менеджмента – финансовая отчетность, управление рисками и аудит
Германия [5]	Акционеры и общее собрание – Взаимодействие правления и Наблюдательного совета правления – Наблюдательный совет – прозрачность – отчетность и аудит годовой финансовой отчетности
Швейцария [6]	Акционер – Совет директоров и исполнительное руководство – аудит – раскрытие информации
Япония [7]	Права акционеров – одинаковое отношение к акционерам – отношения с заинтересованными сторонами в корпоративном управлении – раскрытие информации и прозрачность – обязанности Совета директоров, аудиторов, Совета аудиторов общества и других соответствующих групп

Анализ международных принципов корпоративного управления позволяет сделать вывод, что главный акцент делается на взаимоотношениях с акционерами, деятельности органов управления и информационной прозрачности.

Одним из принципов, которого придерживаются многие компании во всем мире, является построение социально ответственного бизнеса. При этом повышению инвестиционной привлекательности компаний способствует качественное корпоративное управление, неотъемлемым элементом которого является социальная ответственность.

Детальный анализ структуры и сущности международных принципов корпоративного управления показал, что принципы корпоративного управления Дании содержат требование корпоративной социальной ответственности в составе принципа «задачи и обязанности совета директоров» [4; 9].

Главными направлениями развития системы корпоративного управления в Украине являются совершенствование системы защиты прав и законных интересов акционеров и обеспечение равноправия акционеров, совершенствование системы раскрытия информации и обеспечение прозрачности деятельности обществ, разгра-

ничение полномочий между органами управления общества, учет законных интересов заинтересованных лиц, формирование и развитие культуры корпоративного управления.

Таким образом, корпоративное управление – это сложный процесс, представляющий собой комплекс взаимосвязанных механизмов: организационно-правовых, экономических, мотивационных, социально-психологических и др. Оно охватывает различные заинтересованные стороны корпоративных отношений, каждой из которых присущи особые интересы. Совершенствование системы корпоративного управления способствует повышению эффективности организаций и расширению их доступа к внешнему финансированию, является одним из необходимых условий устойчивого экономического роста. В современных экономических условиях поиск совершенной системы корпоративного управления остается одной из приоритетных задач как на уровне отдельных государств, так и на межгосударственном уровне. Дальнейшие исследования будут направлены на развитие и применение на практике зарубежного опыта в национальной системе корпоративного управления.

Научный руководитель – канд. экон. наук, доцент Писаревская А. И.

Литература: 1. OECD Corporate Governance Principles. URL: http://www.oecd.org/corporate/guidelines-corporate-governance-soes.htm. **2.** Про схвалення проекту нової редакції Принципів корпоративного управління України, затверджених рішенням Державної комісії з цінних паперів та фондового ринку : Рішення від 24.01.2008 № 52. URL: http://search.ligazakon.ua/l_doc2.nsf/link1/KL080153.html. **3.** The UK Corporate Governance Code. URL: http://www.ecgi.org/codes/documents/cacg_final.pdf. **4.** Recommendations on corporate governance Denmark. URL: https://corporategovernance.dk/recommendations-corporate-governance. **5.** German Corporate governance Code. URL: https://www.dcgk.de/en/home.html. **6.** Swiss Code of Best Practice for Corporate Governance. URL: http://www.ecgi.org/codes/documents/swiss_code_26sep2014_en.pdf. **7.** Principles of Corporate Governance for Listed Companies. Japan. URL: https://www.jpx.co.jp/english/equities/listing/cg. **8.** Мукан О. В., Бала О. І. Принципи корпоративного управління. *Вісник Національного університету «Львівська політехніка».* 2009. № 6. С. 42–47. **9.** Назарова Г. В. Системи оцінки ефективності корпоративного управління в перехідних економіках. *Наукові праці ДонНТУ.* 2003. № 6. С. 109–112.

МОЛОДІЖНА МІГРАЦІЯ: ПРИЧИНИ ТА НАСЛІДКИ

УДК 331.556-053.6(477)

Руденко В. О.

Студент 3 курсу
факультету економіки і права ХНЕУ ім. С. Кузнеця

Анотація. *Розглянуто причини, проблеми й особливості міграції молоді. Визначено специфіку міграційних намірів і сподівань молодих українців, а також закономірності їх формування. Досліджено молодіжну міграційну активність. Обґрунтовано важливість скорочення рівня молодіжної міграції та проведення відповідної соціальної політики.*

Ключові слова: *економіка, політика, право на працю, соціальні гарантії, еміграція, міграція, трудова міграція, молодіжна міграція, міграційні очікування.*

Аннотация. *Рассмотрены причины, проблемы и особенности миграции молодежи. Определена специфика миграционных намерений и надежд молодых украинцев, а также закономерности их формирования. Исследована молодежная миграционная активность. Обоснована важность сокращения уровня молодежной миграции и проведения соответствующей социальной политики.*

© Руденко В. О., 2017

Ключевые слова: *экономика, политика, право на труд, социальные гарантии, эмиграция, миграция, трудовая миграция, молодежная миграция, миграционные ожидания.*

Annotation. *The reasons, problems and peculiarities of youth migration are considered. The specifics of the migration intentions and hopes of young Ukrainians are determined, as well as the patterns of their formation. The youth migration activity was investigated. The importance of reducing the level of youth migration and carrying out the corresponding social policy.*

Keywords: *economy, politics, right to work, social guarantees, emigration, migration, labor migration, youth migration, migration expectations.*

Упродовж усієї історії людства міграція є одним із найважливіших шляхів розв'язання гострих суспільних проблем. Здавна перед людьми поставали питання задоволення потреби у їжі, пошуку сприятливих кліматичних умов, територій, придатних для комфортного проживання. Молодь відіграє важливу роль у міграційних процесах, оскільки становить чи не третину всіх мігрантів і водночас є важливою складовою сучасного українського суспільства, носієм інтелектуального потенціалу, визначальним фактором соціально-економічного прогресу.

Особливістю міграційного руху молодого населення України є його чітко спрямована орієнтація на високорозвинені регіони та регіони із кращими умовами життя, а основним напрямком є переміщення населення з регіональної периферії до обласних центрів. Така тенденція прискорює процеси депопуляції окремих територій, породжує демографічні диспропорції в сільській місцевості, у тому числі старіння населення.

Проблематика міграції молоді привертає до себе увагу багатьох фахівців. Дослідженням різних аспектів міграції молоді займаються зарубіжні науковці Маккензі Д., Массей Д. та ін. В Україні такими дослідженнями займаються науковці Національної академії наук України, у тому числі представники Інституту демографії та соціальних досліджень ім. М. В. Птухи Лібанова Е., Позняк О., Малиновська О. Цю проблему досліджують і науковці ХНЕУ ім. С. Кузнеця Назарова Г. та Іванісов О. Значну частину мігрантів в Україні становить молодь, тому дослідження особливостей його переміщень завжди залишатимуться актуальними.

Метою написання статті є дослідження причин, проблем та особливостей міграції молоді, визначення специфіки міграційних намірів і сподівань молодих українців, а також з'ясування закономірностей їх формування, аналіз молодіжної міграційної активності.

Молодь у сучасних її вікових межах (згідно із чинним вітчизняним законодавством, молоддю вважають віковий контингент 15–34 років) становить вагому частку населення країни. На 1 січня 2016 р. чисельність молодих людей в Україні становила 11 477 801 осіб, або 26,95 % від загальної чисельності населення [4].

Українська сучасна міграційна мобільність молоді перебуває на досить високому рівні через те що в Україні істотні економічні проблеми, війна, рівень якості життя падає, рівень безробіття неухильно зростає, соціально-економічна та суспільно-політична трансформація в державі впливає на умови життя молодого покоління. Як наслідок, Україна втрачає найцінніше – людські ресурси. Згідно із даними Державної служби статистики України, у 2015 р. країну залишили 11 914 осіб молодого віку [4].

Прогнози експертів щодо молодіжної міграції є невтішними: кількість молоді, яка виїжджатиме за кордон на навчання та роботу, лише зростатиме. «В Україні молоді люди не бачать для себе ні перспективи кар'єрного зростання, ні можливості отримувати нормальну зарплату, що відповідала б їх кваліфікації», – коментують тенденцію у Міжнародному інституті освіти культури та зв'язків із діаспорою. Експерти застерігають: ситуація загрозлива, адже понад 50 % української молоді планує виїхати за кордон, через що незабаром в Україні може виникнути небачена криза кадрів [7].

У молоді є мотиви для здійснення міграції: соціальні, економічні, релігійні, демографічні, академічні тощо. Основними причинами міграції були й залишаються економічні, коли люди їдуть у пошуках роботи, високих доходів і кращого життя. У пошуках бажаної роботи та відповідного рівня життя молоді люди переїжджають із країни в країну, причому термін перебування у країні може варіюватися від кількох днів чи місяців до десятиліть. Міжнародна трудова міграція стає типовим явищем соціально-економічного життя сучасного світу.

Формування та розвиток національного ринку праці є однією з найважливіших умов соціально-економічного розвитку країни, адже рівень зайнятості впливає як на добробут населення, так і на розвиток економіки держави в цілому. Останнім часом в Україні досить стрімко зростає рівень безробіття, до того ж цей процес триває вже давно. Неповна зайнятість або неофіційне працевлаштування негативно впливають на розвиток економіки країни, тому нині особливо гостро стоїть питання трудової міграції. Трудова міграція – це переміщення працездатного населення, спричинене економічними факторами [8].

Іншим мотивом міграції є академічний: західні компанії зацікавлені в українських студентах, особливо це стосується технічних вищих навчальних закладів, українські абітурієнти все частіше обирають навчання за кордоном.

Протягом кількох років аналітичний центр CEDOS збирає й аналізує дані про кількість українських громадян, які навчаються у зарубіжних університетах. За цей час утворилася база даних, що охоплює 33 країни Європи, Північної Америки та Австралії за період із 2008/2009 до 2014/2015 навчальних років. Студентами зарубіжних університетів станом на 2014/2015 навчальний рік були 59 648 осіб. Найбільш бажаними для навчання країнами, як і раніше, залишаються Польща, Німеччина, Канада, Італія, Чехія, США, Іспанія, Австрія, Франція та Угорщина. Динаміка зростання з 2009 по 2015 рр. становить 129 %. Якщо порівнювати два останні роки, приріст становить майже 29 %, або ж 13 266 осіб. Припускають, що у 2015/2016 навчальному році за кордоном навчалося щонайменше 68 000 українських громадян. У центрі констатують, що більшість українських студентів, які навчаються за кордоном, мають намір залишитися там на постійне проживання, оскільки в Україні доступ до вищої освіти практично необмежений через суттєве державне замовлення ій порівняно низьку вартість навчання на контрактній формі, а віддача від вищої освіти є порівняно низькою [6].

Також із освітньою міграцією є пов'язаними прямі та непрямі вигоди, зокрема, вища якість освіти та кращі умови навчання, вища оплата праці після здобуття освіти в країні міграції. Вплив на кількість українських студентів у тій чи іншій країні мають розмір діаспори, якість освіти, культурна близькість, вартість освіти, вартість проживання та рівень оплати праці [6]. Передбачають, що кількість українських студентів за кордоном зростатиме, і цю тенденцію не зупинить фактичне подорожання проживання та навчання за кордоном і навіть падіння курсу.

Економічні та соціальні наслідки еміграції молоді з України мають свої позитивні та негативні сторони. Позитивними є додаткове спрямування в економіку України значних фінансових потоків, зниження напруження на українському ринку праці, зменшення зареєстрованого й прихованого безробіття, розширення можливостей зайнятості для економічно активного населення України. Найбільший вплив на економіку країни має трудова міграція молоді, і негативні впливи нині превалюють над позитивними. Такими є відплив здебільшого молодих людей на роботу за кордон, що призводить до від'ємних демографічних наслідків для України, руйнація молодих сімей. Щоб уникнути молодіжної міграції чи принаймні скоротити її рівень, Україні необхідно зробити дуже багато. Однак, у першу чергу уряд країни мусить розпочати активну боротьбу з корупцією і стабілізувати економіку. Усі царини життя: політична, соціальна, демографічна – є нерозривно пов'язаними з економікою країни, тому стабільність у цій сфері є левовою часткою успіху розвитку країни [9].

Слід також розробити відповідну соціальну програму, яка б надавала можливість випускникам вищих навчальних закладів після отримання диплому знайти роботу відповідно до освітніх навичок, щоб спинити розвиток міграційних процесів. У результаті молоді люди могли б проявити себе як кваліфіковані спеціалісти у своїй галузі. Крім того, необхідно забезпечити відповідний соціальний захист молоді, що передбачає надання першого робочого місця випускникам, житла молодим сім'ям і забезпечення відповідних умов праці. В Україні ж основною проблемою залишається те, що така політика проводиться лише формально, тому слід негайно й докорінно змінювати принципи запровадження та реалізації відповідних реформ і програм. Слід більше уваги приділити соціальним програмам, які б надавали більше гарантій і захисту перспективним та освіченим молодим людям. Адже сучасна соціально-економічна ситуація в Україні характеризується негативними демографічними процесами, що є пов'язаними із відтворенням людського потенціалу: скороченням народжуваності, старінням нації, незапланованими міграціями тощо. Однак, нині молоді, енергійні, активні, освічені люди залишають нашу країну, щоб реалізувати свої знання, уміння і навички та здобути престижну високооплачувану роботу за кордоном.

Таким чином, молодь є однією з груп населення, яка найбільше потерпає від негативних соціально-економічних процесів. Тому молоді українці потребують допомоги з боку держави після закінчення вищих навчальних закладів, саме їм необхідний соціальних захист, щоб мати змогу реалізувати себе як кваліфікованого спеціаліста відповідної галузі.

Науковий керівник – канд. екон. наук, доцент Агавердієва Х. Ф.

Література: 1. McKenzie R. The Ecological approach to the study of the human community. *American Journal of Sociology.* 1924. Vol. 30. P. 287–301. **2.** Massey D. Economic development and international migration in comparative perspective. *Population and development review.* Vol. 14. № 3. P. 383–409. **3.** Назарова Г. В., Іванісов О. В., Доровській О. Ф., Зайцева О. Ю. Демографія : навч. посіб. Харків : ХНЕУ, 2011. 220 с. **4.** Населення України за 2015 р. // Офіційний сайт Державної служби статистики України. URL: http://www.ukrstat.gov.ua. **5.** Лібанова Е. М., Позняк Е. В. Населення України. Трудова еміграція в Україні. Київ : Ін-т демографії та соціальних досліджень ім. М.В. Птухи НАН України, 2010. 266 с. **6.** Стадний Є., Слободян О. Українські студенти за кордоном: скільки та чому. URL: https://www.cedos.org.ua/uk/osvita/ukrainski-studenty-za-kordonom-skilky-ta-chomu. **7.** Україні загрожує «епідемія» міграції. URL: http://www.unian.ua/society/810222-ukrajini-zagrojue-epidemiya-migratsiji-ponad-50-molodi-hoche-vijihati-za-kordon-video.html. **8.** Трохимець О. І. Еміграція наукових кадрів України та шляхи її мінімізації. *Держава та регіони.* 2009. № 3. С. 184–189. **9.** Чорна В. О. Міграція молоді з України: соціологічний аналіз

// Актуальні проблеми сучасної науки : матеріали науково-практ. конференції (Миколаїв, 17–19 жовтня 2013 р.). Миколаїв : Чорноморський державний університет імені Петра Могили, 2013. С. 220–224.

ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ ЕКСПРЕС-АНАЛІЗУ ФІНАНСОВОГО СТАНУ ПІДПРИЄМСТВА

УДК 005.52:658.14/.17

Руденок С. Є.

Студент 4 курсу
факультету консалтингу і міжнародного бізнесу ХНЕУ ім. С. Кузнеця

Анотація. *Розглянуто економічну сутність поняття експрес-аналізу підприємства. Визначено його місце в загальному аналізі фінансового стану підприємства, деталізовано етапи проведення. Проаналізовано позитивні тенденції, що виникають у процесі проведення експрес-аналізу фінансової звітності. Досліджено переваги та недоліки практичного застосування цього методу аналізу.*

Ключові слова: *підприємство, організація, фінанси, прибуток, експрес-аналіз, фінансовий аналіз, фінансова звітність, «хворі» статті балансу, фінансовий результат, платоспроможність, конкурентоспроможність, ліквідність.*

Аннотация. *Рассмотрена экономическая сущность понятия экспресс-анализа предприятия. Определено его место в общем анализе финансового состояния предприятия, детализированы этапы проведения. Проанализированы положительные тенденции, возникающие в процессе проведения экспресс-анализа финансовой отчетности. Исследованы преимущества и недостатки практического применения этого метода анализа.*

Ключевые слова: *предприятие, организация, финансы, прибыль, экспресс-анализ, финансовый анализ, финансовая отчетность, «больные» статьи баланса, финансовый результат, платежеспособность, конкурентоспособность, ликвидность.*

Annotation. *The economic essence of the concept of express analysis of the enterprise is considered. Its place in the general analysis of a financial condition of the enterprise is defined, stages of carrying out are in detail. Positive trends emerging in the process of conducting an express analysis of financial statements are analyzed. The advantages and disadvantages of the practical application of this method of analysis are investigated.*

Keywords: *enterprise, organization, finance, profit, express analysis, financial analysis, financial reporting, «sick» balance sheet items, financial result, solvency, competitiveness, liquidity.*

За сучасних ринкових умов жорстокої конкуренції ефективне здійснення господарської діяльності й успішне функціонування підприємства залежать від його фінансового стану та раціональності використання фінансових ресурсів. Швидким способом отримати загальне уявлення про діяльність підприємства є проведення експрес-аналізу, що є невід'ємною складовою фінансового планування діяльності підприємства. Тому важливо глибоко розуміти його місце в процесі функціонування підприємства, чим і зумовлено актуальність обраної теми.

Метою написання статті є дослідження методики експрес-аналізу фінансового стану підприємства, визначення його переваг і недоліків, етапів проведення, а також місця в загальному аналізі фінансового стану підприємства. Для досягнення мети слід визначити сутність поняття експрес-аналізу та його місце у загальному аналізі фінансового стану підприємства, проаналізувати вимоги до забезпечення аналітичної інформації, етапи проведення експрес-аналізу, дослідити переваги та недоліки практичного застосування цього методу.

Дослідженням методики експрес-аналізу фінансового стану підприємства займалися Бутинець Ф., Савицька Г., Савіних А., Шеремет А., Глазунов В. та ін. Однак, незважаючи на наявність численних теоретичних розробок,

© Руденок С. Є., 2017

проблеми забезпечення оперативного практичного оцінювання фінансового стану за даними балансу залишаються не повністю вирішеними.

Інформаційною базою для проведення експрес-аналізу є бухгалтерська (фінансова) звітність підприємства [2].

Фінансовий аналіз є основою для управління фінансами підприємства. Його значення полягає в дослідженні стану й результатів фінансової діяльності підприємства задля виявлення резервів підвищення його становища на ринку й забезпечення ефективного розвитку. Експрес-аналіз фінансового стану суб'єкта господарювання є традиційним методом оперативного фінансового аналізу. Сутністю його є відбір певної кількості найбільш істотних і порівняно нескладних у визначенні показників і постійне відстеження їх динаміки. Цей аналіз не передбачає використання деталізованої інформаційної бази і складних розрахунків. Місце експрес-аналізу в загальному аналізі фінансового стану підприємства схематично подано на рис. 1 [2; 3].

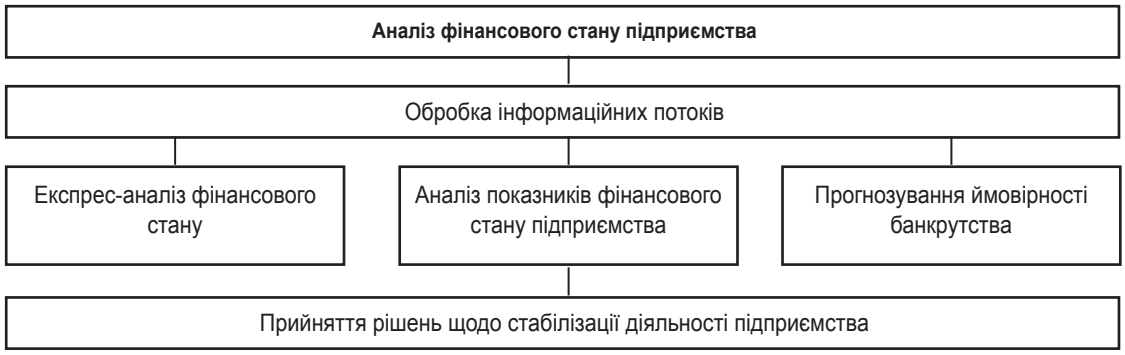


Рис. 1. **Місце експрес-аналізу в загальному аналізі фінансового стану підприємства**

За застосування експрес-аналізу виникає можливість отримати дані про фінансові результати діяльності підприємства, а також про рівень платоспроможності, рентабельності та ділової активності. На підставі цих даних керівники підприємства можуть розробити оперативний план щодо зміни або поліпшення управлінського рішення [2].

Як вважають Савицька Г. В., Глазунов В. М. та Савіних А. Н., експрес-аналіз фінансового стану підприємства слід проводити за певним алгоритмом.

1. Перегляд звіту за формальними ознаками: перевіряють ясність, правильність, комплексність і повноту заповнення бухгалтерської (фінансової) звітності.

2. Ознайомлення із висновком аудитора: висновок містить оцінку аудитора про достовірність відомостей про майновий і фінансовий стан підприємства, поданих у звітності, а також про те, чи відповідає складання бухгалтерської (фінансової) звітності чинним нормативним документам.

3. Виявлення «хворих» статей у звітності й оцінювання їх у динаміці. «Хвора» стаття – це елемент активів або пасивів, вартість яких не відповідає потребам нормальної діяльності фірми. Їх склад відображають у аналітичному висновку. Щоб привласнити статті статус «хворої», зазначену в балансі величину слід порівняти із раціональним запасом цього виду активів або пасивів, що можна зробити лише якщо є дані про структуру активів і пасивів аналізованого підприємства. У деяких випадках така база порівняння відсутня. «Хворими» статтями в звітності можуть бути непокриті збитки минулих років, непокритий збиток звітного року, непогашені в строк кредити й позики, кредиторська заборгованість прострочена. Ці статті вказують на негативний фінансовий стан через незадовільну роботу підприємства.

4. Читання пояснювальної записки, що розшифровує показники бухгалтерського балансу.

5. Загальне оцінювання майнового та фінансового стану за даними бухгалтерського балансу. На цьому етапі здійснюють аналіз структури та динаміки зміни майна підприємства, а також аналіз структури та динаміки зміни джерел формування майна. Також здійснюють аналіз фінансової стійкості підприємства, діагностику типу фінансової стійкості, а також розраховують коефіцієнти фінансової стійкості та визначають їх відповідність нормативним значенням.

6. Формулювання висновків за результатами аналізу, що є завершальною процедурою експрес-аналізу: систематизують позитивні та негативні моменти, виявлені в ході проведення експрес-аналізу, після чого роблять відповідні висновки [1; 3; 4].

У ході проведення експрес-аналізу як позитивні тенденції в активі балансу розглядають збільшення грошових коштів на рахунках, збільшення реальної дебіторської заборгованості, збільшення величини запасів зі збільшенням обсягів виручки, збільшення вартості основних засобів (не за рахунок інфляційних процесів). Необхідно

також перевірити, щоб значення ліквідності підприємства за збільшення поточних активів не були занадто великими, що може вказувати на неоптимальне управління коштами або на проблеми із платежами за продукцію. Позитивною зміною в активі балансу вважають зменшення дебіторської заборгованості, якщо до цього вона була занадто великою (понад 20–40 % від оборотного капіталу); зменшення запасів зі зменшенням розмірів виручки; зменшення незавершеного виробництва.

Як позитивну динаміку в пасиві балансу розглядають збільшення статутного капіталу, збільшення нерозподіленого прибутку, збільшення капіталу підприємства, збільшення резервного капіталу, збільшення доходів майбутніх періодів, скорочення кредиторської заборгованості, зменшення обсягів короткострокових кредитів і зменшення позикових коштів [2; 4].

Перевагами експрес-аналізу фінансового стану підприємства є його оперативність і економність. Цей вид аналізу не вимагає значних витрат часу для отримання результатів і подальшого проведення додаткових аналітичних досліджень. Недоліком є обмежена кількість характеристик і даних. Навіть якщо припустити, що активи наведено в балансі за їх поточною вартістю, валюта балансу все одно не відображатиме точно вартісну оцінку підприємства. Для поглибленого аналізу застосовують деталізоване оцінювання фінансового стану із урахуванням сфери діяльності та галузевої належності підприємства.

Таким чином, у результаті дослідження визначено, що фінансовий стан суб'єктів господарювання зазнає впливу внутрішніх і зовнішніх факторів. Експрес-аналіз фінансової звітності підприємства є найважливішим комплексним дослідженням. За сучасних умов, коли підприємства все частіше стикаються із неплатоспроможністю, банкрутством та іншими фінансовими проблемами, експрес-аналіз є невід'ємною складовою діяльності будь-якого підприємства, оскільки дає змогу своєчасно та якісно оцінити фінансовий стан суб'єкта господарювання, виявити проблеми й розробити шляхи їх ефективного вирішення.

Науковий керівник – канд. екон. наук, професор Іванієнко В. В.

Література: 1. Савицкая Г. В. Анализ хозяйственной деятельности предприятия : учебное пособие. Минск : Новое знание, 2001. 688 с. **2.** Чернова С. А., Алиева М. Ю., Султанов Г. С. Основные подходы оценки финансовой устойчивости коммерческих банков. *Экономика и предпринимательство.* 2015. № 12. С. 273–277. **3.** Савиных А. М. Анализ и диагностика финансово-хозяйственной деятельности предприятия : учебное пособие. М. : Кнорус, 2014. 300 с. **4.** Глазунов В. Н. Анализ финансового состояния предприятия : учебник. М. : Финансы и статистика, 2013. 325 с.

РАЦІОНАЛЬНА ОРГАНІЗАЦІЯ ПРАЦІ ЯК ВАЖЛИВА СКЛАДОВА УСПІШНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

УДК 331.103

Савісько Т. Е.

Студент 3 курсу
факультету консалтингу і міжнародного бізнесу ХНЕУ ім. С. Кузнеця

Анотація. *Розглянуто сутність раціональної організації праці як важливої складової успішної діяльності. Проаналізовано основні елементи процесу раціональної організації праці. Досліджено основні принципи, якими керуються у процесі організації праці.*

Ключові слова: *підприємство, організація, господарська діяльність, праця, право на працю, ринок праці, працівник, робоча сила, елементи організації праці.*

© Савісько Т. Е., 2017

Аннотация. *Рассмотрена сущность рациональной организации труда как важной составляющей успешной деятельности. Проанализированы основные элементы процесса рациональной организации труда. Исследованы основные принципы, которыми руководствуются в процессе организации труда.*

Ключевые слова: *предприятие, организация, хозяйственная деятельность, труд, право на труд, рынок труда, работник, рабочая сила, элементы организации труда.*

Annotation. *The essence of rational organization of labor as the main component of successful activity is considered. The basic elements of the process of rational organization of labor are analyzed. The main principles that guide the organization of labor are explored.*

Keywords: *enterprise, organization, economic activity, labor, right to work, labor market, worker, labor, elements of labor organization.*

Актуальність теми є зумовленою сучасними вимогами до роботодавців на ринку праці. Для ефективного функціонування, досягнення поставлених цілей і збереження ефективності виробництва власники успішних підприємств турбуються передусім про правильну організацію праці. У комфортному середовищі зростає рівень професіоналізму співробітників і результативність виробництва. Саме цим і зумовлено актуальність дослідження.

Метою написання статті є аналіз впливу основних елементів організації праці на результат діяльності, а також значення раціональної організації праці за умов ринкового господарювання.

Дослідженням цієї теми займалися Виноградський М. Д., Поступна Л. М., Завіновська Г. Т., Золотарева Т. Н. та ін. Науковці висвітлюють проблемні питання організації праці, основні напрямки практичного її впровадження та стан роботи щодо організації праці. Але сучасний етап господарювання потребує подальшого дослідження проблеми організації праці. Важливим є теоретичне узагальнення накопиченого вітчизняною та зарубіжною економічною наукою досвіду роботи з організації праці, методичне вирішення завдань удосконалення системи організації праці, які відповідно до вимог принципово нової економічної політики, що формується, створюють передумови для раціонального використання трудових ресурсів і на цій основі дозволяють зменшити витрати виробництва й підвищити його ефективність [2].

Важливим напрямом забезпечення соціальної направленості ринкової економіки є доцільно побудована організація праці на всіх рівнях управління. Нині керівники підприємств зазначають, що організована на науковій основі праця є ключовим фактором зростання її продуктивності, зниження витрат виробництва, що надалі стає підгрунтям підвищення конкурентоспроможності суб'єктів господарювання. Але не всі керівники наважуються змінити заведені принципи організації праці [2].

На думку Виноградського М. Д., причиною цього часто є недостатньо глибоке розуміння сутності організації праці, зазвичай керівники не володіють цілісною інформацією про історію розвитку організації праці, її специфічні особливості в різних країнах, а також сучасні напрями вдосконалення організації праці. Як наслідок, вони постають перед проблемою вибору, яка модель організації праці є доцільною і наскільки ймовірний успіх від її впровадження. Керівники багатьох підприємств прагнуть перейняти ефективні японські й американські методи організації праці, але при цьому не беруть до уваги відмінності в соціально-економічних, культурних і правових умовах, за яких функціонує зарубіжне та вітчизняне підприємство, що в підсумку перешкоджає досягненню бажаного результату [3].

Організація праці – це приведення трудової діяльності людей у систему, що забезпечує досягнення максимально можливого корисного ефекту із урахуванням конкретних умов цієї діяльності. Головною ціллю організації праці є створення умов для зростання продуктивності праці.

За сучасних умов господарювання основними елементами організації праці на підприємстві є:

– поділ і кооперування праці, що передбачає науково обґрунтований розподіл працівників за систематизованими трудовими функціями, машинами, механізмами, робочими місцями, а також відповідне групування та комбінування працівників у виробничому колективі;

– нормування праці, що передбачає ретельний розрахунок норм витрат праці на виробництво продукції та послуг як основи для організації праці та визначення ефективності виробництва;

– організація й обслуговування робочих місць, що передбачає їх раціональне планування й оснащення за фізіологічними даними та естетичними уподобаннями людини, ефективну систему обслуговування, атестацію та раціоналізацію робочих місць;

– організація добору персоналу та його розвиток, що охоплює планування потреби в робочій силі, професійну орієнтацію та професійний відбір при найманні персоналу, розробку концепції розвитку персоналу та її реалізацію;

– поліпшення умов праці, що передбачає усунення шкідливих умов виробництва, надлишкових фізичних, психологічних та емоційних навантажень, естетику виробництва, формування системи охорони і безпеки праці;

– ефективне використання робочого часу, оптимізація режиму праці та відпочинку;

– раціоналізація трудових процесів, упровадження оптимальних прийомів і методів праці на різних рівнях організаційної системи;

– планування й облік праці;

– мотивація праці;

– зміцнення дисципліни праці [2; 4; 5].

Важливим завданням організації праці є забезпечення раціонального поєднання живої праці із засобами виробництва, що відбувається на основі певних основних положень:

– принцип розвитку особистості полягає в тому, що праця має бути організована в такий спосіб, щоб могли розвиватися індивідуальні якості кожної людини;

– принцип безпеки полягає в тому, що працівник на своєму робочому місці має бути впевнений у відсутності загрози його здоров'ю;

– принцип справедливості: частка кожного працівника в доходах має відповідати частці його трудового внеску [5].

Ці принципи грунтуються на чинному законодавстві, а саме Кодексі законів про працю України та Законі України «Про охорону праці». Так, ст. 2 Кодексу законів про працю України наголошує на тому, що кожен має право одержувати роботу з оплатою праці не нижче встановленого державою мінімального розміру, тобто йдеться про гідну мотивацію людини до роботи, а ст. 6 Закону України «Про охорону праці» виділяє основні права працівника; ст. 7 містить в собі інформацію про відшкодування у разі ушкодження здоров'я працівника на виробництві. Можна сказати, що держава активно захищає інтереси робітників [6; 7].

Організація праці – це складний багатогранний процес, на який впливають чимало факторів (рис. 1) [3].



Рис. 1. **Фактори впливу на організацію праці на підприємстві**

Розвиток науково-технічного прогресу сприяє вдосконаленню засобів виробництва, техніки та технології, матеріалів організації виробництва праці й управління. Тому організація праці має постійно вдосконалюватися, застосовуючи набутий досвід і сучасні технології. Важливим фактором є система організації виробництва, що охоплює оптимізацію та координацію всіх матеріальних і трудових ресурсів у просторі й часі, тобто система організації виробництва є засобом організації праці на підприємстві. Такі психофізіологічні фактори, як збереження в процесі праці здоров'я людини, підвищення культури й естетики праці позитивно впливають на організацію праці на підприємстві. Суттєвими факторами впливу є умови зовнішнього та внутрішнього середовищ. Внутрішніми умовами є освітленість, виробничий шум, вібрації, забруднення повітря й інші фактори, дотримання яких сприяє покращенню організації праці на підприємстві. Зовнішніми умовами є нестабільність економіки, зміни у законодавчій базі тощо [8].

Таким чином, організація праці є складним багатогранним процесом, що реалізується за певними принципами й під впливом певних факторів. Динамічний науково-технічний і соціально-економічний розвиток потребує постійного вдосконалення організації праці як одного з дієвих заходів підвищення результативності діяльності. Завдяки вдосконаленню організації праці, упровадженню нових технологій стає можливим не тільки активне використання досягнень науково-технічного процесу, а й формується підгрунтя для ефективного економічного розвитку підприємства, швидкого та якісного задоволення потреб співробітників і споживачів.

Науковий керівник – канд. екон. наук, доцент Пилипенко С. М.

Література: 1. Арон Е. И. Методы исследования и проектирования организации труда на предприятии. М. : Экономика, 2001. 112 с. **2.** Поступна Л. М. Сутність організації праці на підприємстві. *Управління ровитком.* 2013.

№ 12. С. 46–49. **3.** Виноградський М. Д. Організація праці менеджера : навч. посіб. Київ : Кондор, 2002. 518 с. **4.** Завіновська Г. Т. Економіка праці : навч. посіб. Київ : КНЕУ, 2003. 300 с. **5.** Федоряк Р. М., Медік А. О. Удосконалення організації та стимулювання праці на підприємстві. *Технології та дизайн.* 2014. № 2. С. 228–231. **6.** Кодекс законів про працю України : Закон України від 10.12.1971 № 322-VIII // База даних «Законодавство України» / Верховна Рада України. URL: http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/322-08. **7.** Про охорону праці : Закон України від 14.10.1992 № 2694-XII // База даних «Законодавство України» / Верховна Рада України. URL: http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/2694-12. **8.** Золотарева Т. Н., Бритченко Г. И. Организация труда менеджера. Теория, методика, практика : монография. Донецк : ДГУЭТ, 2003. 100 с.

АКТУАЛЬНІ ПРОБЛЕМИ ПРАЦЕВЛАШТУВАННЯ МОЛОДІ В УКРАЇНІ

УДК 331.52

Селезень К. В.

Студент 2 курсу
фінансового факультету ХНЕУ ім. С. Кузнеця

Анотація. *Досліджено основні проблеми вітчизняного ринку праці й тенденції працевлаштування молоді. Проаналізовано передумови та фактори, що сприяють інтеграції молоді у ринок праці та адаптації до статусу працівника. Запропоновано напрями поліпшення ситуації щодо працевлаштування молоді.*

Ключові слова: *підприємство, організація, суб'єкт господарювання, право на працю, ринок праці, безробіття, трудова міграція, трудовий договір, молодий спеціаліст, працевлаштування.*

Аннотация. *Исследованы основные проблемы отечественного рынка труда и тенденции трудоустройства молодежи. Проанализированы предпосылки и факторы, способствующие интеграции молодежи в рынок труда и адаптации к статусу работника. Предложены направления улучшения ситуации относительно трудоустройства молодежи.*

Ключевые слова: *предприятие, организация, субъект хозяйствования, право на труд, рынок труда, безработица, трудовая миграция, трудовой договор, специалист, трудоустройство.*

Annotation. *The main problems of the domestic labor market and tendencies of youth employment are investigated. The prerequisites and factors that facilitate the integration of young people into the labor market and adaptation to the status of the employee are analyzed. Areas for improvement of the situation regarding the employment of young people are proposed.*

Keywords: *enterprise, organization, business entity, right to work, labor market, unemployment, labor migration, labor contract, specialist, job placement.*

Безробіття серед молоді є актуальною проблемою в Україні, адже воно має негативні наслідки, соціальні: формування «втраченого покоління», соціальна невизначеність молодої особистості, зростання кількості психічних захворювань серед молоді, ускладнення криміногенної ситуації в країні та економічні: зниження рівня життя, зростання зовнішньої трудової міграції, втрата державою платників податків та ін. Зауважимо, що на молодіжному ринку праці існує чимало проблем: загальний стан економіки свідчить, що кількість робочих місць постійно зменшується, податковий тиск на великі підприємства, малий і середній бізнес з боку держави зростає, відсутня система розподілу молоді після закінчення вищого навчального закладу на роботу, непрофесійними є розробка та впровадження програм зайнятості, перекваліфікації молодих працівників на загальнодержавному та міському рівнях.

Дослідженням цих проблем займалися і займаються Бабаскін А. Ю., Бабкіна З. В., Жернаков В. В., Кондратьєв Г. І., Магницька О. В., Прокопенко В. І., Процевський О. І. та ін.

© Селезень К. В., 2017

Метою написання статті є аналіз основних проблем і тенденцій працевлаштування молоді на ринку праці, а також визначення напрямів підвищення рівня працевлаштування серед молодого населення.

У процесі дослідження працевлаштування в Україні слід розглянути юридичну категорію зайнятості. Тим більше, що практично в усіх наукових працях і нормативних актах ці два поняття розглядають паралельно, при цьому одні науковці ототожнюють ці явища, інші наголошують на їх відмінностях [1].

Відповідно до ст. 1 Закону України «Про зайнятість населення» зайнятість – це не заборонена законодавством діяльність осіб, що є пов'язаною із задоволенням їх особистих і суспільних потреб задля одержання доходу (заробітної плати) у грошовій або іншій формі, а також діяльність членів однієї сім'ї, які здійснюють господарську діяльність або працюють у суб'єктів господарювання, заснованих на їх власності, у тому числі безоплатно.

Питання працевлаштування випускників вищих навчальних закладів є тісно пов'язаним із питанням правового статусу молодих спеціалістів. Хоча в законодавстві України відсутнє визначення терміна «молодий спеціаліст», однак, існують визначення інших понять, що непрямо вказують на його ознаки [2]. Так, відповідно до ст. 1 Закону України «Про зайнятість населення», молодий працівник – це громадянин України віком до 35 років, випускник професійно-технічного або вищого навчального закладу, який у шестимісячний строк після закінчення навчання працевлаштувався самостійно або за направленням навчального закладу чи територіального органу центрального органу виконавчої влади, що реалізує державну політику у сфері зайнятості населення та трудової міграції, і продовжує працювати протягом трьох років за кваліфікацією, яку він набув під час навчання, у тому числі незалежно від місця першого працевлаштування [4].

Відповідно до ст. 14 цього Закону молодь, яка закінчила або припинила навчання у загальноосвітніх, професійно-технічних і вищих навчальних закладах, звільнилася зі строкової військової або альтернативної (невійськової) служби (протягом шести місяців після закінчення або припинення навчання чи служби) і яку вперше приймають на роботу, має додаткові гарантії щодо сприяння працевлаштуванню: підприємствам, установам та організаціям із чисельністю штатних працівників понад 20 осіб встановлено квоту в 5 % середньооблікової чисельності штатних працівників за попередній календарний рік.

Працевлаштування молоді з інвалідністю є здійснюваним у межах нормативів робочих місць для забезпечення працевлаштування інвалідів, визначених згідно із Законом України «Про основи соціальної захищеності інвалідів в Україні». Відповідно до ст. 26 Закону, роботодавцю, який працевлаштовує на нове робоче місце за отриманою професією (спеціальністю) строком не менше ніж на два роки молодь, яка здобула професійно-технічну або вищу освіту, якій надано статус безробітного, щомісяця компенсується протягом одного року з дня працевлаштування фактичні витрати в розмірі єдиного внеску на загальнообов'язкове державне соціальне страхування за відповідну особу за місяць, за який він сплачений (становить відповідно до класу професійного ризику виробництва від 36,3 % до 49,7%).

Ст. 28 Закону передбачено державну підтримку молодих спеціалістів, які працевлаштовуються на селі. У разі укладення трудових договорів на строк не менш як три роки з підприємствами, установами та організаціями, що розташовані у таких населених пунктах, молодим працівникам надається житло на строк їх роботи й одноразова адресна допомога у десятикратному розмірі мінімальної заробітної плати. Якщо молодий працівник пропрацює в такому населеному пункті не менше десяти років, житло передається йому у власність [5; 6].

Задля створення умов для підвищення конкурентоспроможності молоді на ринку праці законодавством передбачено стажування студентів вищих, учнів професійно-технічних навчальних закладів у роботодавців із відкриттям трудової книжки.

Із прийняттям Закону України «Про зайнятість населення» інститут дотацій роботодавцю замінено на компенсацію фактичних витрат нарахованого єдиного внеску за умов працевлаштування на нове робоче місце молоді зі статусом безробітного. Цю норму впроваджено задля стимулювання роботодавців до створення нових робочих місць і працевлаштування на них молоді (ст. 15). Окрім того, ст. 7 Закону України «Про сприяння соціальному становленню та розвитку молоді в Україні» передбачено державну гарантію працездатній молоді, на рівні з іншими громадянами право на працю.

Держава забезпечує працездатній молоді надання першого робочого місця на строк не менше двох років після закінчення або припинення навчання в загальноосвітніх, професійно-технічних і вищих навчальних закладах, завершення професійної підготовки і перепідготовки, а також після звільнення зі строкової військової або альтернативної (невійськової) служби. Дворічний строк першого робочого місця обчислюють із урахуванням часу роботи молодого громадянина до призову на строкову військову або альтернативну (невійськову) службу [1].

Аналіз наукових праць, а також положень чинного законодавства дає підстави зробити висновок, що сучасна система працевлаштування як молоді взагалі, так і випускників вищих навчальних закладів має суттєві недоліки. Це пов'язано передусім із відсутністю комплексного підходу до вирішення цієї проблеми, застарілістю чинної законодавчої бази, переходом категорії «роботодавець» із державного сектора економіки в приватний, відсутністю пільг (оподаткування, державні закупівлі тощо) у підприємств, установ та організацій, які готують за власні кошти спеціалістів.

Для вирішення проблем безробіття серед молоді необхідно впроваджувати певні заходи.

1. Забезпечити розробку нових проектів, переглянути й адаптувати чинні законодавчі нормативні акти та міжнародні договори з питань регулювання процесів незайнятості задля приведення національного законодавства у відповідність із міжнародними нормами і принципами, запровадити механізми захисту внутрішнього ринку праці України.

2. Держава має створити сприятливі умови для розвитку сфери малого бізнесу, самозайнятості та підприємницької діяльності безробітних; сприяти стабільній діяльності провідних промислових підприємств, які визначають зайнятість в Україні задля максимального уповільнення темпів скорочення чисельності зайнятих у промисловості, створення в економіці нових робочих місць.

3. Загальною потребою сьогодення є вдосконалення податкової політики задля зниження податкового тиску на роботодавців і стимулювання їх до створення робочих місць у перспективних галузях економіки саме для молодих спеціалістів.

4. Важливо координувати дії державних органів виконавчої влади, місцевих органів виконавчої влади, об'єднань роботодавців і профспілок щодо залучення фінансових ресурсів на здійснення заходів, що є пов'язаними із регулюванням ринку праці та сприянням зайнятості молоді.

Таким чином, упровадження цих заходів сприятиме зниженню рівня безробіття та зростанню кількості працевлаштованого населення і, як наслідок, загальному покращенню економічної та соціальної ситуації у країні; задля цього нашій державі необхідно боротися з безробіттям серед молоді. Саме молодь, упроваджуючи сучасні технології, сприяє виходу країни на світовий рівень. Ефективне вирішення проблеми працевлаштування молоді дасть поштовх до розвитку вітчизняної економіки, сприятиме становленню України як стабільної та розвиненої держави.

Науковий керівник – канд. екон. наук, доцент Степанова Е. Р.

Література: 1. Прилипко С. М., Ярошенко О. М. Трудове право України : підручник. Харків : Видавець ФОП Вапнярчук Н. М., 2008. 664 с. **2.** Попов С. В. Форми реалізації права на працю: проблеми теорії та практики. Харків : ФІНН, 2009. 336 с. **3.** Чанышева Г. И., Болотина Н. Б. Трудовое право Украины. Харьков : Одиссей, 2000. 512 с. **4.** Про зайнятість населення : Закон України від 5.07.2012 № 5067-VI // База даних «Законодавство України» / Верховна Рада України. URL: http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/5067-17. **5.** Жернаков В. В., Прилипко С. М., Ярошенко О. М. Трудове право : підручник / за ред. В. В. Жернакова. Харків : Право, 2012. 496 с. **6.** Назарова Г. В., Касьмін Д. С. Особливості функціонування ринку праці молоді в інституціональному середовищі. *Бізнес Інформ.* 2016. № 4. С. 8–14.

СУТНІСТЬ І ПІДХОДИ ДО ФОРМУВАННЯ ФІНАНСОВИХ РЕСУРСІВ ПІДПРИЄМСТВА

УДК 658.14/.17

Селецька Д. М.

Студент 4 курсу
фінансового факультету ХНЕУ ім. С. Кузнеця

Анотація. *Узагальнено теоретичні аспекти щодо сутності поняття «фінансові ресурси підприємства». Проаналізовано сучасні підходи науковців до визначення сутності поняття та формування фінансових ресурсів*

© Селецька Д. М., 2017

підприємства. Розглянуто функції та принципи оптимізації формування й використання фінансових ресурсів підприємства.

Ключові слова: *підприємство, організація, суб'єкт господарювання, фінанси, прибуток, доходи, грошові фонди, грошові кошти, капітал, фінансові ресурси.*

Аннотация. *Обобщены теоретические аспекты относительно сущности понятия «финансовые ресурсы предприятия». Проанализированы современные подходы ученых к определению сущности понятия и формированию финансовых ресурсов предприятия. Рассмотрены функции и принципы оптимизации формирования и использования финансовых ресурсов предприятия.*

Ключевые слова: *предприятие, организация, субъект хозяйствования, финансы, прибыль, доходы, денежные фонды, денежные средства, капитал, финансовые ресурсы.*

Annotation. *Generalized theoretical aspects of the content of the concept of financial resources of the enterprise. The modern approaches of scientists to the definition of the essence of the concept and the formation of financial resources of the enterprise are analyzed. The functions and principles of optimizing the formation and use of the company's financial resources are considered.*

Keywords: *enterprise, organization, business entity, finances, profit, income, monetary funds, cash, capital, financial resources.*

За умов ринкової економіки фінансові ресурси мають важливе значення для ефективного функціонування підприємств. Фінансові результати діяльності будь-якого підприємства залежать від правильності вибору джерел формування та напрямів використання фінансових ресурсів. Основною метою управління фінансовими ресурсами на підприємстві є їх оптимізація, тобто процес обрання найбільш ефективних джерел формування та напрямів використання їх на підприємстві із урахуванням умов і особливостей здійснення господарської діяльності. Тому дослідження теоретичних аспектів формування та використання фінансових ресурсів підприємства за сучасних умов, а також визначення шляхів їх оптимізації є актуальним.

Метою написання статті є узагальнення теоретичних аспектів розуміння сутності поняття «фінансові ресурси підприємства» та підходів до їх ефективного формування й використання.

Дослідженням сутнісних аспектів поняття «фінансові ресурси підприємства» займалися Буряковський В. В., Зятковський І. В., Колчина Н. В., Лахтіонова Л. А., Поддєрьогін А. М., Філімоненков А. С. та ін.

Фінансові ресурси є одним із фундаментальних понять фінансів підприємства. Основним моментом у процесі наукового дослідження фінансових ресурсів підприємства як економічної категорії є визначення сутності поняття «фінансові ресурси підприємства»; проаналізуємо точки зору щодо цього різних науковців (табл. 1) [1–11].

Таблиця 1

Визначення сутності поняття «фінансові ресурси підприємства» різними науковцями

Автор	Зміст визначення	Підхід до визначення
1	2	3
Колчина Н. В. [3]	Сукупність власних грошових доходів і надходжень ззовні (залучені та позикові кошти), що є призначеними для виконання фінансових зобов'язань підприємства, фінансування поточних витрат і витрат, що є пов'язаними із розширенням виробництва	Фінансові ресурси як доходи
Родіонова В. М. [7]	Грошові доходи й надходження, що перебувають у розпорядженні суб'єктів господарювання і є призначеними для виконання фінансових зобов'язань, здійснення витрат для розширеного відтворення й економічного стимулювання працівників	
Зятковський І. В. [2]	Сума грошових резервів і надходжень цільового призначення, якими розпоряджається підприємство на правах власності, повного господарського відання й оперативного управління	
Буряковський В. В. [1]	Грошові фонди цільового призначення, які формуються в процесі розподілу й перерозподілу національного багатства, валового внутрішнього продукту, національного доходу і є використовуваними для досягнення цілей підприємства	Фінансові ресурси як грошові фонди
Юрій С. І. [8]	Грошові фонди, що створюються в процесі розподілу та використання валового внутрішнього продукту за певний проміжок часу	
Лахтіонова Л. А. [4]	Грошові кошти у формі грошових фондів і в нефондовій формі (використання грошових коштів для виконання фінансових зобов'язань перед бюджетом і позабюджетними фондами, банками і страховими компаніями)	
Поддєрьогін А. М. [5]	Грошові кошти, що є в розпорядженні підприємства	

Закінчення табл. 1

1	2	3
Худолій Л. М. [9]	Сума коштів, що є спрямованими в основні й оборотні засоби підприємства, які характеризують фінансовий потенціал підприємства і в комплексі з матеріальними і трудовими ресурсами зумовлюють обсяги виробництва, можливість отримання певного доходу, маси прибутку	Фінансові ресурси як грошові кошти
Романенко О. Р. [10]	Акумульовані підприємством грошові кошти з різних джерел, які надходять до господарського обігу і є призначеними для покриття його потреб	
Філімоненков А. С. [6]	Власний, запозичений та залучений грошовий капітал, що є використовуваним підприємством для формування своїх активів і здійснення виробничо-фінансової діяльності задля отримання відповідного доходу, прибутку	Фінансові ресурси як капітал
Рендович П. М. [11]	Не лише грошові кошти, а й капітал як кошти, що вже вкладені підприємством у обіг	

Отже, можна виокремити чотири групи, які відображають різні аспекти розуміння сутності цієї економічної категорії: фінансові ресурси як доходи, фінансові ресурси як грошові фонди, фінансові ресурси як грошові кошти, фінансові ресурси як капітал. Вважаємо підхід до визначення фінансових ресурсів як доходів недостатньо повним, оскільки фінансові ресурси формуються не тільки за рахунок грошових доходів, а й за рахунок залучення капіталу із зовнішніх джерел, наприклад, за рахунок емісії акцій або отримання кредиту в різних формах. Підхід до визначення фінансових ресурсів як грошових фондів не розкриває сутності цієї категорії. Фінансові ресурси – це не тільки фонди цільового призначення, а твердження, що фінансові ресурси формуються у результаті перерозподілу національного багатства та валового внутрішнього продукту, не бере до уваги залучені кошти, що надходять на умовах платності, терміновості та повернення.

Найточніше сутність цієї економічної категорії відображено у підходах до визначення фінансових ресурсів як грошових коштів та як капіталу. Сформулюємо узагальнене визначення фінансових ресурсів підприємства як грошових коштів підприємства, які створені за рахунок власних, позикових і залучених джерел фінансування і є використовуваними для формування активів підприємства, виконання фінансових зобов'язань, стимулювання працівників підприємства, а також здійснення комплексу інших заходів задля забезпечення подальшого ефективного розвитку підприємства.

Подана схема є результатом аналізу визначень і узагальнює змістовні аспекти формування та використання фінансових ресурсів підприємств (рис. 1) [6–13].

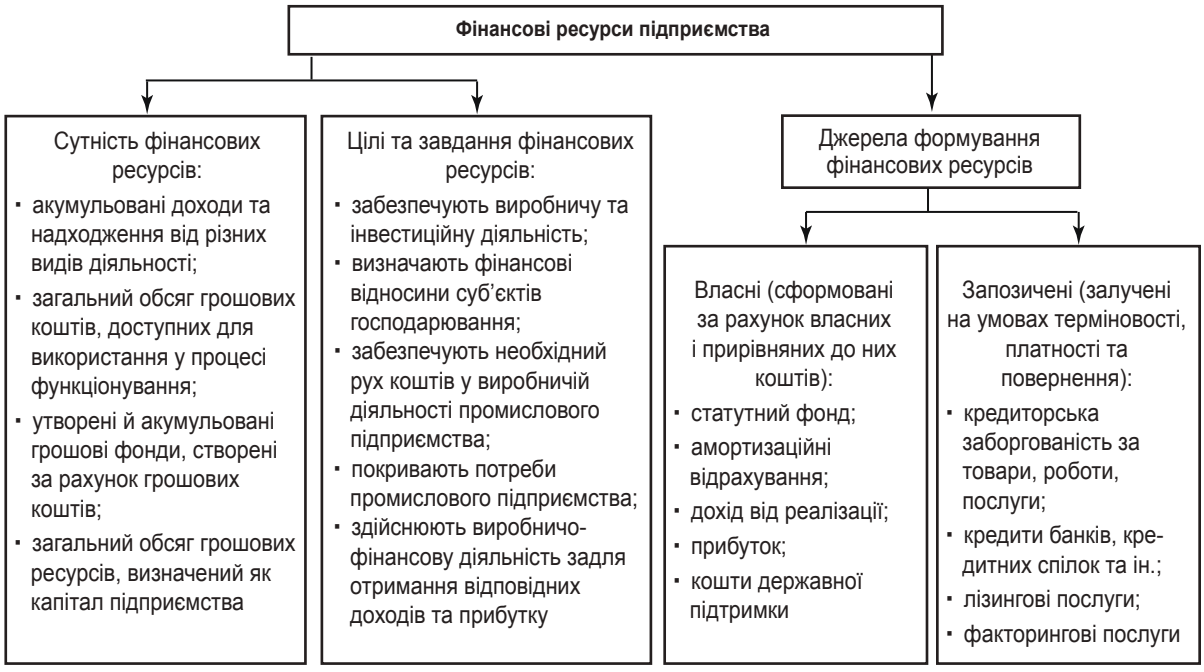


Рис. 1. **Сутнісні аспекти формування фінансових ресурсів**

Основними функціями фінансових ресурсів суб'єктів господарювання є:

– створення й підтримка економічного потенціалу підприємства;

– відтворення просте та розширене;

– підтримка й підвищення конкурентоспроможності продукції підприємства;

– збільшення ринкової вартості підприємства [7; 10–13].

Для оптимізації процесу формування та використання фінансових ресурсів на підприємстві доцільно:

– ураховувати перспективи розвитку господарської діяльності підприємства;

– забезпечувати відповідність обсягу залучених фінансових ресурсів обсягу сформованих активів;

– забезпечувати високоефективне використання фінансових ресурсів під час господарської діяльності підприємства;

– формувати певне співвідношення між власними та позиковими ресурсами підприємства;

– забезпечувати мінімізацію витрат щодо формування фінансових ресурсів із різних джерел [7; 10–13].

Таким чином, дослідження й узагальнення теоретичних аспектів фінансових ресурсів підприємства дає змогу детальніше розглянути сутнісні особливості цієї економічної категорії, а також визначити шляхи оптимізації процесу формування та використання фінансових ресурсів підприємства для забезпечення його ефективного функціонування.

Науковий керівник – канд. екон. наук, доцент Берест М. М.

Література: 1. Буряковский В. В., Кармазин В. Я., Каламбет С. В. Финансы предприятий : учебное пособие / под ред. В. В. Буряковского. Днепропетровск : Пороги, 1998. 246 с. **2.** Зятковський І. В. Фінанси підприємств : навч. посіб. Київ : Кондор, 2003. 364 с. **3.** Колчина Н. В., Поляк Г. М. Финансы предприятий / под ред. Н. В. Колчиной. М. : Юнити-Дана, 2006. 368 с. **4.** Лахтіонова Л. А. Фінансовий аналіз суб'єктів господарювання : монографія. Київ : КНЕУ, 2001. 387 с. **5.** Поддєрьогін А. М. Фінанси підприємств. Київ : КНЕУ, 2002. 571 с. **6.** Филимоненков А. С. Финансы предприятий : учебное пособие. Киев : Ника Центр ; Эльга, 2002. 280 с. **7.** Родионова В. М. Финансы / под ред. В. М. Родионовой. М. : Финансы и статистика, 1999. 399 с. **8.** Юрій С. І., Кізима Т. О., Злепко Н. П., Тріпак М. М. Фінанси : навч. посіб. Тернопіль : Карт-бланш, 2002. 357 с. **9.** Худолій Л. М. Теорія фінансів : навч. посіб. Київ : Вид-во Європейського університету, 2003. 167 с. **10.** Романенко О. Р. Фінанси. Київ : Центр навч. літ., 2006. 312 с. **11.** Рендович П. М. Теоретико-ретроспективні підходи до поняття «фінансові ресурси». *Формування ринкових відносин в Україні.* 2007. № 9. С. 38–42. **12.** Погожа Н. В. Проблемні аспекти формування та використання фінансових ресурсів підприємства в умовах рецесії України. *Вісник соціально-економічних досліджень.* 2012. № 2. С. 144–149. **13.** Хачатурян С. В. Сутність фінансових ресурсів та їх класифікація. *Фінанси України.* 2003. № 4. С. 77–81.

ПРОГНОЗУВАННЯ ПРИБУТКУ ПІДПРИЄМСТВА БУДІВЕЛЬНОЇ ГАЛУЗІ

УДК 338.27

Семенюк В. Г.

Магістрант 2 року навчання
фінансового факультету ХНЕУ ім. С. Кузнеця

Анотація. *Здійснено прогнозування показника прибутку підприємства будівельної галузі із застосуванням моделі показника динаміки часового ряду, трендової моделі та моделі регресії. Зроблено висновки щодо можливості застосування використаної моделі у процесі планування показників діяльності підприємства.*

© Семенюк В. Г., 2017

Ключові слова: *підприємство, організація, фінанси, будівництво, будівельна галузь, будівельне підприємство, прибуток, прогнозування, трендова модель, регресійна модель.*

Аннотация. *Осуществлено прогнозирование показателя прибыли предприятия строительной отрасли с применением модели показателя динамики временного ряда, трендовой модели и модели регрессии. Сделаны выводы о возможности применения использованной модели в процессе планирования показателей деятельности предприятия.*

Ключевые слова: *предприятие, организация, финансы, строительство, строительная отрасль, строительное предприятие, прибыль, прогнозирование, трендовая модель, регрессионная модель.*

Annotation. *The prognostication of the profit index of a construction industry enterprise was carried out using the model of time series dynamics indicator, trend model and regression model. Conclusions are made about the possibility of using the model used in the process of planning performance indicators of the enterprise.*

Keywords: *enterprise, organization, finance, construction, construction industry, construction enterprise, profit, forecasting, trend model, regression model.*

Важливе значення для будь-якого підприємства має комплексне дослідження процесів усередині компанії, оцінювання ефективності його функціонування, побудова системи показників, що характеризують основні сторони підприємницької діяльності, аналіз їх взаємозалежності та залежності від дії факторів нестабільного зовнішнього економічного середовища, прогнозування можливих варіантів їх зміни та виявлення із застосуванням економіко-математичного моделювання напрямків покращення значень цих показників.

Дослідженням теоретичних основ формування прибутку, а також управління, планування та прогнозування його на підприємстві займалися вітчизняні та зарубіжні науковці, серед них Бланк І., Білик М., Буряк Л., Данілова Л., Кривицька О., Коробова М., Новоселицький О., Поддєрьогін А., Ширяпна О. та ін.

Метою написання статті є демонстрація застосування економетричного апарату моделювання за допомогою часових трендів.

Інформаційною базою дослідження є фінансова звітність підприємства будівельної галузі АТ «Житлобуд-1».

У процесі аналізу тенденції досліджуваного процесу та прогнозування із урахуванням закономірностей попередніх періодів широко застосовуваною є залежність, яку називають рівнянням тренду:

$$Y = f(t) + E_t, \tag{1}$$

де $f(t)$ – детермінована невипадкова;

E_t – стохастична випадкова компоненти процесу.

Екстраполяцію тренду можна використати, якщо розвиток явища досить добре описується побудованим рівнянням і умови, які визначають тенденцію розвитку в минулому, не змінюватимуться у майбутньому [3].

Найчастіше в макроекономічних і мікроекономічних дослідженнях використовують такі типи залежностей, що описують рівняння тренду:

– лінійну: $y = a_0 + a_1 t$;

– квадратичну: $y = a_0 + a_1 t + a_2 t$;

– степеневу: $y = a_0 t^{a1}$, при цьому a_0, a_1, a_2 є невідомими параметрами.

Для побудови тренду найчастіше застосовують експоненційні, показникові, гіперболічні та логістичні криві. Невідомі параметри рівнянь знаходять із застосуванням методу найменших квадратів, тобто мінімізуючи суму квадратів відхилень фактичних даних від теоретичних:

$$F(a_0 \ldots\ldots a_p) = \Sigma(y_t - \hat{y}_t)^2 \to \min, \tag{2}$$

де p – кількість невідомих параметрів у рівнянні;

y_t – реальні значення прогнозованого показника;

$\hat{y}_t$ – теоретичні значення, знайдені із застосуванням рівнянь трендів.

Мінімум функції $F(a_0 \ldots\ldots a_p)$ досягається, коли частинні похідні першого порядку від цієї функції за змінними $a_0 \ldots\ldots a_p$ дорівнюють нулю.

Для квадратичного рівняння трендова умова матиме вигляд:

$$F(a_0, a_1, a_2) = \sum_{t=1}^{n} (y_t - a_0 - a_1 t - a_2 t^2)^2 \to \min. \tag{3}$$

Тоді система нормальних рівнянь для визначення a_0, a_1, a_2 матиме вигляд:

$$\begin{cases} \sum_{t=1}^{n} y_t = na_0 + a_1 \sum_{t=1}^{n} t + a_2 \sum_{t=1}^{n} t^2, \\ \sum_{t=1}^{n} y_1 t = a_0 \sum_{t=1}^{n} t + a_1 \sum_{t=1}^{n} t^2 + a_2 \sum_{t=1}^{n} t^3, \\ \sum_{t=1}^{n} y_t t^2 = a_0 \sum_{t=1}^{n} t^2 + a_1 \sum_{t=1}^{n} t^3 + a_2 \sum_{t=1}^{n} t^4. \end{cases} \quad (4)$$

Розв'язавши цю систему рівнянь, знайдемо коефіцієнти a_0, a_1, a_2. Підстановкою знайдених коефіцієнтів і параметрів у первісну умову нормального рівняння отримуємо лінійну та квадратичну моделі прогнозування заданого параметра.

На підприємстві АТ «Житлобуд-1» не використовують трендову модель прогнозування прибутку від діяльності в наступному періоді.

Моделювання дає змогу проаналізувати сутність явищ, зрозуміти справжні пріоритети. Воно сприяє глибшому розумінню, а також дозволяє отримати максимально точну кількісну інформацію, що стимулює визначення нових наукових проблем і розвиток методів їх вирішення, а також є основою для прийняття рішень у процесі реалізації конкретних проектів.

Спрогнозуємо обсяг прибутків АТ «Житлобуд-1» (попередні дані наведено в табл. 1) [3].

Таблиця 1

Прибуток АТ «Житлобуд-1» у 2013–2016 рр.

Період, t	Прибуток підприємства, тис. грн, Y
2013	1949,00
2014	3356,00
2015	8023,00
2016	14461,00

Для цього за даними фінансової звітності підприємства побудуємо графік його прибутків за роками за 2013–2016 рр. (рис. 1) [3].

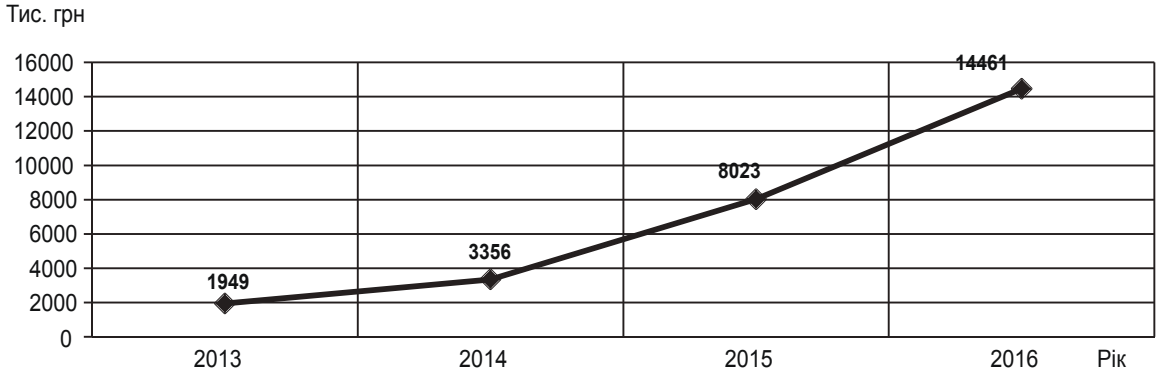


Рис. 1. **Динаміка зростання прибутку підприємства АТ «Житлобуд-1», 2013–2016 рр.**

При використанні квадратичної моделі система нормальних рівнянь для знаходження a_0, a_1, a_2 матиме вигляд:

$$\begin{cases} 27789 = 4a_0 + 10a_1 + 30a_2, \\ 101625{,}3 = 10a_0 + 30a_1 + 100a_2, \\ 150472{,}6 = 30a_0 + 100a_1 + 354a_2. \end{cases}$$

Розв'язавши систему нормальних рівнянь, отримаємо такі результати:

$$a_0 = 6947{,}25 - 2{,}5\ a_1 - 7{,}5\ a_2;$$
$$a_1 = 6424{,}23 - 5a_2;$$
$$a_2 = 4368{,}075.$$

При проведенні остаточної підстановки отримаємо такі параметри рівняння:

$$a_0 = 12727{,}05;$$

$$a_1 = -15416{,}145;$$

$$a_2 = 4368{,}075.$$

Тобто квадратична модель для нашого прикладу матиме вигляд:

$$Y_{min} = 12727{,}05 - 15416{,}145t + 4368{,}075t^2 . \quad (5)$$

За цією моделлю розрахуємо теоретичні показники досліджуваного процесу; результати розрахунків подано в табл. 2.

Таблиця 2

Порівняння фактичних даних із теоретичними

Період, t	Реальний прибуток підприємства, тис. грн, Y	Теоретичний прибуток підприємства, тис. грн, $Y_{лін}$
2012	1949,00	1649,56
2013 р	3356,00	3725,16
2014 р	8023,00	8318,08
2015 р	14461,00	10767,34

Для перевірки моделі на адекватність обчислимо коефіцієнт кореляції між фактичним і теоретичним значеннями показника, скориставшись формулою (2). Коефіцієнт кореляції для квадратичної моделі має значення $R_{лін} = 0{,}976$. Цей показник є досить близьким до одиниці, тому побудована модель добре апроксимує досліджуваний процес, що підтверджує побудований на рис. 2 часовий тренд.

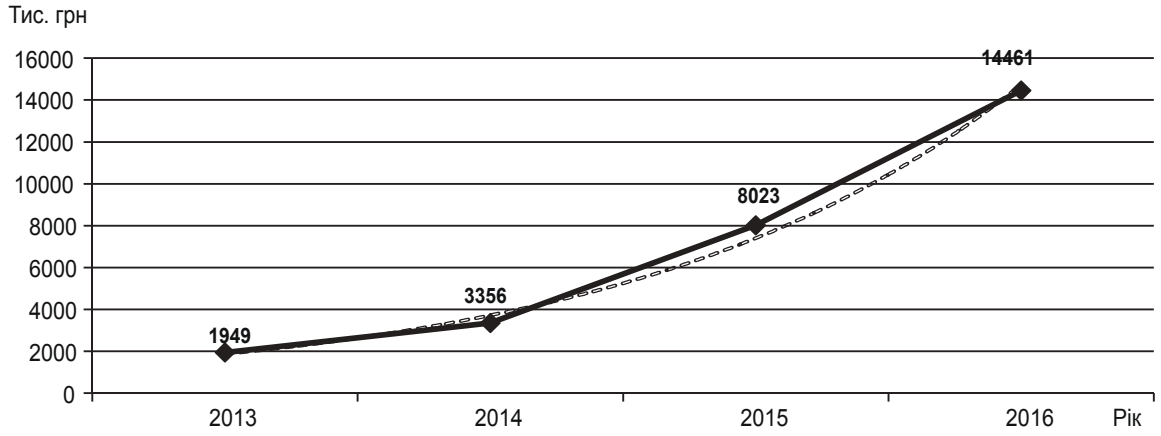


Рис. 2. **Часовий тренд для квадратичної моделі**

Таким чином квадратична модель адекватно характеризує описуваний процес, тому саме її доцільно взяти за основу при прогнозуванні прибутку підприємства АТ «Житлобуд-1». Ця модель дає досить точні прогнози, а часткова невідповідність фактичних даних теоретичним наприкінці досліджуваного періоду в довгостроковому прогнозуванні нівелюється. Така невідповідність є зумовленою значними вливаннями в капітал підприємства коштів і, як наслідок, підвищенням рівня прибутку.

Науковий керівник – канд. екон. наук, доцент Добринь С. В.

Література: 1. Грабовецкий Б. Є. Основи економічного прогнозування : навч. посіб. Вінниця : ВНТУ, 2013. 189 с. **2.** Кривицька О. Р. Планування прибутку підприємства при визначенні стратегії його розвитку. *Фінанси України.* 2005. № 3. С. 138–146. **3.** Ширяпна О. Є. Удосконалення методики прогнозування прибутку підприємств. *Формування ринкових відносин в Україні.* 2014. № 6. С. 12–15.

НЕСТАНДАРТНІ МЕТОДИ МОТИВАЦІЇ ПЕРСОНАЛУ

УДК 331.108

Сергієнко А. В.

Студент 2 курсу
фінансового факультету ХНЕУ ім. С. Кузнеця

Анотація. *Розглянуто приклади застосування нестандартних методів мотивації персоналу, обґрунтовано необхідність їх упровадження. Досліджено особливості застосування нестандартних методів в Україні та в інших країнах світу за сучасних умов господарювання.*

Ключові слова: *підприємство, організація, персонал, мотивація, методи мотивації, стимулювання, бонуси, нестандартний підхід.*

Аннотация. *Рассмотрены примеры применения нестандартных методов мотивации персонала, обоснована необходимость их внедрения. Исследованы особенности применения нестандартных методов в Украине и в других странах мира в современных условиях хозяйствования.*

Ключевые слова: *предприятие, организация, персонал, мотивация, методы мотивации, стимулирование, бонусы, нестандартный подход.*

Annotation. *Examples of application of non-standard methods of personnel motivation are considered, necessity of their introduction is grounded. The peculiarities of the use of non-standard methods in Ukraine and in other countries of the world under modern economic conditions are investigated.*

Keywords: *enterprise, organization, personnel, motivation, methods of motivation, incentives, bonuses, non-standard approach.*

Мотивація є невід'ємною складовою управління персоналом. Її можна назвати навіть головною, адже саме мотиви спонукають працівників до дії. Але мотиви треба правильно та вчасно стимулювати задля якісного виконання завдань і досягнення цілей підприємства. Коли традиційні методи мотивації не діють, виникає потреба у пошуку нестандартних шляхів.

Дослідженням мотивації праці займаються Ядов В. А., Зараковський Г. М., Тарасов В. К., Зінченко В. П., Назарова Г. В., Лаптєв В. І., Степанова Е. Р., Мартиненко І. О. та ін.

В епоху глобалізації, розвитку техніки та технології, за вільного доступу до інформації оплата праці перестала бути основним фактором мотивації для висококваліфікованого персоналу. Це було підтверджено численними дослідженнями: працівники очікують від компаній додаткових привілеїв, і підвищення грошової винагороди вже не сприяє інтенсифікації праці. Крім того, досить часто державні організації стикаються із необхідністю застосування нетрадиційних методів мотивації праці, оскільки фонди оплати праці обмежені, а проблема залучення та збереження талановитих і кваліфікованих працівників стоїть дуже гостро. Тому роботодавці весь час перебувають у пошуках нових шляхів і методів мотивування [2; 3].

Зарубіжні працедавці досягли успіху в цьому; існує чимало цікавих прикладів, розглянемо деякі із них.

Google – найпоказовіший приклад того, як слід мотивувати співробітників, щоб вони приносили якомога більше користі роботодавцю. У першу чергу, Google створив комфортабельні, затишні та стимулюючі творчий процес умови праці, обладнав вельми оригінальний центральний офіс. Спортивний комплекс, невелика клініка, перукарня, хімчистка, розваги (гірка з другого на перший поверх, катання на самокаті та велосипеді), відпочинок у масажному кріслі, смачна їжа і навіть можливість розміщення домашніх тварин, якщо без них ніяк не зосередитися на виконанні поставленого завдання. Співробітники компанії пишаються своєю роботою, не хочуть її втрачати й намагаються бути корисними, відчуваючи таку турботу про себе та розуміння своїх потреб, нехай іноді і вельми специфічних. У компанії завжди можна домовитися про зміщення графіка, співробітникам дозволяють чверть робочого часу присвячувати своїм особистим проектам, ніяк не пов'язаним із посадовими обов'язками. Саме таким проектом колись була пошта Gmail – незаперечний доказ користі від такого виду мотивації. Ще один дуже важливий момент – медитація: у компанії обладнали спеціальні кімнати для цього, запрошують гуру буддизму. Навчання й практикування співробітниками медитації сприяє підвищенню їх самоусвідомлення, самодостатності, енергійності, ентузіазму та креативності, а також формує націленість на взаємодопомогу в колективі.

Уолт Дісней ще в середині минулого століття зрозумів важливість нестандартного підходу до мотивації. Він постійно вигадував оригінальні способи мотивації співробітників. Прекрасно розуміючи, що плинність кадрів

© Сергієнко А. В., 2017

є найвищою там, де люди не вважають роботу престижною, він не тільки прагнув поліпшити імідж підрозділів, а й ретельно підходив до вибору їх назв. Так, при ньому пральні в готелях, найбрудніші й найважчі місця роботи на території, що належить компанії парків розваг, були перейменовані в текстильні служби. Це поставило їх на один щабель із такими престижними підрозділами компанії, як відділ маркетингу або клієнтська служба, залишивши при цьому єдиним підрозділом, куди було легко потрапити.

Ще одним цікавим прикладом є імперія Стіва Джобса. Консультанти його компанії, люди креативні й розумні, обіймали посаду зі «скромною» назвою «геній». Від цієї ідеї була подвійна користь: керівник акцентував увагу на тому, що в його штаті працюють лише геніальні люди, які, у свою чергу, вельми пишалися своїм статусом, працювали якнайкраще, щоб виправдати довіру.

А от компанія з виробництва програмного забезпечення Asana розробила кулінарний підхід до мотивації співробітників. Власники запросили кваліфікованих шеф-кухарів, які готували таку їжу для співробітників, яка розвиває їх творчі здібності. Меню має бути не тільки смачним, але й корисним, стимулювати активність мозку, усувати сонливість. Також у офісі компанії завжди в наявності шоколад, який, як відомо, є відмінним антидепресантом і сприяє креативному мисленню.

Відомо, що теплий клімат у компанії є запорукою успіху команди. Розуміючи це, компанія Japan General Estate Co запропонувала грошову винагороду розміром 3 тис. дол. менеджеру, який налагодить найтепліші взаємини з колективом. Конфлікти зникли, загальна атмосфера покращилася, а вартість такого результату є досить демократичною та чесною [4].

За кордоном практика застосування індивідуального креативного підходу до кожного співробітника є досить поширеною. Що стосується України, то тут більшість працедавців все ще дотримуються традиційних методів, перевірених часом і досвідом. Зазвичай це надбавки до заробітної плати, премії, соціальні пакети. Хоча українським роботодавцям ще важко цілком перейти до нової системи, однак, цікаві та дієві приклади незвичних методів мотивації персоналу зустрічаються все частіше. Так, «МТС» проводила акцію, у якій співробітники, які знайшли описки в рекламі фірми, отримують заохочення. У такий спосіб фірма захищає і себе від реклами, яку можуть неправильно зрозуміти, і утримує співробітників у себе на роботі. Також «МТС» проводила конкурс на краще захоплення, потім шляхом голосування обирали переможця і надавали необхідні для хобі предмети [5].

У групі підприємств «ВВН Україна» найуспішнішим за підсумками півріччя працівникам відділу продажу, крім грошової премії, надається можливість три години пограти в боулінг або більярд. Таких співробітників щомісяця нагороджують десятьма літрами пива «Фостерс», тижневою путівкою на двох за кордон або швейцарським годинником. Крім того, щасливий продавець протягом шести місяців може не дотримуватися в робочий час ділового дрес-коду і не відповідати на дзвінки начальства після 18.00 [6].

До нетрадиційних форм мотивації компанії вдаються, щоб не лише оцінити заслуги працівників, а й указати на прорахунки у їхній роботі. Так, у компанії «ВВН» навіть розроблено спеціальну програму «Черепаха forever» і «Отримай скунса». Регіональному менеджеру, підрозділ якого показав найгірший результат за підсумками місяця, урочисто вручають живу черепаху на ім'я Даша або фотографію скунса з автографом генерального менеджера компанії. До черепахи додають інструкцію з догляду за нею, і працівник, який її отримав, протягом місяця зобов'язаний піклуватися про тварину. При цьому залишити Дашу вдома на матусю чи бабусю не вийде – черепаха повинна жити в офісі компанії [7].

Нестандартні підходи компанії використовують і при виплаті бонусів за результатами роботи. Наприклад, премію отримує кожен працівник Брітіш Американ Тобакко Україна, який привів у компанію нового співробітника [8]. У компанії Nayada вирішили час від часу віддячувати співробітникам просто так, начебто без приводу. У Nayada діє принцип: «Не людина для номінації, а номінація для людини». Зрозумівши, кого і за що компанія хоче нагородити, керівництво вигадує відповідне урочисте звання [9].

Таким чином, проаналізувавши приклади застосування нестандартних методів мотивації персоналу, можна зробити висновок, що така мотивація є дієвим методом утримання людей, а іноді і ефективнішою порівняно зі стандартною мотивацією. Це є особливо актуальним, якщо компанія не може дозволити собі збільшити зарплату співробітникам. При застосуванні нематеріальних стимулів необхідно звертати увагу на культурні, ментальні та психологічні особливості працівників для пошуку найефективнішого методу мотивації на конкретному підприємстві. Крім того, можна починати з малого: до кожного конкретного сезону (пори року) вигадувати разові нестандартні акції. Так, у деяких компаніях улітку змінюють робочий графік, щоб співробітники могли спокійно піти додому раніше, або роблять графік гнучким. Рідкісні приклади вітчизняного креативного підходу до мотивації співробітників компаній доводять, що слід подбати про впровадження інновацій у цьому напрямку, а світовий досвід підкаже, у якому напрямку рухатися.

Науковий керівник – канд. екон. наук, доцент Степанова Е. Р.

Література: 1. Назарова Г. В., Степанова Э. Р. Стимулирование трудовой деятельности как составной элемент концепции Достойного труда. *Бизнес Информ.* 2013. № 6. С. 221–225. **2.** Лаптев В. И., Иванова Р. Х. Особенности мотивации персонала в условиях реактивной кадровой политики предприятия // Устойчивое развитие: общество и экономика : материалы III Международной научно-практической конференции (20–23 апреля 2016 г.). СПб. : Скифия-принт, 2016. С. 508–509. **3.** Нетрадиційні методи мотивації праці. URL: http://stud.com.ua/34690/menedzhment/netraditsiyni_metodi_motivatsiyi_pratsi. **4.** Костюхіна І. В. Винахідлива мотивація. Секрети успішних компаній. URL: https://escadra.com.ua/ua/izobretatelnaya-motivaciya-sekrety-uspeshnyx-kompanij.html. **5.** Співак В. В. Мотивація як засіб ефективного менеджменту персоналу підприємств. *Вісник Хмельницького національного університету*. 2010. № 6. С. 178–181. **6.** Харченко О. Нестандартні методи мотивації персоналу. URL: http://masters.donntu.org/2010/iem/kharchenko/library/article0.htm. **7.** Черкашина Д. Нестандартна мотивація. *Контракти.* 2008. № 2. С. 223–224. **8.** Ткачук М. В. Сучасна практика мотивації персоналу у системі управління людськими ресурсами вітчизняних та іноземних підприємств. URL: http://www.rusnauka.com/30_NIEK_2011/Economics/5_96376.doc.htm. **9.** Большие оригиналы: нестандартные виды мотивации персонала в России. URL: http://www.hr-portal.ru/blog/bolshie-originaly-nestandartnye-vidy-motivacii-personala-v-rossii. **10.** Покропивний С. Ф., Швиданенко Г. О., Федонін О. С. Економіка підприємства : підручник / за заг. ред. С. Ф. Покропивного. Київ : КНЕУ, 2001. 528 с. **11.** Панченко Є. Г. Міжнародний менеджмент : навч. посіб. Київ : КНЕУ, 2004. 468 с.

СУЩНОСТНЫЕ ХАРАКТЕРИСТИКИ КОРПОРАТИВНОГО УПРАВЛЕНИЯ

УДК 334.72

Симперович Е. А.

Студент 4 курса
факультета экономики и права ХНЭУ им. С. Кузнеца

Аннотация. *Определена сущность корпоративного управления как системы общих правил, процедур и политики, с помощью которых контролируется и регулируется деятельность предприятия. Доказано, что структура корпоративного управления представляет собой порядок согласования разногласий между компанией и заинтересованными сторонами в соответствии с их целями и задачами.*

Ключевые слова: *предприятие, организация, корпорация, управление, корпоративное управление, совет директоров, акционеры, заинтересованные стороны.*

Анотація. *Визначено сутність корпоративного управління як системи загальних правил, процедур і політики, за допомогою яких контролюється і регулюється діяльність підприємства. Доведено, що структура корпоративного управління є порядком узгодження розбіжностей між компанією та зацікавленими сторонами відповідно до їх цілей і завдань.*

Ключові слова: *підприємство, організація, корпорація, управління, корпоративне управління, рада директорів, акціонери, зацікавлені сторони.*

Annotation. *The essence of corporate governance as a system of general rules, procedures and policies with the help of which the activities of the enterprise are controlled and regulated is defined. It is proved that the structure of corporate governance is the procedure for agreeing disagreements between the company and stakeholders in accordance with their goals and objectives.*

Keywords: *enterprise, organization, corporation, management, corporate governance, board of directors, shareholders, stakeholders.*

© Симперович Е. А., 2017

В настоящее время в связи с кризисом отечественной экономики вопросы корпоративного управления предприятия необоснованно отошли на второй план. На практике качественное корпоративное управление поддерживает доверие инвесторов, в результате компания может снижать капитальные затраты, обеспечивает мотивацию менеджеров для достижения целей в интересах акционеров и организации, снижает коррумпированность и рискованность деятельности предприятия, помогает в формировании бренда.

Исследованием вопросов корпоративного управления занимались Берли А., Кэдбери А., Минз Г., Баюра Д., Назарова Г., Поважный А. и др. Несмотря на многочисленные труды, нет единого мнения относительно определения категории, с чем и связана необходимость дополнительного изучения ее эволюции и отличительных черт.

Целью написания статьи является уточнение сущности понятия «корпоративное управление» и исследование эволюции формирования корпоративного управления предприятий.

Проблемы корпоративного управления активно изучают в экономической литературе с 60-х гг. XX в. В 1967 г. вышла книга Берли А. и Минза Г. «Современная корпорация и частная собственность», где отделение владельцев от управленцев привело к появлению нового социального слоя профессиональных менеджеров и развитию фондового рынка [1]. Но только Кэдбери А. впервые сформулировал определение корпоративного управления как системы руководства и контроля деятельности компаний. Корпоративное управление определяют как набор механизмов, в рамках которых функционирует компания, когда у владельцев предприятия отчуждают функцию управления предприятием. В более поздних своих работах Кэдбери А. отмечает главное назначения корпоративного управления –поддержание баланса между экономическими и социальными, личными и общественными целями. То есть интересы общества, государства, компаний и их владельцев должны быть максимально взаимосвязаны, но сами механизмы налаживания этой взаимосвязи не раскрыты.

Со временем из понятия «корпоративное управление» стали отделять один из важных его элементов – наличие совета директоров. Считали, что совет директоров важен прежде всего для ведения отчетности корпорации перед акционерами и подчинения ее деятельности современным этическим и экономическим стандартам. Некоторые авторы провозглашают совет директоров крупнейшей инновацией в сфере корпоративного управления. Разное понимание роли совета директоров в корпоративном управлении обусловлено значительным количеством определений самого корпоративного управления. Совет директоров рассматривают также как механизм, а понимание акционерами корпоративного управления основывается на понимании того, что корпорации – это частная собственность, а внутренние и внешние директора – это защитники акционеров корпорации [3].

Проанализировав эволюцию корпоративного управления, можно сделать вывод, что в перспективе владелец компании теряет над ней контроль и становится только участником распределения прибыли. Так формируются два управленческих института: институт менеджеров, отвечающий за текущее управление, и институт независимых директоров, отвечающий за стратегическое управление.

По определению специалистов Всемирного банка, корпоративное управление – это система выборных и назначенных органов, осуществляющих управление деятельностью открытых акционерных обществ, отражающая баланс интересов менеджеров и направленная на обеспечение максимально возможной прибыли от всех видов деятельности открытого акционерного общества в пределах норм действующего законодательства [4].

Другие авторы определяют корпоративное управление как совокупность правил нормативного регулирования для максимизации долгосрочных экономических интересов акционеров. Мерфи Н. Г. определяет корпоративное управление как концепцию, содержащую в себе структуру управления и контроля компании, а также правила распределения полномочий между владельцами компании, ее советом директоров, исполнительным органом и сотрудниками, поставщиками, заказчиками и обществом в целом. По мнению профессора школы менеджмента Гарвардского университета, эксперта по вопросам внутреннего и внешнего контроля деятельности корпораций Мейера К., система корпоративного управления представляет собой организационную модель, с помощью которой компания представляет и защищает интересы своих инвесторов [2].

Эти определения понятия можно разделить на две категории. В первой рассматривают законодательную базу, то есть правила, согласно которым работают компании. Во второй категории рассматривают фактическое поведение компаний: их деятельность, рост, результативность, финансовую структуру и взаимоотношения с акционерами и иными участниками.

Каждое из определений распространяется лишь на одну из многих сторон корпоративного управления. Если их объединить, получается, что корпоративное управление – это концепция, содержащая в себе организационные структуры управления фирмой, инструменты контроля, законодательную базу, регулирование прав и ответственности акционеров, совета директоров и управляющих, используемые для поддержания баланса между личными и общественными, экономическими и социальными целями заинтересованных лиц в процессе создания и распределения добавленной стоимости.

Корпоративное управление рассматривают как управление корпоративными правами. Но если рассматривать корпоративные права как единый объект корпоративного управления, можно сказать, что корпоративное управление представляет собой процесс регулирования владельцем его корпоративных прав в целях извлечения

прибыли, управления корпоративным предприятием, возмещения затрат посредством извлечения доли имущества при его ликвидации.

Корпоративное управление как система взаимоотношений в известном треугольнике «менеджмент – совет директоров – акционеры» является базой как обеспечения эффективной деятельности компании в перспективе, так и успешного стратегического развития. Система взаимоотношений, которая сформировалась между менеджментом и акционерами, далеко не всегда эффективна, прозрачна и защищает права инвесторов. Следовательно, главные принципы корпоративного управления и большинство законодательных требований направлены не столько на улучшение результатов деятельности компании, сколько на обеспечение максимальной степени защиты вложений инвесторов [5].

Корпоративное управление объективно находится на более высоком уровне в системе управления компанией, включая широкий спектр взаимоотношений, затрагивающих не только структуры органов управления, но и абсолютно все заинтересованные стороны, обеспечивающих управление корпорацией в интересах ее акционеров. Можно утверждать, что в идеальной модели управления компанией корпоративное управление и менеджмент – это два независимых направления в управлении организацией, функции которых пересекаются при разработке стратегии развития корпорации и управления рисками. Пересечение функций зависит от механизма распределения полномочий согласно уровням управления компанией между советом директоров и единоличным исполнительным органом, закрепленным в уставе компании.

Главными направлениями повышения эффективности корпоративного управления являются:

– участие наблюдательного совета (совета директоров) в стратегическом планировании и реализации стратегии развития корпорации;

– распределение полномочий между советом директоров и менеджментом компании;

– повышение требований при определении кандидатур в состав совета директоров (наблюдательного совета).

Таким образом, рассмотрено определение сущности понятия корпоративного управления предприятия, что в перспективе дальнейших научных исследований в этой области обеспечит во взаимодействии с механизмом его реализации долгосрочные конкурентные преимущества, высокую инвестиционную привлекательность и стабильное развитие предприятия.

Научный руководитель – канд. экон. наук, доцент Писаревская А. И.

Литература: 1. Berle A., Means G. The Modern Corporation and Private Property. NY, 1934. P. 220–233. **2.** Андрющенко П. Н. Корпоративное управление и стоимость компаний. URL: https://creativeconomy.ru/lib/8821. **3.** Баюра Д. О. Система корпоративного управління в Україні: стан та перспективи розвитку : монографія. Київ : Київський університет, 2009. 288 с. **4.** Світовий банк в Україні. URL: http://www.worldbank.org/uk/country/ukraine. **5.** Назарова Г. В. Організаційні структури управління корпораціями : монографія. Харків : ІНЖЕК,2004. 420 с.

ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ТРУДОВИХ РЕСУРСІВ В УКРАЇНІ

УДК 331.5

Сімперович К. О.

Студент 4 курсу
факультету економіки і права ХНЕУ ім. С. Кузнеця

Анотація. *Визначено сутність трудових ресурсів та вплив їх ефективного використання на розвиток вітчизняної економіки. Розглянуто кількісні й атрибутивні характеристики трудових ресурсів. Обґрунтовано роль трудових ресурсів як основного ресурсного потенціалу країни. Запропоновано напрями поліпшення якісних характеристик трудових ресурсів в Україні.*

Ключові слова: *економіка, держава, право на працю, ринок праці, потенціал, трудові ресурси, трудовий потенціал, ресурсний потенціал.*

Аннотация. *Определена сущность трудовых ресурсов и влияние их эффективного использования на развитие отечественной экономики. Рассмотрены количественные и атрибутивные характеристики трудовых ресурсов. Обоснована роль трудовых ресурсов как основного ресурсного потенциала страны. Предложены направления улучшения качественных характеристик трудовых ресурсов в Украине.*

Ключевые слова: *экономика, государство, право на труд, рынок труда, потенциал, трудовые ресурсы, трудовой потенциал, ресурсный потенциал.*

Annotation. *The essence of labor resources and the effect of their effective use on the development of the domestic economy have been determined. The quantitative and attributive characteristics of labor resources are considered. The role of labor resources as the main resource potential of the country is justified. The directions of improvement of qualitative characteristics of labor resources in Ukraine are proposed.*

Keywords: *economy, state, right to work, labor market, potential, labor resources, labor potential, resource potential.*

Важливим фактором ефективного розвитку сучасних підприємств є трудові ресурси. Однією з основних причин низької ефективності праці є непідготовлений кадровий потенціал. Саме від людини залежить ефективність функціонування організації, її професійні та інтелектуальні здібності, що, у свою чергу, визначає можливості підприємства раціонально розподіляти ресурси й одержувати відповідний ефект.

Дослідженням ролі та значення трудових ресурсів займаються Савицька Г. В, Назарова Г. В., Яковенко Р. В., Замора О. І. та ін. У своїх працях науковці наголошують на тому, що за ринкових умов від трудових ресурсів залежить рівень ефективності та конкурентоспроможність підприємства. Те, наскільки керівництво розуміє значущість людського фактора у розвитку організації, має визначальний вплив на ефективність праці та діяльності підприємства в цілому. Саме тому питання ролі трудових ресурсів у складі ресурсного потенціалу підприємства є актуальним.

Нині підприємства України переживають не кращі часи через фінансово-економічну кризу: чимало суб'єктів господарювання стають банкрутами, а ще більше людей – безробітними, через що страждає економіка країни. Для виправлення цієї ситуації потрібні стабільність і рівновага, збільшення кількості підприємств, які збагачуватимуть бюджет країни.

Метою написання статті є уточнення сутності трудових ресурсів та обґрунтування напрямів їх розвитку.

Вагомим фактором для оцінювання й прийняття рішень у галузі кадрового потенціалу є аналіз забезпеченості підприємства трудовими ресурсами й ефективності їх використання. Достатня забезпеченість підприємств трудовими ресурсами відповідного рівня кваліфікації та професійних навичок, їх раціональне використання, високий рівень продуктивності праці мають велике значення для збільшення обсягів продукції та підвищення ефективності виробництва. Зокрема, від забезпеченості підприємства трудовими ресурсами та ефективності їх використання залежать обсяг і своєчасність виконання всіх робіт, ефективність використання устаткування, машин, механізмів і в результаті обсяг самого виробництва продукції [1].

Аналіз теоретичних джерел показав, що величина потенціалу підприємства залежить від кількості та якості ресурсів підприємства й оптимальної їх взаємодії. Джерелами формування ресурсного потенціалу підприємства є природні ресурси виробничого призначення, фінансові, інформаційні та трудові ресурси, основні й оборотні фонди підприємства. Вони відіграють важливу роль у забезпеченні ефективної роботи підприємства, їх ефектив-

© Сімперович К. О., 2017

не використання є запорукою отримання прибутку. За результатами дослідження Світового банку, людський фактор забезпечує 64 % економічного зростання в країнах із перехідною економікою, тоді як виробничі фактори – 16 %, природні фактори – 20 % [2].

Економісти стверджують, що праця є одним із головних факторів економічного розвитку, а носієм праці є людина – суб'єкт господарства. В Україні кілька десятиліть переважали кількісні показники трудових ресурсів, які були прирівняні до матеріально-сировинних факторів виробництва.

Трудовими ресурсами є населення працездатного віку, яке оцінюють за трьома параметрами: соціально-демографічним, професійно-кваліфікаційним і культурно-освітнім [3]. Деякі автори розглядають трудові ресурси як економічно активне, працездатне населення, частину населення, яка має фізичні та духовні можливості для участі в трудовій діяльності [3; 4]. Як планово-обліковий показник трудові ресурси – це працездатне населення працездатного віку (чоловіки від 16 до 60 років, жінки – із 16 до 55 років), а також особи за межами працездатного віку, які фактично працюють. Виключають із трудових ресурсів непрацюючих інвалідів I та II груп та осіб працездатного віку, які достроково вийшли на пенсію згідно із встановленими пільгами, пов'язаними з особливими умовами праці [5]. Трудові ресурси є частиною населення певної території, а об'єктивними умовами існування людини є потреби, які, у свою чергу, є вихідною категорією відтворення. Отже, трудові ресурси підприємства обумовлюють його розширене відтворення, є вирішальними у функціонуванні підприємства, основою ресурсного потенціалу.

Трудові ресурси характеризують атрибутивно та кількісно. Їх атрибутивними характеристиками є активність, структура, знання, стан здоров'я, професійний склад, навички, вік, досвід роботи, кваліфікація, освіта, здатність до творчості. Від кількості та якості робочої сили залежить продуктивна спроможність підприємства. Водночас підприємства самостійно визначають потребу в трудових ресурсах, їх структуру та кваліфікаційний склад. Кількість є визначуваною чисельністю працівників, що характеризує потенційну масу живої праці, яку має суспільство на певний момент часу для задоволення власних потреб, у тому числі для відтворення.

Основними виробниками та споживачами матеріальних і духовних благ є трудові ресурси, тому потрібно вирішувати проблеми з їх використанням. Недоцільне використання робочої сили призводить до виникнення проблем у самій економіці, що поступово знижує рівень життя населення. Це впливає на рівень суспільного виробництва й загальний розвиток держави. Трудові ресурси мають важливе значення для розвитку країни і потребують особливої уваги у державній політиці.

Основними напрямами підвищення ефективності використання трудових ресурсів в Україні є:

– активна політика держави: соціальна підтримка, розвиток гнучкого ринку праці, його правове забезпечення, працевлаштування, підготовка та перепідготовка кадрів;

– підвищення шансів працевлаштування працівників старших вікових груп, відповідальність працедавців за необгрунтоване звільнення співробітників;

– створення нових робочих місць;

– управління ефективним використанням трудового потенціалу, постійне забезпечення покращення його якості;

– покращення використання ефективного організаційного принципу ринку праці: співпраця між підприємцями, профспілками та державою;

– поліпшення соціальних умов працівників;

– створення сприятливого клімату в колективі;

– покращення якості освіти: запровадження курсів, систем підвищення освітнього рівня безробітних, перепідготовка за професіями, що мають попит на ринку праці;

– урахування регіональних і галузевих умов використання праці.

Таким чином, науковим результатом дослідження є обгрунтування напрямів поліпшення якісних характеристик трудових ресурсів у нашій країні, що в перспективі подальших наукових досліджень у цьому напрямі дозволить сформувати дієві механізми розвитку трудового потенціалу країни.

Науковий керівник – канд. екон. наук, доцент Мішина С. В.

Література: 1. Савицкая Г. В. Анализ обеспеченности предприятия трудовыми ресурсами : учебное пособие. Минск : Новое знание, 2009. 688 с. **2.** Яковенко Р. В., Козенко Р. О. Проблеми та перспективи розвитку людського капіталу. *Наукові праці КНТУ.* 2010. № 17. С. 447–451. **3.** Мамедов О. Ю. Современная экономика : учебное пособие. М. : Кнорус, 2014. 608 с. **4.** Райзберг Б. А., Лозовский Л. Ш., Стародубцева Е. Б. Современный экономический

словарь. М. : Инфра-М, 2011. 512 с. **5.** Замора О. І. Основні тенденції формування і використання трудових ресурсів. *Актуальні проблеми економіки.* 2009. № 4. С. 85–91. **6.** Головінов О. М. Людський капітал у системі виробничих відносин : монографія. Донецьк : ДонДУЕТ, 2004. 162 с.

ВПЛИВ ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ НА СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНИЙ РОЗВИТОК РЕГІОНІВ УКРАЇНИ

УДК 339.9:330.34 (1-32) (477)

Синолиця В. М.

Студент 2 курсу
факультету консалтингу і міжнародного бізнесу ХНЕУ ім. С. Кузнеця

Анотація. *Проаналізовано вплив зовнішньоекономічної діяльності на соціально-економічний розвиток регіонів України. Розподілено регіони України за групами згідно із показниками соціально-економічного розвитку та зовнішньоекономічної діяльності. Виявлено слабкі сторони економічного розвитку регіонів України. Запропоновано напрями ефективного вирішення проблем.*

Ключові слова: *економіка, держава, соціально-економічний розвиток, регіони України, зовнішньоекономічна діяльність, диференціація, потенціал, ризики, інвестиційна стратегія.*

Аннотация. *Проанализировано влияние внешнеэкономической деятельности на социально-экономическое развитие регионов Украины. Распределены регионы Украины по группам по показателям социально-экономического развития и внешнеэкономической деятельности. Выявлены слабые стороны экономического развития регионов Украины. Предложены направления эффективного решения проблем.*

Ключевые слова: *экономика, государство, социально-экономическое развитие, регионы Украины, внешнеэкономическая деятельность, дифференциация, потенциал, риски, инвестиционная стратегия.*

Annotation. *The influence of foreign economic activity on the socio-economic development of the regions of Ukraine is analyzed. The regions of Ukraine are divided into groups according to indicators of social and economic development and foreign economic activity. Weaknesses of economic development of the regions of Ukraine are revealed. Directions for effective problem solving are suggested.*

Keywords: *economy, state, social and economic development, regions of Ukraine, foreign economic activity, differentiation, potential, risks, investment strategy.*

Міжнародна торгівля є важливим напрямком розвитку економіки будь-якої країни. Освоєння українськими компаніями, крім традиційних ринків, нових, наприклад, країн Африки та Близького Сходу, угода про вільну торгівлю з Канадою, перемовини про лібералізацію торговельно-економічних відносин з Ізраїлем суттєво підвищили значення зовнішньоекономічної діяльності для розвитку України.

Для сучасного етапу зовнішньоекономічної діяльності України характерною є тенденція до зростання активності у зовнішній торгівлі та інвестиціях, що позитивно впливає на економічний і соціальний розвиток. Ефективність зовнішньоекономічної діяльності для України є одним із пріоритетних напрямів, головним фактором зміцнення конкурентоспроможності як національної, так и регіональної економіки.

Дослідженням впливу зовнішньоекономічної діяльності на розвиток регіонів України займалися Бевз І. А., Білорус О. Г., Бондар В. В., Шевченко О. В. та ін. Однак, доцільним є поглиблене дослідження впливу зовнішньоекономічних операцій на соціально-економічний розвиток регіонів України.

Метою написання статті є дослідження впливу зовнішньоекономічної діяльності на соціально-економічний розвиток регіонів і країни в цілому.

© Синолиця В. М., 2017

Завдяки зовнішній торгівлі країни мають змогу виготовляти продукцію із найменшими витратами і купувати набагато дешевшу продукцію в інших виробників. Зовнішньоекономічна діяльність є одним із основних факторів, що впливає на економічні та соціальні характеристики окремих регіонів. Так, обсяг експорту визначає обсяг продукції, а імпорт поповнює дефіцит продуктів і послуг [4].

У 2015 р. Україна здійснювала діяльність з експортно-імпортних операції з 217 країнами-партнерами. Експортували товари до 191 країн, а імпортували – із 201 країни. Кількість підприємств, що здійснювали зовнішню торгівлю товарами, становила в експорті 14,7 тис. одиниць, в імпорті – 22,3 тис. [6].

Експорт товарів становив 38,1 млрд дол. і зменшився на 29,3 % порівняно з 2014 р. і на 38,8 % – порівняно з 2013 р., факторімпорт товарів 37,5 млрд дол., зменшився на 31,1 % і 50,5 % відповідно. Позитивне сальдо від зовнішньоекономічної торгівлі становило 0,6 млрд дол., що є зумовленим перевищенням обсягів експорту над обсягами імпорту. Коефіцієнт покриття експортом імпорту у 2015 р. становив 1,02 (у 2013 р. – 0,82) [6].

Частка країн Європейського Союзу порівняно з 2014 р. зросла і становила в експорті 34,1 %, в імпорті – 40,9% (у 2013 р. – 26,6 % та 35,3 %) [6].

Найвищою є активність зовнішньоекономічної діяльності на підприємствах Дніпропетровської, Київської, Донецької, Запорізької, Львівської, Одеської, Харківської та Полтавської областей, а також м. Києва. Несприятливою особливістю для України є нерівномірний розподіл зовнішньоекономічної діяльності між регіонами країни [6].

Оцінювання зовнішньоекономічних показників здійснюють за обсягом валового регіонального продукту регіонів України та обсягом валового регіонального продукту на душу населення як важливими аналізаторами соціально-економічного розвитку окремих регіонів, а також за важливими показниками зовнішньоекономічної діяльності: обсягами експорту й імпорту та обсягом інвестицій у економіку регіонів України (табл. 1) [6; 7].

Таблиця 1

Вихідні дані для аналізу показників соціально-економічного розвитку регіонів України за 2015 р.

Області України	ВРП, млн грн	У % до загального обсягу	ВРП на душу населення, грн	Експорт товарів і послуг, млн дол.	У % до загального обсягу	Імпорт товарів і послуг, млн дол.	У % до загального обсягу
Вінницька	59 871	3,0	37 270	846,9	2,2	266,7	0,7
Волинська	31 688	1,6	30 387	631,7	1,7	622,1	1,7
Дніпропетровська	215 206	10,8	65 897	6 399,0	16,8	3 225,3	8,6
Донецька	115 012	5,8	26 864	3 695,3	9,7	1 202,6	3,2
Житомирська	38 425	1,9	30 698	441,3	1,2	246,4	0,7
Закарпатська	28 952	1,5	22 989	1 094,4	2,9	1 011,5	2,7
Запорізька	89 061	4,5	50 609	2 931,0	7,7	1 085,5	2,9
Івано-Франківська	45 854	2,3	33 170	373,0	1,0	294,5	0,8
Київська	104 030	5,2	60 109	1 690,4	4,4	2 587,0	6,9
Кіровоградська	38 447	1,9	39 356	406,6	1,1	105,4	0,3
Луганська	23 849	1,2	10 778	257,8	0,7	318,4	0,8
Львівська	94 690	4,8	37 338	1 206,3	3,2	1 447,9	3,9
Миколаївська	48 195	2,4	41 501	1 603,1	4,2	574,7	1,5
Одеська	99 761	5,0	41 682	1 727,5	4,5	967,3	2,6
Полтавська	95 867	4,8	66 390	1 481,1	3,9	814,5	2,2
Рівненська	35 252	1,8	30 350	378,3	1,0	202,3	0,5
Сумська	41 567	2,1	37 170	606,6	1,6	403,5	1,1
Тернопільська	26 656	1,3	24 963	291,0	0,8	259,4	0,7
Харківська	124 843	6,3	45 816	1 311,6	3,4	1 284,9	3,4
Херсонська	32 215	1,6	30 246	238,4	0,6	140,9	0,4
Хмельницька	41 088	2,1	31 660	401,6	1,1	259,3	0,7
Черкаська	50 843	2,6	40 759	434,2	1,1	228,1	0,6
Чернівецька	18 506	0,9	20 338	108,3	0,3	78,4	0,2
Чернігівська	36 966	1,9	35 196	551,6	1,4	380,0	1,0
Київ	451 700	22,7	155 904	8 742,9	22,9	14 495,4	38,6

За показниками соціально-економічного розвитку та зовнішньоекономічної діяльності регіони країни розподіляють на групи.

Група 1: Київська, Дніпропетровська, Донецька, Харківська області та м. Київ.

Група 2: Запорізька, Львівська, Одеська та Полтавська області.

Група 3: Вінницька, Івано-Франківська, Миколаївська, Сумська, Хмельницька та Черкаська області.

Група 4: Волинська, Житомирська, Закарпатська, Кіровоградська, Луганська, Рівненська, Тернопільська, Херсонська, Чернівецька та Чернігівська області.

Як видно з даних табл. 1, регіони з першої групи значно перевищують інші регіони за показниками соціально-економічного розвитку й зовнішньоекономічної діяльності. Для регіонів другої групи характерними є доволі високі показники як соціально-економічного розвитку, так і зовнішньоекономічної діяльності (порівняно з регіонами третьої та четвертої груп), що вказує на вищий рівень їх розвитку. Щодо регіонів третьої та четвертої груп, вони мають досить низький потенціал розвитку.

Розвиток регіонів будь-якої групи залежить від багатьох економічних, політичних, соціальних та екологічних факторів. Регіони першої групи значною мірою залежать від цін на газ, адже українська індустрія славиться достатньою енергоємністю. Тому серед потенційних інвесторів існує тенденція шукати нових суб'єктів для вкладень із найменшим ризиком.

Для розвитку регіонів другої групи необхідною є розробка інвестиційної стратегії із урахуванням специфіки цих регіонів. Традиційно вони славляться високим товарообігом, тобто їх пріоритетом є сфера послуг. Однак, ці регіони мають високі соціально-демографічні та фінансові ризики.

Велике значення для розвитку регіонів третьої групи має сфера туризму. Вони мають доволі низький соціально-економічний розвиток. Крім того, вважають, що ці регіони споживають більше бюджетних коштів, ніж спрямовують до бюджету; мають помірний потенціал і високі соціально-демографічні, фінансові та економічні ризики. Заходи щодо їх скорочення дозволять покращити показники економічно-соціального розвитку.

Таким чином, в Україні існує певна диференціація регіонів згідно із показниками соціально-економічного розвитку та зовнішньоекономічної діяльності. Високий рівень розвитку зовнішньої торгівлі сприяє покращенню показників соціально-економічного розвитку. Необхідно розробити певні програми розвитку регіонів із урахуванням їх специфіки. Чим активніше країна налагоджуватиме зовнішньоекономічні зв'язки з іншими країнами світу, тим кращим буде добробут її громадян.

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

Література: 1. Бевз І. А. Вплив світових процесів глобалізації на диспропорційність соціально-економічного розвитку регіонів України. *Регіональна економіка, демографія та соціальна політика.* 2013. № 21. С. 175–180. **2.** Білорус О. Г., Гончаренко М. О., Зленко В. А. Глобалізація і безпека розвитку. Київ : КНЕУ, 2002. 780 с. **3.** Бондар В. В. Особливості соціально-економічного розвитку субрегіональних центрів країни. *Український географічний журнал.* 2016. № 4. С. 44–48. **4.** Сидорова А. Зовнішньоекономічна діяльність як фактор соціально-економічного розвитку. *Вісник Київського національного університету імені Тараса Шевченка.* 2011. № 129. С. 14–17. **5.** Шевченко О. В., Жук В. І., Юрченко К. Г. Економіка регіонів у 2015 р.: нові реалії і можливості в умовах започаткованих реформ. *Вісник соціально-економічних досліджень.* 2016. № 1. С. 94–102. **6.** Зовнішня торгівля України товарами та послугами у 2015 р. // Офіційний сайт Державної служби статистики України. URL: http://www.ukrstat.gov.ua. **7.** Валовий регіональний продукт у 2015 р. // Офіційний сайт Державної служби статистики України. URL: http://www.ukrstat.gov.ua.

ПРОБЛЕМЫ ЗАНЯТОСТИ И БЕЗРАБОТИЦЫ В УКРАИНЕ

УДК 331.56/.57(477)

Сиритченко Т. И.

Студент 3 курса
факультета международных экономических отношений ХНЭУ им. С. Кузнеца

Аннотация. *Охарактеризовано состояние рынка труда Украины на основе статистических и теоретических данных. Рассмотрены особенности современного состояния занятости и вопросы безработицы. Предложены пути улучшения состояния отечественного рынка труда.*

Ключевые слова: *предприятие, организация, право на труд, сотрудник, рынок труда, безработица, занятость.*

Анотація. *Охарактеризовано стан ринку праці України на основі статистичних і теоретичних даних. Розглянуто особливості сучасного стану зайнятості й питання безробіття. Запропоновано шляхи поліпшення стану вітчизняного ринку праці.*

Ключові слова: *підприємство, організація, право на працю, співробітник, ринок праці, безробіття, зайнятість.*

Annotation. *The state of the labor market in Ukraine is characterized on the basis of statistical and theoretical data. The features of the current state of employment and unemployment issues are considered. Ways of improving the state of the domestic labor market are suggested.*

Keywords: *enterprise, organization, right to work, employee, labor market, unemployment, employment.*

Современными проблемами Украины являются безработица, вынужденная неофициальная занятость и нелегальная трудовая миграция, что связано со становлением рыночных отношений в стране. Занятость и безработица – важнейшие показатели эффективности использования трудовых ресурсов. Понятие безработицы можно рассматривать с двух противоположных сторон: с одной стороны, безработица является сильнейшим стимулом активности для трудоспособного населения, а с другой – социальной катастрофой страны, свидетельствующей о крайне неэффективной государственной политике занятости. Актуальность этого вопроса заключается в том, что показатели занятости и безработицы имеют непосредственное влияние на макроэкономические показатели страны, уровень жизни каждого человека и эффективность экономики в целом.

По официальным данным Государственной службы статистики Украины, уровень безработицы в 2014 г. и в первой половине 2017 г. был критически низким: процентное соотношение безработных горожан составляло 1,6 % от общего количества трудоспособного населения. На сегодняшний день безработица касается населения всех групп и возрастов, с ней связаны негативные последствия для социально-экономического состояния страны [1].

Целью написания статьи является изучение проблем занятости и безработицы в Украине.

Исследованием вопросов безработицы и особенностей политики занятости занимались Бараник З. П., Богиня Д. П., Васильченко В. С., Купалова Г. И., Оникиенко В. В., Трофимова Г. Г., Шевченко Л. С. и др. Однако, в настоящее время не выработан единый целостный подход и направления улучшения политики занятости и сглаживания последствий безработицы.

На рынке труда, как и на других рынках, имеют место предложение, спрос и заработная плата за выполненные работы. Колебания предложения рабочей силы являются следствием изменения уровня заработной платы, качества образования кадров, правовых норм. Спрос определяется технической оснащенностью производства, количеством рабочих мест. Эти немногие факторы имеют непосредственное влияние на оплату труда и становление цен на рынке и могут способствовать усилению безработицы, что довольно часто усложняет отношения между экономическими субъектами. В налаживании рациональных экономических отношений на рынке труда значительная роль принадлежит государству [2; 4].

В настоящее время в Украине наблюдается высокий уровень скрытой безработицы, то есть не учитываются официально не зарегистрированные как безработные.

Демографический кризис также является серьезной проблемой: по статистике, с 1994 г. наблюдается отрицательная тенденция, а за 2017 г. население Украины уменьшилось на 200 тыс. чел.

Трудовая миграция является одним из основных факторов влияния на рынок труда в Украине. Прежде всего, миграция обусловлена желанием повысить качество жизни, здоровья, улучшить условия труда и получать более справедливое вознаграждение за проделанную работу. Исходя из этих причин, большинство украинцев

© Сиритченко Т. И., 2017

стараются найти работу за границей. С 2014 г. и в настоящее время из-за тяжелой экономической и политической ситуации в стране уменьшается количество экономически активного населения [3].

Безработица влечет за собой катастрофические последствия: сокращение рабочих мест, объемов валового внутреннего продукта, что ведет к сокращению налоговых поступлений в бюджет. Пропорционально этому растут государственные затраты на социальную защиту безработных. С этой точки зрения государство просто обязано поддерживать уровень безработицы на естественном уровне (приблизительно 6 %) и проводить эффективную политику в сфере занятости населения [5].

В Украине отсутствует единая система прогнозирования спроса на рынке труда, в результате чего наблюдается дисбаланс в сегменте квалификаций и специальностей. Значительно вырос уровень безработицы среди молодежи: только в 2016 г. этот показатель в 1,5 раза превышал общий показатель безработицы в стране. Это объясняется тем, что работодатели на рынке ищут высококвалифицированных соискателей с опытом работы, но у большей части молодых выпускников или студентов нет опыта работы. Из-за этого молодые люди соглашаются на вакансии с неофициальным трудоустройством, где работодатели могут загружать новичков трудной работой и платить меньше минимальной суммы, установленной законом.

Кризисное состояние экономики не позволяет создать условия для роста потребности в рабочей силе. Высокие налоги не способствуют созданию новых рабочих мест, поскольку в таких условиях работодатели отказываются от использования рабочей силы. Инвестиционный кризис и тенденция к ухудшению воспроизводственной структуры капитальных вложений не дают возможности расширить сферу занятости и активизировать аспекты политики рынка труда, направленные на создание новых рабочих мест.

Для решения этой проблемы необходимо усовершенствовать правовое поле рынка труда. Слабый контроль государства за соблюдением законодательства о труде приводит к снижению уровня защищенности прав граждан: нарушаются нормы действующего законодательства относительно оплаты труда во время простоев по вине администрации, предоставления компенсаций за несвоевременную выплату заработной платы, выплаты возмещений пострадавшим на производстве. Необходимо усовершенствовать также систему оплаты труда с целью поддержания основных функций заработной платы: такая мера повысит мотивацию сотрудников.

Важным моментом является также внедрение механизмов трудоустройства выпускников учебных заведений: взаимодействие работодателей с профессионально-техническими учебными заведениями, участие работодателей в создании современной учебно-производственной базы, центров переподготовки и профессионального обучения работников. Следует создать новые рабочие места за счет эффективного развития и поддержки малого и среднего предпринимательства и привлечения иностранных инвестиций.

Государство должно всячески поддерживать не только безработных, а и экономически занятых путем внедрения системы обязательного повышения квалификации и тренингов для развития новых навыков у сотрудников. Легализация теневой занятости способствует значительному улучшению состояния рынка труда.

Для сглаживания критичности безработицы нужны соответствующие усилия государства. Как доказано теоретически, изменение показателей безработицы возможно только как следствие государственного регулирования рынка труда, благодаря которому и должна уменьшаться безработица как результат повышения сбалансированности между объемами и структурой спроса и предложения рабочей силы.

Таким образом, проанализированы проблемы занятости и безработицы в современных реалиях нашей страны, рассмотрен комплекс мер по снижению критично высокого уровня безработицы и смягчению ее последствий. Выявлено, что причинами высокого уровня скрытой безработицы, дефицита рабочих мест и высокого уровня трудовой эмиграции являются непродуманная социальная политика государства, несовершенное правовое регулирование и отсутствие контроля со стороны государственных органов. Современные научные исследователи уделяют должное внимание рассмотрению и решению проблемы безработицы, однако, в Украине она по-прежнему остается актуальной.

Научный руководитель – канд. экон. наук, доцент Аграмакова Н. В.

Литература: 1. Статистична інформація // Офіційний сайт Державної служби статистики України. URL: http://www.ukrstat.gov.ua. **2.** Гаркавенко Н. О. Проблеми зайнятості та безробіття на національному ринку праці. *Формування ринкових відносин в Україні.* 2010. № 4. С. 168–172. **3.** Назарова Г. В. Економіка праці та соціально-трудові відносини : навч. посіб. / за ред. Г. В. Назарової. Київ : Знання, 2012. 573 с. **4.** Коваль С. П. Механізм державного регулювання ринку праці. *Економічний вісник університету.* 2016. № 1. С. 243–249. **5.** Марков А. В., Васильева И. А., Яковлева А. Е. Динамика уровня бедности как критерий региональной депрессивности. *Научное обозрение.* 2016. № 21. С. 139–143.

ПРОБЛЕМИ АДАПТАЦІЇ МОЛОДІ НА ВІТЧИЗНЯНИХ ПІДПРИЄМСТВАХ

УДК 316.454

Ситнік Д. С.

Студент 4 курсу
факультету економіки і права ХНЕУ ім. С. Кузнеця

Анотація. *Досліджено проблеми адаптації молодих спеціалістів на сучасних вітчизняних підприємствах. Проаналізовано основні проблеми професійної адаптації молодих фахівців. Запропоновано шляхи ефективного вирішення цієї проблеми.*

Ключові слова: *підприємство, організація, право на працю, ринок праці, заробітна плата, професійна діяльність, молодий спеціаліст, проблеми адаптації, професійне зростання.*

Аннотация. *Исследованы проблемы адаптации молодых специалистов на современных отечественных предприятиях. Проанализированы основные проблемы профессиональной адаптации молодых специалистов. Предложены пути эффективного решения этой проблемы.*

Ключевые слова: *предприятие, организация, право на труд, рынок труда, заработная плата, профессиональная деятельность, молодой специалист, проблемы адаптации, профессиональный рост.*

Annotation. *The problems of adaptation of young specialists in modern domestic enterprises are investigated. The main problems of professional adaptation of young specialists are analyzed. Proposed ways to effectively solve this problem.*

Keywords: *enterprise, organization, right to work, labor market, salary, professional activity, young specialist, adaptation problems, professional growth.*

За сучасних умов персонал розглядають як основний капітал будь-якого підприємства. Від його якості та повноти реалізації значною мірою залежить успіх у досягненні поставлених перед підприємством цілей. Формуванню та закріпленню інтересу співробітника до роботи, налагодженню ділових та особистісних контактів із колективом сприяє система адаптації персоналу.

Дослідженням питань адаптації спеціалістів на підприємствах займалися Абульханова-Славська К. А., Балл Г. О., Реан А. А., Казначеєв В. П., Березін Ф. Б., Жмиріков О. М., Кібанов А. Я., Назарова Г. В., Лаптєв В. І., Макрова Н. С., Іванісов О. В. та ін.

Адаптація – це своєрідне пристосування, у широкому розумінні процес пристосування до мінливих умов зовнішнього середовища. У соціально-психологічному розумінні адаптація – це пристосування індивіда під групові норми та інтересів соціальної групи – до інтересів окремого індивіда цієї групи [1].

Адаптація молодого фахівця – це механізм гнучкого перестроювання до постійно змінюваних умов життя, а також активне оволодіння нормами колективного професійного спілкування, виробничими знаннями, дотримання традицій організації. Ця тема є актуальною, оскільки ефективність діяльності кожного фахівця залежить не тільки від ступеня адаптації на професійному рівні, але і від соціально-психологічної атмосфери в колективі [2].

Нині надзвичайно актуальною є проблема адаптації молодих спеціалістів. Вдала та швидка адаптація є важливим фактором трудової діяльності. Водночас неефективна адаптація може спричинити напруження й ускладнення відносин усередині колективу, виникнення у працюючої людини психічних розладів і зниження продуктивності праці. Дослідники підтверджують зв'язок адаптації із плинністю кадрів, особливо молодих фахівців.

Проблеми адаптації молодих спеціалістів мають прикладний характер. Науковий аналіз і дослідження в цій галузі мають сприяти їх швидкому вирішенню на конкретних підприємствах, із урахуванням широкого кола різних факторів та умов щодо відбору фахівців, допомоги в процесі їх вживання в нове середовище, взаємодії підприємств і навчальних закладів [1].

За сучасних умов актуальними проблемами адаптації молодих фахівців є:

– відсутність формалізованих критично важливих знань, чіткої систематизації знань для застосування на практиці;

– відсутність програми «студент – випускник – працівник підприємства», яка б гарантувала подальше працевлаштування молодого фахівця;

© Ситнік Д. С., 2017

– підготовка у вищих навчальних закладах з профільних напрямів є недостатньою для виконання професійних обов'язків молодого фахівця;

– тривалість адаптації персоналу становить три-п'ять років, що є дуже великим терміном за умови зміни поколінь;

– різкий перехід від переважно теоретичної підготовки до виконання конкретних функціональних обов'язків;

– слабка мотивація обміну досвідом досвідчених співробітників із молодими фахівцями;

– низька мотивація молодих фахівців до отримання нових знань, необхідних для здійснення своєї професійної діяльності;

– відсутність налагодженого взаємозв'язку навчання студентів і майбутніх випускників, підприємств із вищими навчальними закладами;

– на багатьох вітчизняних підприємствах панує авторитарний стиль управління, що пригнічує ініціативу молодих фахівців і призводить до гальмування процесу адаптації.

Виявлено, що понад третину підприємств не вважають за потрібне запроваджувати будь-які заходи щодо адаптації нещодавно набраного персоналу, вважаючи, що якщо працівник не готовий самостійно освоїти професійні навички, то навряд чи він у перспективі зможе ефективно працювати. Чимало підприємств над питанням адаптації нових співробітників не замислювалися взагалі [1; 3].

Зрозуміло, було б невірно покладати всю відповідальність за ефективність процесу адаптації тільки на підприємство. Однією з умов успішної адаптації є особистісні характеристики та професійна підготовка молодого фахівця.

На думку багатьох роботодавців, основними недоліками молоді, що ускладнюють процес професійної адаптації, є нестача навичок володіння аудиторією, необізнаність із сучасними методами навчання, відсутність досвіду спілкування з батьками. В особистісній характерності це часткова відсутність бажання працювати і розвиватися, найважливіше – негативне сприйняття конструктивної критики [4].

Більшість проблем можна було уникнути, якщо б під час навчання майбутні випускники мали можливість стажуватися на тих підприємствах, у які після закінчення вищого навчального закладу вони планують працевлаштуватися.

Роботодавці вважають, що вчорашнім випускникам, якщо вони хочуть стати кваліфікованими фахівцями в своїй сфері, недостатньо отриманих знань, а необхідно мати два-три роки безперервної практичної діяльності.

Наслідком неефективних заходів щодо адаптації персоналу часто є звільнення співробітників. Відомо, що найбільша кількість звільнень серед молодих фахівців припадає на перший рік професійної діяльності. Основними причинами звільнення є низька заробітна плата молодого спеціаліста, відсутність перспектив професійного зростання, невиправдані очікування від професійної діяльності, непорозуміння із колегами через відсутність програм з адаптації, професійної та психологічної підтримки [5].

Щоб швидко адаптуватися у новому колективі на підприємстві та закріпитися на новому робочому місці, молоді слід постійно вдосконалювати свої особисті та професійні навички, до найдрібніших подробиць вивчати особливості діяльності підприємства в цілому. Молодим спеціалістам важливо триматися впевнено, оскільки невпевнених зазвичай сприймають у колективі негативно.

Доцільно стати частиною команди: часто люди не задоволені, якщо співробітники намагаються проявити ініціативу. Одні вважатимуть, що через надмірну активність та ініціативність колективу доведеться працювати більше, ніж планувалося, інші в ініціативних колегах бачать байдужих кар'єристів, яким важливе лише кар'єрне зростання. Виступати з будь-якої ініціативою доцільно спільно із колегами і, якщо пропозицію сприйняли схвально, доведеться взяти на себе значну частину роботи. Щоб більше знати про колег і мати з ними спільні інтереси, слід відвідувати всі заходи, які проводитимуться на підприємстві.

У процесі будь-якого спілкування важливо завжди бути лояльним, стриманим і розсудливим, уникати конфліктів у колективі. Слід подумати, як викликати приємні емоції в співробітників. Доцільно і самому вчитися адаптуватися до різноманітних ситуацій, і керівництво не залишить без уваги намагання правильно реагувати на зміни.

Молодому спеціалісту доцільно заздалегідь створити імідж серйозного та надійного співробітника. Для цього слід дотримуватися правил: приходити на роботу вчасно, якісно виконувати і здавати роботу в строк, дотримуватися дресс-коду. Якщо потрібно затриматися на роботі, щоб негайно завершити роботу, не слід відмовлятися, колеги сприйматимуть це як відповідальне ставлення до роботи.

На сучасному ринку праці потрібні працівники, які володіють найбільш сучасними знаннями. На жаль, не всі вищі навчальні заклади здатні забезпечити повний спектр таких необхідних і важливих компетенцій. Тому роботодавцям доводиться брати на себе зобов'язання щодо доведення до необхідного рівня знань і умінь випускни-

ків. Очевидно, що виконати цю функцію на необхідному рівні роботодавець спроможний тільки із застосуванням сучасних освітніх та інформаційних технологій.

Таким чином, адаптація молодого фахівця є важливим елементом управління на підприємстві. Роботодавці розуміють необхідність запровадження відповідних заходів задля пристосування та звикання членів колективу до нового стилю роботи й спілкування, але мало хто вирішує питання практично. Тому проблема адаптації молодого фахівця дійсно існує і потребує розробки й упровадження заходів щодо її регулювання.

Науковий керівник – канд. екон. наук, доцент Степанова Е. Р.

Література: 1. Белякова А. В. Критерии социально-психологической адаптации молодых специалистов-менеджеров. *Успехи современного естествознания.* 2013. № 10. С. 18–23. **2.** Иванова Е. Н. Социально-психологические факторы адаптации молодых специалистов на предприятии. *Наука и образование.* 2014. № 12. С. 23–27. **3.** Кибанов А. Я. Основы управления персоналом : учебник. М. : Инфра-М, 2012. 447 с. **4.** Веснин В. Р. Управление персоналом: теория и практика : учебное пособие. М. : Проспект, 2009. 688 с. **5.** Іванісов О. В. Особливості формування та використання трудового потенціалу на підприємствах // Проблеми соціально-економічного розвитку підприємств: матеріали міжнародної науково-практ. конференції. Харків : ВЦ НТУ «ХПІ», 2015. С. 47–49.

КОРЕЛЯЦІЙНО-РЕГРЕСІЙНА МОДЕЛЬ ОЦІНЮВАННЯ АНТИКРИЗОВОГО ФІНАНСОВОГО УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВОМ

УДК 658.15

Скрипнік В. В.

Магістрант 2 року навчання
фінансового факультету ХНЕУ ім. С. Кузнеця

Анотація. *Розглянуто модель оцінювання антикризового фінансового управління підприємством із застосуванням кореляційно-регресійного аналізу. Проаналізовано силу та характер впливу на ефективність функціонування підприємства ключових показників.*

Ключові слова: *підприємство, організація, фінанси, фінансовий стан, фінансова стійкість, рентабельність, платоспроможність, антикризове фінансове управління, кореляційно-регресійний аналіз.*

Аннотация. *Рассмотрена модель оценки антикризисного финансового управления предприятием с применением корреляционно-регрессионного анализа. Проанализированы сила и характер влияния на эффективность функционирования предприятия ключевых показателей.*

Ключевые слова: *предприятие, организация, финансы, финансовое состояние, финансовая устойчивость, рентабельность, платежеспособность, антикризисное финансовое управление, корреляционно-регрессионный анализ.*

Annotation. *The model of an estimation of an anti-recessionary financial management of the enterprise with application of correlation-regression analysis is considered. The force and nature of the impact on the efficiency of the enterprise's performance of key indicators were analyzed.*

Keywords: *enterprise, organization, finances, financial condition, financial stability, profitability, solvency, anti-crisis financial management, correlation-regression analysis.*

© Скрипнік В. В., 2017

За сучасних економічних умов чимало вітчизняних підприємств перебувають у кризовому стані й потребують упровадження активних антикризових заходів. Для цього необхідне чітке усвідомлення поточних процесів на підприємстві. У зв'язку із цим важливим є розуміння сутності концепції активного антикризового управління, на яких стадіях кризи його необхідно застосовувати і за допомогою яких наявних фінансових процедур його слід здійснювати.

Дослідженням теоретичних і практичних основ антикризового фінансового управління на підприємстві займалися Андрушко О., Антонова О., Бланк І., Козик В., Лігоненко Л., Пушкар О., Терещенко О. та ін. Однак, і донині недостатньо вивченим залишається питання вдосконалення системи антикризового фінансового управління на вітчизняних підприємствах із урахуванням особливостей їх розвитку на сучасному етапі, використання яких сприятиме підвищенню ефективності діяльності та конкурентоспроможності підприємства.

Метою написання статті є розробка моделі оцінювання антикризового фінансового управління підприємством на основі кореляційно-регресійного аналізу.

У процесі оцінювання антикризового фінансового управління на підприємстві важливо визначити ключові показники, що впливають на ефективність функціонування підприємства, оскільки управління цими факторами дасть змогу підвищити прибутковість і фінансову стійкість підприємства, тим самим запобігти його банкрутству. Одним із методів визначення найвпливовіших показників є кореляційно-регресійний аналіз [5].

У процесі побудови регресійної моделі оцінювання антикризового фінансового управління підприємством початковим етапом є вибір використовуваних у ході аналізу показників. Система показників має відповідати певним умовам: адекватності системи показників завданням аналізу, можливості чіткого визначення алгоритму розрахунку коефіцієнтів, охоплення всіх аспектів діяльності підприємства, уникнення мультиколінеарності показників та оптимальної кількості показників [7].

Показниками, що дають змогу найточніше оцінити антикризове управління на підприємстві, є коефіцієнт поточної, швидкої та абсолютної ліквідності, власний оборотний капітал, коефіцієнт забезпеченості ВОК, коефіцієнт забезпеченості запасів і витрат ВОК, коефіцієнт автономії, фінансового ризику, оборотності активів, власного капіталу. Ці коефіцієнти характеризують ліквідність, фінансову стійкість та ефективність діяльності підприємства.

Кореляційно-регресійну модель побудовано на підставі значень квартальних фінансових показників ДП «Електроважмаш» за 2013–2016 рр. Для побудови й аналізу багатофакторної лінійної економічної моделі застосовано програму Statistica, модуль Multiple Regression.

Із запропонованої системи показників на основі значення t-критерію Стьюдента та коефіцієнта кореляції обрано три фактори, які дозволяють максимізувати значущість та уникнути мультиколінеарності незалежних змінних: коефіцієнт автономії, коефіцієнт поточної ліквідності та коефіцієнт оборотності активів. Залежною змінною є коефіцієнт рентабельності майна – найбільш узагальнюючий показник ефективності функціонування підприємства, що характеризує прибутковість використання сукупних активів підприємства й указує на наявність джерел самофінансування підприємства. Цей показник найточніше характеризує ефективність управління підприємством. Незалежними показниками обрано коефіцієнт автономії X1, коефіцієнт поточної ліквідності X2 та коефіцієнт оборотності активів X3.

Мультиколінеарність показників перевіряють на підставі значень парних коефіцієнтів кореляції (рис. 1) [1].

	Correlations (Spreadsheet1)			
Variable	X1	X2	X3	У
X1	1,000000	0,462367	0,147676	0,814570
X2	0,462367	1,000000	0,043234	0,788305
X3	0,147676	0,043234	1,000000	0,769743
У	0,814570	0,788305	0,769743	1,000000

Рис. 1. **Парні коефіцієнти кореляції незалежних змінних моделі оцінювання антикризового фінансового управління підприємством ДП «Електроважмаш»**

Оскільки парні коефіцієнти кореляції між незалежними змінними не перевищують 0,5, у побудованій моделі усунено мультиколінеарність, що підвищує достовірність отриманої моделі. Натомість значення коефіцієнтів кореляції між незалежними змінними та залежною засвідчили існування тісного прямого зв'язку між ними [7].

Параметри моделі оцінювання антикризового фінансового управління підприємством подано на рис. 2 [6; 7].

Для побудованої кореляційно-регресійної моделі оцінювання антикризового фінансового управління підприємством множинний коефіцієнт кореляції становить 0,8639, коефіцієнт детермінації – 0,7463. Це означає, що зміна показника рентабельності майна на 74,63 % є зумовленою варіацією факторів, що входять до моделі. Ймо-

вірність помилки становить 25,37 %, що є зумовленим впливом на результуючий показник зовнішніх і менш статистично значущих факторів, які не входять до моделі. Незважаючи на ці моменти, отримана модель є статистично значущою й адекватною, що підтверджує коефіцієнт детермінації та значення F-критерію Фішера, критичне значення якого нижче розрахованого (*Fкр.* (0,05; 3; 12) = 3,49).

Regression Summary for Dependent Variable: У (Spreadsheet1)
R= ,86386372 R²= ,74626053 Adjusted R²= ,70770527
F(3,12)=12,4167 p<,00036 Std.Error of estimate: ,00279

N=16	b*	Std.Err. of b*	b	Std.Err. of b	t(12)	p-value
Intercept			-1,062885	0,008924	-4,52212	0,000574
X1	2,639468	0,545248	0,043901	0,008449	4,84086	0,000322
X2	0,371837	0,146677	0,001266	0,000499	2,53508	0,024885
X3	2,666820	0,538280	0,036202	0,007307	2,20353	0,046197

Рис. 2. **Параметри регресійної моделі оцінювання антикризового фінансового управління на ДП «Електроважмаш»**

Статистичну значущість факторів оцінюють за допомогою t-критерію Стьюдента. Критичне значення цього критерію за рівня значущості 0,05 та числа степенів свободи 12 становить 2,1788, що нижче розрахованих значень, тому всі фактори, що входять до моделі, є статистично значущими [6; 7].

Ще одним напрямком оцінювання адекватності регресійної моделі є аналіз залишків, який проводять для перевірки якості підгонки рівняння регресії (рис. 3) [6; 7].

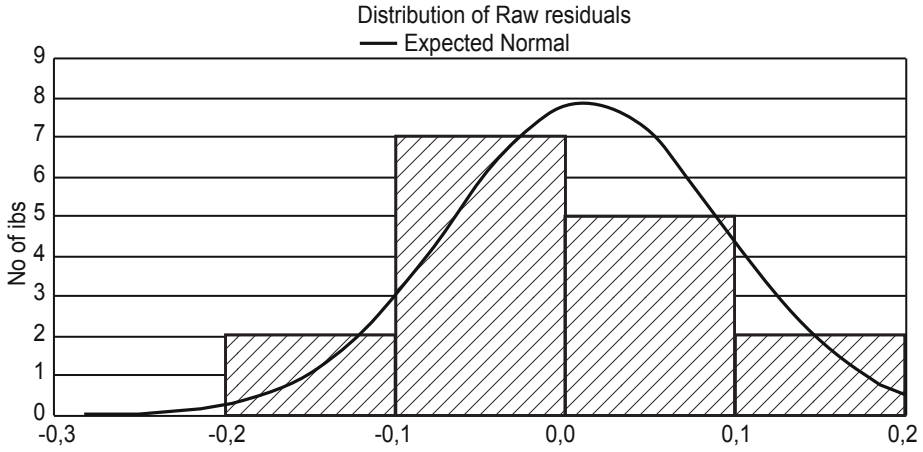


Рис. 3. **Гістограма розподілу залишків за моделлю оцінювання антикризового фінансового управління підприємством**

Дані гістограми (рис. 3) свідчать про нормальний закон розподілу залишків, що підтверджує адекватність моделі оцінювання антикризового фінансового управління підприємством і можливість її використання для вдосконаленняі антикризового фінансового управління підприємством і розробки оптимізаційних заходів для ДП «Електроважмаш» [7].

Отримана модель оцінювання антикризового фінансового управління підприємством ДП «Електроважмаш» має вигляд:

$$Y = - 1{,}0629 + 0{,}0439 * X1 + 0{,}0013 * X2 + 0{,}0362 * X3 , \quad (1)$$

де Y – коефіцієнт рентабельності майна;

$X1$ – коефіцієнт автономії;

$X2$ – коефіцієнт поточної ліквідності;

$X3$ – коефіцієнт оборотності активів.

Таким чином, за результатами побудови моделі оцінювання антикризового фінансового управління на підприємстві ДП «Електроважмаш» можна зробити висновок, що найбільший вплив на рентабельність майна підприємства має коефіцієнт автономії. Збільшення коефіцієнта автономії на 1 % за незмінних інших показників зумовлює зростання коефіцієнта рентабельності на 4,39 %. Такий вплив є зумовленим тим, що підприємство протягом 2013–2016 рр. має значення коефіцієнта автономії нижче нормативного 0,5, що свідчить про низький рі-

вень фінансової стійкості, що, у свою чергу, знижує інвестиційну привабливість підприємства, цим самим обмежуючи можливості розвитку підприємства. Пріоритетним напрямком удосконалення антикризового фінансового управління на ДП «Електроважмаш» має стати оптимізація структури капіталу, що і є перспективою подальших досліджень в цьому напрямку.

Науковий керівник – канд. екон. наук, доцент Голофаєва І. П.

Література: 1. Козик В. В., Андрушко О. Б. Базові положення теорії кризового стану підприємства. *Вісник Національного університету «Львівська політехніка»*. 2008. № 2. С. 13–19. **2.** Антонова О. В. Управление кризисным состоянием организации (предприятия) : учебное пособие. М. : Юнити-Дана, 2004. 138 с. **3.** Бланк И. А. Стратегия и тактика управления финансами : учебное пособие. Киев : Эльга ; Ника-Центр, 2004. 720 с. **4.** Лігоненко Л. О. Антикризове управління підприємством: теоретико-методологічні засади та практичний інструментарій. Київ : КНТЕУ, 2001. 580 с. **5.** Пушкарь А. И., Тридед А. Н., Колос А. Л. Антикризисное управление: модели, стратегии, механизмы. Харьков : Модель Вселенной, 2001. 314 с. **6.** Терещенко О. Антикризове фінансове управління підприємством : навч. посіб. Київ : КНЕУ, 2004. 412 с. **7.** Орлова И. В., Половников В. А. Экономико-математические методы и модели: компьютерное моделирование. М. : Инфра-М, 2014. 388 с.

СТРУКТУРНО-ФУНКЦІОНАЛЬНА МОДЕЛЬ УПРАВЛІННЯ ФІНАНСОВОЮ БЕЗПЕКОЮ ПІДПРИЄМСТВА

УДК 658.012.8

Соловей Ю. П.

Магістрант 2 року навчання
фінансового факультету ХНЕУ ім. С. Кузнеця

Анотація. *Розглянуто структурно-функціональну модель управління фінансовою безпекою підприємств машинобудівної галузі. Проаналізовано алгоритм удосконалення процесу управління фінансовою безпекою підприємства із застосуванням цієї моделі.*

Ключові слова: *підприємство, організація, машинобудування, машинобудівна галузь, фінанси, прибуток, фінансовий стан, фінансова безпека, управління фінансовою безпекою, структурно-функціональна модель, моделювання.*

Аннотация. *Рассмотрена структурно-функциональная модель управления финансовой безопасностью предприятий машиностроительной отрасли. Проанализирован алгоритм усовершенствования процесса управления финансовой безопасностью предприятия с применением этой модели.*

Ключевые слова: *предприятие, организация, машиностроение, машиностроительная отрасль, финансы, прибыль, финансовое состояние, финансовая безопасность, управление финансовой безопасностью, структурно-функциональная модель, моделирование.*

Annotation. *The structural-functional model of financial security management of enterprises of the machine-building industry is considered. The algorithm for improving the financial management of an enterprise using this model is analyzed.*

Keywords: *enterprise, organization, engineering, machine building, finance, profit, financial condition, financial security, financial security management, structural-functional model, modeling.*

© Соловей Ю. П., 2017

Досвід неефективного управління фінансовою безпекою на багатьох підприємствах є наслідком відсутності системності цього процесу. Досить часто ухвалюють одноразові накази, розпорядження, службові записки, що створює проблеми як їх використання, так і визначення їх результативності. Цю проблему поглиблює відсутність єдиного нормативного документа щодо порядку забезпечення фінансової безпеки будь-яких підприємств і підприємств машинобудівної галузі зокрема.

Дослідженням проблемних питань забезпечення фінансової безпеки суб'єктів господарювання займалися Аллісон Т., Ансофф І., Котлер Ф., Фостер Г., Абалкін Л., Барановський О., Бланк І., Шеремет А. та ін. Однак, не завжди науковці при дослідженні питань управління фінансовою безпекою приділяють увагу специфіці функціонування підприємств окремих галузей промисловості.

Метою написання статті є моделювання процесу управління фінансовою безпекою підприємств машинобудівної галузі.

Моделювання бізнес-процесів є одним із напрямків системного аналізу, що найдинамічніше розвиваються; він увійшов до сучасної практики управління розвитком бізнесу. Моделювання бізнес-процесу полягає у віддзеркаленні суб'єктивного бачення потоку робіт у вигляді формальної моделі, складовими якої є взаємопов'язані операції. Метою цього виду моделювання є систематизація знань про підприємство та його бізнес-процеси із можливістю подання у наочній формі (зокрема, графічній), придатній для машинної аналітичної обробки отриманої інформації. Одним із найпоширеніших методів моделювання на сьогодні є використання структурно-функціонального методу, завданням якого є встановлення елементів, необхідних для виконання функцій певної системи, виявлення взаємовідносин між ними. Структурно-функціональний аналіз зосереджений на виявленні загального потоку інформації, її типізації, виділення із великого масиву якісних і кількісних сторін явища найбільш суттєвих і важливих. На цій підставі структурно-функціональне моделювання подає загальну картину функціонування досліджуваного об'єкта.

Стандарт IDEF – стандарт моделювання, що підтримує графічне зображення сформованих даних, у тому числі об'єктів, атрибутів і відносин між об'єктами та належить до традиційних способів розробки моделей бізнес-систем. Ця технологія моделювання інформаційних систем виходить з визначеної парадигми. У процесі моделювання складні інформаційні системи розбивають на складові частини, кожну з яких розглядають окремо від інших.

Декомпозиція дає змогу подати модель системи у вигляді ієрархічної структури окремих діаграм, що робить її менш перевантаженою і полегшує засвоювання. У процесі декомпозиції функціональний блок, який у контекстній діаграмі відображає систему як єдине ціле, піддається деталізації на інший діаграмі. Функціональні блоки діаграми другого рівня відображають головні підфункції функціонального блоку контекстної діаграми; їх називають дочірніми блоками. Компоненти стандарту IDEF подано в табл. 1 [1].

Таблиця 1

Компоненти стандарту IDEF

Компоненти стандарту	Характеристика компоненту стандарту
Діаграма	Є основним структурним елементом. Побудова діаграми в стандарті IDEF є особливо важливою у разі її подальшого прочитання іншими фахівцями
Дія (одиниця роботи)	Є центральним компонентом моделі бізнес-процесу. У стандарті IDEF на діаграмі дію зображують у формі прямокутника. У діаграмі стандарту IDEF дію описують поєднанням слова у формі дієслова й об'єкта, на який впливає дія; на додаток йому присвоюється унікальний ідентифікаційний номер
Зв'язки	Позначають особливі відносини між діями. Усі зв'язки в стандарті IDEF мають односпрямований характер і, хоча інтерфейсна стрілка може почати напрям або закінчитися у будь-якій частині прямокутника, що описує дії, зазвичай діаграми стандарту IDEF зображують зліва направо, у такий самий спосіб зв'язки відображаються з правого боку і завершуються в лівій стороні прямокутника дії
Вузли	Є призначеними як для розгалуження, так і для консолідації (злиття) дій усередині діаграми процесу
Посилання	Спеціальні символи, що дають посилання на інші особливості описуваного процесу. Їх додають до діаграми, щоб звернути увагу користувача на важливішу інформацію

Метод структурно-функціонального моделювання ґрунтується на положенні, що будь-яка система має межу, яка відокремлює її від зовнішнього оточення (інших систем). Сформувати будь-яку послідовність дій можна за допомогою інтерфейсних дуг, які пов'язують функціональні блоки. Інтерфейсна дуга, або стрілка, відображає потік інформації або ресурс, що є необхідним для виконання функції, або відображає результат виконання функції. У методології IDEF0 під стрілкою «Вхід» йдеться про всю вхідну інформацію та ресурси, що є необхідними для виконання конкретної функції або підготовки інформації. Під стрілкою «Вихід» йдеться про вихідну інформацію

або ресурси, що є результатом виконаної функції. Стрілка «Механізм» показує, хто конкретно відповідає за виконання функції або операції, яке устаткування або програмне забезпечення йому для цього необхідне.

У цьому випадку особливостями стандарту IDEF0 є те, що він дає змогу подати алгоритм удосконалення процесу управління фінансовою безпекою підприємства у вигляді діаграми, наочно подати послідовність етапів модельованого процесу, тобто дій із формування напрямів удосконалення цього процесу.

На першому етапі моделювання здійснюють побудову основного блоку, сутність якого полягає у складанні контекстної діаграми моделі. Контекстну діаграму «Управління фінансовою безпекою підприємства» подано на рис. 1 [1]. На контекстній діаграмі по центру розміщено блок головної задачі, який відображає сутність моделі, мету її побудови та передбачає сукупність запитань, на які має відповідати модель.

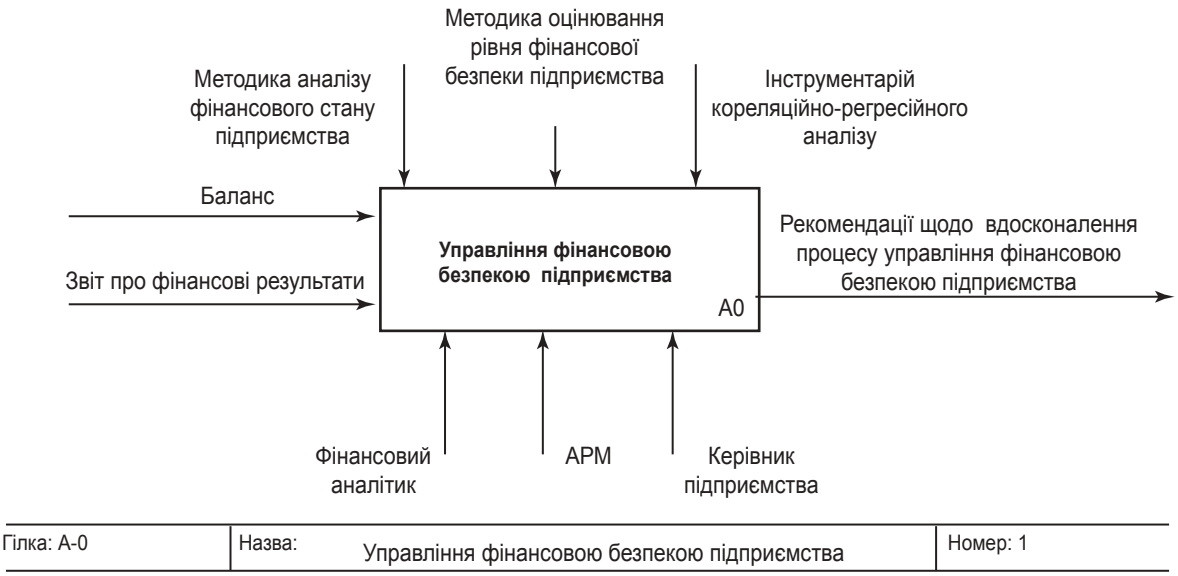


Рис. 1. **Контекстна діаграма «Управління фінансовою безпекою підприємства»**

У даному випадку інтерфейсні дуги визначають вхідну інформацію, що є необхідною для здійснення процесу управління фінансовою безпекою підприємства; назву модельованого процесу; ініціатора – особу, під керівництвом якої проводиться управління фінансовою безпекою: керівника підприємства, фінансового аналітика, його автоматизоване робоче місце та механізм, із застосуванням якого реалізується модельований процес; вихідний документ, тобто результат, який необхідно отримати.

На другому етапі моделювання відбувається деталізація отриманої інформації щодо управління фінансовою безпекою підприємства у вигляді декомпозиції контекстної діаграми, яка відбиває структуру, тобто сукупність етапів процесу, відображених контекстною діаграмою.

У результаті декомпозиції отримано п'ять функціональних блоків за етапами управління фінансовою безпекою підприємства: «Аналіз поточного фінансового стану підприємства» (блок А1), «Оцінка рівня фінансової безпеки підприємства» (блок А2), «Визначення факторів впливу на рівень фінансової безпеки підприємства» (блок А3), «Прогнозування перспективного рівня фінансової безпеки підприємства» (блок А4) та «Розробка стратегії управління фінансовою безпекою підприємства» (блок А5). Інтерфейсними дугами поєднано відповідні елементи на вході та виході процесів, їх механізми й елементи управління ними, а отримані результати подано на рис. 2 [1; 2].

На наступному етапі моделювання необхідно декомпозувати отриману модель до другого рівня.

У результаті декомпозиції блоку «Оцінка рівня фінансової безпеки підприємства» (блок А2) отримуємо функціональні блоки діаграми, які мають назву: «Аналіз підходів до оцінки рівня фінансової безпеки підприємства», «Вибір індикаторів оцінки рівня фінансової безпеки підприємства», «Інтегральна бальна оцінка рівня фінансової безпеки підприємства» та «Оцінка рівня фінансової безпеки підприємства».

Відповідно поєднано контекстними дугами функціональні блоки з відповідними елементами процесу, указано вихідну інформацію, сформовану після кожного з модельованих процесів. У результаті отримано декомпозицію другого рівня для визначення рівня фінансової безпеки підприємства (рис. 3) [1; 2].

Отримані результати оцінювання рівня фінансової безпеки підприємства вимагають від його керівництва тактичного стратегічного управління її станом, етапами якого є визначення факторів впливу на її рівень як тактична ціль і прогнозування перспективного рівня фінансової безпеки як інструмент реалізації його стратегії [4].

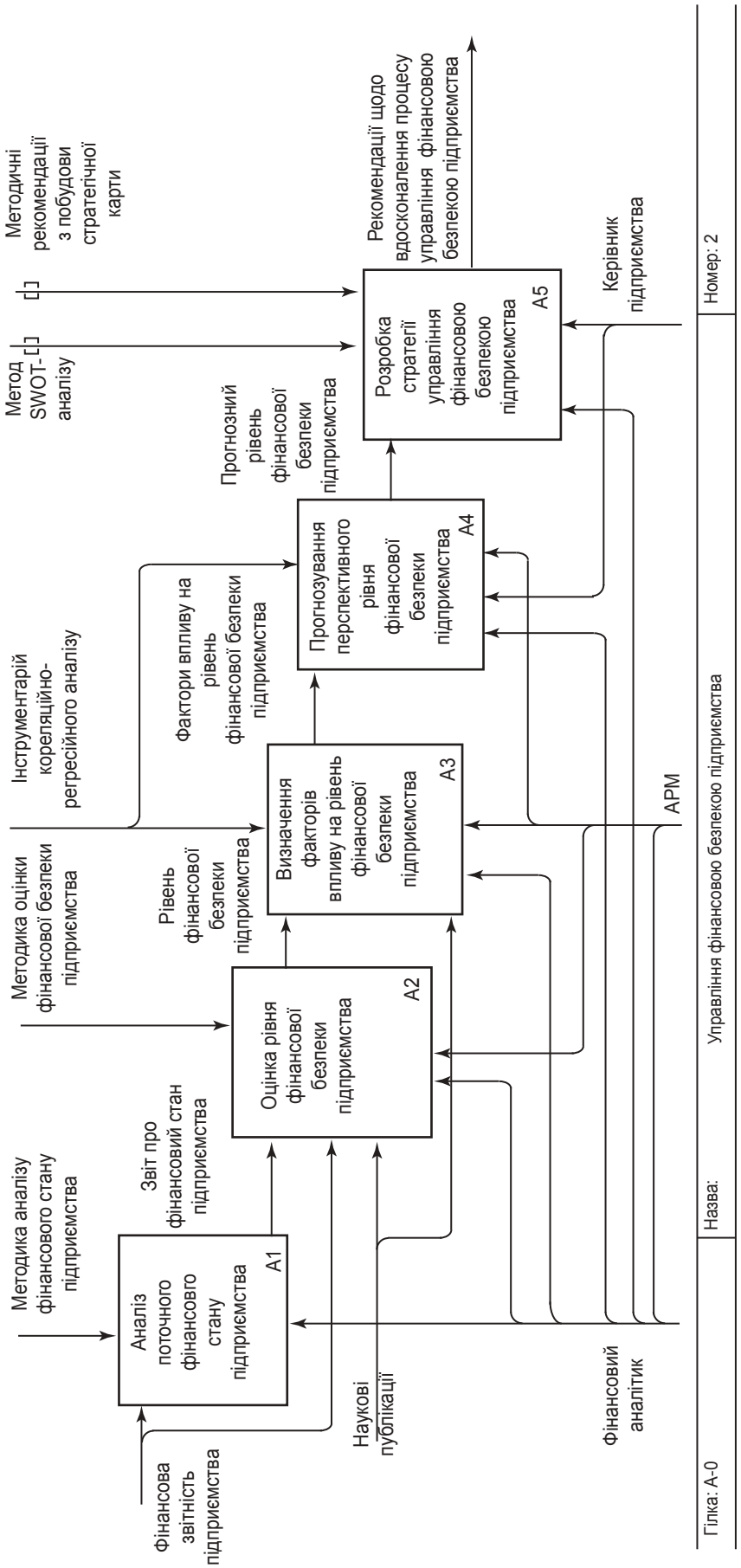


Рис. 2. **Декомпозиція контекстної діаграми «Управління фінансовою безпекою підприємства»**

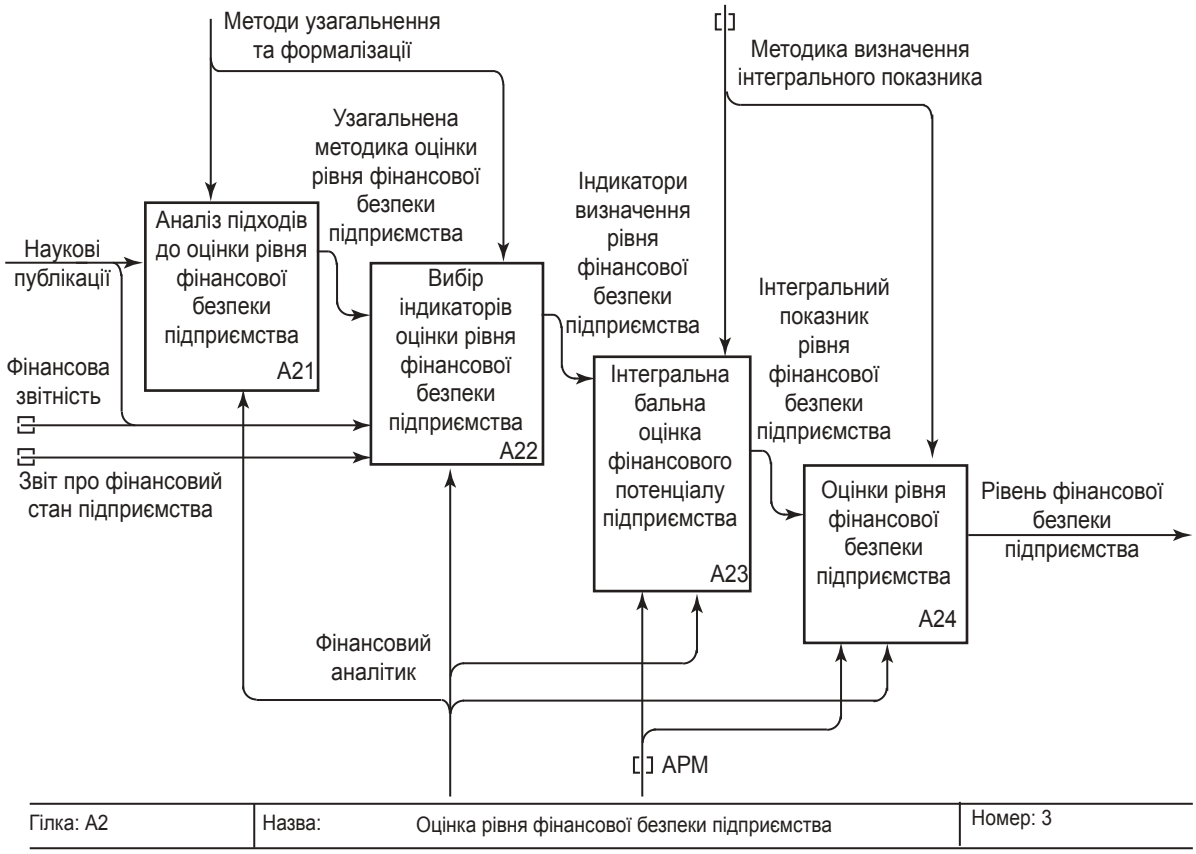


Рис. 3. **Декомпозиція блоку «Оцінка рівня фінансової безпеки підприємства»**

Таким чином, слід звернути увагу на те, що ефективність реалізації процесу діагностування фінансової безпеки як складової процесу управління нею значною мірою залежить від застосування сучасних управлінських концепцій та інформаційних технологій проектування.

Науковий керівник – д-р екон. наук, професор Колодізєв О. М.

Література: 1. Єльчанінов Д. Б. Системологічний підхід до функціонального моделювання в державному управлінні. *Теорія та практика державного управління.* 2010. № 1 (28). С. 35–42. **2.** Кім Ю. Г. Формування системи фінансової безпеки транспортно-експедиційного підприємства : монографія. Київ : Дорадо, 2007. 140 с. **3.** Марка Д., МакГоуэн К. Методология структурного анализа и проектирования / пер. с англ.; предисловие Д. Т. Росса. М. : Мета Технология, 1993. 240 с. **4.** Семенець А. О. Розвиток стратегічного фінансового планування в сучасних умовах. *Економічний простір.* 2008. № 12. С. 193–198. **5.** Щербина В. М. Інформаційне забезпечення економічної безпеки підприємств та установ. *Актуальні проблеми економіки.* 2006. № 10. С. 220–226.

ТРУДОВІ КОНФЛІКТИ НА ПІДПРИЄМСТВІ: ПРИЧИНИ ТА МЕТОДИ ЗАПОБІГАННЯ

УДК 005.334.2

Соловйова Г. А.

Студент 3 курсу
факультету консалтингу і міжнародного бізнесу ХНЕУ ім. С. Кузнеця

Анотація. *Досліджено сутність поняття трудового конфлікту, визначено його функції. Проаналізовано основні причини виникнення трудових конфліктів. Запропоновано шляхи запобігання трудовим конфліктам на підприємстві.*

Ключові слова: *підприємство, організація, персонал, особистість, соціально-трудові відносини, конфлікт, конфліктна ситуація, трудовий конфлікт, методи вирішення конфліктів.*

Аннотация. *Исследована сущность понятия трудового конфликта, определены его функции. Проанализированы основные причины возникновения трудовых конфликтов. Предложены пути предотвращения трудовых конфликтов на предприятии.*

Ключевые слова: *предприятие, организация, персонал, личность, социально-трудовые отношения, конфликт, конфликтная ситуация, трудовой конфликт, методы разрешения конфликтов.*

Annotation. *The essence of the concept of labor conflict is explored, its functions are defined. The main causes of the emergence of labor conflicts are analyzed. Proposed ways to prevent labor conflicts in the enterprise.*

Keywords: *enterprise, organization, personnel, personality, social and labor relations, conflict, conflict situation, labor conflict, methods of conflict resolution.*

Конфлікт є реальним і об'єктивним проявом протиріч, які супроводжують соціально-трудові відносини як у суспільстві, так і на підприємстві. Конфлікт у перекладі з латинської означає «зіткнення». У його основі лежить суперечність, що має руйнівний вплив на діяльність організації. Тому визначення причин появи конфліктів і шляхів запобігання їм є надзвичайно актуальним.

Дослідженням цієї проблеми займалися Паніна Е. С., Козіна І. М, Осєєв А. А., Соколов А. В. та ін.

Метою написання статті є з'ясування причин виникнення трудових конфліктів і пошук методів запобігання їм.

Більшість конфліктів належать до зовнішніх, які проявляються у прямому зіткненні інтересів, цінностей, оцінок окремих осіб або соціальних груп, або до внутрішніх, які розвиваються за наявності протиріч бажань і мотивацій самої особистості. У професійній діяльності керівника внутрішні трудові конфлікти можуть проявлятися в процесі прийняття рішень, при розподілі ресурсів, організації трудових процесів [1].

Трудові конфлікти є різновидом соціального конфлікту, об'єктом якого є трудові відносини й умови їх забезпечення. Конфлікт може бути пов'язаний із морально-психологічним кліматом на підприємстві. Морально-психологічний клімат – це стійкий морально-етичний стан групи, у якому відображаються настрої людей, їх групова точка зору, ставлення один до одного і до найважливіших матеріальних і духовних цінностей, цілей розвитку групи.

Конфлікт як соціальне явище вперше розглянув у своїй роботі А. Сміт. На думку вченого, в основі конфлікту лежить розподіл суспільства на класи та економічне суперництво. На сучасному етапі виділяють три рівні трудових конфліктів:

– між профсоюзами найманих робітників і об'єднаннями роботодавців;

– між робітниками та роботодавцями підприємства;

– загальнонаціонального маштабу між профсоюзами та асоціаціями роботодавців однієї чи кількох галузей [2].

Форми конфліктної поведінки можуть мати як прихований, так і відкритий характер. До прихованого належать невихід на роботу, робота зі зниженою продуктивністю та ін. Відкритою формою є колективні протестні дії.

Деякі науковці вважають, що трудові конфлікти виконують позитивні функції. Вони є засобом примусового формування вигідніших умов протікання трудових процесів. При цьому виникнення, розвиток і руйнування конфліктів не передбачає порушення закону. Не менш важливою функцією конфліктів є захист робітників від порушень з боку роботодавців трудового законодавства або трудових угод [2–4].

© Соловйова Г. А., 2017

На думку багатьох науковців, трудовий конфлікт є різновидом спілкування, у основі якого лежать протиріччя в системі трудових відносин. Трудовий конфлікт – це зіткнення протилежно спрямованих дій працівників, що є зумовленим розбіжністю інтересів, цінностей і норм поведінки. Він виражається у взаємній протидії членів колективу й супроводжується напруженістю у взаєминах [3]. Об'єктом трудового конфлікту може бути будь-який елемент умов праці, а також протиріччя між працівниками. Це дає підстави виокремити функції трудових конфліктів.

1. Інтегративна функція – трудовий конфлікт приводить до того, що єдиний колектив розділяється на окремі групи, члени яких об'єднуються між собою; сторони об'єднують усі свої сили для досягнення поставленої мети.

2. Позитивна (негативна) функція полягає в удосконаленні системи соціально-трудових відносин.

3. Соціально-психологічна функція трудового конфлікту полягає у зміні соціально-психологічного та емоціонального клімату у виробничій організації.

4. Інноваційна: виробляються нові правила і норми трудової взаємодії, за допомогою яких долаються перешкоди в системі соціально-трудових відносин, які заважають економічному й соціальному розвитку колективу.

Кожний конфлікт є по-своєму унікальним і неповторним. Тому вирішення конфлікту залежить як від причин його виникнення, так і від інтересів сторін, що беруть участь у конфлікті. Актуальним є попередження конфліктів і досягнення злагоди між його учасниками.

Методами запобігання конфлікту є:

– регулярне спілкування з працівниками; це надзвичайно важливо для тих, хто потребує особливого підходу;

– бесіда з учасниками конфлікту має бути без емоцій, спокійною та аргументованою;

– потрібно намагатися зрозуміти тих, хто йде на конфлікт, і схиляти їх до взаємних поступок.

Таким чином, у процесі аналізу різних підходів до розгляду трудових конфліктів слід розуміти, що конфлікт визначають як неминучий, необхідний фактор розвитку трудових відносин. Вважають, що трудовий конфлікт відкриває дорогу інноваціям, із застосуванням яких формується новий рівень взаєморозуміння та співробітництва. Водночас конфлікт може мати негативні наслідки, серед яких зниження якості продукту, продуктивності праці, підвищення плинності, збільшення кількості випадків травматизму та захворювань. Необхідно навчитися грамотно управляти конфліктами, вміти їх розв'язувати та спрямовувати у правильне русло. Важливим є вміння керівника своєчасно вирішити конфлікт у колективі для забезпечення високої працездатності працівників. Із цією метою слід використовувати методи його подолання: роз'яснення вимог до праці, визначення комплексних цілей, застосування системи винагород.

Науковий керівник – канд. екон. наук, доцент Пилипенко С. М.

Література: 1. Панина Е. С. Личность руководителя в системе управления персоналом. *Основы экономики, управления и права.* 2013. № 12. С. 139–152. **2.** Непочатих В. А. Класифікація суперечок, що виникають з трудових правовідносин за законодавством Україні. *Право і суспільство.* 2012. № 3. С. 214–218. **3.** Соколов А. В., Курдась В. І. Класифікація конфліктів на підприємстві. *Науковий огляд.* 2015. № 8. С. 36–39. **4.** Лазор В. В. Правове регулювання правових спорів, конфліктів і порядок їх вирішення на сучасному етапі : монографія. Луганськ : Література, 2004. 332 с.

ВЕДЕННЯ КОРПОРАТИВНОГО БЛОГУ ЯК PR-ТЕХНОЛОГІЯ

УДК 004.774.6

Становська А. П.

Магістрант 1 року навчання
факультету менеджменту і маркетингу ХНЕУ ім. С. Кузнеця

Анотація. *Розглянуто основні особливості ведення корпоративного блогу як одного з каналів комунікації. Проаналізовано причини відмови від ведення корпоративного блогу. Виявлено фактори, що впливають на ефективність ведення корпоративного блогу.*

Ключові слова: *маркетинг, канали комунікації, PR-технологія, Інтернет, блог, блогінг, маркетингові комунікації.*

Аннотация. *Рассмотрены основные особенности ведения корпоративного блога как одного из каналов коммуникации. Проанализированы причины отказа от ведения корпоративного блога. Выявлены факторы, влияющие на эффективность ведения корпоративного блога.*

Ключевые слова: *маркетинг, каналы коммуникации, PR-технология, Интернет, блог, блоггинг, маркетинговые коммуникации.*

Annotation. *The main features of maintaining a corporate blog as one of the communication channels are considered. The reasons for refusing to maintain a corporate blog are analyzed. Factors influencing the effectiveness of corporate blogging are revealed.*

Keywords: *marketing, channels of communication, PR-technology, Internet, blog, blogging, marketing communications.*

Останнім часом спостерігається зростання популярності такого засобу комунікації, як ведення блогу. Блог – це інтерактивний майданчик для комунікації з цільовою аудиторією, партнерами, а також співробітниками [1]. Аудиторія блогів не тільки читає інформацію, яку їй пропонують традиційні засоби масової інформації, а й шукає нову, критикує, обговорює та приймає рішення. Із розвитком сучасного інтернет-спілкування для маркетологів, соціологів і журналістів стає обов'язковим завданням удосконалення вміння працювати з блогом як з інструментом комунікації.

В Україні формат ведення блогу опанували лише кілька сотень організацій. Як правило, це є пояснюваним стереотипністю суспільного мислення, для якого ведення блогу є розвагою та самовираженням. Однак, корпоративний блогінг є однією з потенційно найефективніших PR-технологій, які можуть застосовувати компанії.

Деякі аспекти ведення корпоративного блогу досліджували Ізраєл Ш., Райт Д., Скобл Р., Хинсон М., Кузін А., Попов А., Самбуєв Е., Ющук Е. та ін. Однак, проблематику цього питання розкрито не повністю.

Метою написання статті є визначення сутності та ролі ведення корпоративного блогу.

Ефективність і популярність феномена блогів багато в чому є зумовленою певними технічними та комунікаційними відмінностями від статичних веб-сайтів. Саме так спеціалісти у сфері інформаційних технологій Скобл Р. та Ізраєл Ш. у своїй книзі «Розмова дорожче грошей: як блогінг змінює спілкування бізнесу та споживачів» сформували шість відмінностей блогу від інших каналів комунікацій:

– легкість публікації інформації;

– легкість пошуку інформації;

– орієнтація на суспільство: за допомогою блогів користувачі знаходять собі співбесідників із подібними інтересами, установлюють зв'язки незалежно від географічного місцезнаходження;

– швидке розповсюдження інформації;

– можливість прямого зв'язку;

– взаємопов'язаність. Кожний блог є пов'язаним з іншими, а кожний блогер – з усіма учасниками блогосфери [3].

Науковці підкреслюють, що окремо кожен пункт може бути у інших засобах масової інформації, але всі разом вони притаманні лише блогам [3].

© Становська А. П., 2017

Усім цим зумовлено різке зростання популярності блогів. Кількість щоденників у Інтернеті значно збільшилася, зросли також і кількісні показники їх аудиторії, що привертає до себе увагу політичної та комерційної сфери.

Крім того, ведення блогу – ефективний інструмент комунікації зі споживачами та партнерами на новому рівні, новий інструмент, за допомогою якого можна вплинути на формування іміджу компанії.

У своїй роботі «Що таке інтернет-маркетинг?» Іванченко М. підкреслює: «Блог – інструмент PR № 1 у сучасному Інтернеті, це треба усвідомити абсолютно чітко. Із двох простих причин: блог читають і блогу вірять. Поки що слід запам'ятати: якщо вас почнуть сварити у блогах – «відмитися» дуже складно, якщо ж хвалити – продажі підуть угору з реактивною швидкістю і абсолютно безкоштовно, а ваш корпоративний блог читатимуть, а не переглядатимуть. Тобто ведення блогу може відчутно вплинути на репутацію компанії та обізнаність суспільства щодо її діяльності [4].

Однак, більшість компаній відмовляються від ведення блогу через певні причини. Вони бояться, що співробітники публікуватимуть інформацію, яка може негативно відобразитися на іміджі корпорації, і навіть викласти конфіденційні файли. На думку дослідників блогосфери, найчастіше це трапляється через незнання потенційної сили ведення якісного блогу та неспроможності розібратися в механізмах ефективного блогінгу [5].

Щоденник у мережі є цінним доповненням до основного корпоративного сайту, де може бути подана альтернативна точка зору. Також може відрізнятися стиль подачі інформації: застосування простішого та доступнішого викладу матеріалу. Важливим є і те, що блог забезпечує зворотний зв'язок із читачами.

Науковці Ющук Є. Л. та Кузін А. В. зазначають: «Зворотний зв'язок і діалог можуть забезпечити, окрім блогу, ще й інші інструменти. Але бути авторитетним і швидким неформальним «інформаційним шлюзом» між підприємством і блогосферою під силу, мабуть, лише корпоративному блогу» [5]. Тобто корпоративний блог є сполучною ланкою між організацією, представленою на офіційному сайті, і блогосферою, що сприймається як неформальна інформаційна площадка з високим ступенем довіри користувачів.

Корпоративні блоги мають певну рису, що відрізняє їх від особистих щоденників – обмеження щодо контенту. Інформація, яка розміщується на сторінці, має не шкодити іміджу компанії і не компрометувати її. Через це керівнику відділу PR слід ретельно перевіряти всі повідомлення.

Основними цілями ведення блогу є завоювання довіри читачів і контроль інформації, розповсюджуваної у блогосфері. Завдяки цьому у PR-служби з'являються нові інструменти для комунікації, із застосуванням яких важливі повідомлення від компанії потрапляють до читачів, блогерів, а також інших впливових осіб.

Розглянемо функції корпоративного блогу організації як PR-технології. Передусім це інформування клієнтів. Блог є виключно інтерактивним каналом комунікацій, що потребує щоденного відстеження та підтримки зі сторони компанії. Слід ураховувати, що в коментарях може бути важлива інформація, а також запитання читачів і нерідко – критичні зауваження. На критичні коментарі доцільно розміщати раціональні й аргументовані відповіді, оскільки це засвідчуватиме турботу компанії про кожного клієнта [6].

Ведення блогу допомагає в привертанні уваги ЗМІ до діяльності компанії. Навряд якесь видавництво напише про блог компанії, однак, його ведення суттєво полегшить завдання журналісту, якому не потрібно перечитувати неабияку кількість нудних пресс-релізів.

Вітчизняним інтернет-блогам притаманні особливості змісту і форми ведення щоденника, що можуть негативно вплинути на репутацію організації.

1. Нерегулярне оновлення корпоративного блогу. Поодинокі записи у блозі є показником відсутності серйозного ставлення компанії до свого блогу, отже, і до його читачів. З іншого боку, надмірно часті публікації можуть створити у відвідувачів відчуття нав'язування їм якоїсь інформації.

2. Використання корпоративного блогу як рекламного майданчика. Рекламні повідомлення повністю суперечать основній концепції ведення блогу. Це слід ураховувати, оскільки публікація рекламних повідомлень може спричинити зниження рівня довіри до ресурсу та зменшення кількості відвідувачів і, що найгірше, завдати шкоди репутації компанії [7].

3. Дублювання повідомлень зі стрічки новин до блогу. Це найрозповсюдженіша тенденція у вітчизняній мережі Інтернет. Майже всі корпорації копіюють інформацію зі свого офіційного сайту, не створюючи унікальний контент для наповнення блогу.

4. Використання корпоративного блогу для неналежних цілей. Сторінка блогу може використовуватися для виконання двох цілей: маркетингової та управлінської. Виходячи з цього, записи у блозі мають бути подані від імені компанії та стосуватися безпосередньої сфери діяльності підприємства.

Отже, із появою та розвитком блогінгу прийшла нова ера комунікацій, для якої характерною є свобода обміну думками із необмеженою кількістю користувачів мережі Інтернет [8]. Розвиток блогів може спричинити суттєву трансформацію засобів масової інформації та зв'язків із громадськістю: пасивний користувач стає ланкою формування інформаційного процесу. Завдяки блогам взаємини між організаціями та їх клієнтами будуються на

довірі, відкритості та чесності, жодний класичний ЗМІ не може забезпечити такого результату. Ведення корпоративного блогу є дуже корисним у роботі маркетингового відділу, а також PR-спеціалістів. Саме ведення такої сторінки допомагає створити сутнісний образ компанії або торговельної марки. Цей засіб комунікації найбільше використовують компанії, що належать до сфери інформаційних технологій. Однак, усе більше організацій створюють свої блоги, оскільки прагнуть «йти у ногу із часом». Майбутнє корпоративного блогінгу в Україні залежить від керівників організацій, співробітників прес-служб, відділів зв'язку із громадськістю, PR-служб, які готові взяти на озброєння новий засіб комунікації.

Науковий керівник – канд. екон. наук, викладач Рожко В. І.

Література: 1. Рябых Д. Корпоративный блоггинг. URL: http://www.krconsult.org/about/partner/rezumepartners/ryabih. **2.** О'Рейли Т. Что такое Веб 2.0. URL: http://old.computerra.ru/think/234100. **3.** Скобл Р., Израэл Ш. Разговор дороже денег: как блогинг меняет общение бизнеса и потребителей. СПб. : Питер, 2007. 368 с. **4.** Иванченко М. Что такое интернет-маркетинг? URL: http://marketing.by/mnenie/chto-takoe-internet-marketing/?mobile. **5.** Ющук Е., Кузин А. Корпоративный блог: взгляд на «теневую сторону Луны». URL: http://ci-razvedka.ru/Corporate-Blogging.html. **6.** Исследования компании «NetMind». URL: https://www.netmind.ru. **7.** Воскобойников Д. Интернет на завтра. URL: http://www.izvestia.ru/comment/article3107877. **8.** Горчакова Р. Р. Особенности формирования корпоративного имиджа. *Общественные науки. Экономика.* 2012. № 2. С.184–191. **9.** Статистика української блогосфери. URL: http://blogosphere.com.ua/2008/02/05/statystyka-ukrajinskoji-blohosfery.

АНАЛІЗ ЕФЕКТИВНОСТІ ВИКОРИСТАННЯ ОСНОВНИХ ЗАСОБІВ В УСТАНОВАХ ОХОРОНИ ЗДОРОВ'Я

УДК 336.148

Старцева В. М.

Студент 4 курсу
факультету консалтингу і міжнародного бізнесу ХНЕУ ім. С. Кузнеця

Анотація. *Розглянуто особливості проведення аналізу ефективності використання основних засобів у діяльності закладів охорони здоров'я. Систематизовано показники аналізу ефективності використання основних засобів у медичних установах. Проаналізовано використання основних засобів у діяльності медичних закладів України станом на 2016 р.*

Ключові слова: *організація, установа, охорона здоров'я, медична установа, бюджетна установа, основні засоби.*

Аннотация. *Рассмотрены особенности проведения анализа эффективности использования основных средств в деятельности учреждений здравоохранения. Систематизированы показатели анализа эффективности использования основных средств в медицинских учреждениях. Проанализировано использование основных средств в деятельности медицинских учреждений Украины по состоянию на 2016 г.*

Ключевые слова: *организация, учреждение, здравоохранение, медицинское учреждение, бюджетное учреждение, основные средства.*

Annotation. *Features of the analysis of the efficiency of the use of fixed assets in the activities of health care institutions are considered. Systematized indicators of the analysis of the effectiveness of the use of fixed assets in medical institutions. The use of fixed assets in the activities of medical institutions in Ukraine as of 2016.*

Keywords: *organization, institution, health, medical institution, budgetary institution, fixed assets.*

© Старцева В. М., 2017

Неефективною державною політикою та недостатнім фінансуванням для утримання галузі охорони здоров'я зумовлено необхідність оцінити ефективність її функціонування та здійснити аналіз наявних основних засобів як основи функціонування медичних закладів. На сучасному етапі економічного розвитку в Україні тривають процеси реформування системи бухгалтерського обліку, першочерговими завданнями яких є вдосконалення обліку, аналізу та контролю, тому виникла необхідність удосконалення методології й порядку ведення бухгалтерського обліку активів, узагальнення й уточнення показників діяльності у сфері охорони здоров'я, що є пов'язаними з організацією й управлінням основними засобами.

Дослідженням проблем обліку, аналізу та контролю основних засобів в бюджетних установах займалися Александров В. Т., Болюх М. А., Дейнеко Є. В., Дікань Л. В., Шара Є. Ю., Андрієнко О. М., Жидеєва Л. І., Свірко С. В. та ін. Однак, більшу увагу науковці приділяли питанням аналізу бюджетних установ у цілому, а дослідження галузевих особливостей не знайшло належного відображення.

Метою написання статті є вдосконалення методичного забезпечення аналізу основних засобів закладів охорони здоров'я.

Аналіз необоротних активів бюджетної установи є одним із найважливіших факторів, що зумовлюють кінцеві результати її діяльності. Саме тому на початковому етапі аналізу визначають структуру та динаміку необоротних активів бюджетної установи. У структурі необоротних активів найбільшу питому вагу становлять основні засоби, саме від них залежить функціонування закладів. Раціональне використання основних засобів і функціональних потужностей бюджетної установи сприяє покращенню всіх техніко-економічних показників (табл. 1) [4; 6].

Таблиця 1

Показники забезпеченості основними засобами закладів охорони здоров'я України

Показники	2015	2016	Абсолютне відхилення	Темп зростання, %
Кількість лікарняних закладів, тис. од.	1,8	1,7	-0,1	94,4
Кількість лікарняних ліжок, тис. од.	332	315	-7	94,9
Середня площа приміщення лікарні, м^2	320	300	-20	93,8
Середньооблікова чисельність персоналу лікарень, тис. осіб	558	554	-4	99,3
Середньооблікова чисельність хворих, тис. осіб	26789	27361	572	102,1
Кількість ліжко-днів роботи лікарні за рік	108232	102690	-5542	94,9
Середній строк використання ліжка, протягом року	326	326	0	100
Частота використання лікарняних ліжок	80,7	86,9	6,2	107,7

Із урахуванням даних табл. 1 можна проаналізувати загальні показники ефективного використання основних засобів лікарняних закладів України у 2015–2016 рр. і визначити тенденцію змін. У 2016 р. відбулося зменшення кількості лікарень і лікарняних ліжок на 5,6 % і 5,1 % відповідно, при цьому зросла загальна середньооблікова кількість хворих – на 572 тис. осіб [6]. Це свідчить про погіршення загальної ситуації в галузі медицини, оскільки в Україні спостерігається скорочення закладів охорони здоров'я і збільшення кількості хворих, що нелогічно з точки зору управління медичними закладами.

Необхідними для розгляду загальної ситуації є показник лікарняної площі на одного працівника та показник лікарняної площі на одного пацієнта. Оскільки в статистичних даних лише загальна кількість працівників і пацієнтів, потрібно визначити середню кількість працівників і середню кількість хворих на одну лікарню за формулами (табл. 2) [4; 6].

Таблиця 2

Формули для розрахунку

Показник	Формула
Середня кількість персоналу на одну лікарню	$\frac{\text{Середньооблікова чисельність персоналу лікарні}}{\text{Кількість лікарняних закладів}}$
Середня кількість хворих на одну лікарню	$\frac{\text{Середньооблікова чисельність хворих лікарні}}{\text{Кількість лікарняних закладів}}$

За рахунок зменшення середньої площі одного лікарняного закладу на 6,2 % та збільшення середньої кількості працівників на 5,2 % і середньої кількісті хворих на 8,1 % відбулись негативні зміни показника лікарняної площі на одного лікаря та показника лікарняної площі на одного пацієнта (табл. 3) [4; 6].

Таблиця 3

Показники ефективності використання лікарняної площі

Показники	2015	2016	Абсолютне відхилення	Темп зростання, %
Середньооблікова чисельність персоналу однієї лікарні, осіб	310	326	16	105,2
Середньооблікова чисельність хворих, тис. осіб	26789	27361	572	102,1
Лікарняна площа на одного лікаря, м^2	1,03	0,92	-0,11	89,31
Лікарняна площа на одного пацієнта	0,022	0,019	-0,003	86,4

Отримані результати вказують на потребу у відкритті нових закладів охорони здоров'я та збільшення бюджетних відрахувань у медичну галузь.

Таким чином, аналіз ефективності використання основних засобів неможливий без повних і достовірних даних та розрахунку відповідних показників. Аналітичні розрахунки дають змогу оцінити забезпеченість країни закладами охорони здоров'я, виявити фактори впливу на зміну відповідних показників, відстежити взаємозв'язок окремих факторів і надати оптимальну оцінку ситуації в цілому. Перспективою подальших досліджень у цьому напрямі є розробка механізмів упровадження та реалізації заходів задля підвищення ефективності використання основних засобів у лікарняних установах.

Науковий керівник – канд. екон. наук, доцент Мішин О. Ю.

Література: 1. Александров В. Т. Планування, облік, звітність, контроль у бюджетних установах : навч. посіб. Київ : АВТ ЛТД, 2004. 388 с. **2.** Болюх М. А., Заросило А. П. Аналіз фінансово-господарської діяльності бюджетних установ : навч. посіб. Київ : КНЕУ, 2008. 344 с. **3.** Дікань Л. В., Дейнеко Є. В. Організація внутрішнього контролю в бюджетній установі: прикладний аспект питання. *Бізнес Інформ.* 2013. № 10. С. 296–298. **4.** Лемішовський В. І. Бюджетні установи: бухгалтерський облік та оподаткування : навч. посіб. Львів : Інтелект-Захід, 2007. 1104 с. **5.** Свірко С. В. Бухгалтерський облік і прийняття рішень у бюджетних організаціях : навч. посіб. Київ : КНЕУ, 2000. 188 с. **6.** Статистична інформація // Офіційний сайт Державної служби статистики України. URL: http://www.ukrstat.gov.ua. **7.** Шара Є. Ю., Андрієнко О. М., Жидеєва Л. І. Бухгалтерський облік у бюджетних установах і організаціях : навч. посіб. Київ : Центр навч. літ., 2011. 440 с.

ОЦІНЮВАННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ВИКОРИСТАННЯ ОБОРОТНИХ АКТИВІВ НА ПІДПРИЄМСТВАХ МАШИНОБУДІВНОЇ ГАЛУЗІ

УДК [005.336.1+336.764.1]:621

Старцева В. М.

Студент 4 курсу
факультету консалтингу і міжнародного бізнесу ХНЕУ ім. С. Кузнеця

Анотація. *Розглянуто особливості використання оборотних активів та їх вплив на ефективність діяльності машинобудівних підприємств. Визначено основні показники для аналізу ефективності оборотних коштів. Здійснено розрахунки та оцінювання стану оборотних активів ПАТ «Дніпропетровський стрілочний завод».*

© Старцева В. М., 2017

Ключові слова: *підприємство, організація, машинобудування, машинобудівне підприємство, машинобудівна галузь, фінанси, фінансовий стан, фінансова стійкість, оборотні активи, запаси, заборгованість, дебіторська заборгованість, незавершене виробництво.*

Аннотация. *Рассмотрены особенности использования оборотных активов и их влияние на эффективность деятельности машиностроительных предприятий. Определены основные показатели для анализа эффективности оборотных средств. Осуществлены расчеты и оценка состояния оборотных активов ОАО «Днепропетровский стрелочный завод».*

Ключевые слова: *предприятие, организация, машиностроение, машиностроительное предприятие, машиностроительная отрасль, финансы, финансовое состояние, финансовая устойчивость, оборотные активы, запасы, задолженность, дебиторская задолженность, незавершенное производство.*

Annotation. *Features of the use of current assets and their influence on the effeciency of machine-building enterprises are considered. The main indicators for the analysis of the efficiency of current assets are determined. Calculations and assessments of the current assets of Dnipropetrovsk Arrow Factory OJSC have been carried out.*

Keywords: *enterprise, organization, machine building, machine-building enterprise, machine-building industry, finance, financial condition, financial stability, current assets, inventories, debts, receivables, work in progress.*

Для сучасного етапу розвитку економіки України характерною є наявність невирішених проблем. Для досягнення високих економічних результатів важливе ефективне та обґрунтоване використання активів. Саме від ефективності використання оборотних активів залежить рівень ліквідності підприємства, його фінансова стійкість, платоспроможність і рентабельність. Дефіцит оборотних коштів на більшості промислових підприємств, розподіл їх між сферами виробництва й обігу, відсутність раціонального механізму їх поповнення, незабезпеченість матеріальними ресурсами та готовою продукцією є основними причинами повільного зростання обсягів виробництва й реалізації продукції. Ефективне використання оборотних активів є складним і багатогранним процесом, але правильна організація потоку оборотних коштів може допомогти подолати складне економічне становище підприємства. Саме тому розгляд оборотних активів є актуальним і важливим питанням для аналізу діяльності підприємства.

Дослідженням оборотних коштів займалися як вітчизняні, так і зарубіжні науковці, серед них Харольд Е. Ф., Линдерс М. Р., Фирон Х. Е., Муллінова С. А., Дубєй Ю. В., Кассір В. В., Соляник Л. Г. та ін. Однак, слід зауважити, що вони приділяли більшу увагу загальноекономічним питанням аналізу використання оборотних коштів, а дослідження особливостей використання оборотних активів у галузі машинобудування не знайшло належного відображення.

Метою написання статті є оцінювання ефективності використання оборотних коштів і розробка пропозицій задля поліпшення їх використання на прикладі ПАТ «Дніпропетровський стрілочний завод».

Публічне акціонерне товариство «Дніпропетровський стрілочний завод» (ПАТ «ДнСЗ») є одним із найдавніших підприємств галузі машинобудування. Воно виробляє елементи верхньої будови колії: стрілочні переводи (звичайні, симетричні, криволінійні, подвійні перехресні), глухі перетини різних марок з рейок типу Р50, Р65, європейської рейки типу UIC 60 для укладання в колію 1435 мм, 1520 мм та 1524 мм, башмакоскидачі та зрівнювальні пристрої. Продукція призначена для магістральних, приймально-відправних і гіркових колій, під'їзних колій промислових підприємств, гірничо-збагачувальних і хімічних комбінатів, морських і річкових портів, підприємств енергетичного комплексу, метрополітенів.

Оборотні кошти підприємств машинобудівної галузі мають значну питому вагу у загальній сумі майна підприємства. Перш за все проведемо загальне оцінювання змін у наявності та структурі оборотних активів ПАТ «Дніпропетровський стрілочний завод» за їх важливими групами. Умовно оборотні активи можна розділити на п'ять груп: запаси, грошові кошти, дебіторська заборгованість, фінансові інвестиції та інші оборотні активи. За всі роки аналізованого періоду найбільшу питому вагу у складі оборотних активів мали поточні фінансові інвестиції та дебіторська заборгованість. Результати розрахунків показали, що частка дебіторської заборгованості в структурі активів зменшилася на 7,65 % у 2015 р. та на 8,23 % – у 2016 р., що свідчить про зниження значення дебіторської заборгованості в діяльності ПАТ «Дніпропетровський стрілочний завод». Частка фінансових інвестицій у структурі активів зросла у 2015 р. на 3,8 %, але знизилася на 9 % у 2016 р.

На рівні загального підвищення оборотних активів у 2015 р. по відношенню до 2014 р. оборотний капітал збільшився на 35 %, матеріальні засоби – на 49,4 %, дебіторська заборгованість – на 8,9 %, поточні фінансові інвестиції – на 46,8 %, грошові кошти зросли приблизно у 4 рази, а інші оборотні активи – у 15 разів. У динаміці оборотних активів у 2016 р. відбулися позитивні зміни, що відобразилося у зростанні суми оборотних активів на 30,6 %. Так, сума матеріальних засобів зросла на 28,3 %, грошові кошти зросли у 13 разів, сума дебіторської заборгованості зменшилася на 3,54 %, а інших оборотних активів – на 59 %.

Основними факторами, що впливають на використання оборотних активів, є тривалість виробничого циклу, види використаних ресурсів, темпи зростання виробництва й реалізації продукції та матеріально-технічне забезпечення продукції. Для визначення ефективності використання оборотних коштів підприємства необхідно проаналізувати коефіцієнт оборотності і тривалість одного обороту оборотних коштів (табл. 1) [4; 5].

Таблиця 1

Динаміка показників оборотності оборотних коштів ПАТ «Дніпропетровський стрілочний завод», 2014–2016 рр.

Показники	2014	2015	2016	Відхилення	
				2015 р. / 2014 р.	2016 р. / 2015 р.
Виручка від реалізації, тис. грн	403830	551404	765625	147574	214221
Середній залишок оборотних коштів, тис. грн	369128	519280	688015	150152	168735
Коефіцієнт оборотності	1,09	1,06	1,11	-0,03	0,05
Тривалість одного обороту, днів	329	339	324	10	-16

За даними табл. 1 оборотність оборотних коштів у 2015 р. сповільнилася, а прискорилася у 2016 р. Це означає, що капітал, вкладений у 2015 р. в оборотні активи, проходив повний цикл і знову набував грошової форми довше, ніж у 2014 р., а оборотний капітал у 2016 р. – швидше, ніж у попередньому.

Із урахуванням отриманих даних публічного акціонерного товариства «Дніпропетровський стрілочний завод» можна говорити про загальне покращення його діяльності станом на 2016 р., що відбулося за рахунок збільшення суми та прискорення обертання оборотних коштів. Подальше зростання оборотних коштів можливе за рахунок підвищення обсягів реалізації, упровадження нових технологій і розширення виробництва, скорочення строків виготовлення продукції шляхом механізації робіт, зменшення обсягів виробничих запасів за рахунок поліпшення організації матеріально-технічного постачання, економії матеріальних ресурсів або за рахунок позикових коштів.

Показником якості та ліквідності дебіторської заборгованості є її оборотність. У ході аналізу було визначено, що дебіторська заборгованість у 2016 р. зменшилася на 6630 тис. грн, а коефіцієнт її оборотності становив 4 оберти. Значення цього коефіцієнта показує, скільки разів дебітори погасили свої зобов'язання перед підприємством. Тривалість одного обороту дебіторської заборгованості публічного акціонерного товариства «Дніпропетровський стрілочний завод» становить 88 днів, тобто стільки днів необхідно підприємству для повернення заборгованості. На підприємстві спостерігається підвищення ліквідності оборотних коштів за рахунок швидкого обертання дебіторської заборгованості [5].

Особливостями аналізу використання оборотних активів є визначення показників, які дозволяють встановити необхідний норматив оборотних коштів, завдяки якому підприємство матиме змогу безперервно здійснювати свою діяльність, виконувати план реалізації продукції і, як наслідок, отримувати прибуток. Завдяки цьому відбувається значна економія ресурсів, що сприяє зменшенню витрат і ризиків. Аналіз ефективного використання оборотних активів у машинобудівній галузі сприяє забезпеченню безперебійної роботи підприємства, зниженню обсягів вільних оборотних активів, прискоренню обороту оборотних засобів [6].

Таким чином, ефективне використання оборотних коштів забезпечить підприємствам машинобудівної галузі відносне збільшення оборотних активів. Джерелами поповнення оборотних коштів є скорочення розрахунків готівкою, прискорення інкасації дебіторської заборгованості, отримання банківського кредиту, прискорення інкасації коштів задля їх поповнення на розрахунковому рахунку за необхідності використання часткової передоплати продукції. Як показує практика, на підвищення ефективності використання оборотного капіталу машинобудівних підприємств впливають фактори як мікроекономічного, так і макроекономічного рівня. Їх урахування дозволяє максимізувати прибуток і сприяє зростанню конкурентоспроможності суб'єкта господарювання.

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

Література: 1. Дубєй Ю. В. Особливості формування і структури оборотних активів машинобудівних підприємств. *Економічний вісник Національного гірничого університету.* 2012. № 1. С. 71–74 с. **2.** Кассір В. В., Козаченко Ж. В. Дослідження структурних змін оборотного капіталу підприємств галузі залізничного машинобудування. *Проблеми економіки транспорту.* 2013. № 5. С. 134–142. **3.** Линдерс М. Р., Фирон Х. Е. Управление снабжением и запасами / пер. с англ. СПб. : Виктория плюс, 2002. 768 с. **4.** Муллинова С. А. Экономическая оценка эффективности использования оборотных активов. *Концепт.* 2015. № 6. С. 205–214. **5.** Річна звітність ПАТ «Дніпропетровський

стрілочний завод». URL: https://www.nssmc.gov.ua/licensee/publtchne-aktsonerne-tovaristvo-dnpropetrovsykiy-strlotchniy-zavod. **6.** Соляник Л. Г., Дубєй Ю. В. Оборотні активи машинобудівних підприємств: процеси відтворення й оптимізації структури : монографія. Дніпропетровськ : НГУ, 2015. 392 с.

ВИКОРИСТАННЯ ПРОЦЕСНОГО ТА СИСТЕМНОГО ПІДХОДІВ У ПРОЦЕСІ УПРАВЛІННЯ ФІНАНСОВИМИ РЕСУРСАМИ ПІДПРИЄМСТВА

УДК 658.14. 011

Струцька Н. В.

Магістрант 2 року навчання
фінансового факультету ХНЕУ ім. С. Кузнеця

Анотація. *Розглянуто сучасні системи управління фінансовими ресурсами та механізм їх дії на прикладі підприємств машинобудівної галузі. Визначено складові управління фінансовими ресурсами підприємств задля підвищення ефективності їх формування, розподілу та використання.*

Ключові слова: *підприємство, організація, фінанси, ресурси, машинобудування, машинобудівна галузь, машинобудівне підприємство, фінансові ресурси, система управління, механізми управління, системний підхід, процесний підхід.*

Аннотация. *Рассмотрены современные системы управления финансовыми ресурсами и механизм их действия на примере предприятий машиностроительной отрасли. Определены составляющие управления финансовыми ресурсами предприятий для повышения эффективности их формирования, распределения и использования.*

Ключевые слова: *предприятие, организация, финансы, ресурсы, машиностроение, машиностроительная отрасль, машиностроительное предприятие, финансовые ресурсы, система управления, механизмы управления, системный подход, процессный подход.*

Annotation. *Modern systems of financial resources management and the mechanism of their operation on the example of enterprises of the machine-building industry are considered. The components of the management of the financial resources of enterprises are determined to improve the efficiency of their formation, distribution and use.*

Keywords: *enterprise, organization, finance, resources, machine building, machine-building enterprise, machine-building industry, financial resources, management system, management mechanisms, system approach, process approach.*

Успішне функціонування машинобудівного підприємства залежить від ефективності взаємодії складових системи управління суб'єкта господарювання, а також його взаємодії із зовнішнім середовищем. Методологічною основою дослідження є системний підхід як один з особливих способів наукового вивчення, за яким досліджуваний об'єкт розбивають на складові, які оцінюють в єдності і зв'язку, тобто як систему. Саме системний підхід має нині найбільшу популярність для прийняття й обґрунтування управлінських рішень у різних секторах економіки. Вважають, що системна методологія є більш впорядкованим та надійним підґрунтям для управління складними сферами фінансово-господарської роботи, дозволяє розкривати та розбивати складові и системи і по черзі сполучати їх один із одним.

Дослідженням і розробкою системного підходу займалися зарубіжні науковці Л. фон Берталанфі, В. Кінг, Д. Клір, Е. Кунц, О. Ланге, Е. Ласло, У. Рос та ін. Серед вітчизняних науковців – В. Афанасьєв, А. Берг, Ф. Темников та ін. Однак, і донині недостатньо дослідженими залишаються питання використання системного та процесного підходів до управління фінансовими ресурсами суб'єктів господарювання.

© Струцька Н. В., 2017

Метою написання статті є дослідження організації управління фінансовими ресурсами підприємств і механізму його вдосконалення із застосуванням системного та процесного підходів до управління.

На сучасному етапі ринкової модифікації державної економіки набувають значущості розробка й упровадження дієвої системи управління фінансовими ресурсами компаній, що має вирішити труднощі оптимізації структури джерел їх формування, сформувати напрями збільшення продуктивності їх розміщення, використання та відтворення, оскільки вони є провідними у функціонуванні та подальшому розвитку компаній.

Системний підхід у зарубіжній і вітчизняній літературі розуміють як сукупність складових, що перебувають у взаємозв'язку і взаємозалежності один від одного, утворюючи певну єдність. Так, на думку Р. Акоффа, система складається з взаємопов'язаних частин [1]; Л. фон Берталанфі оцінює систему як ансамбль складових, що перебувають у взаємодії [2]; С. Гослінг розуміє систему як сукупність нескладних частин [3]. За А. Холом, системою є значна кількість об'єктів із їх відносинами між об'єктами та між їх атрибутами [4]. К. Уотт вважає, що система – це взаємодія інформаційних пристроїв фінансової роботи підприємства, що характеризується майже всіма причинно-наслідковими взаємодіями [5].

До визначних засад системного підходу належать єдність, структурність, пропорційність, взаємозалежність системи внутрішнього та зовнішнього середовища, ієрархічність, множинність описів системи, збалансованість, безперервність в управлінні, онтогенез, композиція, інтеграція, інформованість і стабільність [1–5].

Підприємство як динамічна система має три складові: вхід, перевлаштування та вихід. Внутрішнім елементом системи управління є процес, який економісти трактують як серію конкретних взаємопов'язаних вчинків. Ці дії, кожна з яких сама по для себе є входом, значною мірою вони визначають успіх управлінської роботи. Їх називають «управлінські функції», кожна з них – це також процес. Процесний підхід до управління гарантує координацію взаємопов'язаних нескінченних вчинків, таких як планування, прогнозування, організація процесів, мотивація, стимулювання, прогноз, облік і контроль, регулювання, координація справ. Особливим різновидом є бізнес-процес, який відображає головні цілі фірми та відображає центральну сферу його роботи. Бізнес-процес розглядають як сукупність взаємопов'язаних операцій, що інтегрує наскрізні речові, грошові та інформаційні струмені організаційної структури управління підприємством [2–5].

Промислове підприємство слід розглядати як велику фінансову систему, яка гарантує тісний зв'язок між сферами виготовлення та споживання продуктів, виконання власних традиційних посередницьких макроекономічних і мікроекономічних функцій.

Системний підхід є логічно обґрунтованим методом управління фінансовими ресурсами фірми як складної системи, що складається з окремих елементів із численними внутрішніми і зовнішніми зв'язками.

Принцип системності передбачає розгляд механізму управління фінансовими ресурсами як специфічної динамічної системи.

Сутність системного підходу до управління фінансовими ресурсами підприємства полягає в формулюванні цілей і встановлення їх ієрархії до початку певної роботи, що є пов'язаною з управлінням; отриманні граничного ефекту, тобто досягнення поставлених цілей за найменших витрат із застосуванням порівняльного аналізу інших напрямів і способів і втілення відповідного вибору; кількісне оцінювання цілей, способів і засобів їх отримання, що базується не на вибіркових аспектах, а на всебічному оцінюванні всіх ймовірних і планованих наслідків роботи.

До системних об'єктів управління належать вхід, процес, вихід, оборотна асоціація та лімітування. Вхід – це розмір і конструкція джерел грошових ресурсів, сформованих задля застосування у процесі господарювання. Вихід – це підсумок або кінцевий стан процесу. У цьому випадку це залишковий розмір і конструкція грошових ресурсів (пасивів) і активів фірми. Асоціація гарантує узгодження входу і виходу процесу.

На рис. 1 подано взаємопов'язані процеси, які модифікують вхід на вихід і забезпечують модифікацію фінансових ресурсів у системі [2–4]. Оборотна асоціація в системі порівнює стан виходу із моделлю виходу і виділяє відмінності (порівняння реального розміру та структури активів і грошових коштів, сформованих на підприємстві, і подібних характеристик, досягнення яких було заплановано), розглядає зміст розбіжностей, напрацьовує управлінське рішення (визначають фактори впливу на результат, оцінюють їх вагу в кінцевому результаті), створює процес реалізації даних висновків, впливає на провідній процес системи управління фінансовими ресурсами задля зближення виходу і моделі виходу.

Систему управління фінансовими ресурсами можна розглядати як сукупність форм, способів і засобів, операцій і функцій, за застосування яких здійснюють управління фінансовими ресурсами підприємства (процесний підхід); або як частку спільної системи управління підприємством, яка має дві складові: об'єкт і суб'єкт управління (системний підхід). Проведене дослідження дає підстави стверджувати, що впровадження системного та процесного підходів дозволить озброїти керівників важливим інструментарієм для створення дієвої системи управління фінансовими ресурсами підприємства, адекватної сучасному рівню економічної захищеності суб'єктів господарювання.

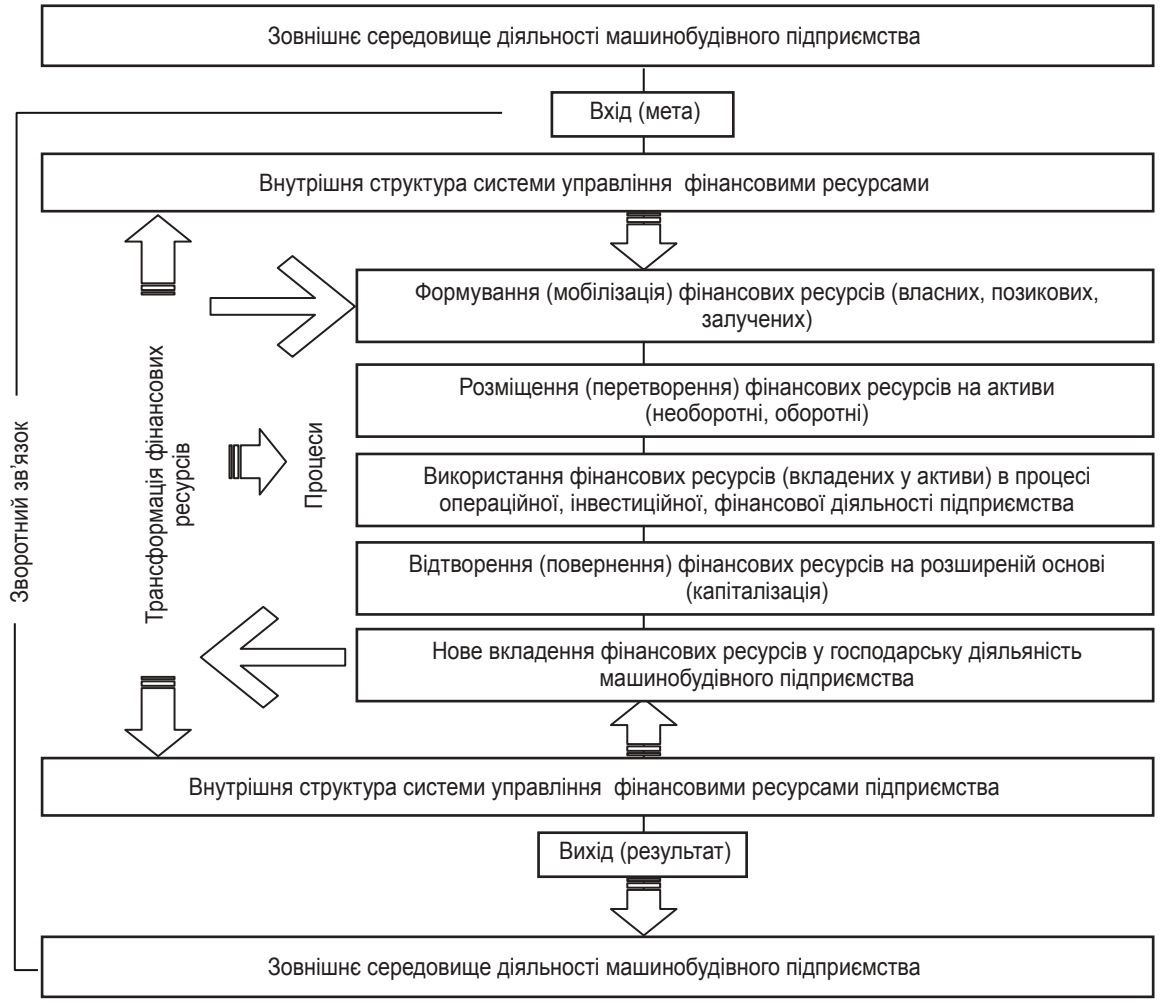


Рис. 1. **Управління фінансовими ресурсами машинобудівного підприємства на основі системного та процесного підходів**

Таким чином, поліпшення організації управління фінансовими ресурсами суб'єктів господарювання на підставі застосування способів та інструментів системного і процесного підходів слід розглядати як один із ключових моментів підвищення продуктивності фінансово-господарської роботи підприємства. Від цього залежить удосконалення позиції підприємства в конкурентній боротьбі, його ефективне функціонування та динамічний розвиток за ринкових умов господарювання.

Науковий керівник – канд. екон. наук, доцент Кіпа М. О.

Література: 1. Юхименко П. І. Теорія фінансів : підручник / за ред. В. М. Федосова, С. І. Юрія. Київ : Центр навч. літ., 2010. 576 с. **2.** Леось О., Коваль І. Механізми формування фінансових ресурсів підприємства. *Державне управління та місцеве самоврядування.* 2013. № 1. С. 119–126. **3.** Прушківська Е. В., Санакоєва М. А. Напрями вдосконалення, формування та використання фінансових ресурсів на підприємстві. *Вісник Запорізького національного університету.* 2011. № 3. С. 256–262. **4.** Кустовська О. В. Методологія системного підходу та наукових досліджень. Тернопіль : Економічна думка, 2005. 124 с.

ВИДИ РИЗИКІВ БАНКІВСЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ТА МЕТОДИ ЇХ ЗНИЖЕННЯ

УДК 336.77.067

Тарасенко І. Ю.

Студент 4 курсу
фінансового факультету ХНЕУ ім. С. Кузнеця

Анотація. *Визначено види банківських ризиків, розглянуто основні критерії систематизації банківських ризиків та їх вплив на операційну, інвестиційну та фінансову діяльність банківської установи. Проаналізовано взаємозв'язок видів ризиків банківської діяльності і заходів запобігання їм.*

Ключові слова: *банк, банківська установа, банківська система, фінанси, кредит, інвестиційна діяльність, операційна діяльність, банківський ризик, систематизація, класифікація.*

Аннотация. *Определены виды банковских рисков, рассмотрены основные критерии классификации банковских рисков и их влияние на операционную, инвестиционную и финансовую деятельность банковского учреждения. Проанализирована взаимосвязь видов рисков банковской деятельности и мер по их предотвращению.*

Ключевые слова: *банк, банковское учреждение, банковская система, финансы, кредит, инвестиционная деятельность, операционная деятельность, банковский риск, систематизация, классификация.*

Annotation. *The types of banking risks are defined, the main criteria for classifying banking risks and their impact on the operating, investment and financial activities of a banking institution are considered. The interrelation of types of risks of banking activities and measures for their prevention.*

Keywords: *bank, banking institution, banking system, finance, credit, investment activity, operational activities, banking risk, systematization, classification.*

За сучасних економічних умов функціонування та розвиток будь-якого суб'єкта господарювання є пов'язаними із невизначеністю, що, у свою чергу, спричиняє виникнення ризиків. Ризик є складовою банківської діяльності, оскільки для неї характерним є високий рівень залежності прийняття управлінських рішень від значної кількості факторів і дії контрагентів, які важко спрогнозувати з необхідною точністю. У процесі розвитку фінансово-кредитного середовища головним завданням банківської діяльності є пошук дієвих шляхів мінімізації ризиків та отримання достатніх прибутків для збереження коштів вкладників і підтримання життєдіяльності банку.

Дослідженням ризиків банківської діяльності та шляхів їх мінімізації займалися провідні вітчизняні та зарубіжні економісти, серед них Роуз П., Фрост М., Белінська Я., Епіфанов, Корнієнко Т., Коршикова Т., Пернарівський О. та ін. Однак, незважаючи на наявність численних теоретичних розробок, деякі питання і донині залишаються не повністю дослідженими: відсутня досконала класифікація ризиків банківської діяльності залежно від видів ризиків, а також методів їх мінімізації.

Метою написання статті є виявлення недоліків існуючих класифікацій ризиків банківської діяльності, їх удосконалення з позицій основних видів банківської діяльності, а також пошук методів мінімізації або уникнення ризиків банківської діяльності.

Ризики негативно впливають на фінансову безпеку та стабільність діяльності банківської установи, вони спричиняють зниження ефективності діяльності, зменшення рентабельності активів і капіталу, істотне погіршення якості кредитних портфелів банків. На сучасному етапі розвитку для економічного середовища характерним є значний ступінь невизначеності та ризикованості, а діяльність банків є супроводжуваною зниженням прибутковості. Так, станом на 1 січня 2017 р. банки України мали від'ємний фінансовий результат: їх збиток дорівнював 195 658 445 тис. грн, до того ж у 2016 р. обсяг збитків зріс на 117 723 266 тис. грн порівняно з 2015 р.

Спостерігається також погіршення якості кредитно-інвестиційного портфеля, оскільки протягом 2016 р. його обсяги зменшилися на 159 525 570 тис. грн порівняно з 2015 р., зростання рівня сформованих резервів на 99 752 520 тис. грн до 205 613 636 тис. грн станом на 1 січня 2017 р., що свідчить про погіршення якості кредитів, адже чим більші резерви, тим більшими є ризики, пов'язані з інвестиційно-кредитним портфелем [4]. Отже, тенденції показників банківської системи України засвідчують, що діяльність банківських установ зазнає дії різноманітних ризиків.

За визначенням Національного банку України, ризик – це потенційна можливість недоотримання доходів або зменшення ринкової вартості капіталу банку внаслідок несприятливого впливу зовнішніх або внутрішніх

© Тарасенко І. Ю., 2017

факторів. Такі збитки можуть бути прямими (втрата доходів або капіталу) чи непрямими (накладення обмежень на спроможність банку досягати своїх бізнес-цілей) [5].

У процесі своєї діяльності банки стикаються із сукупністю різних ризиків, які відрізняються між собою місцем і часом виникнення, зовнішніми та внутрішніми факторами, що впливають на їх рівень, а отже, і на способи їх аналізу та методи опису. Усі види ризиків є взаємопов'язаними і впливають на діяльність банку, що обумовлює необхідність формування деталізованої класифікації ризиків. Під класифікацією ризику розуміють систему розподілу ризиків на конкретні групи за певними ознаками для досягнення поставленої мети [2].

Зауважимо, що класифікація банківських ризиків досить широко представлена в науковій літературі. Існує понад 40 класифікаційних ознак, на підставі яких виділено близько 220 видів ризиків. Однак, окремі важливі моменти цієї проблеми залишаються неповністю розкритими, оскільки відсутній єдиний підхід до систематизації та вибору критеріїв класифікації ризиків. Це не дає можливості чітко визначити місце кожного ризику в системі як окремих банківських підрозділів, так і банку в цілому.

Найбільш точною й адаптованою до сучасних умов функціонування банківської системи в Україні є класифікація у Методичних вказівках з інспектування банків «Система оцінки ризиків» Національного банку України [6], де зазначено, що задля здійснення банківського нагляду Національний банк України виділяє дев'ять категорій ризиків:

- кредитний;
- ліквідності;
- зміни процентної ставки;
- ринковий;
- валютний;
- операційно-технологічний;
- репутації;
- юридичний;
- стратегічний.

Однак, у цій класифікації визначено лише дев'ять категорій ризиків, які не є взаємовиключними, оскільки банківський продукт або послуга може наражати банк на кілька ризиків, а також не попереджають про появу непередбачуваних ризиків. Тому для нівелювання недоліків класифікації Національного банку України запропоновано проаналізувати розширену класифікацію ризиків Роуза П., що налічує шість видів основних ризиків банків другого рівня та чотири додаткових (рис. 1) [3].

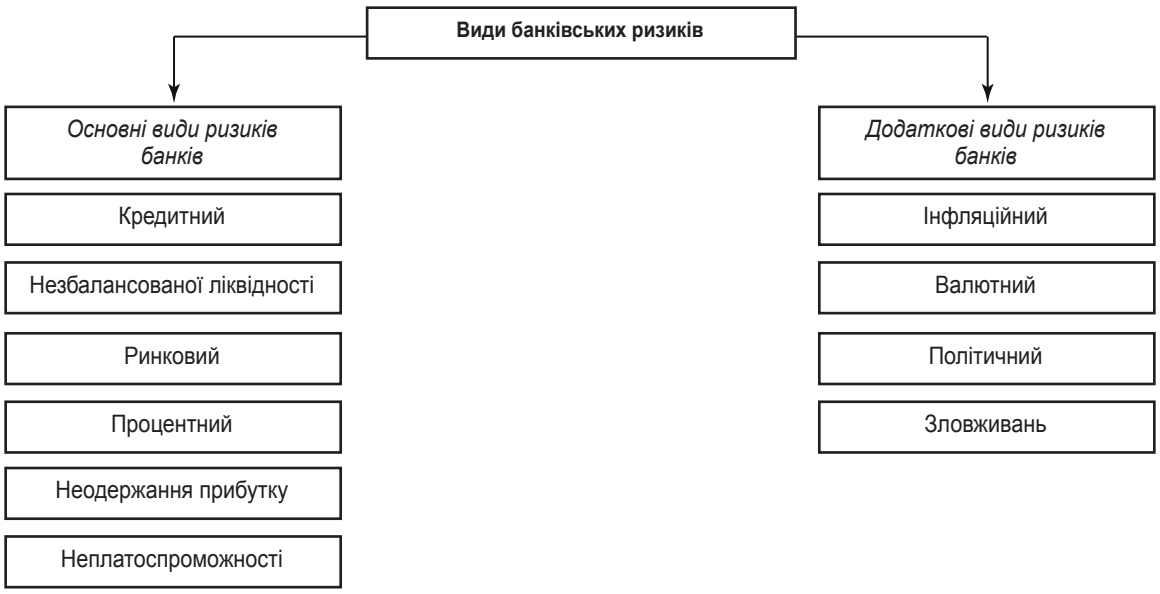


Рис. 1. **Класифікація банківських ризиків за Роузом П.**

Як вважає Роуз П., залежно від ситуації в державі слід змінювати акцент пріоритетності зменшення негативного впливу тих чи інших ризиків. Однак, не можна погодитися з тим, що група додаткових ризиків має другорядне значення, оскільки політична нестабільність, ризик несприятливих соціально-політичних змін нині є одними з найнебезпечніших для вітчизняної банківської системи [2].

Недоліками цієї класифікації є відсутність визначення взаємозв'язків між різними видами ризиків, адже зміни в одному з них суттєво впливають на інші ризики і на кінцевий результат діяльності банку. Урахування цього впливу є необхідним для успішного управління ризиками, тому класифікація ризиків має бути пов'язана безпосередньо з діяльністю банку.

Вітчизняні та зарубіжні науковці виокремлюють розбіжні принципи класифікації банківських ризиків; розглянемо основні з них (табл. 1) [8–13].

Таблиця 1

Класифікації банківських ризиків

Автор	Види банківських ризиків
Примостка Л. [9]	Фінансові нецінові ризики: ліквідності, кредитний, неплатоспроможності, варіабельності
Суворов А. [10]	Кредитний, процентний, валютний, ринковий; ризик, що виникає при формуванні депозитів
Осипенко Т. [11]	Ринкові, ліквідності, операційний, правовий, управлінські
Коновалов С. [12]	Ліквідності, процентний, ціновий, кредитний, операційний
Потийко Ю. [13]	Основні види банківських ризиків: кредитний, процентний, ринку цінних паперів, валютний, дострокової вимоги депозитів
Бурденко І., Пожар О. [2]	Внутрішні ризики: кредитний, ціновий; ризик, що виникає при формуванні депозитів; ризик, що є пов'язаним із новими видами діяльності; ліквідності, руху грошових коштів
Пернарівський О. [8]	Фінансові банківські ризики: кредитний, депозитний, валютний, інвестиційний, ліквідності

Аналіз існуючих підходів до класифікації банківських ризиків дає підстави виділити основні критерії класифікації банківських ризиків (табл. 2) [8–13].

Таблиця 2

Основні класифікаційні ознаки групування банківських ризиків

Класифікаційна ознака	Типове групування банківських ризиків за ознакою
1. За відношенням до внутрішнього середовища (або за джерелами виникнення)	Внутрішні, зовнішні
2. За сферою впливу або факторами виникнення банківських ризиків	Політичні, соціальні, економічні, форс-мажорні
3. За характером об'єкта: вид діяльності, різновид операцій	Основної та допоміжної діяльності, активних і пасивних операцій, балансові та позабалансові, кредитний, депозитний, операційний, валютний, відсотковий
4. За специфікою клієнтів банківської установи	Ризики, що є пов'язаними з дрібними, середніми та великими клієнтами; ризики, що є пов'язаними з галузевою структурою клієнтів
5. За характером впливу ризиків на стійкість банківської установи	Ліквідності, капітальної стабільності, втрати платоспроможності
6. За розподілом ризиків у часі	Ретроспективні, поточні, перспективні
7. За методом оцінювання	Комплексні, індивідуальні
8. За рівнем (обсягом) банківських ризиків	Низькі, помірні, повні
9. За можливістю управління банківськими ризиками	Відкриті (контрольовані), закриті
10. За можливістю передбачення	Прогнозовані, непрогнозовані
11. За можливістю страхування	Можуть бути застрахованими, не можуть бути застрахованими

Подання класифікації та аналіз її елементів, покладених в основу, мають на меті не стільки перерахування всіх видів банківських ризиків, скільки демонстрацію наявності певної системи, що дає змогу банківським установам звертати увагу на окремі різновиди при визначенні сукупного розміру ризиків у комерційній і виробничій сфері.

Ця класифікація видів ризиків не претендує на повну завершеність. У зв'язку з постійними економічними змінами необхідним є поглиблений аналіз групування, а також класифікація ризиків за іншими напрямками та з урахуванням інших ознак. Але вже така первісна класифікація дає змогу більш обгрунтовано розробляти напрями мінімізації ризиків. Оскільки немає можливості повністю уникнути ризиків, основним завданням ризик-менеджменту є обмеження їх негативного впливу. Зважаючи на те, що наявні методи не дають ефективного результату як на рівні окремих банків, так і на державному рівні у цілому, виникає необхідність упровадження заходів запобігання та мінімізації ризиків відповідно до їх видів (табл. 3) [10–13].

Таблиця 3

Систематизація ризиків і заходів щодо запобігання їм

Ризики (загроз)	Заходи щодо запобігання
Кредитний ризик	Створення кредитного меморандуму, розробка положення про кредитний комітет, установлення лімітів кредитування контрагентів на одного позичальника лімітів за галузями та регіонами, проведення суворого й ретельного аналізу заявок на кредит, супровід кредитних угод (візит до позичальника, контроль його фінансового стану тощо), застосування штрафів за невчасного погашення позики. Списання безнадійних кредитів із суми резервів, а якщо недостатньо – із прибутку, проведення маркетингу та прогнозування ринку кредитних ресурсів
Відсотковий ризик (ризик зміни відсоткових ставок)	Прогнозування поведінки ринків, відповідність природи відсоткових ставок залучення й розміщення (плаваючі ставки залучення відповідають плаваючим ставкам розміщення, фіксовані ставки залучення відповідають фіксованим ставкам розміщення), розподіл ризику між позичальником і банком, диверсифікація позичальників
Курсовий ризик на ринку цінних паперів	Моніторинг ринку цінних паперів, участь в управлінні підприємством емітентів цінних паперів, акцій чи облігацій, консультування підприємств-емітентів цінних паперів із питань грошового обігу й оподаткування, встановлення мінімальної суми падіння вартості цінного паперу, за перевищення якої цінний папір продається автоматично
Валютний ризик	Прогнозування динаміки валютного курсу, робота з різними валютами (диверсифікація ризику), розподіл валютного ризику шляхом укладання угод типу форвард, своп, опціон, аналіз і прогнозування міжнародних валютних ризиків
Ризик при формуванні депозитів	Гнучкість депозитних угод (можливість перегляду відсоткової ставки), диверсифікація ринку депозитів
Операційний ризик	Організація простого й ефективного документообігу, розробка й упровадження технічних карт, програмне забезпечення , нетинг
Ризик зменшення розміру прибутку від неефективного управління банком	Поєднання інтересів інвесторів, акціонерів, менеджменту та співробітників банківської установи
Другорядні ризики	
Невідповідність організаційної структури сформульованим цілям	Моніторинг оргструктури – заслуховування питань щодо відповідності організаційної структури – не менше двох разів на рік
Розрив між рівнем кваліфікації працівників і поставленими завданнями	Програма підвищення кваліфікації та розвитку персоналу, формалізація й автоматизація операцій, делегування прав і відповідальності співробітників банківської установи, добір і розстановка кадрів за кваліфікаційною ознакою. Наявність базової економічної освіти
Низький рівень мотивації праці	Положення про моральне та матеріальне заохочення, програма просування по службі, оволодіння керівниками технікою мотивації та делегування повноважень
Недостатність інформаційного забезпечення працівників	Систематичні зустрічі вищого керівництва з начальниками управлінь і відділів, випуск інформаційного бюлетеня
Зміна потреб і смаків клієнтів	Систематичний аналіз тарифних ставок банків-конкурентів

Заходи щодо запобігання ризикам являють послідовність організаційних заходів. Застосовуючи ці методи (табл. 3), можна мінімізувати ризики банківської діяльності або уникнути їх.

Таким чином, для розкриття сутності та видів фінансових ризиків банківської установи розглянуто класифікації видів ризиків вітчизняних і зарубіжних науковців, на підставі яких запропоновано методи уникнення та мінімізації ризиків, що є пов'язаними з банківською діяльністю. Задля попередження ризику або його зниження має бути створена цілісна система відстеження, діагностики та подолання ризику, яка б допомогла ефективно функціонувати на всіх стадіях розвитку економіки країни. Правильна ідентифікація і класифікація ризиків банківської діяльності є гарантом стабільного функціонування банку, оскільки за умов постійної глобалізації економічних процесів не можна ігнорувати факт виникнення нових ризиків, які ще не були проаналізовані.

Науковий керівник – д-р екон. наук, професор Колодізєв О. М.

Література: 1. Корнієнко Т. Управління ризиками як складова управління активами і пасивами. *Вісник Національного банку України.* 2003. № 6. С. 28–31. **2.** Коршикова Т. Контроль та управління ризиками в кредитній діяльності банків. *Вісник Національного банку України.* 2003. № 1. С. 24–28. **3.** Роуз П. С. Банковский менеджмент : учебник / пер. с англ. М. : Дело, 1997. 744 с. **4.** Національний банк України // Офіційний сайт Національного банку України. URL: https://bank.gov.ua/control/uk/index. **5.** Методичні вказівки з інспектування банків «Система оцінки ризиків» : Постанова Правління Національного банку України від 15.03.2004 № 104 // База даних «Законодавство

України» / Верховна Рада України. URL: http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/v0104500-04. **6.** Методичні рекомендації щодо організації та функціонування систем ризик-менеджменту в банках України // Офіційний сайт Національного банку України. URL: https://bank.gov.ua/control/uk/publish/category?cat_id=45294. **7.** Пелехата М. П. Систематизація та класифікація банківських ризиків. *Формування ринкових відносин в Україні.* 2013. № 6. С. 54–56. **8.** Пернарівський О. Аналіз, оцінка та способи зниження банківських ризиків. *Вісник Національного банку України.* 2004. № 4. С. 44–48. **9.** Примостка Л. О. Фінансовий менеджмент в банку : навч. посіб. Київ : КНЕУ, 1999. 280 с. **10.** Суворов А. В. Управление банковскими рисками. *Финансы и кредит.* 2002. № 13. С. 53–57. **11.** Осипенко Т. В. О системе рисков банковской деятельности. *Деньги и кредит.* 2000. № 4. С. 28–30. **12.** Коновалов С. Об оптимизации состава показателей, характеризующих банковские риски. *Деньги и кредит.* 1997. № 8. С. 47–50. **13.** Потійко Ю. Теорія та практика управління різними видами ризиків у комерційних банках. *Вісник Національного банку України.* 2004. № 4. С. 58–60.

РОЛЬ БАНКІВСЬКОГО ІНВЕСТИЦІЙНОГО КРЕДИТУ В РОЗВИТКУ НАЦІОНАЛЬНОЇ ЕКОНОМІКИ

УДК 336.77.067

Тарасенко І. Ю.

Студент 4 курсу
фінансового факультету ХНЕУ ім. С. Кузнеця

Анотація. *Досліджено сучасний стан інвестиційного кредитування в Україні. Проаналізовано особливості інвестиційної діяльності вітчизняних банківських установ і формування основних напрямків розвитку банківського інвестиційного кредитування на сучасному етапі розвитку економіки. Запропоновано шляхи вирішення проблем інвестиційної діяльності вітчизняних банківських установ.*

Ключові слова: *економіка, держава, банк, банківська установа, банківська система, фінанси, кредит, інвестиції, інвестиційний кредит, фінансування, кредитування, ризик, ліквідність.*

Аннотация. *Исследовано современное состояние инвестиционного кредитования в Украине. Проанализированы особенности инвестиционной деятельности отечественных банковских учреждений и формирование основных направлений развития банковского инвестиционного кредитования на современном этапе развития экономики. Предложены пути решения проблем инвестиционной деятельности отечественных банковских учреждений.*

Ключевые слова: *экономика, государство, банк, банковское учреждение, банковская система, финансы, кредит, инвестиции, инвестиционный кредит, финансирование, кредитование, риск, ликвидность.*

Annotation. *The current state of investment lending in Ukraine was studied. Features of investment activity of domestic banking institutions and formation of the basic directions of development of bank investment crediting at the present stage of development of economy are analyzed. The ways of solving the problems of investment activity of domestic banking institutions are suggested.*

Keywords: *economy, state, bank, banking institution, banking system, finance, credit, investments, investment credit, financing, crediting, risk, liquidity.*

У національній економіці банківська система відіграє провідну роль, особливо у сфері формування фінансових ресурсів та їх спрямуванні в ті галузі та підприємства, які мають потребу в додаткових грошових коштах, тобто забезпечує управління грошовими потоками. Зі зменшенням обсягів бюджетного фінансування ці грошові потоки можна скерувати в інвестиційне русло для прискорення розбудови ринкових відносин і на їх основі – сталого розвитку української економіки. Інвестиції є необхідними для забезпечення ефективного функціонування

© Тарасенко І. Ю., 2017

підприємств та їх стабільного стану. У зв'язку із цим їх використовують для подальшого розширення й розвитку виробництва, відновлення основних виробничих фондів, підвищення технічного рівня праці та виробництва.

Дослідженням цієї проблеми займаються як зарубіжні, так і вітчизняні науковці-економісти та економісти-практики. Найвідомішими роботами в цих напрямах є праці Джонса С., Сороса Д., Александрової В., Бланка І., Майорової Т., Урванцевої С., Голікова В., Гітмана Л., Загороднього А., Ковальова В., Крупки М., Омельченка А., Пересади А., Рогожина П., Савлук М., Тивончука І. та ін. Однак, попри досить значну кількість наукових праць та істотні досягнення в теорії та практиці управління інвестиційною діяльністю, особливо у сфері банківського інвестиційного кредитування, деякі питання і донині залишаються не повністю дослідженими. На сьогодні дослідження цієї проблеми вимагає нових підходів і пошуку шляхів її вирішення.

Метою написання статті є визначення впливу розвитку інвестиційного кредитування на національну економіку, аналіз основних проблем, що перешкоджають розвитку інвестиційного кредитування в Україні, а також дослідження сучасного стану банківського інвестиційного кредитування.

Стан, перспективи розвитку, конкурентоспроможність національної економіки та результати господарської діяльності на різних рівнях економічної визначають обсяги, структура й ефективність використання реальних інвестицій. Вони також є важелем впливу, структурних зрушень у економіці, збільшення зайнятості, забезпечення стабільності в грошово-кредитній сфері, регулювання платіжного балансу держави, розвитку підприємництва. Саме тому питання, що є пов'язаними з інвестиційним банківським кредитуванням, набувають нині особливої актуальності.

Малому та середньому бізнесу все частіше доводиться вирішувати проблему нестачі фінансових ресурсів, які потрібні для розвитку їх діяльності. В Україні недооцінювання значення інвестицій як ключової рушійної сили розвитку економіки призвело до падіння конкурентоспроможності українських товарів і структурних викривлень вітчизняної промисловості, перетворення України на сировинний придаток розвинених країн і хронічного споживача високотехнологічних товарів, вироблених за кордоном. Головним інструментом для вирішення цієї проблеми є розвиток інвестиційного кредитування, потреба у розширенні якого вже досить давно назріла в українській економіці.

Банківський інвестиційний кредит є невід'ємною складовою розвитку ринкового середовища, дієвим інвестиційним інструментом, засобом не тільки розвитку, але й розширення промисловості та фінансування соціальної сфери. Завдяки інвестиційному кредитуванню зменшується або відпадає потреба в обов'язковому накопиченні власних коштів для фінансування інвестиційних проектів. Допомагаючи налагодити безперервний відтворювальний процес, інвестиційний кредит є фактором його прискорення [4].

На сучасному етапі розвитку вітчизняної економіки, який характеризується певним гальмуванням вітчизняної промисловості (за винятком окремих галузей), головним фактором забезпечення конкурентоспроможності підприємств та їх продукції стає не стільки операційна, скільки їх інвестиційна діяльність.

Як свідчить досвід, успіху досягають лише ті підприємства та фірми, які створюють ефективні адаптивні виробничі системи, за допомогою яких можна за досить короткий період часу та без суттєвих втрат переорієнтовуватися з виробництва одних видів товарів або послуг на інші. Щоб оцінити поточну ситуацію фінансування капітальних інвестицій, розглянемо інформацію щодо стану банківського кредитування (табл. 1) [6].

Таблиця 1

Джерела фінансування капітальних інвестицій, 2012–2016 рр.

Джерела фінансування капітальних інвестицій, млн грн	Рік				
	2012	2013	2014	2015	2016
Усього	273256	249873	219420	273116	359216
у тому числі за рахунок					
коштів державного бюджету	16288	6175	2739	6920	9264,1
коштів місцевих бюджетів	8556	6797	5918	14260	26817,1
власних коштів підприємств та організацій	171177	165787	154630	184351	248769
кредитів банків та інших позик	39725	34735	21739	20740	27106
коштів іноземних інвесторів	4904	4271	5640	8185	9831,4
коштів вітчизняних інвестиційних компаній, фондів	2078	1664	22064	1103	2365,8
коштів населення на будівництво житла	22576	24072	22064	31985	29932,6
інших джерел фінансування	7952	6372	5186	5572	5129,7

Проведений аналіз джерел фінансування капітальних інвестицій (табл. 1). засвідчує, що у 2012–2013 рр. підприємства фінансували свій розвиток переважно за рахунок власних коштів, на другому місці були банківські кредити. У 2014–2016 рр. банківські кредити посунулись на третє місце, що демонструє відсутність розуміння

організації процесу інвестиційного банківського кредитування та його переваг для майбутніх клієнтів (суб'єктів економіки), а також зниження попиту на цей фінансовий інструмент. Це засвідчує існування проблеми самого механізму інвестиційного кредитування в країні.

Організація процесу банківського кредитування інвестиційних проектів базується на загальних принципах кредитування, до яких належать строковість, цільовий характер, платність і забезпеченість [7]. Вони мають і особливості, які відрізняють банківський інвестиційний кредит від інших видів банківського кредиту. Такими особливостями є стадії кредитного процесу, якими банк має управляти.

1. Розробка основних напрямів роботи банку з інвестиційного кредитування на перспективу передбачає оцінювання макроекономічної ситуації в країні у цілому, а також у регіоні роботи потенційних інвестиційних позичальників зокрема, розробку внутрішньобанківських нормативних документів з інвестиційного кредитування, визначення лімітів на інвестиційне кредитування (для акціонерів, для нових і старих клієнтів, для певного виду кредиту тощо), підготовку персоналу банку для роботи з інвестиційними позичками, розробку стратегії управління кредитними ризиками при кредитуванні інвестиційних проектів.

2. На стадії надання банківського інвестиційного кредиту відбувається розгляд заявки на одержання інвестиційного кредиту позичальником, аналіз техніко-економічного обґрунтування об'єкта кредитування (інвестиційного проекту), вивчення кредитоспроможності клієнта й оцінювання ризиків за позичкою, визначення умов забезпечення кредиту, підготовка й укладання кредитної угоди [8; 9].

3. Контроль за цільовим використанням кредиту та його своєчасним погашенням (моніторинг банківського інвестиційного кредиту) передбачає перевірку цільового використання позичкових коштів на фінансування інвестиційного проекту протягом усього строку дії кредитної угоди, аналіз бухгалтерського балансу та фінансового стану позичальника протягом усього строку кредитування, контроль за своєчасним погашенням позички та відсотків, перевірку збереження застави, перевірку виконання умов кредитної угоди [8; 9].

Сукупність цих прийомів як конкретних дій з організації кредитного процесу, його регулювання відповідно до принципів інвестиційного кредитування називають механізмом інвестиційного кредитування.

Необхідність удосконалення механізму банківського інвестиційного кредитування є зумовленою:

– застарілістю матеріально-технічної бази на великих підприємствах, що призводить до підвищеної матеріаломісткості та енергомісткості і, як наслідок, до зниження конкурентоспроможності вітчизняної продукції;

– нестача власних фінансових ресурсів для початку та розширення підприємницької діяльності для малих підприємств, що, ураховуючи складність кредитування малого бізнесу за традиційними програмами, спричиняє стримування розвитку малого та середнього бізнесу в країні;

– висока ціна залучених ресурсів для банків, яка і визначає значною мірою вартість наданих кредитів;

– відсутність ліквідного забезпечення;

– слабкий ресурсний потенціал банківської системи України і його нестабільність, що значно обмежує інвестиційні операції банків [10].

Причинами невідповідності ресурсної бази є незадовільне функціонування грошово-кредитної системи, низький рівень монетизації економіки, що призводить до переміщення грошей у позабанківський тіньовий обіг і відпливу капіталів за межі України. Іншою проблемою є те, що банки є малопотужними, щоб фінансувати інвестиційні проекти, які реалізують програму структурної перебудови України, зокрема через обмеженість їхнього доступу до інвестиційних процесів.

Для забезпечення ефективного функціонування механізму банківського інвестиційного кредитування має бути запроваджена система гарантій, покликана забезпечувати умови для досягнення кінцевих цілей фінансування, задаючи параметри його окремим ланкам. Вона повинна передбачати не лише формування страхових резервних фондів на покриття кредитних ризиків, фонду гарантування вкладів населення, інших страхових фондів, які вже нині стають вагомим фактором зміцнення довіри до вітчизняної банківської системи та інших інвестиційних інститутів. Щоб збільшити пропозицію кредитів у інвестиційну діяльність, доцільно розробити ефективну інвестиційну стратегію, застосовувати теорії портфельного інвестування, системний підхід до управління ризиками за активними й пасивними операціями банків. Для заохочення банків до інвестиційного кредитування доцільним є створення системи, яка б диверсифікувала їх доходність. Сутність її полягає в тому, що для банків кредитування промисловості за пріоритетними напрямками стане вигіднішим, якщо за поданням кредитної угоди держава стане, наприклад, знижувати розмір фонду обов'язкового резервування. Тобто держава дасть змогу збільшити короткострокові високоприбуткові операції банку, що компенсує довготермінові операції з кредитуванню реального сектора [10].

Слід розробляти напрями, які б дозволяли банкам брати участь у інвестиційних процесах, стабілізували їх інвестиційну діяльність. Такими заходами можуть бути вдосконалення законодавчо-правової бази інвестиційної діяльності банків, збільшення ресурсної бази банків, розробка моделі участі банків у інвестиційній діяльності, запровадження механізму ефективного захисту прав кредиторів, прозорий порядок реалізації заставного майна,

банківського капіталу, стимулювання залучення грошових вкладів населення шляхом підвищення довіри до банківської системи [4; 5].

Таким чином, саме банківські кредити як джерело інвестиційних ресурсів спроможні належним чином вплинути на стимулювання господарської активності та прискорення економічного зростання. За умов низького інвестиційного потенціалу держави, недостатнього рівня розвитку фінансового ринку, обмежених можливостей підприємств самостійно фінансувати інвестиційні проекти роль банків у активізації інвестиційної діяльності значно посилюється. Однак, незважаючи на незначні позитивні зміни у динаміці кредитного портфеля банків за останні роки, проблеми збільшення частки довгострокових кредитів, спрямованих у інвестиційну діяльність та у пріоритетні галузі економіки, залишаються актуальними.

Науковий керівник – канд. екон. наук, доцент Дзеніс В. О.

Література: 1. Дзеніс В. О., Дзеніс О. О. Сучасні тенденції залучення іноземних інвестицій на державному та регіональному рівнях. *Бізнес Інформ.* 2011. № 2. С. 61– 65. **2.** Гитман Л. Д., Джонк М. Д. Основы инвестирования / пер. с англ. О. В. Буклемишева. М. : Дело, 1997. 192 с. **3.** Савлук М. І. Роль банківської системи в реформуванні економіки України. *Фінанси України.* 1996. № 6. С. 38–45. **4.** Тивончук О. І. Інвестиційні фонди як суб'єкти фінансового ринку та учасники інвестиційного процесу. *Вісник Національного університету «Львівська політехніка».* 2003. № 4. С. 178–188. **5.** Дяченко О. Використання змінної частини поточних пасивів банків як інвестиційних ресурсів. *Вісник Національного банку України.* 2009. № 12. С. 34–37. **6.** Обсяги реалізованої продукції в Україні за видами економічної діяльності // Офіційний сайт Державної служби статистики України. URL: http://www.ukrstat.gov.ua. **7.** Прокопів І. І. Сучасний стан та роль банківської системи у фінансуванні реального сектора економіки. *Економічний простір.* 2013. № 33. С. 146–159. **8.** Майорова Т. В., Урванцева С. В. Роль банків у формуванні інвестиційного капіталу. *Фінанси, облік і аудит.* 2011. № 18. С. 145–152. **9.** Шпаргало Г. Є., Наконечна Н. В. Факторингові операції в Україні: проблеми та перспективи. *Вісник Національного університету «Львівська політехніка».* 2009. № 640. С. 226–230. **10.** Любунь О. С. Стратегія планування банківськими установами довгострокового кредитування промисловості. *Економіка промисловості.* 2009. № 1. С. 197–200.

ПРОБЛЕМА ПЛИННОСТІ КАДРІВ НА ПІДПРИЄМСТВІ

УДК 331.108.242

Татевосян Д. А.

Студент 4 курсу
факультету економіки і права ХНЕУ ім. С. Кузнеця

Анотація. *Досліджено особливості процесу плинності кадрів на підприємстві. Проаналізовано його основні причини й наслідки, запропоновано методи боротьби з негативними наслідками.*

Ключові слова: *підприємство, організація, право на працю, співробітник, кадри, плинність кадрів, скорочення, звільнення, трудова дисципліна.*

Аннотация. *Исследованы особенности процесса текучести кадров на предприятии. Проанализированы его основные причины и последствия, предложены методы борьбы с негативными последствиями.*

Ключевые слова: *предприятие, организация, право на труд, сотрудник, кадры, текучесть кадров, сокращение, увольнение, трудовая дисциплина.*

Annotation. *The features of the process of staff turnover at the enterprise are investigated. Its main causes and consequences are analyzed, methods of combating negative consequences are set.*

© Татевосян Д. А., 2017

Keywords: *enterprise, organization, right to work, employee, personnel, turnover of staff, reduction, dismissal, labor discipline.*

Плинність кадрів напряму залежить від виробничого циклу, причому її рівень зазвичай знижується в період економічного спаду. Незважаючи на деякі переваги цього явища, у тому числі скорочення витрат на підбір персоналу, плинність кадрів спричиняє виникнення проблем, серед яких необхідність утримати незадоволених співробітників, які можуть піти до іншої організації, або неминучість нагальних змін у самій компанії. Подібні проблеми слід своєчасно усувати, навіть якщо вони не є безпосередньою причиною плинності кадрів. У певному розумінні плинність кадрів є неминучою, а іноді й потрібною, особливо в сучасних організаціях із високою репутацією.

Дослідженням проблемних питань плинності кадрів на підприємстві займалися зарубіжні та вітчизняні науковці, серед них Ховард В., Єгоршин О., Іванісов О., Доровської О., Назарова Г., Яковенко О. та ін.

Метою написання статті є виявлення шляхів зниження й оптимізації плинності кадрів на підприємстві, а також аналіз основних причин прояву цього явища. Для досягнення поставленої мети слід визначити сутність поняття плинності кадрів, розглянути основні види цього процесу, а також проаналізувати досвід підприємств щодо зниження показників цього явища. Об'єктом дослідження є плинність кадрів як фактор впливу на виробничі показники.

Зниження плинності кадрів є одним із пріоритетних завдань власників бізнесу. Щоб вирішити це питання, слід оцінити рівень і вид передбачуваної плинності, визначити причини її виникнення, продумати способи мотивації й утримання персоналу. Аби зрозуміти спектр охоплення цієї проблеми, розглянемо класифікацію плинності кадрів на підставі трьох ознак (рис. 1) [4; 6].

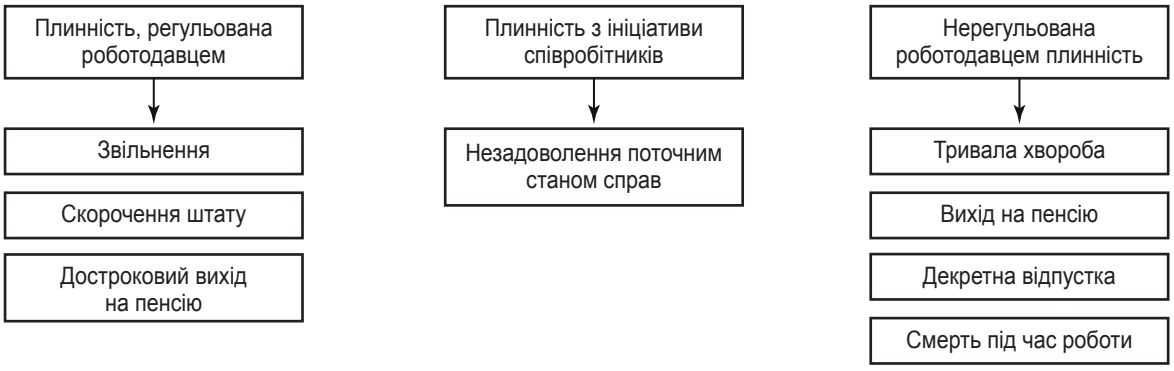


Рис. 1. **Класифікація плинності кадрів**

Плинність кадрів – це рух кадрів у організації, що є зумовленим незадоволеністю працівників певними елементами виробничої ситуації або незадоволеністю власника (адміністрації) виробничою поведінкою працівника. Існують два різновиди плинності: фізична стосується працівників, які йдуть з підприємства. Прихована психологічна плинність виникає в тих службовців, які зовні не залишають організацію, але фактично йдуть із неї. Цей вид плинності кадрів не відбивається в документації, але може завдати значної шкоди продуктивності праці [1; 2]. Єгоршин О. у своїх роботах стверджує, що підприємству економічно невигідно, коли йде новий співробітник, не встигнувши відпрацювати кошти, вкладені в нього. Науковець акцентує увагу на необхідності управління процесом плинності кадрів, завдяки чому є забезпечуваними ефективніший підбір персоналу, скорочення витрат, стабільний морально-психологічний клімат, усвідомлення ринку праці в цілому, удосконалення бази знань організації. Однак, саме управлінню цим процесом підприємці приділяють недостатньо уваги. Вони намагаються знизити плинність, щонайбільше ліквідувати її, але це хибний підхід [2].

Плинність буває природною, якщо вона не перевищує показник від 3 % до 5 % на рік. У цьому випадку особливих причин для занепокоєння у керівництва і кадровиків немає. Навпаки, таке явище є корисним для колективу, адже відбувається оновлення, приплив свіжих сил і мізків. Коли відсоток плинності вище, її вважають зайвою. Цей процес є негативним: значна зміна персоналу загрожує труднощами кадрового, організаційного і психологічного плану. Економічні показники компанії падають, ефективність праці знижується. Якщо йде значна частина співробітників, то решта відчувають себе некомфортно в моральному плані, звичні зв'язки руйнуються, знижується мотивація до праці [2; 3].

Незважаючи на гостроту проблеми плинності кадрів, у багатьох організаціях програми збереження персоналу нині є рідкістю. З причинами плинності персоналу необхідно працювати, їх можна усунути або знизити вплив, наприклад, використовуючи такі інструменти: переглянути ставки там, де вони є нижчими, і там, де вони

є вищими, оскільки переплата, як і недоплата, загрожує економічними втратами. Доцільно провести або замовити аналогічні дослідження за іншими виплатами (лікарняні, відпустки, пільги тощо), порівняти умови праці (години роботи, гнучкість змін, устаткування, ергономіку робочих місць, стан систем опалення, кондиціонування, освітлення) компанії з умовами праці конкурентів ринку або компаній [4]. Важливо розробити заходи щодо поліпшення умов праці: гнучкий графік роботи, нові меблі або перестановка меблів, додавання кулерів або освітлення можуть зробити диво. Можна отримати повну інформацію про те, чим саме, якими аспектами праці не задоволені працівники. Кожного керівника, особливо керівника середньої ланки, слід ретельно підбирати на посаду, оцінюючи його потенціал і можливості. Слід зайнятися розробкою системи корпоративного навчання. Можливо, співробітники не відчувають потрібність і необхідність своєї роботи в масі всього підприємства. Також необхідно враховувати фактори, які факультативно сприяють відходу персоналу: вік співробітника (найбільш ризикований вік переходу на іншу роботу – до 25 років); кваліфікація співробітника (працівники нижчої кваліфікації частіше міняють роботу); місце проживання співробітника (співробітник, якому доводиться довго добиратися до роботи, із великою ймовірністю захоче її змінити); стаж роботи на підприємстві (після трьох років стажу відбувається різке зниження плинності, що пояснюється віком і проблемами адаптації) [5; 6].

Кадрова статистика надає інформацію, що найбільший відсоток відпливу спостерігається в перші три місяці роботи співробітника, оскільки ніхто не вводить його в посаду, не адаптує до нової роботи, до нової культури компанії. Із власного досвіду роботи компанії сміливо погоджуюся із цим ствердженням, адже зовсім недавно за лічені місяці втратили третину «свіжого» персоналу, якому просто не було приділено достатньої уваги начебто через брак часу. Саме в перші три місяці у співробітника або з'являється лояльність до компанії, або вже не з'явиться ніколи.

У ході дослідження вдалося впровадити деякі зміни у моделі ставлення до персоналу однієї з філій всесвітньо відомої компанії «Inditex», яка на своєму прикладі показує, як підробіток для студентів може перетворитися на серйозний кар'єрний прорив завдяки виділенню годин на навчання й упровадження посади «тренера» бренда. Філія змогла вийти з категорії роботодавців із високим показником плинності кадрів, надаючи своєму персоналу розширені перспективи, акцентуючи увагу на розвитку корпоративної культури, проводячи масові тренінги, надаючи можливість брати участь у відрядженнях і сапортах, регулярно переглядаючи заробітну плату та систему преміювання, тобто максимально наблизилася до своїх міжнародних побратимів.

Таким чином, аналізуючи плинність персоналу, необхідно оцінювати, що дає компанії це явище: звільняються ті співробітники, яких і планувалося позбутися, – політику обрано правильну. Втрата цінних кадрів є приводом для того, щоб терміново вживати заходів. Найбільш дієвими методами управління плинністю кадрів є аналіз причин звільнення співробітників, ведення статистики звільнень, розробка системи ротації персоналу, уведення посади психолога для поліпшення морального клімату в колективі, запрошення досвідчених спеціалістів з підбору кадрів, приділення уваги навчанню персоналу, упровадження тренінгів і розвиток корпоративної культури. Статистичні дані засвідчують, що чимало працівників, які звільняються з власного бажання, йдуть через некомпетентний менеджмент, конфлікти із роботодавцем і моральний занепад. Саме ця тема стане об'єктом подальших досліджень. Плинність кадрів є неминучим процесом, але його можна і потрібно контролювати, адже на ринку праці ситуація постійно змінюється, а щоб досягти успіху, слід проводити продуману кадрову політику та випереджати конкурентів.

Науковий керівник – канд. екон. наук, доцент Ачкасова О. В.

Література: 1. Текучесть кадров на предприятии: 6 этапов решения проблемы. URL: https://jkpersyblog.com/tekuchest-kadrov-na-predpriyatii. **2.** Егоршин А. Управление персоналом : учебное пособие. Нижний Новгород : НИМБ, 2007. 113 с. **3.** Текучесть кадров – методы решения проблемы. URL: http://megapoisk.com/tekuchest-kadrov-metody-reshenija-problemy. **4.** Назарова Г. В., Ачкасова О. В. Управління персоналом : навч. посіб. Харків : ХНЕУ, 2015. 220 с. **5.** Работа с кадровым резервом как важнейший элемент системы управления персоналом. URL: https://mirznanii.com/a/170392/effektivnost-formirovaniya-i-raboty-kadrovogo-rezerva-organizatsii. **6.** Іванісов О. В., Назарова Г. В., Доровської О. Ф. Управління розвитком діяльності промислових підприємств : монографія. Харків : ХНЕУ, 2010. 240 с. **7.** Яковенко Р. В., Козенко Р. О. Проблеми та перспективи розвитку людського капіталу. *Наукові праці КНТУ.* 2010. № 17. С. 447–451.

ОЦІНЮВАННЯ СОЦІАЛЬНИХ ПРОГРАМНИХ ВИТРАТ БЮДЖЕТУ США

УДК 330.534.4

Теличко Б. І.

Магістрант 2 року навчання
факультету економіки і права ХНЕУ ім. С. Кузнеця

Анотація. *Подано оцінку структури витрат бюджету США із виділенням програмної складової. Особливу увагу приділено соціальним витратам, що є пріоритетними. Проаналізовано розподіл соціальних програм у межах дискреційних і мандатних витрат.*

Ключові слова: *економіка, держава, бюджет, програмний бюджет, дискреційні витрати, мандатні витрати, соціальні програми, соціальний бюджет.*

Аннотация. *Дана оценка структуре расходов бюджета США с выделением программной составляющей. Особое внимание уделено социальным расходам, которые являются приоритетными. Проанализировано распределение социальных программ в рамках дискреционных и мандатных расходов.*

Ключевые слова: *экономика, государство, бюджет, программный бюджет, дискреционные расходы, мандатные расходы, социальные программы, социальный бюджет.*

Annotation. *An estimate is made of the structure of US budget expenditures with the allocation of the program component. Particular attention is paid to social spending, which is a priority. The distribution of social programs within the limits of discretionary and mandated expenses is analyzed.*

Keywords: *economy, state, budget, program budget, discretionary expenditures, mandatory expenses, social programs, social budget.*

Владні структури більшості розвинених країн усвідомлюють необхідність переходу до управління результативністю витрачання бюджетних коштів задля підвищення рівня та якості життя населення. Бюджети цих країн формуються за програмним принципом, за якого витратна частина бюджету є результатом підсумовування витрат на реалізацію цільових програм і окремих нечисленних непрограмних напрямків витрат. Бюджет України з 2014 р. вперше містить фактичний розподіл видатків відповідно до цільового призначення переважно в межах державних програм, на відміну від застосовуваного в 2012–2013 рр. аналітичного розподілу бюджетних асигнувань. Водночас чимало країн, до яких належать і Сполучені Штати Америки, мають багаторічний досвід формування програмного бюджету, що за умов упровадження програмного бюджету в Україні заслуговує на увагу й дослідження.

Державні бюджети формуються на основі національної бюджетної класифікації, яка зазвичай є адаптованою класифікацією функцій органів державного управління, запропонованої ООН. В аналітичних цілях у бюджетному процесі використовують різні типи класифікації видатків, крім функціональної, застосовують відомчу, економічну та програмну класифікації. У тих країнах світу, де запроваджено або запроваджується програмний бюджет, програмний розріз витрат зазвичай є найбільш деталізованим рівнем класифікації (табл. 1) [2; 3].

Таблиця 1

Рівні програмної класифікації видатків бюджетів

Країна	Структура програмної класифікації			
	1-й рівень	2-й рівень	3-й рівень	4-й рівень
США	Функція органів державного управління	Категорія витрат (дискреційні / мандатні)	Міністерство або відомство	Програма
Велика Британія	Міністерство або відомство	Категория витрат (адміністративні, програмні тощо)	Програма	
Франція	Місія	Програма	Програмний захід	
Австралія	Портфель	Міністерство або відомство	Мета	Ресурси органу влади
Канада	Державна послуга	Міністерство або відомство	Програма	
Україна	Міністерство або відомство	Функція (розділ)	Категорія витрат (програмні / непрограмні)	Програма

© Теличко Б. І., 2017

У країнах, де реалізується бюджетна модель організації соціального захисту населення (Данія, Норвегія), соціальні витрати досягають 3/4 сукупних витрат державного бюджету (табл. 2) [2; 3]. Високим є рівень соціальних витрат і в країнах, де реалізовано модель Бісмарка (Німеччина – 70,7 %, Австрія – 70,5 %). Соціальне страхування, організоване за моделлю Бісмарка, дозволяє акумулювати великі фінансові ресурси, забезпечувати високий рівень страхових виплат (пенсій і допомог).

Таблиця 2

Структура видатків державного (консолідованого) бюджету за функціональним типом у 2016 р., у відсотках

Країна	Послуги органів державного управління	Оборона, безпека	Економічні послуги	Житлово-комунальне господарство	Охорона здоров'я	Відпочинок, культура, релігія	Освіта	Соціальний захист	Видатки соціального характеру
Україна	21,5	14,2	10,0	4,1	10,7	1,8	10,1	25,0	47,6
Австрія	13,1	4,6	9,5	1,4	15,7	2,0	11,1	41,7	70,5
Білорусь	7,3	6,3	24,1	7,7	9,4	4,0	12,2	28,4	54,0
Німеччина	12,9	6,0	7,6	1,6	14,5	1,4	9,2	45,6	70,7
Данія	13,5	4,5	5,5	1,0	15,0	2,9	13,6	43,2	74,7
Іспанія	11,4	6,9	12,3	2,6	14,7	3,8	10,9	35,2	64,6
Норвегія	10,4	6,0	9,4	1,5	16,5	3,0	12,9	38,8	71,2
Велика Британія	9,5	10,8	10,1	2,8	15,7	2,3	13,4	33.5	64,9
Ізраїль	12,6	19,2	6,2	1,2	12,1	3,9	16,4	27,0	59,4
Японія	12,3	5,9	11,3	1,8	19,9	0,3	10,0	34,9	65,1
США	11,5	17,1	10,1	3,1	20,5	0,7	15,8	21,1	58,1
Австралія	10,2	9,5	12,6	2,7	17,6	2,3	14,0	29,5	63,4

Модель Беверіджа, реалізована в США, Канаді та Великій Британії, характеризується трирівневим типом соціального захисту, що закріплює за державою обов'язкове надання базових гарантій соціального захисту всього населення, за роботодавцем – соціальне (професійне) страхування найманих працівників, за працівником – додаткове особисте страхування. За даними Державної служби статистики, рівень витрат консолідованого бюджету соціального призначення в цих країнах у 2009 р становив 64,9 % у Великій Британії і 58,1 % – уСША [5]. На думку Лоскутової М. В., нині спостерігається тенденція до нівелювання національних і регіональних моделей соціально-економічного розвитку, у Великій Британії і США зростає соціальна орієнтація економічної політики, збільшуються соціальні інвестиції [2]. В Україні, де страхові принципи соціального захисту не реалізовані повною мірою, рівень соціальних витрат у 2016 р. становив лише 47,6 % сукупних витрат консолідованого бюджету з урахуванням витрат позабюджетних фондів. Цвирко С. Е. зауважує, що частка витрат на виконання традиційних функцій держави є вищою, ніж у промислово розвинених країнах [6].

Структура витрат федерального бюджету США за аналізований період характеризується високим рівнем стабільності й наступності. Слід зазначити істотне зниження питомої ваги витрат на національну оборону – до 19–20 %. У період агресії у В'єтнамі і участі США у Другій Індокитайській війні (1965–1973 рр.) оборонні витрати становили до 49 % усіх витрат бюджету.

Незважаючи на те, що, за твердженням Тавадової А. В., соціальна політика США є децентралізованою й жорсткою, спрямованою на захист лише вузького прошарку найбідніших і непрацездатних людей, соціальні витрати є найбільшим напрямом бюджетних витрат і передбачають кілька напрямків, найважливішим із яких є соціальна безпека [4].

Особливістю витрат федерального бюджету США є їх розподіл на дискреційні (затверджуються актами про асигнування) та мандатні (затверджуються іншими нормативними актами). Програми в соціальній сфері реалізуються переважно в категорії мандатних витрат, за винятком категорії «Освіта, зайнятість і соціальне обслуговування», де відбувається зниження загальної суми витрат, а також категорії «Виплати і послуги ветеранам», де програмні витрати приблизно однаковою мірою сформовані як за рахунок мандатних, так і дискреційних витрат. У категорії «Освіта, зайнятість та соціальне обслуговування» спостерігається найбільш істотний перерозподіл ресурсів у 2012–2016 рр. у межах десятирічного програмного бюджету. Найважливіші соціальні програми «Medicare» і «Соціальна безпека» практично повністю фінансуються за рахунок мандатних витрат бюджету США, що закономірно, оскільки ці програмні напрямки є обов'язковими.

За аналізований період (2012–2016 рр.) витрати на реалізацію соціальних мандатних програм виросли в 1,5 рази – з 1362,8 до 2059,1 млрд дол. США. У структурі мандатних витрат, що виділяються на соціальні програми, переважають витрати на соціальну безпеку, державні гарантії отримання доходу, державну програму безкоштовної медичної допомоги «Medicare» і охорону здоров'я. Програма «Medicaid» фінансується як з федерального бюджету, так і з бюджетів штатів. Постійно зростаюча вартість програм «Medicare» і «Medicaid» є однією з причин надвисокого дефіциту бюджету США [1].

У США немає універсальної та загальної системи медичного страхування. Згідно із даними Бюро перепису населення США, у 2009 р 50,7 млн жителів (16,7 % населення) не мали медичної страховки, ще для 30 % медична допомога надається у вигляді окремих послуг.

З 2014 р. в бюджеті передбачено видатки на державну програму з відшкодування виплат податкового кредиту, що є програмою допомоги в сфері охорони здоров'я для осіб із доходами до 400 % від установленого загальнофедерального рівня бідності. Передбачаено запровадження програми щодо зменшення вартості витрат за планами розвитку охорони здоров'я та програми страхування здоров'я дітей. Ці програми запроваджено «Актом про доступну допомогу» («Affordable Care Act»), відомим як «Obamacare». Програма розрахована на десять років і оцінюється в 940 млрд дол. США.

Проводячи порівняльну оцінку соціальних програмних витрат бюджетів України і США, слід зазначити, що питома вага витрат соціального спрямування, що формуються в межах державних цільових програм і відображені у розділах класифікації видатків бюджетів України, є вкрай низькою: у 2015 р. становила лише 2,64 %. У 2016 р. відповідно до аналітичного розподілу бюджетних асигнувань на реалізацію державних програм (які є угрупованням окремих напрямків витрат), лише на частку програми з розвитку пенсійної системи відведено 1/4 витрат федерального бюджету.

США, як багато інших соціальних держав, стикаються з викликами, що їх диктує обмеженість фінансових ресурсів за кризових тенденцій економічного розвитку. Особливістю формування бюджету США є збереження високого рівня соціальних зобов'язань держави з одночасним розширенням їх переліку, незважаючи на критично високий рівень державного боргу. Зважаючи на ці обставини дискусійними моментами формування бюджетної політики США залишаються питання про обсяги, ступінь і форми участі держави у виконанні соціальних функцій, актуальну структуру фінансування соціального розвитку, що є пов'язаною з посиленням соціальної спрямованості наукових досліджень і використанням інформаційно-комунікаційних технологій у процесі надання соціальних послуг, особистої відповідальності індивіда за власне благополуччя, використання механізмів громадянського суспільства і корпоративної соціальної відповідальності.

Науковий керівник – д-р екон. наук, професор Назарова Г. В.

Література: 1. Office of Management and Budget (OMB) serves the President of the United States. URL: https://www.whitehouse.gov/omb. **2.** Лоскутова М. В. Формирование социально ориентированного рыночного хозяйства: российский и зарубежный опыт. *Социально-экономические явления и процессы.* 2011. № 7. С. 110–118. **3.** Соколов И. А., Тищенко Т. В., Хрусталев А. А. Программно-целевое управление бюджетом: опыт и перспективы. М. : Дело, 2013. 246 с. **4.** Тавадова А. В. Развитие концепции социального государства и его модели. *Перспективы науки.* 2011. № 11. С. 86–97. **5.** Статистична інформація // Офіційний сайт Державної служби статистики України. URL: http://www.ukrstat.gov.ua. **6.** Цвирко С. Э. Структура и динамика государственных расходов в экономике: сравнительный подход. *Грани экономики.* 2012. № 3. С. 12–22.

СОЦІАЛЬНІ ТА ФІНАНСОВІ РИЗИКИ У ПРОЦЕСІ УПРАВЛІННЯ ДЕФІЦИТОМ БЮДЖЕТУ

УДК 338.24.01

Теличко Б. І.

Магістрант 2 року навчання
факультету економіки і права ХНЕУ ім. С. Кузнеця

Анотація. *Досліджено взаємозв'язок між фінансовими та соціальними ризиками й управлінням бюджетом. Проаналізовано вплив дефіциту бюджету на скорочення соціальних програм. Запропоновано механізм управління бюджетними ризиками через управління дефіцитом бюджету.*

Ключові слова: *підприємство, організація, бюджет, фінанси, фінансовий стан, фінансова стійкість, ризики, дефіцит бюджету, соціальні ризики, соціальні програми, управління дефіцитом бюджету, державний борг.*

Аннотация. *Исследована взаимосвязь между финансовыми и социальными рисками и управлением бюджетом. Проанализировано влияние дефицита бюджета на сокращение социальных программ. Предложен механизм управления бюджетными рисками через управление дефицитом бюджета.*

Ключевые слова: *предприятие, организация, бюджет, финансы, финансовое состояние, финансовая устойчивость, риски, дефицит бюджета, социальные риски, социальные программы, управление дефицитом бюджета, государственный долг.*

Annotation. *The relationship between financial and social risks and budget management has been explored. The influence of the budget deficit on the reduction of social programs is analyzed. A mechanism for managing budget risks through management of the budget deficit is proposed.*

Keywords: *enterprise, organization, budget, finance, financial condition, financial stability, risks, budget deficit, social risks, social programs, budget deficit management, public debt.*

Система управління дефіцитом бюджету відображає орієнтованість державної бюджетної політики, визначає інвестиційну привабливість держави та якість життя громадян країни. Перед Міністерством фінансів або іншим уповноваженим органом, який проводить бюджетну політику, неминуче постає проблема вибору між соціальною та фінансовою стабільністю держави. Це виражається в залученні додаткового фінансування соціальних програм за дефіцитного бюджету або в скороченні витрат для зниження боргового навантаження і примусового збалансування доходної та видаткової частини бюджету. Проблема управління ризиками бюджетної системи є тісно пов'язаною з системою управління дефіцитом бюджету і вимагає детального вивчення. Доцільно порівняти показники дефіциту бюджету, державного боргу, соціальних витрат і приросту населення в Україні, США і Франції, які є передовими державами в галузі соціальної політики (табл. 1) [5; 6].

Таблиця 1

Обсяги дефіциту бюджету, державного боргу й соціальних витрат у США, Франції та Україні щодо ВВП, 2016 р.

Показник	США	Франція	Україна
Обсяг дефіциту до ВВП	6,35 %	3,77 %	2,94 %
Обсяг державного боргу до ВВП	100,046%	86,811%	82,68%
Обсяг соціальних витрат до ВВП	19,5%	33,7%	15,6%
Обсяг ВВП на душу населення (ПКС)	57065 дол.	40943 дол.	8162 дол.
Приріст населення	12,5	12,3	10,5

Дані таблиці демонструють, що в США, незважаючи на відносно нижчий рівень соціальних витрат порівняно з країнами Європейського Союзу, державна участь компенсується вищими обсягами доходів населення, що характеризується показником обсягу валового внутрішнього продукту на душу населення. При цьому в США

© Теличко Б. І., 2017

спостерігається найвищий рівень приросту населення серед аналізованих країн, який, як і у Франції, забезпечується міграційним припливом з інших країн, що характеризує рівень соціального розвитку як стабільно високий. Високий рівень соціальних витрат і значний обсяг державного боргу свідчить про перерозподіл ризиків у бік фінансових, що дає підстави зробити висновок про стабільну фінансово-бюджетну систему держави, яка дозволяє, не спираючись на фактори кон'юнктури зовнішніх, у тому числі сировинних, ринків, вибудовувати боргову політику, оперуючи суспільним інтересом, але не граничним запасом фінансової міцності та ліквідності економіки [6].

Проблеми розподілу ризиків і наданих державою соціальних гарантій і стабільності фінансової системи є безпосередньо пов'язаними і повинні розглядатися спільно. Ризиком називають ймовірність настання якоїсь несприятливої події. У процесі розгляду управління ризиками через управління дефіцитом бюджету слід визначити коло несприятливих подій для кожної групи ризику. Для фінансового ризику несприятливою подією є дефолт за державними борговими зобов'язаннями, який є тим імовірнішим, чим вищим є боргове навантаження на державний бюджет.

До соціальних ризиків належать міграційний відтік населення, зниження народжуваності, зростання смертності, зниження тривалості життя, зниження пропозиції на ринку праці або обмежена пропозиція будь-яких фахівців. Ці події є не взаємовиключними, але послідовними і розвиваються в різній пропорції [6].

Імовірність настання несприятливих подій важко виміряти, оскільки вона ґрунтується на якісних показниках бюджетної політики, які фактично не використовуються в Україні і застосовуються обмеженим колом держав світу (США, Франція, Німеччина й Велика Британія), бо вимагають високого рівня прозорості бюджетних відносин [2].

У межах дослідження проблеми розглянемо гіпотетичний приклад, який відображає необхідність детального аналізу ризикової складової при управлінні дефіцитом бюджету протягом бюджетного циклу (рис. 1) [4; 7].



Рис. 1. **Приклад впливу системи управління дефіцитом бюджету на управління ризиками бюджетної системи**

Як видно на рис. 1, за умови розвитку кризових або циклічних процесів у економіці перед органами влади постає проблема вибору щодо формування дефіциту бюджету або відмови від частини соціальних програм.

Група соціальних витрат підлягає скороченню простіше за інші за кризових умов, оскільки в основній своїй масі це виплати або послуги населенню, які з цивільно-правової точки зору не мають довготривалого характеру і закріплені нормативно-правовими актами, а не договірними відносинами, на відміну від державних закупівель чи інших відносин, що є пов'язаними з наданням послуг третіми особами в межах цивільно-правових договорів. Незважаючи на простоту управління, скорочення соціальних витрат призводить до негативних наслідків у довгостроковому періоді, що мають ефект мультиплікатора на макрорівні. Отже, скорочення цієї групи витрат є недоцільним, оскільки високий обсяг соціальної відповідальності держави є базовою умовою високої якості життя населення, що стимулює народжуваність, приплив кваліфікованих кадрів, продуктивність праці тощо [5].

З іншого боку, надмірний обсяг дефіциту бюджету, кошти від покриття якого спрямовують на фінансування соціальних програм, може спричинити відтворення боргу, дестабілізацію економіки, і, як наслідок, зниження спроможності до запозичення та неможливість виконання соціальних зобов'язань [4].

У короткостроковому періоді фінансовий і соціальний ризики є обернено пропорційними, тоді як у довгостроковому періоді надмірне прийняття фінансових ризиків підвищує соціальні ризики, тобто залежність між ризиковими явищами є прямо пропорційною. Основним завданням держави є вибір оптимального рівня дефіциту бюджету, який дозволить зберегти баланс розподілу ризиків і не допустити перевищення граничних значень, які мають бути визначені на підставі аналізу економічного потенціалу кожної держави. У країнах Європейського Союзу існує обмеження на обсяг дефіциту бюджету в 1 %, що є унікальним випадком у світовій практиці законодавчого обмеження на наднаціональному рівні, який дає орієнтир для країн-учасниць. Однак, таке обмеження не можна вважати універсальним, оскільки економічний потенціал держав Європейського Союзу є різним: якщо Франція дозволить собі знизити обсяг дефіциту до 1 %, то для Словаччини або Чорногорії подібна дія стане соціально дестабілізуючим фактором [6].

Дефіцит бюджету є не тільки перевищенням витрат над доходами, а й характеристикою обсягу додаткових зобов'язань, узятих державою для проведення соціально-економічної та бюджетної політики. Формування дефіциту бюджету дозволяє державі реалізовувати програми в поточному періоді без необхідності резервування або накопичення коштів. Фінансування дефіциту бюджету може здійснюватися за рахунок власних і боргових джерел, які несуть у собі фінансові ризики [3].

Обсяг бюджетного дефіциту, який не може бути покритий за рахунок власних джерел, і є мірою ризику, що приймається державою при проведенні бюджетної політики. Формування дефіциту бюджету або балансування доходів і витрат є рішенням у межах державної фінансової бюджетної політики, що визначає обсяги соціальної підтримки населення та соціальних гарантій, які готова надати держава.

Таким чином, управління фінансовими ризиками є одним з основних завдань бюджетної політики, що має реалізовуватися не тільки через кількісне обмеження обсягу бюджетного дефіциту, а й підвищення ефективності бюджетної політики держави через упровадження програмного підходу в розподілі асигнувань і систему оцінки якості бюджетної політики. Така система звітності дозволить забезпечити прозорість бюджетної політики, а також полегшить аналіз ефективності різних напрямків асигнувань, підвищивши тим самим загальну ефективність бюджетних витрат у довгостроковому періоді, що дозволить цілеспрямованіше формувати дефіцит бюджету і визначати джерела його фінансування для проведення ефективнішого управління фінансовими ризиками.

Науковий керівник – д-р екон. наук, професор Назарова Г. В.

Література: 1. Bouvier M., Esclassan M.-C., Lassale J.-P. Finances Publiques. Paris : L.G.D.J., 2010. 994 c. **2.** Батієвська В. Б. Пріоритетні проекти та програмно-цільовий підхід. *Регіональна економіка.* 2007. № 9. С. 42–55. **3.** Голдаков Р. Н., Петров М. Н. Целевые комплексные программы : монография. М. : Креативная экономика, 2010. 128 с. **4.** Новікова О. Ф., Амоша О. І., Антонюк В. П. Сталий розвиток промислового регіону: соціальні аспекти : монографія. Донецьк, 2012. 534 с. **5.** Международный валютный фонд // Официальный сайт Международного валютного фонда. URL: http://www.imf.org/external/russian/index.htm. **6.** Теплицкая А. А. Обзор и анализ зарубежного опыта планирования. *Экономика и управление.* 2014. № 3. С. 8–15. С. 188–192. **7.** Майская Е. С. Проблемы реализации целевых программ в условиях внедрения бюджетирования, ориентированного на результат. *Современная экономика: проблемы и решения.* 2012. № 8. С. 107–119.

ЛІЗИНГ ЯК ВИД ПІДПРИЄМНИЦЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

УДК 658.713

Тесленко В. В.

Студент 2 курсу
факультету консалтингу і міжнародного бізнесу ХНЕУ ім. С. Кузнеця

Анотація. *Розглянуто сутність поняття лізингу, його суб'єкти та об'єкти. Подано класифікацію різних видів лізингу. Проаналізовано особливості експертного оцінювання, а також вплив лізингу на оновлення основних засобів підприємства.*

Ключові слова: *підприємство, організація, підприємницька діяльність, фінанси, фінансовий стан, інвестування, лізинг, суб'єкти лізингу, об'єкти лізингу, майно, обладнання, договір.*

Аннотация. *Рассмотрены сущность понятия лизинга, его субъекты и объекты. Представлена классификация различных видов лизинга. Проанализированы особенности экспертной оценки, а также влияние лизинга на обновление основных средств предприятия.*

Ключевые слова: *предприятие, организация, предпринимательская деятельность, финансы, финансовое состояние, инвестирование, лизинг, субъекты лизинга, объекты лизинга, имущество, оборудование, договор.*

Annotation. *The essence of the concept of leasing, its subjects and objects are considered. Classification of various types of leasing is presented. The features of the expert evaluation, as well as the effect of leasing on the renewal of the company's fixed assets, are analyzed.*

Keywords: *enterprise, organization, entrepreneurial activity, finance, financial condition, investment, leasing, subjects of leasing, leasing objects, property, equipment, contract.*

Сучасна економіка України потребує оновлення та модернізації основних виробничих активів. Складність завдання, яке стоїть перед суб'єктами підприємницької діяльності, полягає в тому, що потрібно оновити майже в повному обсязі зношені основні фонди за підприємницький рахунок. Саме лізинг може стати шляхом вирішення проблеми зношених основних фондів вітчизняних підприємств: він дає змогу придбати сучасне обладнання, нові технологічні лінії без значних фінансових коштів за короткий час.

Дослідженням напрямів розвитку лізингу займалися Віллертон Д., Старинович А., Внукова Н., Малік М., Міщенко В., Смирнов А., Ковальов В. та ін.

Метою написання статті є дослідження категорії лізингу як різновиду підприємницької діяльності та способу вирішення проблеми оновлення устаткування за обмеженості капіталу, а також його суб'єктів і об'єктів.

Лізинг є видом підприємницької діяльності, спрямованої на інвестування тимчасово вільних або залучених фінансових коштів, коли за договором фінансової оренди, а саме лізингу, лізингодавець надає куплене у певного продавця майно лізингоодержувачу за плату в тимчасове користування для підприємницьких цілей. Об'єктом лізингу може бути будь-яке рухоме і нерухоме майно, яке належить до основних засобів підприємства, крім майна, яке заборонено до вільного продажу на ринку [1].

Розглянемо детальніше учасників – суб'єктів лізингу. Перший учасник лізингу – лізингодавець: за заявкою лізингоодержувача отримує у продавця необхідне майно у власність, здає його в тимчасове користування лізингоодержувачу. Передача майна відбувається на певних умовах, які прописують у договорі лізингу. Лізингодавцем можуть бути як фізичні, так і юридичні особи. Фізичні особи можуть брати участь у лізинговій операції тільки якщо вони є індивідуальними підприємцями. До того ж для здійснення лізингової діяльності їм необхідно отримати відповідну державну реєстрацію. Юридичними особами можуть бути банки та кредитні установи, у статуті яких передбачено лізингову діяльність, спеціалізовані лізингові компанії, а також будь-які підприємства, у яких відображено таку діяльність у документах.

Другим учасником лізингу є лізингоодержувач. Він, у свою чергу, погоджується з усіма умовами угоди й отримує майно в лізинг. Лізингоодержувачем можуть бути юридичні та фізичні особи. Юридичні особи можуть виступати в таких договорах, якщо вони зареєстровані в будь-якій організаційно-правовій формі. Фізичні особи можуть брати участь у цих договорах, якщо вони займаються будь-якою підприємницькою діяльністю.

Третьою особою в лізингу є продавець предмета лізингу. Цей суб'єкт продає в обумовлений термін лізингодавцю на підставі договору купівлі-продажу майно, вказане лізингоодержувачем. Предмет лізингу може передаватися продавцем лізингодавцю чи лізингоодержувачу залежно від умов договору. Продавець може одночасно бути лізингоодержувачем у межах одних лізингових правовідносин, у такому випадку в угоді братимуть участь

© Тесленко В. В., 2017

дві особи. Продавцем лізингового майна може бути юридична особа або індивідуальний підприємець, який працює в цьому напрямку і є платником податку на додану вартість [2].

Світова практика протягом багатьох років напрацювала численні види лізингових угод, які можна класифікувати за об'єктами; суб'єктами, які беруть участь у лізингу; сектором ринку, у якому здійснюється лізинг; способом передачі об'єкта лізингу у власність лізингоодержувача; умовами використання об'єкта лізингу; умовами надання послуг лізингоотримувачу; характером лізингових платежів [3].

У Цивільному кодексі України розрізняють два види лізингу – прямий і непрямий. Прямий лізинг є двосторонньою угодою між лізингодавцем і лізингоодержувачем. Ним передбачено, що в лізинг передається об'єкт, який є власністю лізингодавця і набутий без попередньої домовленості із лізингоодержувачем.

За непрямого лізингу в лізинг передається майно, спеціально придбане лізингодавцем у продавця відповідно до встановлених лізингоодержувачем специфікацій та умов договору. Він може мати форму багатосторонньої угоди або низки угод. Непрямий лізинг є класичним видом лізингових відносин і є досить часто застосовуваним у світовій практиці.

Лізинг може стати одним з основних джерел оновлення виробничих засобів для підприємств, які не мають фінансових коштів для купівлі обладнання. Це стосується передусім малих і середніх підприємств, оскільки лізинг не потребує значної частини оборотних коштів, дозволяє ефективно реагувати на кон'юнктуру ринку, розширюючи можливості оренди додаткового обладнання. Експерти кажуть, що він є необхідним кожній галузі виробництва, оскільки рівень зносу основних фондів в Україні становить майже 70–80 % [4; 5].

Лізинг є досить молодою фінансовою послугою в України. Експерти Міжнародної фінансової корпорації провели дослідження на тему «Розвиток лізингу в Україні» і зробили висновок, що популярність лізингу в Україні як альтернативного фінансового інструменту зросла в 2013 р. порівняно з попередніми роками (рис. 1) [4; 5].

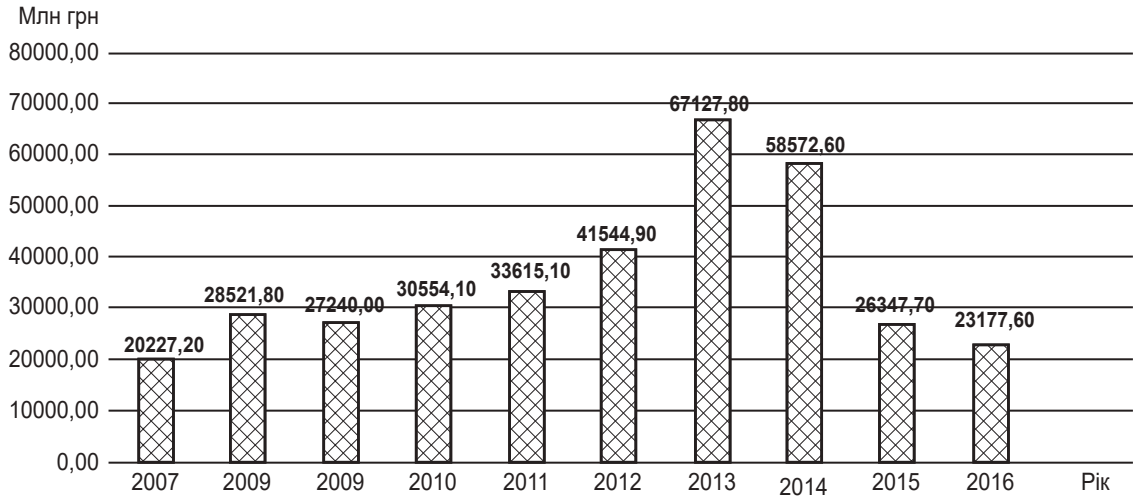


Рис. 1. **Динаміка зміни вартості договорів фінансового лізингу, 2007–2016 рр.**

За діаграмою, у 2013 р. спостерігалося максимальне зростання лізингу в Україні, а у 2014–2016 рр. – зниження використання лізингу.

Розглянемо, у яких регіонах України активно розвивається лізинг, а у яких – недостатньо активно (рис. 2) [5]. Дані діаграми дозволяють стверджувати, що лізинг є найпопулярнішим у Києві, Дніпропетровську та Одесі, а в таких містах, як Хмельницький, Кременчук і Харків, лізинг застосовують менше.

Таким чином, лізинг є відносно новим видом фінансової послуги в Україні, але очевидно, що його застосування є економічно обґрунтованим. Упровадження лізингу дозволяє вирішувати проблему оновлення основного капіталу підприємства задля підвищення ефективності виробництва в цілому та якості продукції, що випускається. Застосування лізингу в Україні сприятиме підвищенню технічного потенціалу підприємств, а також розвитку економіки країни в цілому.

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

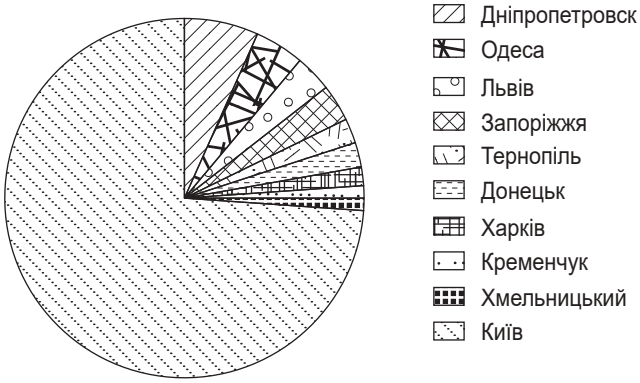


Рис. 2. **Регіональне розташування лізингових компаній в Україні**

Література: 1. Старинович А. И. Инвестирование промышленных предприятий на основе лизинга : автореф. дис. … канд. экон. наук : 08.00.05. Минск, 2001. 21 с. **2.** Субъекты лизинговой сделки. URL: http://www.banki.ru/wikibank/subyektyi_lizinga. **3.** Договор лизинга. Понятие и виды договора лизинга // Studbooks.net. Студенческая библиотека онлайн. URL: http://studbooks.net/57245/pravo/dogovor_lizinga. **4.** Исследование рынка лизинговых услуг Украины // Studbooks.net. Студенческая библиотека онлайн. URL: http://studbooks.net/1659611/finansy/issledovanie_rynka_lizingovyh_uslug_ukrainy. **5.** Інформація про стан і розвиток фінансових компаній, лізингодавців та ломбардів України // Офіційний веб-сайт Національної комісії, що здійснює державне регулювання у сфері ринків фінансових послуг. URL: https://nfp.gov.ua/content/stan-i-rozvitok-finansovih.html. **6.** Смирнов А. Л. Лизинговые операции. М. : Консалтбанкир, 2015. 136 с. **7.** Ковалев В. В. Лизинг: финансовые, учетно-аналитические и правовые аспекты : учебное пособие. М. : Проспект, 2017. 456 с.

СУЧАСНІ ТЕНДЕНЦІЇ РЕФОРМУВАННЯ ПЕНСІЙНОЇ СИСТЕМИ В УКРАЇНІ

УДК 657.412.7

Ткаченко В. О.

Магістрант 2 року навчання
фінансового факультету ХНЕУ ім. С. Кузнеця

Анотація. *Досліджено стан і тенденції розвитку пенсійної системи в Україні. Особливу увагу акцентовано на питаннях удосконалення системи пенсійного забезпечення задля підвищення рівня соціального захисту населення. Запропоновано шляхи оптимізації пенсійного страхування у контексті побудови трирівневої структури пенсійної системи.*

Ключові слова: *економіка, держава, соціальний захист, бюджет, страхування, Пенсійний фонд України, пенсійна реформа, солідарна система пенсійного страхування, накопичувальна система пенсійного страхування, система недержавного пенсійного забезпечення.*

Аннотация. *Исследованы состояние и тенденции развития пенсионной системы в Украине. Особое внимание акцентировано на вопросах совершенствования системы пенсионного обеспечения для повышения уровня социальной защиты населения. Предложены пути оптимизации пенсионного страхования в контексте построения трехуровневой структуры пенсионной системы.*

© Ткаченко В. О., 2017

Ключевые слова: *экономика, государство, социальная защита, бюджет, страхование, Пенсионный фонд Украины, пенсионная реформа, солидарная система пенсионного страхования, накопительная система пенсионного страхования, система негосударственного пенсионного обеспечения.*

Annotation. *The state and development tendencies of the pension system in Ukraine have been studied. Particular attention is focused on the issues of improving the pension system to improve the level of social protection of the population. Ways of optimization of pension insurance in the context of building a three-tier structure of the pension system are proposed.*

Keywords: *economy, state, social protection, budget, insurance, Pension Fund of Ukraine, pension reform, joint pension insurance system, accumulative pension insurance system, system of non-state pension provision.*

Останнім часом через несприятливу демографічну ситуацію, зменшення частки зайнятого населення, низький рівень оплати праці найманих працівників, збільшення співвідношення між працюючими та пенсіонерами на користь останніх існуюча в Україні солідарна система стала неспроможною швидко й у повному обсязі виконувати покладені на неї функції. Сучасний стан пенсійного забезпечення населення є вкрай незадовільним, при цьому бюджет Пенсійного фонду щороку затверджується із дефіцитом. Задля виведення пенсійної системи України з кризового стану слід реформувати існуючу солідарну систему, запустити накопичувальну систему та сприяти розвитку системи добровільного пенсійного забезпечення.

Дослідженням питань розвитку й оптимізації пенсійного забезпечення займалися Мельничук В., Батченко Л., Нарожна Н. , Ткаченко Л. та ін. У своїх працях вони визначають основні напрями реформування Пенсійного фонду України, шукають шляхи вирішення питань щодо пенсійного страхування, вивчають результати запровадження пенсійної реформи, аналізують досвід інших країн стосовно розв'язання подібних проблем і пропонують напрями вдосконалення соціального захисту громадян.

Метою написання статті є аналіз та обґрунтування доцільності вдосконалення пенсійної системи України.

Реформування національної пенсійної системи є запорукою економічної стабільності в державі. Від того, наскільки ефективною і правильно організованою є пенсійна система, залежить економічне благополуччя населення та стан економіки в цілому. Адже, за даними Державної служби статистики України, пенсіонери становлять третину населення України. Так, на перше півріччя 2017 р. на обліку Пенсійного фонду України перебуває 11,49 млн пенсіонерів, а загальна сума витрат Пенсійного фонду становить 97,4 млрд грн, що на 5 % перевищує аналогічний показник 2016 р. [2].

Реформування національної пенсійної системи започатковано у 2004 р., одразу після набрання чинності нових законів, що регулюють сферу пенсійного забезпечення. Структуру пенсійної системи змінено Законами України «Про загальнообов'язкове державне пенсійне забезпечення» [3] та «Про недержавне пенсійне забезпечення».

8 листопада 2011 р. уведено до дії Закон України «Про заходи щодо законодавчого забезпечення реформування пенсійної системи», яким затверджено обмеження розміру пенсії десятьма прожитковими мінімумами, установленим для осіб, які втратили працездатність. До того ж передбачено поетапне підвищення пенсійного віку жінок і підвищення стажу роботи, необхідного для призначення пенсії за вислугу років окремим категоріям працівників.

Складовими діючої трирівневої системи пенсійного забезпечення є:

- перший рівень – солідарна системи загальнообов'язкового пенсійного страхування;
- другий рівень – накопичувальна система загальнообов'язкового пенсійного страхування;
- третій рівень – система добровільних пенсійних заощаджень.

Перший рівень нової пенсійної системи – реформована солідарна пенсійна система, яка із розвитком інших двох рівнів виконуватиме функцію соціальної безпеки громадян похилого віку. Найкращим варіантом такої реформи є умовно накопичувальна система за прикладом Швеції чи Польщі на основі індивідуальних рахунків, де сплачені внески та нарахований на них прибуток обліковують за єдиною загальнонаціональною методикою. Другий рівень – накопичувальна система загальнообов'язкового державного пенсійного страхування на основі індивідуальних пенсійних рахунків громадян із участю у формуванні пенсійних внесків працівника та роботодавця. Третій рівень – добровільне недержавне пенсійне забезпечення на основі індивідуальних пенсійних рахунків із різними податковими стимулами.

Незважаючи на офіційне впровадження трирівневої пенсійної системи ще у 2004 р., станом на сьогоднішній день реформування першого рівня досі не завершено, другий рівень не запроваджено, третій рівень повільно розвивається без державної підтримки [5]. В Україні другий рівень пенсійної системи планувалося запровадити з 2007 р., однак, це й досі не зроблено. Третій рівень передбачає приватне страхування пенсій через добровільне залучення коштів громадян і організацій у недержавні пенсійні фонди (НПФ), страхові компанії та банківські установи. Наразі третій рівень повільно розвивається, обсяг здійснюваних НПФ пенсійних виплат

є невеликим. Перевагою НПФ є те, що навіть за умов кризи вони здійснювали пенсійні виплати вчасно і в повному обсязі.

Для забезпечення ефективного функціонування пенсійної системи України доцільно враховувати світовий досвід аналогічних реформувань. Пенсійні реформи в країнах Європи і світу, перехід від однорівневих солідарних систем до трирівневих, а пізніше – до чотирирівневих і п'ятирівневих моделей пенсійного забезпечення, розпочалися не так давно – у другій половині 1990-х рр. У Польщі, де реформу було започаткувано у 1998 р., вона стала ключовим фактором зростання економіки. Це дозволило країні подолати світову кризу 2008 р., побудувати успішну економіку, накопичити понад 100 млрд дол. США внутрішніх інвестиційних ресурсів, забезпечити підвищення середньої пенсії до 820 дол. США на місяць [5].

Пенсійні активи світової накопичувальної пенсійної системи (другого і третього рівнів) за останні десять років зросли майже вдвічі та на початок 2017 р. становили 36,5 трлн дол. США. Це величезне приватне та суспільне багатство громадян – майбутніх пенсіонерів у країнах, які провели пенсійні реформи. Пенсійна система України наразі акумулювала лише 85 млн дол. США на 40 млн громадян (рис. 1).

Існуюча в Україні солідарна пенсійна система передбачає утримання громадян пенсійного віку наступними поколіннями працюючих і може ефективно функціонувати лише за умови розширеного відтворення поколінь.

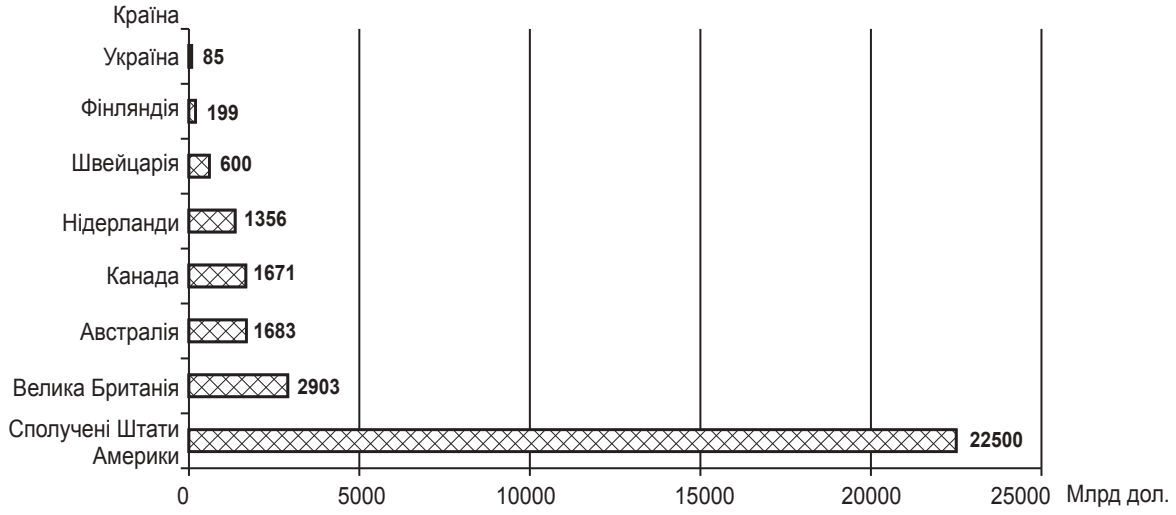


Рис. 1. **Активи накопичувальної пенсійної системи в країнах світу на початок 2017 р.**

Для підвищення фінансової стійкості пенсійної системи й забезпечення нових джерел фінансування слід:

– розробити заходи, що сприятимуть сповільненню процесів «тінізації» доходів населення;

– поступово підвищувати розмір заробітної плати та інших доходів населення. Нині рівень заробітної плати працівників не відповідає вартості робочої сили. Заробітна плата працівників має надавати можливість сплачувати податки й страхові внески, підвищувати рівень споживання, а також робити відповідні заощадження в банківських установах, забезпечуючи тим самим фінансові ресурси для інвестування національної економіки [6].

Сучасний стан соціально-економічного розвитку країни, за якого доводиться запроваджувати обов'язкове накопичувальне пенсійне страхування, є об'єктивно непростим, тому потрібно визначити комплекс заходів щодо його втілення. Основні передумови для ефективної реалізації першого та другого рівнів подано на рис. 2 [6; 7].

Серед макроекономічних передумов важливим є постійне зростання обсягу валового внутрішнього продукту держави щонайменше на 3–4 % щорічно, зниження рівня безробіття за рахунок створення нових робочих місць, невисокі темпи інфляції, підвищення заробітної плати.

Підвищення інвестиційної привабливості позитивно вплине на формування стабільного фінансового ринку, а також сприятиме розвитку економічної та соціальної інфраструктури держави. Правильне економічне виховання молоді та населення працездатного віку щодо запровадження обов'язкового накопичувального пенсійного страхування забезпечить підвищення рівня обізнаності населення, визначення переваг другого рівня пенсійного забезпечення для кожного громадянина. Для цього на підприємствах доцільно проводити навчальні семінари з питань використання накопичувальних пенсійних програм, а також вести роз'яснювальну роботу у засобах масової інформації, створювати освітні програми про формування національної пенсійної моделі на телебаченні. Забезпечення інституціональної готовності пенсійної системи передбачає створення інфраструктури та механізмів ефективного управління [6].

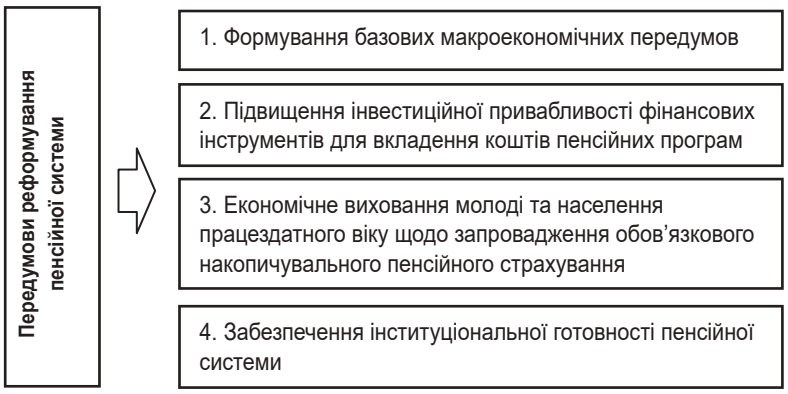


Рис. 2. **Основні передумови ефективного реформування пенсійної системи України**

Пенсійна реформа за її комплексного проведення створить справедливий механізм зростання пенсійних виплат, дозволить збудувати прозору пенсійну систему, а також сприятиме підвищенню індивідуальної зацікавленості громадян у сплаті страхових внесків, зокрема, у накопичувальному пенсійному забезпеченні.

З огляду на виявлені недоліки чинної системи пенсійного страхування в Україні доцільно:

– забезпечити дотримання єдиного підходу до призначення пенсій, побудованого на врахуванні заробітної плати та страхового стажу застрахованої особи;

– закріпити норму, згідно із якою доплати до пенсій, не пов'язані з реальним трудовим внеском фізичних осіб, у тому числі підтягування їх до встановленого державою мінімального рівня, мають фінансуватися виключно за рахунок коштів інших фондів (державного бюджету, цільових фондів та ін.), що дасть змогу забезпечити справедливий розподіл ресурсів, зібраних у солідарній системі, знизити рівень дефіциту Пенсійного фонду;

– переглянути чинний порядок перерахунку раніше призначених пенсій у напрямі його уніфікації, а також ліквідації наявної необґрунтованої диференціації пенсійного забезпечення осіб, які набували права на пенсію в різні роки [1].

Таким чином, для створення універсальної законодавчої бази подальшого реформування пенсійної системи слід скасувати практику регулювання умов пенсійного забезпечення деяких категорій громадян окремими законодавчими актами, що дозволить у майбутньому ухвалити єдиний акт у цій сфері – Пенсійний кодекс України. Однією з важливих складових пенсійної реформи є другий рівень пенсійної системи, оскільки через демографічні тенденції солідарна пенсійна система не спроможна забезпечувати існуючий рівень заміщення пенсіями втраченого заробітку й оптимальну диференціацію пенсій. Реформування пенсійного законодавства має передбачати справедливий механізм зростання пенсійних виплат, створення прозорої пенсійної системи, а також підвищення індивідуальної зацікавленості громадян у сплаті страхових внесків, зокрема у накопичувальному пенсійному забезпеченні.

Науковий керівник – канд. екон. наук, доцент Юшко С. В.

Література: 1. Юшко С. В. До аналізу наслідків пенсійної реформи 2004 року. *Фінанси України.* 2011. № 9. С. 59–69. **2.** Пенсійний фонд України // Офіційний сайт Пенсійного фонду України. URL: http://www.pfu.gov.ua/pfu/control/uk/index. **3.** Про загальнообов'язкове державне пенсійне страхування : Закон України від 09.07.2003 № 1058-IV // База даних «Законодавство України» / Верховна Рада України. URL: http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/1058-15. **4.** Про Основні напрями реформування пенсійного забезпечення в Україні : Указ Президента України від 13.04.1998 № 291/98 // База даних «Законодавство України» / Верховна Рада України. URL: http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/291/98. **5.** Про схвалення Стратегії модернізації та розвитку Пенсійного фонду України на період до 2020 року від 14.09.2016 № 672-р // База даних «Законодавство України» / Верховна Рада України. URL: http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/672-2016-%D1%80. **6.** Гура М. Пенсійна реформа: виклик для України / за ред. М. Свєнчіцкі, І. Чапко, А. Єрмошенко. Київ : Аналітично-дорадчий центр Блакитної стрічки ПРООН, 2008. 68 с. **7.** Томенко М. Україні необхідна справедлива пенсійна реформа, а не підвищення пенсійного віку. URL: http://rada.gov.ua/fsview/34346.html.

ПІДХІД ДО ОЦІНКИ ЕФЕКТИВНОСТІ УПРАВЛІННЯ ФІНАНСОВОЮ СТІЙКІСТЮ ПІДПРИЄМСТВА

УДК 658.14

Ткаченко М. В.

Магістрант 2 року навчання
фінансового факультету ХНЕУ ім. С. Кузнеця

Анотація. *Проаналізовано підхід до оцінки ефективності управління фінансовою стійкістю підприємства на підставі збалансованої системи показників. Функціональними блоками системи показників визначено фінансову складову та складову внутрішніх бізнес-процесів.*

Ключові слова: *підприємство, організація, фінанси, фінансовий стан, фінансова стійкість, бізнес-процеси, ефективність управління, збалансована система показників.*

Аннотация. *Проанализирован подход к оценке эффективности управления финансовой устойчивостью предприятия на основании сбалансированной системы показателей. Функциональными блоками системы показателей определены финансовая составляющая и составляющая внутренних бизнес-процессов.*

Ключевые слова: *предприятие, организация, финансы, финансовое состояние, финансовая устойчивость, бизнес-процессы, эффективность управления, сбалансированная система показателей.*

Annotation. *The approach to an estimation of efficiency of management of financial stability of the enterprise on the basis of the balanced system of indicators is analyzed. Functional blocks of the system of indicators determine the financial component and component of internal business processes.*

Keywords: *enterprise, organization, finance, financial condition, financial stability, business processes, management effectiveness, balanced scorecard.*

Сукупність правових та організаційних аспектів управління впливає на ефективний розвиток підприємства. За сучасних умов господарювання, особливо за умов фінансової кризи та соціально-політичної нестабільності, визначальним є забезпечення стійкого фінансового стану підприємства. Завдяки ефективному управлінню фінансовою стійкістю підприємство має змогу адаптуватися до умов зовнішнього середовища та контролювати ступінь його залежності від зовнішніх джерел фінансування.Однак, не лише фактори зовнішнього середовища негативно впливають на діяльність підприємств, а й відсутність ефективного механізму управління фінансовою стійкістю, основою якого є об'єктивна її оцінка.

Значний внесок у розробку методики оцінки фінансової стійкості підприємства зробили відомі вітчизняні та зарубіжні науковці, серед них Бланк І. О., Артьоменко В. Г., Бочаров В. В., Литвин Б. М., Стельмах М. В., Ковальов В. В., Цал-Цалко Ю. С., Коробов М. Я., Савицька Г. В., Кизим М. О. та ін. Однак, незважаючи на наявність численних теоретичних розробок, не існує однозначної точки зору щодо розв'язання проблем.

Метою написання статті є узагальнення існуючих підходів та обґрунтування підходу, який дозволяє виявляти проблеми в управлінні фінансовою стійкістю підприємства, а також розробка напрямів їх вирішення.

За сучасних умов господарювання зростає кількість факторів, що знижують фінансову стійкість підприємства. Тому розробка методики її діагностики, яка б дозволяла враховувати найбільш об'єктивні показники діяльності підприємства, набуває великого значення. Так, однією з таких методик є збалансована система показників.

Під збалансованою системою економічних показників розуміють інструмент забезпечення ефективності управління підприємством, що є спрямованим на врахування потреб удосконалення внутрішніх бізнес-процесів, роботи з персоналом і клієнтами та забезпечення необхідного рівня фінансових показників, значну мінливість яких обумовлено змінами як у внутрішньому, так і у зовнішньому середовищі [2].

У межах управління фінансовою стійкістю підприємства збалансованою системою показників є групи показників оцінки фінансової складової діяльності підприємства та складові внутрішніх бізнес-процесів. Застосування саме цієї системи показників обґрунтовано доступністю інформаційної бази для їх аналізу та зменшенням суб'єктивності оцінки фінансового стану підприємства [2; 5].

Етапами реалізації методичного підходу до оцінки стану ефективності управління фінансовою стійкістю підприємства на основі збалансованої системи показників є визначення показників для проведення оцінки, розрахунок збалансованої системи показників, визначення вагомості коефіцієнтів для визначення інтегральних показників кожного функціонального блоку збалансованої системи показників, розрахунок інтегральних показників

© Ткаченко М. В., 2017

і розробка шкали оцінки для надання якісної характеристики рівня фінансової стійкості підприємства, розробка стратегічних заходів із підвищення та забезпечення рівня фінансової стійкості підприємства.

Для розробки збалансованої системи показників визначено стратегічну ціль, якої прагне досягти підприємство; показники, що характеризують цю стратегічну ціль, і методику розрахунку цих показників. Щоб скласти збалансовану систему, необхідно розподілити стратегічні цілі на основні функціональні блоки. У даному випадку визначимо такі блоки для досягнення загальної мети ПАТ «Новий стиль» – підвищення фінансової стійкості підприємства: фінансова складова та складова внутрішніх бізнес-процесів.Розрахунок збалансованої системи показників ПАТ «Новий стиль» подано в табл. 1 [3; 5].

Для точнішого розрахунку та інтерпретації збалансованої системи визначимо інтегральні показники за кожним із функціональних блоків та інтегральний показник у цілому. Для цього визначимо вагомість кожного показника для оцінки фінансової стійкості підприємства.

Визначення значущості обраних ознак (X_1, X_2, …, X_i) у їх загальному впливі на ефективність управління фінансовою стійкістю є здійснюваним на підставі застосування експертних оцінок і полягає у визначенні рангів параметрів; для їх розрахунку використаємо метод Уея.

На першому етапі для визначення вагомості кожного і-го індикатора оцінки застосовують аналіз ієрархій Т. Сааті, що передбачає попарне порівняння елементів щодо їх дії на загальну для них характеристику [2].

У результаті проведених розрахунків отримуємо вектори вагомості індикаторів оцінки (табл. 2) [2].

Таблиця 2

Вагомість показників

Коефіцієнти	Вагомість	Коефіцієнти	Вагомість
Фінансова складова	0,5	Внутрішні бізнес-процеси	0,5
Коефіцієнт автономії	0,19	Рентабельність операційної діяльності	0,36
Коефіцієнт співвідношення ВК і ЗК	0,14	Рентабельність виробництва	0,28
Коефіцієнт маневреності ВК	0,19	Оборотність оборотних активів	0,12
Коефіцієнт забезпеченості власними оборотними активами	0,08	Фондовіддача	0,04
Коефіцієнт загальної ліквідності	0,25	Оборотність власного капіталу	0,2
Коефіцієнт забезпеченості матеріальних запасів ВОК	0,14		

Ураховуючи отримані вагомості, розраховуємо інтегральні показники за кожним із функціональних блоків і в цілому.

Загальна формула розрахунку інтегральних показників оцінки ефективності управління фінансовою стійкістю підприємства має вигляд:

$$I = \sum_{i=1}^{n} \omega_i * I_i. \quad (1)$$

Результати розрахунків подано в табл. 3 [2].

Таблиця 3

Значення інтегральних показників управління фінансовою стійкістю

Функціональний блок	Інтегральна оцінка		Розрив між показниками, %
	Еталонні значення показників	Фактичні значення показників	
Фінансова складова	1,44	1,51	104,6
Внутрішні бізнес-процеси	2,95	2,41	81,6
Загальний інтегральний показник	2,20	1,96	89,1

На підставі результатів інтегральної оцінки ефективності управління фінансовою стійкістю підприємства (табл. 3) здійснено порівняльний аналіз фактичних значень показників оцінки та їх еталонних значень. Отримані розриви між показниками вказують на якісний рівень функціонування підприємства за кожною окремою складовою та в цілому. Значення розриву між показникам, що перевищує 100 %, означає, що стан фінансової стійкості підприємства кращий за еталонне значення [2; 3].

У подальшому для обґрунтування прийняття управлінських рішень на підставі кількісних і якісних оцінок стану фінансової стійкості пропонуємо шкалу оцінювання (табл. 4) [5].

Таблиця 1

Розрахунок збалансованої системи показників для оцінки фінансової стійкості ПАТ «Новий стиль»

Стратегічна мета	Завдання	Результативні показники	Допоміжні показники	Еталонні значення показників	Фактичні значення показників	Відхилення
Фінансова складова: забезпечення стабільності діяльності підприємства в майбутньому та стабілізація фінансового стану у короткостроковій перспективі	Забезпечення ступеня незалежності підприємства від зовнішніх запозичень	Коефіцієнт автономії	*Кавт = ВК / А*	0,81	0,64	-0,17
	Збільшення рівня фінансової стійкості підприємства	Коефіцієнт співвідношення власного та залученого капіталу	*Ксп = ВК / ПК*	1,92	1,76	-0,16
	Спроможність підприємства підтримувати рівень власного оборотного капіталу й поповнювати оборотні кошти за потреби за рахунок власних джерел	Коефіцієнт маневреності власного капіталу	*Км = ВК / ОА*	0,95	0,92	-0,03
	Підвищення рівня забезпеченості ресурсами для проведення незалежної фінансової політики	Коефіцієнт забезпеченості власними оборотними активами	*Кз = ВОА / ОА*	0,45	0,62	0,17
	Оцінка ступеня покриття матеріальних витрат власним оборотним капіталом	Коефіцієнт забезпеченості матеріальних запасів ВОК	*Кзм = ВОА / Зм*	1,88	1,85	-0,03
	Забезпечення спроможності підприємства перетворювати свої активи на гроші для покриття всіх необхідних платежів	Коефіцієнт загальної ліквідності	*Кзл = ОА / ПКк*	2,15	2,62	0,47
Складова внутрішніх бізнес-процесів: удосконалення управління бізнес-процесами, підвищення якості виконання	Підвищення ефективності операційних бізнес-процесів	Рентабельність операційної діяльності	*Роп = Под / Вод*	0,12	0,03	-0,09
	Підвищення ефективності виробничих бізнес-процесів	Рентабельність виробництва	*Рвир =Пч / (Оасер + ОФсер)*	0,18	0,06	-0,12
	Підвищення ефективності управлінських бізнес-процесів	Оборотність оборотних активів	*Об.оа=Врч/ОАсер*	2,33	2,04	-0,29
		Фондовіддача	*ФВ = Врч / ОФсер*	42,77	38,31	-4,46
		Оборотність власного капіталу	*Об.вк = Врч / ВКсер*	4,35	3,03	-1,32

Таблиця 4

Шкала динаміки інтегральних показників оцінки

Досягнутий розрив між показниками, %	Характеристика динаміки локального інтегрального показника
I > 150	Високий рівень фінансової стійкості
100 ≥ I < 150	Достатній рівень фінансової стійкості
50 ≥ I < 100	Задовільний рівень фінансової стійкості
0 ≥ I < 50	Критичний рівень фінансової стійкості
I < 0	Стан підприємства є фінансово небезпечним

За результатами аналізу ефективності управління фінансовою стійкістю стан ПАТ «Новий стиль» у 2016 р. слід визначити як задовільний: досягнутий рівень розриву між показниками відповідає 82 %. Водночас складність забезпечення високого рівня ефективності управління фінансовою стійкістю перебуває в площині управління внутрішніми бізнес-процесами. Показники рентабельності підприємства та його ділової активності не досягають достатнього рівня порівняно із показниками еталонного підприємства. Позитивним є стан фінансової стійкості підприємства за фінансовою складовою: досягнутий рівень розриву між показниками відповідає 104,6 %. Для ПАТ «Новий стиль» у процесі забезпечення вищого рівня фінансової стійкості доцільними є заходи із підвищення ефективності використання власних фінансових ресурсів і прискорення швидкості їх обертання.

Таким чином, запропонований методичний підхід є достатньо ефективним інструментом оцінки управління фінансовою стійкістю підприємства. Його перевагами є комплексність і можливість дослідження кожного окремого елемента задля визначення впливу на загальний стан.

Науковий керівник – канд. екон. наук, доцент Алексєєнко І. І.

Література: 1. Бойко І. В. Збалансована система показників та її роль в прийнятті стратегічних управлінських рішень. *Облік і фінанси.* 2011. № 8. С. 56–64. **2.** Кривошеєв В. М. Використання методів експертної оцінки в методі аналізу ієрархій при виборі раціональних варіантів складних технічних систем. *Збірник наукових праць ВІТІ НТУУ «КПІ».* 2010. № 2. С. 32–38. **3.** Кравченко О. С., Шкряда Н. В. Діагностика фінансової стійкості підприємства на основі комбінування збалансованої системи показників з іншими методами. URL: https://www.sworld.com.ua/konf30/767.pdf. **4.** Цал-Цалко Ю. С. Фінансовий аналіз. Київ : Центр навч. літ., 2008. 328 с. **5.** Павлюк Ю. В., Лактіонова О. А. Методика оцінки рівня фінансової безпеки підприємства. *Вісник студентського наукового товариства ДонНУ імені Василя Стуса.* 2015. № 7. С. 112–116.

ВИЗНАЧЕННЯ СУТНОСТІ ПОНЯТТЯ «ІННОВАЦІЙНИЙ БАНКІВСЬКИЙ ПРОДУКТ»

УДК 336.719

Тороєва В. О.

Студент 4 курсу
фінансового факультету ХНЕУ ім. С. Кузнеця

Анотація. *Проаналізовано сучасні підходи до визначення сутності поняття «інноваційний банківський продукт», проведено морфологічний аналіз. Визначено роль інноваційних банківських продуктів у банківській сфері. Обґрунтовано необхідність їх застосування за сучасних економічних умов.*

Ключові слова: *банк, банківська установа, банківська система, інновації, банківські інновації, банківський продукт, інноваційний банківський продукт, інформаційні системи, морфологічний аналіз.*

© Тороєва В. О., 2017

Аннотация. *Проанализированы современные подходы к определению сущности понятия «инновационный банковский продукт», проведен морфологический анализ. Определена роль инновационных банковских продуктов в банковской сфере. Обоснована необходимость их применения в современных экономических условиях.*

Ключевые слова: *банк, банковское учреждение, банковская система, инновации, банковские инновации, банковский продукт, инновационный банковский продукт, информационные системы, морфологический анализ.*

Annotation. *Modern approaches to the definition of the essence of the concept «innovative banking product» are analyzed, morphological analysis is carried out. The role of innovative banking products in the banking sector is determined. The necessity of their application in the current economic conditions is substantiated.*

Keywords: *bank, banking institution, banking system, innovations, banking innovations, banking product, innovative banking product, information systems, morphological analysis.*

Процес глобалізації фінансових ринків суттєво прискорює впровадження інноваційних продуктів, зокрема у банківському секторі, що призводить до кардинальних змін у сфері інформаційних систем і технологій у банківській сфері. Останнім часом спостерігається тенденція ускладнення традиційних видів банківської діяльності, оскільки відбувається зростання різноманіття банківських продуктів, удосконалення їх якісних характеристик під впливом розвитку інноваційних технологій. У зв'язку із цим одним з основних факторів ефективного розвитку банківського сектора є впровадження та застосування інноваційних банківських продуктів.

Нині саме інновації є ключовим фактором стабільності, конкурентоспроможності та стійкого економічного зростання банків за умов складної макроекономічної ситуації та посилення вимог щодо ефективного функціонування банківських установ. Упровадження інновацій в Україні є досить складним процесом, оскільки потребує значних вкладень. Виходячи з цього, упровадження інноваційних банківських продуктів за умов глобалізації світових фінансів є актуальною темою практичного спрямування.

Дослідженням інноваційних банківських продуктів в Україні займалися Андросова О. Ф., Єгоричева С. Б., Золотарьова О. В., Карчева І. Я., Котковський В. С., Кравченко О. О. Кривич Я. М., Нєізвєстна О. В., Рац О. М., Рошило В. І., Трудова М. Є., Шмігельська З. К., Якушева О. В. та ін. Однак, незважаючи на те, що науковому дослідженню інноваційних банківських продуктів присвячено чимало праць, досі не існує універсального підходу до визначення, що зумовлено складністю та динамічністю інноваційного розвитку банківського сектора. На тлі швидкого технічного прогресу трансформуються та розвиваються наукові підходи до аналізу процесу впровадження інноваційних банківських продуктів. Тому важливо з'ясувати сутність і зміст інноваційних банківський продуктів за сучасних економічних умов із урахуванням історичного, системного та структурного підходів, що не завжди беруть до уваги сучасні автори. Для з'ясування сутності поняття «інноваційний банківський продукт» слід розглянути складові цього поняття: «інновація», «банківський» і «продукт».

Так, класичним вважають визначення Санто Б., згідно із яким інновація є суспільним технічним та економічним процесом, через який практичне використання ідей і винаходів призводить до створення кращих за своїми якостями виробів, технологій і, якщо інновація є орієнтованою на економічну вигоду, прибуток, її поява на ринку може принести додану вартість [17]. Такий підхід розглядає інновацію лише як процес.

Слід погодитися із Рошило В. І., Трудовою М. Є., які зазначають, що інновація може використовуватися для окреслення нового продукту, процесу або системи (статичний аспект); а також для опису процесу, охоплюючи такі види діяльності, як дослідження, проектування, розробка, організація виробництва та комерціалізація нового продукту, процесу або системи (динамічний аспект) [13; 14]. При цьому Рошило В. І. розглядає банк як учасника реалізації інноваційного проекту або як інноватора, якщо банківська установа має значний інноваційний потенціал, який визначається як ресурси, що безпосередньо задіяні в цій його діяльності [13].

Банківські інновації мають свої особливості. Шмігельська З. К., Кузнєцова Л. В. визначають їх як результат діяльності банків, що є спрямованим на реалізацію новітніх продуктів, технологій та інноваційних методів управління банківською установою задля отримання додаткового прибутку та підвищення конкурентоспроможності [9; 15]. Аналогічної думки дотримуються й такі науковці, як Золотарьова О. В. [4], Кривич Я. М. [8], Шуба М. В. [18]. Це визначення охоплює обидва напрямки інновацій (банківські продукти та послуги й технології), але є занадто абстрактним.

Шмігельська З. К. розмежує змістове наповнення поняття банківського продукту, визначає його як стандартизовані процедури, що забезпечують виконання банками операцій, згрупованих за відповідними типами та ознаками [15].

У свою чергу, Степаненко О. П., Якушева О. В. подають достатньо детальний, але непослідовний опис категоріального апарату банківських інновацій без структурування зазначених концепцій щодо інноваційних банківських продуктів, виокремлюючи лише три складові банківських інновацій, серед яких фінансові, технологічні

й організаційно-структурні інновації [16; 19]. При цьому Степаненко О. П. зауважує, що саме організаційно-структурна складова інноваційної діяльності є каталізатором розвитку сучасних видів банківських технологій і техніки [19].

Проведений аналіз існуючих у вітчизняних джерелах інформації підходів до визначення сутності банківських інновацій дозволяє зробити висновок про наявність плутанини у використанні понять «фінансові» та «банківські» інновації, які достатньо часто науковці використовують як синоніми. Це зумовлено тим, що впровадження фінансових інновацій містить в собі як інноваційну діяльність банків, так й інші, небанківські, фінансові інструменти та технології. Банківські установи реалізують й інші інновації: маркетингові, організаційні тощо. Отже, інновації є банківськими з точки зору суб'єкта їх впровадження та фінансовими – з точки зору сфери їх втілення [3].

Виходячи з цього, Єгоричева С. Б. запропонувала визначати банківські інновації у вузькому розумінні як упровадження нових або суттєво вдосконалених банківських продуктів і послуг, які відповідають існуючим або потенційним фінансовим потребам клієнтів, власним інтересам банку та вимогам банківського законодавства, надають зацікавленим сторонам додаткові вигоди та є результатами банківського інжинірингу, а в широкому розумінні – як процес створення додаткової цінності для клієнтів, працівників і власників банку шляхом внесення якісних змін у всі сфери його діяльності: продукти, послуги, процеси, бізнес-моделі та стратегії, що стали результатом практичної реалізації нових ідей, знань та стороннього досвіду [2]. Босак О. В. розділяє точку зору С. Б. Єгоричевої щодо широкого розуміння поняття банківських інновацій [20].

Рац О. М. узагальнила поняття банківських інновацій: з одного боку, вони є реалізованим у формі нового банківського продукту (операції або послуги) кінцевим результатом інноваційної діяльності банку, а з іншого – слід ураховувати, що поняття банківської інновації розповсюджується не лише на продукти і послуги банківської установи [12].

Багато науковців-економістів досліджують інноваційну діяльність та політику банківських установ як цілісність і оцінюють рівень інноваційності банків, але при цьому розглядають лише інноваційний потенціал і стратегічне управління інноваційним розвитком банківської системи, але недостатньо уваги приділяють власне новітнім продуктам, послугам чи технологіям [6; 7; 10; 11; 21–23].

Аналіз останніх публікацій щодо впровадження інноваційних банківських продуктів свідчить, що на сьогодні вирішено лише окремі питання стосовно методологічного та технологічного забезпечення інноваційного розвитку [1–3; 19; 21].

Шмігельська З. К. [15] досліджувала сутність, необхідність і розвиток банківських інновацій, Рац О. М. [12], Нєізвєстна О. В. [11] вивчали інноваційні продукти і технології на ринку банківських продуктів, Єгоричева С. Б. [2; 3] розробила методичні засади організації інноваційного процесу в банківських установах, Кривич Я. М. [8] охарактеризував вплив інновацій на стратегічний розвиток банку.

Однак, системного й повного дослідження процесу впровадження новітніх банківських продуктів, що сприяє підвищенню ефективності, конкурентоспроможності та стабільності банківської діяльності, немає. Водночас стрімкий розвиток інформаційних технологій та особливості діяльності вітчизняних банків потребують дослідження можливостей активізації процесу впровадження та застосування новітніх банківських технологій за сучасних умов глобалізації світових фінансів.

Недостатньо уваги приділяється практичній значущості цих проблем, які характеризуються недостатнім рівнем вивчення й обґрунтування. Не знайшли належного відображення у працях науковців і потребують подальшої розробки питання щодо сучасних тенденцій розвитку інноваційних банківських продуктів. Сучасні реалії потребують нових наукових підходів до створення цілісної концепції впровадження інноваційних банківських продуктів за умов глобалізації світових фінансів, чим обумовлено актуальність дослідження цього питання.

Метою написання статті є обґрунтування теоретичних засад визначення поняття «інноваційний банківський продукт», а також надання його характеристики. Задля досягнення поставленої мети слід охарактеризувати категоріальний апарат інновацій, банківських інновацій і банківського продукту як складових поняття «інноваційний банківський продукт», визначити сутність поняття «інноваційний банківський продукт» із застосуванням методу морфологічної декомпозиції, а також визначити роль інноваційних банківських продуктів у банківській сфері й обґрунтувати необхідність їх застосування. Для вирішення поставлених завдань використано загальнонаукові та спеціальні методи наукових досліджень: діалектичний – у процесі розкриття сутності таких понять, як інновації, банківська інновація та банківський продукт; системний – у процесі дослідження категоріального апарату інноваційних банківських продуктів; порівняльний аналіз – у процесі виявлення основних характеристик предмета дослідження; метод морфологічної декомпозиції – у процесі побудови морфологічної карти поняття «інноваційний банківський продукт», який містить, з одного боку, перелік необхідних параметрів, що відображають сутність цього поняття, а з іншого – варіанти рішень, серед яких необхідно вибрати найоптимальніший.

У сучасній економічній вітчизняній і зарубіжній літературі не існує єдиної точки зору щодо змісту поняття «інноваційний банківський продукт». У зв'язку із цим доцільним є розгляд визначень сутності поняття та їх аналіз із застосуванням морфологічного методу. Для визначення категоріального апарату поняття «інноваційний

банківський продукт» слід розглянути трактування його складових: «інновація», «банківська інновація» та «банківський продукт» (табл. 1) [8; 12–18; 24–37].

Таблиця 1

Визначення складових поняття «інноваційний банківський продукт» різними науковцями

№ з / п	Автор	Підхід до визначення складових поняття «інноваційний банківський продукт»
1	2	3
1	Діденко С. В., Люзняк М. Е., Медвідь Т. А., Пантєлєєва Н. М. [24]	Інновація – новий за якістю продукт або його нові характеристики, що відсутні до певного моменту в часі, які підвищують або змінюють якість продукту
2	Санто Б. [17]	Інновація – суспільний техніко-економічний процес, який через практичне використання ідей призводить до створення кращих за своїми властивостями виробів і технологій
3	Пшик Б. І. [25]	Інновації – технічні, організаційні, економічні й управлінські зміни існуючої практики функціонування певної організації
4	Жихор О. Б. [26]	Інновація – процес створення або впровадження нового товару чи послуги, техніки, технології задля підвищення конкурентоспроможності й отримання соціально-економічного та екологічного ефекту
5	Ілляшенко С. М. [27]	Інновація – кінцевий результат діяльності у вигляді конкретних товарів, технологій, процесів, при цьому товар може розглядатися як новий, так і удосконалений
6	Черваньов Д. М., Нейкова Л. І. [28]	Інновація – техніко-економічний процес, який завдяки практичному використанню продуктів розумової праці, ідей і винаходів приводить до створення кращих за властивостями нових видів продукції та нових технологій
7	Рошило В. І. [13], Трудова М. Є. [14]	Інновація – окреслення нового продукту, процесу або системи (статичний аспект) або опис процесу, що охоплює такі види діяльності, як дослідження, проектування, розробка, організація виробництва та комерціалізація нового продукту, процесу або системи (динамічний аспект)
8	Вертакова Ю. В., Симоненко Е. С. [29]	Інновація – кінцевий результат інноваційної діяльності, що отримав втілення у вигляді нового або вдосконаленого продукту, упровадженого на ринку, нового або вдосконаленого технологічного процесу, що є використовуваним у практичній діяльності або в новому підході до соціальних послуг
9	Балабанов І. Т. [30]	Банківські інновації – реалізований у формі нового банківського продукту чи операції кінцевий продукт інноваційної діяльності
10	Вікулов В. С. [31]	Банківська інновація – створення банківського продукту із привабливішими споживчими властивостями порівняно зі створеними раніше, або якісно нового продукту, здатного задовольнити неохоплені раніше потреби його потенційного покупця, або використання досконалішої технології створення того самого банківського продукту
11	Кривич Я. М. [8]	Банківська інновація – результат діяльності банків, що є спрямованим на реалізацію новітніх продуктів, технологій та інноваційних методів управління банківською установою задля отримання додаткового прибутку та підвищення конкурентоспроможності
12	Козьменко С. Н., Васильєва Т. А., Леонов С. В. [32]	Банківська інновація – кінцевий результат інноваційної діяльності банку, який отримав реалізацію у вигляді нового або вдосконаленого банківського продукту чи послуги, які впроваджено до практичної діяльності
13	Дериг Х.-У. [33]	Банківська інновація – результат діяльності банку, що є спрямованим на отримання додаткових доходів у процесі створення сприятливих умов формування та розміщення ресурсного потенціалу із застосуванням нововведень
14	Рац О. М. [12]	Банківська інновація – реалізований у формі нового банківського продукту (операції або послуги) кінцевий результат інноваційної діяльності банку, що розповсюджується не лише на продукти та послуги банківської установи
15	Лаврушин О. І. [34]	Банківська інновація – синтетичне поняття про діяльність банку у сфері інноваційних технологій, що є спрямованим на отримання додаткових доходів у процесі створення сприятливих умов формування й розміщення ресурсного потенціалу із застосуванням нововведень, які сприяють у отриманні прибутку
16	Фролова І. І. [35]	Банківська інновація – створення нової або покращеної існуючої системи в області операційної, фінансової, маркетингової, технологічної, кадрової, організаційної діяльності банку й досягнення в результаті цього скорочення витрат ресурсів (виробничих, фінансових, людських) і (або) суттєвого підвищення якості послуг, що сприяє збільшенню частки на ринку і зростанню доходів
17	Шмігельська З. К. [15]	Банківські продукти – стандартизовані процедури (способи), що забезпечують виконання банками операцій, згрупованих за відповідними типами й ознаками
18	Жуков Е. Ф. [36]	Банківський продукт – конкретний банківський документ (або свідоцтво), що виготовляється банком для обслуговування клієнта та проведення операцій
19	Масленченков Ю. С. [37]	Банківський продукт – конкретний спосіб, яким банк надає свої послуги, конкретне втілення банківської послуги, наділеної певними значеннями ринкових параметрів: ціни, якості, додаткового сервісу, термінів та інших умов надання

У табл. 2 подано результати морфологічного аналізу визначень із конкретизацією ключових слів і словосполучень [3–20; 24–37].

Таблиця 2

Морфологічна класифікація складових поняття «інноваційний банківський продукт»

Ключове слово	Визначення в межах ключового слова	Конкретизація визначення	Мета в межах поняття
Продукт	новий за якістю або його нові характеристики	відсутні до певного моменту в часі	підвищують або змінюють якість продукту
	із привабливішими споживчими властивостями порівняно зі створеними раніше	використання досконалішої технології	спроможність задовольнити неохоплені раніше потреби потенційного клієнта банку
Процес	суспільний техніко-економічний	практичне використання ідей, продуктів розумової праці та винаходів	створення кращих за властивостями нових видів продукції, виробів і нових технологій
	створення або впровадження	нового товару, послуги, техніки, технології	підвищення конкурентоспроможності й отримання соціально-економічного та екологічного ефекту
Кінцевий результат	інноваційної діяльності	втілення у вигляді нового або вдосконаленого продукту, упровадженого на ринку, нового або вдосконаленого технологічного процесу	використання в практичній діяльності або в новому підході до соціальних послуг
		реалізація у вигляді нового або вдосконаленого банківського продукту чи послуги	
		є спрямованим на реалізацію новітніх продуктів, технологій та інноваційних методів управління банківською установою	отримання додаткового прибутку та підвищення конкурентоспроможності
	у процесі створення сприятливих умов формування	отримання додаткових доходів і розміщення ресурсного потенціалу із застосуванням нововведень	
Синтетичне поняття	про діяльність банку в сфері інноваційних технологій	створення сприятливих умов формування й розміщення ресурсного потенціалу із застосуванням нововведень	є спрямованимм на отримання додаткових доходів і сприяння в отриманні прибутку
Система	створення нової або покращеної існуючої	в області операційної, фінансової, маркетингової, технологічної, кадрової, організаційної діяльності банку	скорочення витрат ресурсів (виробничих, фінансових, людських) і (або) суттєвого підвищення якості послуг, що сприяє збільшенню частки на ринку й зростанню доходів
Документ	конкретне банківське свідоцтво	виготовлюване банком	для обслуговування клієнтів і проведення операцій
Окреслення / опис	статичний / динамічний аспекти	охоплюють	види діяльності, серед яких дослідження, проектування, розробка, організація виробництва та комерціалізація нового продукту, процесу або системи
Спосіб	стандартизовані процедури, із дотриманням яких банк надає послуги	конкретне втілення банківської послуги, наділеної певними значеннями ринкових параметрів	забезпечують виконання банками операцій, згрупованих за відповідними типами й ознаками

Із наведеної морфологічної класифікації (табл. 2) складових поняття «інноваційний банківський продукт» очевидно, що термін є використовуваним у межах таких ключових слів: продукт, процес, кінцевий результат, синтетичне поняття, система, спосіб, документ, окреслення й опис. У результаті проведеного морфологічного аналізу виявлено, що банківську інновацію чи інновації в цілому більшість авторів розглядає як кінцевий результат інноваційної діяльності банківських установ, який отримав втілення у процесі створення сприятливих умов формування у вигляді нового або вдосконаленого продукту, упровадженого на ринку, нового або вдосконаленого технологічного процесу й є спрямованим на його реалізацію задля отримання додаткового прибутку, підвищення конкурентоспроможності, вдалого розміщення ресурсного потенціалу із застосуванням таких нововведень.

Згідно із проведеним морфологічним аналізом визначатимемо інноваційний банківський продукт як кінцевий результат інноваційної діяльності банківських установ у вигляді нових або модифікованих продуктів і технологій їх реалізації на ринку банківських послуг задля підвищення ефективності діяльності банків і забезпечення стабільного їх розвитку завдяки підвищенню якості послуг і зниженню їх вартості, скороченню витрат і збільшен-

ню доходів, підвищенню інформаційно-технологічного потенціалу, удосконаленню комунікацій і покращенню взаємодії з існуючими та потенційними клієнтами банків.

Зауважимо, що лідерство в інноваційній сфері дозволить вітчизняним банківським установам отримати переваги, які позитивно вплинуть на ефективність їх діяльності. Такими результатами є заміщення продуктів, що втрачають попит, надання клієнтам диверсифікованого спектру послуг, збереження й зміцнення ринкової позиції банку, проникнення на нові ринки, скорочення часу реагування на запити споживачів тощо [32]. У сфері надання банківських послуг результати можуть бути виражені у підвищенні якості послуг і гнучкості їх надання, зниженні вартості одиниці праці й операційних витрат, економії поточних витрат завдяки впровадженню нових технологій, підвищенні інформаційно-технологічного потенціалу, удосконаленні комунікацій і взаємодії між різними видами інноваційної діяльності, що призводить до підвищення продуктивності. Банкам важливо підтримувати імідж надійності, фінансової стійкості задля збереження довіри клієнтів, забезпечення збалансованості інтересів акціонерів, співробітників і клієнтів.

Таким чином, за умов глобалізації світових фінансів реалізація інноваційних банківських продуктів є важливим фактором досягнення конкурентних переваг, що стимулює банки підвищувати їх ефективність та постійно пропонувати новітні продукти та технології.

Науковий керівник – канд. екон. наук, доцент Лебідь О. В.

Література: 1. Андросова О. Ф., Яковлєва Т. В. Особливості та етапи впровадження інноваційного продукту в комерційному банку. *Вісник Запорізького національного університету.* 2012. № 3 (15). С. 165–170. **2.** Єгоричева С. Б. Інноваційна діяльність комерційних банків: стратегічні аспекти : монографія. Полтава : АСМІ, 2010. 348 с. **3.** Єгоричева С. Б. Стратегії інноваційної діяльності комерційних банків : автореф. дис. … 08.00. Київ, 2012. 23 с. **4.** Золотарьова О. В., Чекал А. А. Інноваційні банківські продукти та специфіка їх упровадження в Україні. *Науковий вісник Херсонського державного університету.* 2016. № 1. С. 112–115. **5.** Карчева І. Я. Сучасні тенденції інноваційного розвитку банків України в контексті концепції банк 3.0. *Фінансовий простір.* 2015. № 3. С. 299–305. **6.** Котковський В. С., Шевцова О. Й. Конкурентоспроможність як основа ефективних кредитно-інвестиційних інновацій банків. *Вісник Дніпропетровського університету.* 2012. № 6. С. 92–105. **7.** Кравченко О. О. Розвиток інновацій в банківській системі. *Фінансовий простір*. 2014. № 2 (14). С. 39–42. 8. Кривич Я. М. Вплив інновацій на стратегічний розвиток банку // Проблеми і перспективи розвитку банківської системи України : матеріали X Всеукраїнської науково-практичної конференції. Суми : ДВНЗ «УАБС НБУ», 2007. С. 84–85. **9.** Кузнєцова Л. В. Проблеми активізації процесів розвитку банківських інновацій в Україні. *Науковий вісник Ужгородського національного університету.* 2015. № 4. С. 9–13. **10.** Матвійчук Н. М., Бурлачук Н. Ю., Гарбар Ж. В. Розвиток інновацій в сучасній банківській сфері України. *Молодий вчений.* 2015. № 5. С. 28–30. **11.** Неизвестная А. В. Обзор новейших электронных технологий и анализ развития современного банка. *Технологический аудит и резервы производства.* 2016. № 2. С. 28–31. **12.** Рац А. Н. Тенденции внедрения инновационных банковских продуктов в условиях глобализации мировых финансов. *Актуальные научные исследования в современном мире.* 2017. № 5. С. 112–116. **13.** Рошило В. І. Інновації в банківській сфері Україні. *Економічний аналіз.* 2016. № 2 (142). С. 15–20. **14.** Трудова М. Є. Інноваційні перспективи розвитку в банківській системі України. *Економіка і суспільство.* 2016. № 3. С. 485–490. **15.** Шмігельська З. К. Банківські інновації : суть, необхідність і розвиток. *Вісник Національного банку України.* 2014. № 6. С. 34–41. **16.** Якушева О. В. Конкуренція на ринку банківських послуг як мотив інноваційної діяльності банків. *Економічний аналіз.* 2014. № 15. С. 284–291. **17.** Санто Б. Инновация как средство экономического развития / пер. с венг. М. : Прогресс, 1990. 296 с. **18.** Шуба М. В., Рудник А. О. Світові тренди банківських інновацій. URL: http://www.economy.nayka.com.ua/pdf/12_2015/34.pdf. **19.** Степаненко О. П. Тенденції інноваційного розвитку банківської системи України. *Актуальні проблеми економіки.* 2012. № 6. С. 275–282. **20.** Босак О. В. Інноваційні діяльність як основний чинник підвищення конкурентоспроможності банку. *Економіка, планування і управління галузі.* 2009. № 5. С. 131–136. **21.** Гетьман Л. Г. Напрями розвитку інноваційної діяльності у банківській сфері. *Інтернаука.* 2016. № 12. С. 49–54. **22.** Чиж Н. М., Дзямулич М. І. Банківські інновації: проблеми та перспективи. *Економічні науки.* 2012. № 9 (4). С. 403–411. **23.** Кльоба Л. Г. Оцінювання рівня інноваційності банківських продуктів і послуг. *Ефективна економіка.* URL: http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=5024. **24.** Діденко С. В., Люзняк М. Е., Медвідь Т. А., Пантєлєєва Н. М. Строкові фінансові інструменти в системі ризик-менеджменту банку: фінансові інновації та управління : монографія. Київ : УБС НБУ, 2013. 292 с. **25.** Пшик Б. І. Удосконалення фінансово-кредитного стимулювання інвестиційної та інноваційної діяльності в Україні : монографія. Київ : УБС НБУ, 2010. 264 с. **26.** Жихор О. Б., Куценко Т. М. Інноваційний розвиток регіону : монографія. Київ : УБС НБУ, 2012. 253 с. **27.** Ілляшенко С. М. Маркетинг і менеджмент інноваційного розвитку : монографія. Суми : Університетська книга, 2006. 728 с. **28.** Черваньов Д. М. Менеджмент інноваційно-інвестиційного розвитку підприємств України. Київ : Знання, 2002. 215 с. **29**. Вертакова Ю. В., Симоненко Е. С. Управление инновациями: теория и практика : учебное пособие. М. : Эксмо, 2008. 432 с. **30.** Балабанов И. Т., Бондарь О. А., Комаров С. Н. Инновационный менеджмент : учебное пособие. СПб. : Питер, 2011. 304 с. **31.** Викулов В. С. Инновационная стратегия банка в условиях реорганизации: основные проблемы и решения. *Менеджмент в России и за рубежом.* 2005. № 2. С. 39–45. **32.** Козьменко С. Н., Васильєва Т. А., Леонов С. В. Маркетинг банківських інновацій. *Маркетинг і менеджмент інновацій.* 2011. № 1. С. 13–28. **33.** Дериг Х.-У. Универсальный банк – банк будущего. Финансовая стратегия на рубеже века / пер. с нем. М. : Международные отношения, 1999.

384 с. **34.** Лаврушин О. И. Банковский менеджмент : учебное пособие. М. : Кнорус, 2009. 560 с. **35.** Фролова И. И. Подходы к оценке затрат и выгод при отборе банковских инновационных проектов. *Экономический вестник Ростовского государственного университета.* 2012. № 12. С. 62–69. **36.** Жуков Е. Ф. Менеджмент и маркетинг в банках : учебное пособие. М. : Банки и биржи, Юнити, 1997. 191 с. **36.** Масленченков Ю. С. Технология и организация работы банка: теория и практика. М. : Дека, 1998. 432 с. **37.** Стадник В. В., Мала Г. В. Перспективи розвитку банківських інновацій для підвищення конкурентоспроможності банківської установи. *Вісник Хмельницького національного університету.* 2014. № 1. С. 170–173.

ЕКОНОМІЧНА БЕЗПЕКА СУЧАСНОГО ПІДПРИЄМСТВА

УДК 658:338.246

Третьякова К. І.

Студент 2 курсу
факультету консалтингу і міжнародного бізнесу ХНЕУ ім. С. Кузнеця

Анотація. *Розглянуто сутність і взаємозв'язок понять «економічна безпека підприємства», «ризик», «небезпека», «загроза». Подано класифікацію зовнішніх і внутрішніх загроз залежно від джерела (місця) їх утворення. Визначено методи протидії загрозам як один із напрямів забезпечення економічної безпеки.*

Ключові слова: *економіка, підприємство, організація, безпека, економічна безпека, ризик, небезпека, зовнішні загрози, внутрішні загрози, методи протидії загрозам.*

Аннотация. *Рассмотрены сущность и взаимосвязь понятий «экономическая безопасность предприятия», «риск», «опасность», «угроза». Представлена классификация внешних и внутренних угроз в зависимости от источника (места) их возникновения. Определены методы противодействия угрозам как одно из направлений обеспечения экономической безопасности.*

Ключевые слова: *экономика, предприятие, организация, безопасность, экономическая безопасность, риск, опасность, внешние угрозы, внутренние угрозы, методы противодействия угрозам.*

Annotation. *The essence and interrelation of the concepts «economic security of the enterprise», «risk», «danger», «threat» are considered. Classification of external and internal threats is presented depending on the source (place) of their occurrence. Methods of countering threats as one of the directions of ensuring economic security are defined.*

Keywords: *economy, enterprise, organization, security, economic security, risk, danger, external threats, internal threats, methods of countering threats.*

Наростання кризових явищ, невизначеність і динамічність економічної ситуації в Україні вимагають від підприємців посиленої уваги до питань власної економічної безпеки, адже будь-яка підприємницька діяльність завжди є пов'язаною із ризиком. Від чіткості та правильності ідентифікації загроз, зваженого вибору інструментів вимірювання їх прояву залежить стабільність функціонування підприємства. У зв'язку з цим актуальності набувають пошуки нестандартних стратегічних засобів протидії загрозам і забезпечення високого рівня економічної безпеки підприємства.

Дослідженню питань загроз економічній безпеці, як на рівні національної економіки, так і на рівні окремих суб'єктів господарювання, присвятили свої праці відомі науковці-економісти: Кантаєва О. В., Тулуб О. М., Пашнюк Л. О., Кристиняк М. Б., Топалов С. А., Шевченко В. В, Жило П. А., Щербакова Д. А., Фальченко О. О., Глушач Ю. С. та ін. Науковці зосереджують увагу на процесі визначення загроз, їх класифікації та впливу на економічну безпеку підприємства, але питання нейтралізації загроз є недостатньо опрацьованим вітчизняною наукою.

Метою написання статті є дослідження загроз економічній безпеці сучасних підприємств і визначення методів протидії.

© Третьякова К. І., 2017

На сьогодні головним завданням підтримки стабільності на рівні підприємств є недопущення критичного й тим більше катастрофічного стану, уникнення кризової ситуації. Для підприємства економічна безпека відображає захищеність його діяльності від негативних впливів, спроможність швидко усунути різнохарактерні загрози, адаптуватися до поточних умов.

Дослідження сутності поняття економічної безпеки підприємства засвідчило, що в економічній теорії та практиці не існує єдиного підходу до її визначення. Так, деякі науковці під економічною безпекою розуміють такий стан ефективного використання ресурсів підприємства (капіталу, персоналу, інформації, технології, техніки тощо) та наявних ринкових можливостей, що дозволяє запобігати негативному впливу внутрішніх і зовнішніх загроз і забезпечувати його довгострокове виживання та стійкий розвиток на ринку відповідно до обраної місії (статутних завдань).

Васильцев Т. пропонує під економічною безпекою підприємства розглядати такий стан функціонування, за якого підприємство та його продукція є конкурентоспроможними на ринку. Одночасно гарантованими є стабільність функціонування та прогресивність розвитку, можливість протистояти негативним впливам зовнішнього та внутрішнього середовища функціонування [4].

Бендіков М. зазначає, що під економічною безпекою суб'єкта господарювання слід розуміти захищеність його науково-технічного, технологічного, виробничого та кадрового потенціалу від прямих (активних) чи непрямих (пасивних) економічних загроз, що є, наприклад, пов'язаними із неефективною науково-промисловою політикою держави або формуванням несприятливого зовнішнього середовища, і здатність до його відтворення.

Недосконалістю аналізованих визначень є те, що на перший план висунуто саме забезпечення економічної безпеки підприємства, а безпосередні заходи щодо запобігання негативному впливу внутрішніх і зовнішніх загроз відійшли на другий план.

Більш обґрунтованим є визначення поняття економічної безпеки підприємства як складної категорії, що характеризує спроможність створеної на підприємстві системи протистояти дестабілізуючій дії внутрішніх і зовнішніх факторів задля забезпечення ефективного використання його ресурсів (капіталу, персоналу, інформації, технології, техніки тощо), наявних ринкових можливостей (конкурентоспроможності), а також виконання інших статутних завдань у поточному періоді та в перспективі [3].

Якщо порівнювати ризик, небезпеку або загрозу на побутовому рівні, то між цими поняттями немає відмінностей. Однак, якщо розглядати ці поняття з точки зору економічної безпеки, ці поняття характеризуватимуть категорії різного рівня. Щоб усвідомити різницю щодо тлумачення цих понять, необхідно розглянути кожне окремо [2].

Загроза створює істотну небезпеку стійкому функціонуванню економічної системи. Якщо дослідити появу загрози у послідовності, то спочатку виникає ризик, тобто причина, за якої можливе виникнення негативних впливів на організацію. Потім виникає небезпека у вигляді реальних втрат, які слід розглядати як сигнал можливого переростання в загрозу. Тобто загроза – це сукупність умов і факторів, які створюють небезпеку для реалізації економічних інтересів, яка, у свою чергу, може створювати різні ризики.

Загроза економічній безпеці – це сукупність умов і факторів, які перешкоджають реалізації економічних інтересів підприємства і створюють умови для завдання шкоди фірмі [2].

Науковець Мігус І. П. вважає, що найбільшого поширення у науці отримала класифікація загроз залежно від місця знаходження джерела загрози – розподіл на зовнішні та внутрішні.

Найнебезпечнішими зовнішніми загрозами є:

– політична ситуація в країні: розбалансованість у діяльності органів влади, негативні наслідки реформування економіки, загострення кримінальної ситуації, обмеження демократичних досягнень суспільства, тотальна корупція в усіх сферах;

– втрата державного контролю над природними монополіями, послаблення регулюючої функції держави в ціновій політиці;

– зміни валютного курсу у зв'язку із тим, що в Україні має місце доларизація економіки, розрахунки відбуваються за схемою: «долар–гривня–долар» [5];

– ризикова кредитно-грошова політика держави в банківській сфері, неефективна податкова система;

– зростання інфляції та відсутність нормального інвестиційного клімату в реальному секторі економіки;

– руйнування системи відтворення промислового потенціалу внаслідок низької інвестиційної активності;

– створення сприятливих умов для привласнення й вивезення капіталу за межі країни;

– дискримінація з боку зарубіжних країн;

– недобросовісна конкуренція (економічне шпигунство, підробка продукції конкурентів, обман споживачів, махінації з діловою звітністю);

– відсутність чіткої концепції, стратегії та програми соціально-економічного розвитку з реально досяжними цілями [2–5].

Внутрішні загрози економічній безпеці підприємства виникають безпосередньо в сфері його господарської діяльності. До них належать суттєві прорахунки в тактичному та стратегічному плануванні, що є пов'язаними із невірною оцінкою можливостей підприємства; помилки в прогнозуванні зовнішнього середовища; використання високозатратних матеріалів, обладнання, програмного забезпечення, технологій у цілому, а також технологій, у яких відсутні елементи захисту; неадекватні ситуації, у яких проводиться підприємницька діяльність; відсутність або поверхневе ставлення до маркетингової стратегії підприємства; вибір ненадійних партнерів та інвесторів; зростання взаємних неплатежів за високою дебіторською заборгованістю; недостатня патентна захищеність [4].

Визначення методів протидії загрозам є важливим заходом задля ефективної роботи системи економічної безпеки. Кожне підприємство є індивідуальним за своїми можливостями та потребами, тому й заходи протидії мають бути відповідними; розглянемо деякі з них.

Методи уникнення загроз: відмова від ненадійних партнерів і постачальників; від прийняття ризикованих рішень; від банківських кредитів, якщо ситуація на фінансовому ринку є несприятливою для підприємства; відмова від авансових оплат постачальникам і реалізації на умовах відстрочки платежів; розробка схем ділової активності із уникненням зон найбільших збитків.

Методи передачі ризиків від загроз: страхування (передача ризику страховій компанії за певну плату); фінансові гарантії, доручення; внесення до тексту документів спеціальних умов, які зменшують власну відповідальність підприємства за настання непередбачених випадків.

Методи компенсації: страхування за рахунок створення системи резервів (резервних фондів, страхових запасів фінансових ресурсів (коштів); нерозподіленого залишку прибутку; розробка й упровадження системи штрафних санкцій для контрагентів підприємства [5].

Таким чином, нині вітчизняні підприємці змушені адаптуватися до умов нестабільності й активізувати пошук адекватних рішень складних проблем і шляхів зниження загроз. Першочерговими завданнями на шляху нейтралізації загроз і попередження зниження рівня економічної безпеки підприємства є створення системи економічної безпеки, розробка методів протидії можливим загрозам і напрямків мінімізації негативних впливів, що дасть змогу оцінити ефективність запроваджених заходів.

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

Література: 1. Костюк Ж. С. Поняття ризику, небезпеки та загрози як базових категорій розкриття сутності економічної безпеки України. *Вісник економіки транспорту і промисловості.* 2013. № 43. С. 146–147. **2.** Жило П. А., Щербакова Д. А. Характеристика ключевых угроз экономической безопасности предприятия. *Социально-экономические явления и процессы.* 2013. № 5. С. 89–93. **3.** Топалов С. А., Шевченко В. В. Вплив внутрішніх і зовнішніх загроз на економічну безпеку підприємства. *Економічна безпека підприємства.* 2014. № 9. С. 158–159. **4.** Пашнюк Л. О. Загрози економічній безпеці підприємства та засоби їх нейтралізації. *Вісник Київського національного університету імені Тараса Шевченка. Економіка.* 2013. № 10 (151). С. 93–99. **5.** Кристиняк М. Б. Визначення загроз для економічної безпеки малого підприємства та формування алгоритму протидії їм. *Економічні науки.* 2016. № 2 (53). С. 271–275.

КОМПЛЕКСНА СИСТЕМА УПРАВЛІННЯ ЯКІСТЮ ПРОДУКЦІЇ: ЗАРУБІЖНИЙ ДОСВІД

УДК 658.562:005.336.4-027.63

Трехліб О. О.

Студент 2 курсу
факультету консалтингу і міжнародного бізнесу ХНЕУ ім. С. Кузнеця

Анотація. *Проаналізовано зарубіжний досвід стосовно управління якістю продукції. Обґрунтовано необхідність його впровадження та застосування на вітчизняних підприємствах.*

Ключові слова: *підприємство, організація, продукція, система управління якістю, зарубіжний досвід, конкурентоспроможність, контроль якості.*

Аннотация. *Проанализирован зарубежный опыт управления качеством продукции. Обоснована необходимость его внедрения и применения на отечественных предприятиях.*

Ключевые слова: *предприятие, организация, продукция, система управления качеством, зарубежный опыт, конкурентоспособность, контроль качества.*

Annotation. *The foreign experience in product quality management is analyzed. The necessity of its introduction and application in the domestic enterprises is grounded.*

Keywords: *enterprise, organization, products, quality management system, foreign experience, competitiveness, quality control.*

Важливою умовою успішного розвитку підприємства є розробка й виготовлення конкурентоспроможної продукції, що залежить від якості виробництва. За сучасних ринкових умов для вітчизняних підприємств різних галузей дуже актуальним є питання про впровадження й удосконалення системи управління якістю продукції, адже старі підходи в управлінні якістю не відповідають вимогам сучасності. Отже, проблемам якості продукції вітчизняних промислових підприємств слід приділяти належну увагу.

Дослідженням питань управління якістю продукції займалися як зарубіжні, так і вітчизняні науковці, серед них Кларк Г., Кондо Е., Кросбі Ф., Окес Д., Адлер Ю., Бляхман Л., Генкін Б., Бурбела О. В., Шалагай Ю. О., Сідоров В. О., Фатхудінов Р. А. та ін.

Метою написання статті є аналіз систем управління якістю на зарубіжних підприємствах і обґрунтування доцільності їх упровадження на сучасних вітчизняних підприємствах

Створення й упровадження нової сучасної системи управління якістю продукції вимагає вивчення й аналізу досвіду зарубіжних країн. Усі промислово розвинені країни активно працюють у сфері якості продукції, шукають шляхи вирішення проблеми підвищення якості продукції та її конкурентоспроможності на світовому ринку. Розглянемо зарубіжні системи управління якістю продукції на прикладі провідних регіонів світу: США, Японія, Європа. Підприємства в країнах цих регіонів світу якнайкраще демонструють можливість об'єктивно оцінювати побажання споживачів, урахувати їх, визначати можливості виробництва, знаходити слабкі місця, правильно обирати коригувальні дії, а найголовніше – обирати шляхи вдосконалення якості продукції.

Розглянемо досвід управління якістю на підприємствах Сполучених Штатів Америки (США). У США завжди вважали, що низька якість продукції гальмує розвиток економіки, тому американці приділяють належну увагу контролю якості. Спеціалісти США стверджують, що контроль якості суттєво впливає на створення високотехнічного рівня, на високоякісне виготовлення й обслуговування продукції. Такий контроль називають всебічним, оскільки він дозволяє здійснювати постійний, всебічний нагляд за якістю. Його поділяють на чотири стадії:

– контроль за розробкою нової конструкції, який передбачає розробку й виготовлення;

– вихідний контроль матеріалів і комплектуючих виробів, завданням якого є запуск у виробництво тільки тих матеріалів, які забезпечують якість готової продукції;

– контроль якості виготовлення, що передбачає план контролю, тобто розподіл контрольних операцій технологічного процесу;

– контроль якості обслуговування продукції у споживача [1].

Також на підприємствах США системи управління якістю продукції передбачають юридичну відповідальність виробників. Керівними при цьому є два принципи:

© Трехліб О. О., 2017

– юридична відповідальність виробника та фірми-продавця за продукцію незадовільної якості;

– наявність повної, точної та достовірної інформації про строк служби, безпеки і показники якості продукції [1].

Американські науковці та спеціалісти вважають, що для ефективної системи управління якістю продукції контроль за якістю має здійснювати особисто директор підприємства.

У американській практиці контролю за якістю продукції застосовуваними є такі статистичні методи:

– контрольні карти, які дозволяють систематизувати й накопичувати інформацію про дефекти продукції, що повторюються;

– таблиці вибіркового контролю – поширення результатів оцінки на всю сукупність продукції;

– методи теорії ймовірності, як для оцінки надійності, так і для прогнозування змін інших показників якості [2].

На підприємствах США практикують застосування готових системних програм з контролю якості. Так, програма «нуль дефектів», розроблена Ф. Кросбі, користується великою популярністю. Зазвичай ця програма містить такі положення: переконання співробітників у важливості здійснення програми й особистій участі в цьому кожного, визнання рівня додаткових витрат на якість, розробка прийомів мотивації якісної праці, конкретизація методів контролю, загальне навчання методам якісної роботи, розробка індивідуальних програм бездефектної роботи. Уся робота в межах програми закінчується зазвичай аналізом зробленого, підбиттям підсумків і впровадженням програми на наступний термін [3].

Але не всі країни підтримують таку практику. Наприклад, у Німеччині тільки малі підприємства працюють за такою програмою, а великі корпорації відмовляються від неї, аргументуючи це тим, що кожний працівник має вчитися на власних помилках у процесі виробництва.

Основні принципи контролю за якістю в США полягають у особливій увазі до планування виробництва, адміністративного контролю за виконанням плану, застосуванні прийомів математичної статистики, удосконаленні управління підприємством на всіх рівнях.

Японський досвід управління якістю має свої особливості. Японію можна сміливо назвати країною, яка якості продукції приділяє найбільшу увагу. Японці на постійній основі працюють над удосконаленням своєї продукції. Розглядаючи японський підхід до системи управління якістю продукції, неможливо не сказати про особливу увагу до контролю якості: упровадження обчислювальної та мікропроцесорної техніки, нових матеріалів, автоматизованих систем проектування, широке застосування статистичних методів, комп'ютеризація виробництва. Японські керівники прагнуть співпрацювати із постачальниками, виробниками і споживачами на принципах взаємної довіри, оскільки це позитивно впливає на рівень якості продукції.

Ефективність японської системи управління якістю продукції також забезпечується функціонуванням відділів менеджменту, роботі яких приділяється максимум уваги. Однією з особливих рис японської системи є управління трудовими ресурсами. Японські корпорації налагоджують роботу працюючих у такий спосіб, щоб останні працювали максимально ефективно.

Для цього здійснюється підготовка та навчання персоналу. Японці впевнені, що програма навчання має бути індивідуальною для кожного підприємства залежно від конкретних задач діяльності. Навчання закінчується атестацією, яка періодично повторюється, а результати атестації вивішують на робочих місцях.

Такі заходи стимулюють працюючих до підвищення якості роботи. Особливим заходом щодо підвищення якості на японських підприємствах є робота гуртків якості, які є добровільними на кожному підприємстві. Їх робота є дозволеною навіть у робочий час, а якщо такі гуртки збираються після роботи, то компанія виплачує компенсацію [4].

На підприємствах Японії впроваджується особлива програма, яка має назву «П'ять нулів». Ця система є спрямованою на запобігання дефектам виробництва. У програмі п'ять правил, яких має дотримуватися кожний працюючий: 1) не створювати умови для появи дефектів; 2) не передавати дефектну продукцію на наступну стадію; 3) не брати дефектну продукцію з попередньої стадії; 4) не змінювати технологічні режими; 5) не повторювати помилок. Ці правила деталізують для всіх етапів підготовки виробництва і доводять до кожного працівника.

Особливостями японського досвіду управління системами якості є:

– широке впровадження наукових розробок у галузі управління й технології;

– високий ступінь комп'ютеризації всіх операцій управління, аналізу та контролю за виробництвом;

– спрямованість на контроль якості процесів, а не якості продукції, запобігання дефектам;

– орієнтація на постійне вдосконалення процесів і результатів праці в усіх підрозділах;

– упровадження нетипових програм для мотивації працівників (гуртки якості, програма «П'ять нулів»);

– постійне навчання персоналу [5].

Європейський підхід в управлінні якістю продукції має свої відмінні риси. У європейських країнах системі управління якістю продукції приділяють значну увагу, але вона набула такого поширення значно пізніше, аніж у США чи Японії. Відповідно, європейські країни застосовують вже існуючі в США та Японії системи управління якістю продукції. Основою системи управління якістю продукції на підприємствах Німеччини є достатня кваліфікація робочих і їх сумлінне ставлення до праці. Висока надійність німецької продукції виникла в результаті добре спланованої системи навчання робочих, і нині ця система є використовуваною в країнах Європи. Тому кваліфікація робочих кадрів, яка, у свою чергу, впливає на якість продукції, у Німеччині є на порядок вищою, аніж у США [6].

Європейський підхід до системи управління якістю продукції передбачає контроль і виявлення дефектів виробництва, оскільки чим пізніше виявляється помилка, тим більші витрати на її усунення матиме підприємство. Контроль якості європейської продукції проводиться на державному рівні за системою стандартів ДІН ISO 9000.

Загальний контроль якості, що є здійснюваним на підприємствах у США, Японії та країнах Західної Європи, передбачає три обов'язкові умови:

– вище керівництво підприємства бере безпосередню участь у контролі за якістю продукції;
– усі без винятку підрозділи підприємства вживають заходів задля підвищення якості;
– процес навчання персоналу є орієнтованим на підвищення мотивації та здійснюється регулярно [2; 6].

Практика багатьох країн світу засвідчує, що впровадження різноманітних методів підвищення якості продукції часто вимагає докорінної зміни основ функціонування підприємства. Такі зміни не завжди можна впровадити, оскільки не всі підприємства мають матеріальні засоби, тому не всі методи управління можуть бути застосовані на вітчизняних підприємствах. На українських підприємствах проблему якості можна вирішити на підставі досвіду провідних країн світу, але із урахуванням систем комплексного підходу до антикризового управління, взаємопов'язаних і одночасного здійснюваних технічних, організаційних, економічних, правових і соціальних заходів. Тільки за таких умов можна вдосконалити якість продукції [7].

Таким чином, міжнародний досвід якнайкраще засвідчує необхідність упровадження заходів щодо підвищення якості продукції на сучасних вітчизняних підприємствах. Для максимального ефекту українським підприємствам важливо не лише застосовувати зарубіжний досвід, а й ураховувати національні особливості, у тому числі спосіб ведення бізнесу, національні традиції, а також менталітет підприємців і споживачів.

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

Література: 1. Зарубежный опыт управления качеством продукции // Тулпар. URL: http://tulpar.kpfu.ru/mod/book/tool/print/index.php?id=24200. **2.** Безродна С. М. Управління якістю продукції на основі досвіду радянських та зарубіжних систем. *Сталий розвиток економіки.* 2012. № 17. С. 351–355. **3.** Фетисова О. В., Злобина Н. В. Зарубежный опыт управления качеством в рамках реализации бизнес-процессов предприятия. *Вопросы современной науки и практики.* 2012. № 3. С. 240–241. **4.** Весперіс С. З. Закордонний досвід управління якістю // Сучасна економічна наука: теорія та практика : матеріали Міжнародної науково-практичної конференції (Одеса, 26–27 жовтня 2012 р.). Одеса : Центр економічних досліджень та розвитку, 2012. С. 47–49. **5.** Гелич Н. В. Опыт управления качеством продукции экономически развитых стран. *Экономика: проблемы теории и практики*. 2009. № 249. С. 71–76. **6.** Управление качеством в Европе. URL: https://knowledge.allbest.ru/management. **7.** Бурбела О. В., Шалагай Ю. О. Розвиток систем управління якістю продукції в Україні. *Економічний простір.* 2011. № 49. С. 55–59. **8.** Бойчик І. М. Економіка підприємства : підручник. Київ : Кондор, 2016. 378 с.

ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ БАНКІВСЬКОГО ІНВЕСТИЦІЙНОГО КРЕДИТУВАННЯ

УДК 336.71

Тункель Н. Д.

Студент 4 курсу
фінансового факультету ХНЕУ ім. С. Кузнеця

Анотація. *Досліджено вплив банківського інвестиційного кредитування на соціально-економічний розвиток України. Проаналізовано сучасний стан банківського кредитування інвестиційної діяльності. Конкретизовано фактори впливу на банківське кредитування інвестиційної діяльності. Визначено напрями активізації механізму банківського кредитування інвестиційної діяльності, а також перспективи розвитку банківського інвестиційного кредитування в Україні.*

Ключові слова: *банк, банківська установа, банківська система, інвестиції, кредит, кредитування, банківське інвестиційне кредитування, інвестиційний кредит, інноваційний розвиток, механізм інвестиційного кредитування.*

Аннотация. *Исследовано влияние банковского инвестиционного кредитования на социально-экономическое развитие Украины. Проанализировано современное состояние банковского кредитования инвестиционной деятельности. Конкретизированы факторы влияния на банковское кредитование инвестиционной деятельности. Определены направления активизации механизма банковского кредитования инвестиционной деятельности, а также перспективы развития банковского инвестиционного кредитования в Украине.*

Ключевые слова: *банк, банковское учреждение, банковская система, инвестиции, кредит, кредитование, банковское инвестиционное кредитование, инвестиционный кредит, инновационное развитие, механизм инвестиционного кредитования.*

Annotation. *The influence of bank investment lending on the socio-economic development of Ukraine is studied. The modern state of bank crediting of investment activity is analyzed. Factors of influence on bank crediting of investment activity are specified. The directions of activation of the mechanism of bank crediting of investment activity, as well as prospects of development of bank investment crediting in Ukraine are determined.*

Keywords: *bank, banking institution, banking system, investments, credit, crediting, bank investment crediting, investment credit, innovative development, investment lending mechanism.*

Банківське інвестиційне кредитування є надзвичайно важливим для розвитку банківської системи в цілому. Інвестиційне кредитування спроможне генерувати значні кредитні потоки, що надають змогу банківській установі отримувати прибуток. Нині вітчизняні банківські установи функціонують за складних фінансово-економічних умов, що є пов'язаними із трансформаційними економічними змінами в країні. Зауважимо, що за умов ринкової економіки посилюється значення інвестиційних процесів, які спроможні забезпечити розвиток пріоритетних сфер економіки.

Специфіка цих процесів полягає в тому, що вони завжди повинні мати фінансове забезпечення, яке спиратиметься переважно на позиковий ресурс. Проблема полягає у пошуку оптимального рішення у сфері інвестиційного кредитування як з позиції банківської установи, так і з позиції суб'єкта господарювання (позичальника). Розуміння необхідності нових підходів до розробки етапів банківського інвестиційного кредитування, обґрунтування взаємозв'язку та націлення їх на пошук найбільш раціональних і оптимальних методів досягнення кінцевої інвестиційної мети є дуже важливим завданням у процесі розгляду інвестиційного кредитування.

Актуальність цієї теми є пов'язаною із тим, що нині перед економікою України стоїть важливе завдання підвищення конкурентоспроможності вітчизняної продукції на світовому ринку, що потребує значних обсягів інвестицій на модернізацію виробничих комплексів і розвиток національної інфраструктури. Зважаючи на дефіцит державного бюджету, незначні обсяги інвестування іноземного капіталу в економіку України через низький рівень державного та корпоративних міжнародних кредитних рейтингів, низькі темпи нарощування власного інвестиційного капіталу суб'єктів господарювання, основним джерелом інвестиційних ресурсів для підприємств є банківське інвестиційне кредитування. За сучасних економічних умов банківській системі належить провідна роль у забезпеченні економічного розвитку країни. Підвищення ресурсної бази банківського кредиту в інвестиційній сфері потребує комплексного наукового вивчення. Дослідження цієї теми дозволить поглибити теоретичні пошуки щодо побудови ефективного механізму кредитування інвестиційних проектів, подальшого розширення участі фінансово-кредитних інститутів у їх реалізації.

© Тункель Н. Д., 2017

Існує досить щільний кореляційний зв'язок між рівнем розвитку фінансового, у тому числі й банківського сектора і темпами зростання економіки, що зумовлено поглибленням глобалізації у фінансовій сфері, процесами об'єднання й взаємопроникнення банківських, промислових і торговельних капіталів. На сьогодні особливої актуальності набувають питання активізації механізму банківського кредитування інвестиційної діяльності в Україні як ключового інструмента стимулювання соціального й економічного зростання [1; 2].

Дослідженням особливостей розвитку та перспектив інвестиційного кредитування займалися Пшик Б. І., Воробйова О. І., Пантелєєва Н. М., Черевик Н. В., Лепак Р. І., Москвін В. А. та ін.

Метою написання статті є дослідження сучасного стану кредитно-інвестиційної діяльності банків і перспектив розвитку інвестиційного кредитування, а також розробка напрямків удосконалення інвестиційної банківської діяльності.

Банк – це кредитно-фінансова установа, що здійснює грошові розрахунки, акумулює грошові кошти та інші цінності, надає кредити та здійснює інші послуги за фінансовими операціями. На сьогодні інвестиційний потенціал вітчизняної банківської системи є досить слабким і незначним, а його нестабільність значно обмежує інвестиційні операції банків. Однак, слід сказати, що інвестиційна діяльність банківських установ характеризується позитивними результатами як для економіки країни, так і власне для банків [2].

Основними проблемами розвитку банківського інвестиційного кредитування в Україні є:

– зниження кредитоспроможного попиту потенційних позичальників;

– високий ризик неповернення та зростання обсягів проблемних кредитів;

– зменшення довгострокової ресурсної бази банків;

– наявність у банків більш доходних і менш ризикованих сегментів розміщення ресурсів, ніж підприємства реального сектора;

– недосконалість законодавчої бази: закони перважно захищають права позичальника, а не кредитора;

– існування диспропорцій у темпах розвитку між фінансовим і реальним секторами національної економіки;

– низька капіталізація банківської системи й існування в Україні значної кількості дрібних банків;

– високі процентні ставки.

Розвиток вітчизняної банківської системи стримується також за рахунок проблем, які притаманні суто банківській системі, серед них:

– недостатній рівень капіталізації банківської системи;

– відсутність у більшості банків ефективних механізмів та інструментів управління ризиками, планування та стратегії розвитку;

– незадовільний фінансовий стан значної кількості потенційних позичальників і низька рентабельність інвестиційних проектів;

– низький рівень банківського менеджменту та корпоративного управління;

– недостатня ефективність банківського нагляду, зокрема в частині нагляду на підставі оцінки ризиків банківської діяльності [3].

За результатами аналізу проблем інвестиційного кредитування виокремлено комплекс проблем, які стримують розвиток інвестиційного кредитування:

– недостатня капіталізація банківських установ;

– незначні обсяги довготермінових ресурсів інвестиційного характеру та їх висока вартість;

– відсутність стимулюючих заходів щодо залучення банківських ресурсів у інвестиційну сферу.

Вирішення цих проблем має здійснюватися системно, починаючи з визначення причин, до окреслення комплексу заходів, що є спрямованими на розв'язання відповідних проблем на макрорівні та мікрорівні [5].

Інвестиційна діяльність банків та економічне зростання є взаємопов'язаними процесами.

Основними напрямками стимулювання розвитку банківського інвестиційного кредитування в Україні є:

– розробка ефективної державної політики у сфері інвестиційної діяльності, державної стратегії розвитку інвестиційної діяльності в Україні;

– прийняття концепції створення системи інвестиційного кредитування, яка б визначила єдині стратегічні підходи до державної політики;

– надання пільг, зокрема податкових, кредитору та позичальнику кредитів на інвестиційні цілі, визначені державою як пріоритетні [6].

Факторами активізації інвестиційного кредитування банківських установ є:

– податкове заохочення банків, які кредитують пріоритетні інвестиційні напрями за пільговою ставкою шляхом віднесення на валові витрати суми різниці між середньою кредитною ставкою в цьому банку та ставкою пільгового інвестиційного кредитування позичальника;

– зменшення оподаткування прибутку банків, отриманого від довгострокових операцій із інвестиційного кредитування пріоритетних напрямів терміном понад п'ять років;

– звільнення від оподаткування тієї частини прибутку банку, яка буде використана на інвестиційне кредитування пріоритетних для держави сфер економіки в одному звітному періоді [4; 5].

Що стосується банків, то факторами підвищення інвестиційного кредитування мають стати:

– удосконалення системи банківського менеджменту, і передусім створення організаційної структури, що передбачає самостійний інвестиційний департамент;

– створення нормативно-правової бази, що регламентує процеси інвестиційного кредитування, та її своєчасне оновлення;

– постійне вдосконалення методики оцінки ефективності банківського інвестиційного кредитування із дотриманням правил фінансового аналізу;

– розробка уніфікованих інвестиційних продуктів задля зниження витрат, що є пов'язаними з відбором інвестиційних проектів та їх супроводом;

– підвищення кваліфікації співробітників інвестиційного департаменту, і зокрема співробітників групи інвестиційного кредитування [5].

Для розширення обсягів інвестиційного кредитування необхідно запровадити механізми й інструменти, які були б стимулами для банків, певними гарантами їх фінансової стійкості.

Важливо усвідомити сутність поняття інвестиційного кредитування, його сутнісні характеристики. Банківське інвестиційне кредитування визначатимемо як економічну категорію, що розкриває цикл взаємовідносин на принципі довгострокового кредитування [1–5].

Кредитно-інвестиційна діяльність банків є важливим джерелом розвитку реального сектора економіки, що забезпечує тісний зв'язок між секторами юридичних осіб, фізичних осіб і банківських установ.

Таким чином, для вітчизняної банківської системи важливим є залучення інноваційних сегментів до сфери інвестиційного кредитування, що доцільно здійснювати шляхом залучення кредитними менеджерами більш адаптованих у зарубіжній практиці та науково обґрунтованих вітчизняними науковцями способів і прийомів у сфері організаційного циклу банківського інвестиційного кредитування. Слід на макроекономічному рівні розглянути можливість розробки нормативно-законодавчого акта задля вироблення єдиних правил здійснення банківського інвестиційного кредитування. Потрібно також запровадити заходи, які сприятимуть зростанню масштабів кредитно-інвестиційної діяльності банківських установ. Очевидно, що стимулювання цієї сфери слід розпочати зі створення стабільних умов розвитку національної економіки. Перспективою подальших досліджень є пошук шляхів удосконалення механізму інвестиційного банківського кредитування й аналіз моделей оцінки ризиків інвестиційних проектів для всіх учасників.

Науковий керівник – канд. екон. наук, доцент Дзеніс В. О.

Література: 1. Пшик Б. І. Банківська діяльність в Україні: проблеми, перспективи розвитку, напрями вдосконалення / за заг. ред. Б. І. Пшика. Київ : УБС НБУ, 2008. 120 с. **2.** Воробйова О. І. Підвищення інвестиційної активності банківських інститутів України. *Фінанси, банки, інвестиції.* 2011. № 3. С. 71—75. 3. Пантєлєєва Н. М. Тенденції розвитку банківського бізнесу як передумова активізації інноваційної діяльності вітчизняних банків. *Вісник університету банківської справи Національного банку України.* 2012. № 1. С. 170—177. **4.** Черевик Н. В. Діяльність інвестиційних банків в Україні: проблеми та перспективи розвитку. URL: http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=133. **5.** Лепак Р. І. Сучасні інструменти активізації інвестиційного кредитування. *Науковий вісник Ужгородського університету.* 2006. № 3. С. 262—270. **6.** Москвин В. А. Кредитирование инвестиционных проектов: рекомендации для предприятий и коммерческих банков. М. : Финансы и статистика, 2001. 240 с.

КЛАСИФІКАЦІЙНІ АСПЕКТИ ФІНАНСОВИХ РЕЗУЛЬТАТІВ ПІДПРИЄМСТВА

УДК 658.14/.17)

Урум А. Д.

Студент 4 курсу
фінансового факультету ХНЕУ ім. С. Кузнеця

Анотація. *Досліджено класифікаційні аспекти та значення фінансових результатів підприємства для підвищення ефективності їх аналізу. Сформовано узагальнену класифікацію за головними ознаками видів фінансових результатів.*

Ключові слова: *підприємство, організація, фінанси, фінансовий стан, фінансова стійкість, фінансові результати, класифікація, класифікаційні ознаки, прибуток.*

Аннотация. *Исследованы классификационные аспекты и значение финансовых результатов предприятия для повышения эффективности их анализа. Сформирована обобщенная классификация по главным признакам видов финансовых результатов.*

Ключевые слова: *предприятие, организация, финансы, финансовое состояние, финансовая устойчивость, финансовые результаты, классификация, классификационные признаки, прибыль.*

Annotation. *The classification aspects and importance of financial results of the enterprise for increasing the efficiency of their analysis are investigated. A generalized classification based on the main features of the types of financial results is formed.*

Keywords: *enterprise, organization, finance, financial condition, financial stability, financial results, classification, classification characteristics, profit.*

Для ефективного функціонування підприємства велике значення мають фінансові результати – якісний показник результативності господарської діяльності, підсумок, що є вираженим у грошовій формі. За цим показником можна оцінити доцільність існування підприємства. Фінансові результати відображають різницю всіх видів доходів і витрат, можуть мати додатне або від'ємне значення залежно від того, прибуток або збиток має підприємство [1]. Актуальність цього дослідження є зумовленою значним впливом фінансових результатів на результативність функціонування суб'єктів господарювання та економіки України в цілому.

Дослідженням класифікаційних аспектів фінансових результатів підприємства займалися вітчизняні та зарубіжні науковці, серед них Гарматюк О. О., Добринь С. В., Рета М. В., Пляка Г. О., Білий М. М., Левицька О. О. та ін. Однак, незважаючи на наявність численних теоретичних розробок, існують певні розбіжності щодо розуміння сутності та змісту окремих видів фінансових результатів.

Метою написання статті є узагальнення класифікаційних аспектів фінансових результатів підприємств на основі опрацювання та критичного аналізу літературних джерел.

На сьогодні нормативно-правові акти, що регламентують порядок визначення результатів діяльності підприємства, не містять класифікації фінансових результатів, яку можна було б використати для ефективного аналізу діяльності підприємства. Але класифікація фінансових результатів є необхідною передусім для прийняття ефективних управлінських рішень користувачами фінансової інформації, а тому повинна мати групування за певними ознаками.

Класифікація фінансових результатів дасть змогу чітко аналізувати види прибутку, допоможе визначити, яка діяльність приносить підприємству максимальні доходи, а яка, навпаки, акумулює значні витрати. Це, у свою чергу, стане підставою для покращення організації того виду діяльності, що генерує низький рівень доходів. Побудова й удосконалення системи організації формування та розподілу фінансових ресурсів є одним із найважливіших елементів діяльності підприємства [2].

Проведений аналіз літературних джерел є підставою для формування узагальненої класифікації фінансових результатів підприємства (рис. 1) [3–5].

За першою класифікаційною ознакою – видом діяльності фінансові результати розподіляють на два основні види: фінансові результати від звичайної та надзвичайної діяльності. Звичайна діяльність охоплює операційну, фінансову та інвестиційну діяльність, тому і фінансові результати поділяються на такі види.

© Урум А. Д., 2017

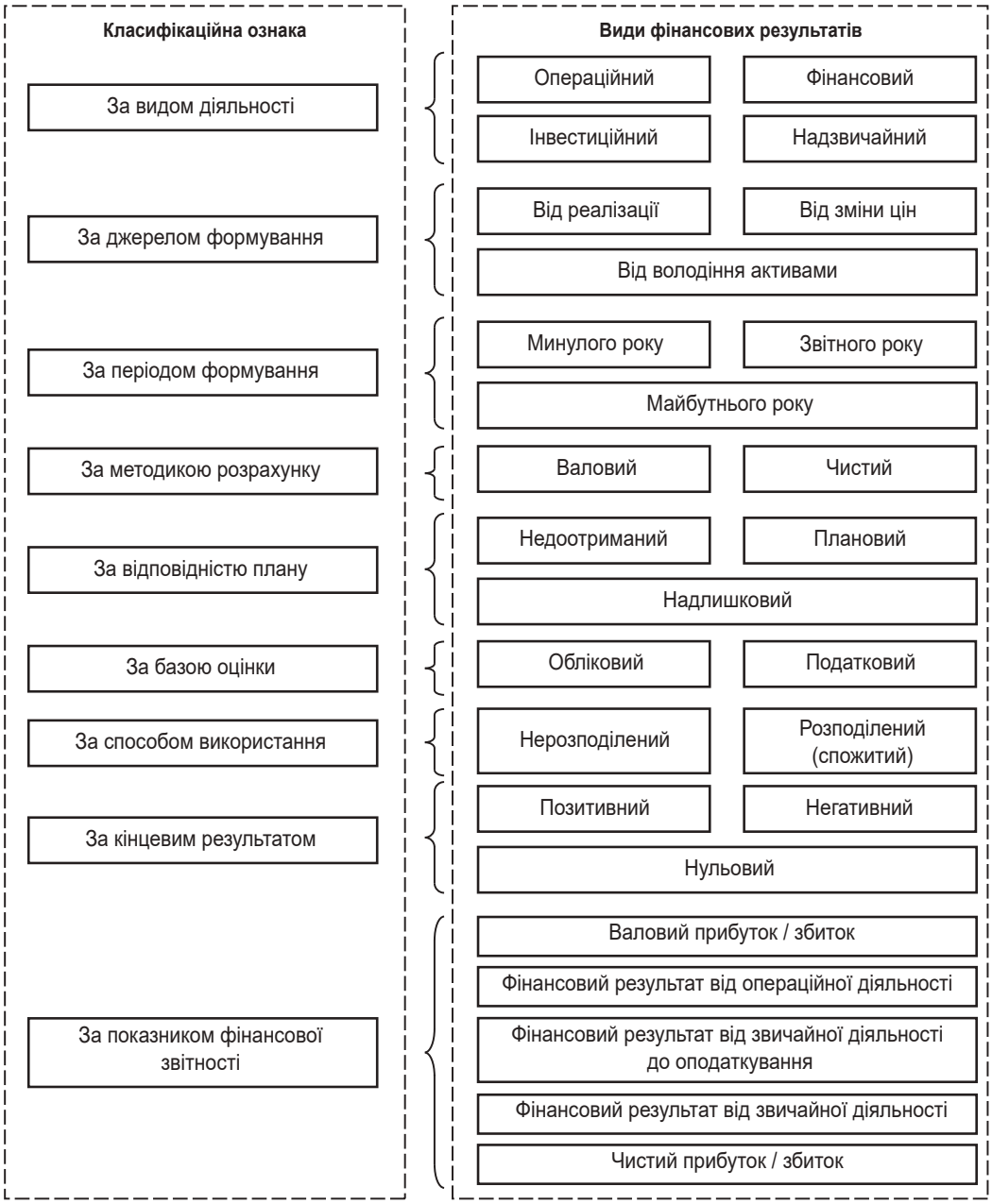


Рис. 1. **Узагальнена класифікація фінансових результатів підприємства**

Фінансові результати від реалізації продукції є найбільшою частиною фінансових результатів за джерелом формування, фінансові результати від зміни цін і від володіння активами зазвичай мають набагато меншу питому вагу в загальному обсязі фінансових результатів підприємства.

Фінансові результати підприємства розподіляють за періодом формування, вони можуть бути показником минулого, звітного та майбутнього періоду.

За методикою розрахунку фінансові результати можуть бути валовими та чистими. Користувачам фінансової інформації потрібно чітко розуміти відмінності між цими показниками, адже чистий фінансовий результат розраховують як різницю між валовим результатом діяльності підприємства й усіма можливими витратами.

Для аналізу ефективності планування на підприємстві велике значення має класифікаційна ознака за відповідністю плану, оскільки плановий розмір фінансового результату відображає ефективність планування на підприємстві, а за надлишкового чи недоотриманого обсягу фінансового результату підприємству слід приділити особливу увагу методам планування.

За способом використання фінансові результати можуть бути нерозподіленими та розподіленими, тобто такими, які ще будуть використані у процесі господарської діяльності, і такими, які на даний момент уже розподілені й не використовуються в процесі господарської діяльності.

Для аналізу ефективності діяльності підприємства в цілому слід звернути увагу на фінансові результати за кінцевим результатом, оскільки саме додатний фінансовий результат відображає ефективність діяльності, а нульовий або від'ємний свідчить про проблеми в організації діяльності підприємства.

Проаналізувавши всі класифікаційні ознаки, виділимо кілька найголовніших. Зауважимо, що класифікаційна ознака «за видами діяльності» має велике значення для аналізу фінансових результатів підприємства, дає змогу оцінити внесок фінансового результату від кожного виду діяльності (операційної, фінансової, інвестиційної) до загального обсягу фінансового результату, що дозволить збільшити фінансовий результат за рахунок підвищення ефективності окремих видів діяльності, за якими генеруються збитки, або накопичуються найменші обсяги доходу.

Класифікаційний критерій «за методикою розрахунку» є не менш важливим: потрібно розуміти, що чистий фінансовий результат охоплює всі можливі витрати, водночас валовий фінансовий результат становить лише різницю між доходом від реалізації та собівартістю продукції. Таке розмежування видів фінансових результатів сприяє ефективнішому аналізу діяльності підприємства.

Важливе значення має критерій «за кінцевим результатом», оскільки кінцевий результат відображає ефективність діяльності підприємства й доцільність його існування: додатний фінансовий результат свідчить про ефективну діяльність підприємства, від'ємний – про недоцільність існування, адже головною метою будь-якого суб'єкта господарювання є отримання прибутку.

Таким чином, класифікація фінансових результатів є необхідною для вдосконалення аналізу фінансових результатів підприємства. Застосування запропонованої класифікації допоможе значно підвищити якість управлінських рішень на підприємстві, дасть змогу ефективніше аналізувати, прогнозувати й приймати стратегічні рішення, бо за допомогою класифікації можна аналізувати види діяльності, які більшою чи меншою мірою впливають на розмір фінансових результатів, виявляти проблеми та розробляти шляхи їх подолання для зростання прибутків підприємницької діяльності.

Науковий керівник – канд. екон. наук, доцент Берест М. М.

Література: 1. Бабюк А., Гарматюк О. Поняття, сутність та значення фінансових результатів підприємства // Природничі та гуманітарні науки. Актуальні питання : матеріали X Всеукраїнської студентської науково-технічної конференції (Тернопіль, 25–26 квітня 2017 р.). Тернопіль, 2017. С. 50–51. **2.** Добринь С. В. Політика формування та розподілу фінансових ресурсів підприємства. *Агросвіт.* 2015. № 21. С. 43–46. **3.** Рета М. В., Пляка Г. О. Сучасні проблеми обліку фінансових результатів діяльності підприємства. *Вісник НТУ «ХПІ».* 2015. № 21. С. 43–47. **4.** Білий М. М. Фінансові результати підприємства:факторний аналіз в умовах економічної кризи. *Вісник Прикарпатського університету.* 2014. № 10. С. 234–241. **5.** Левицька О. О. Фінансові результати діяльності підприємства як об'єкта обліку. *Наукові записки Національного університету «Острозька академія».* 2011. № 17. С. 214–220.

ШЛЯХИ ЗНИЖЕННЯ ВИТРАТ ВИРОБНИЦТВА

УДК 338.512-044.57

Федоренко І. О.

Студент 4 курсу
факультету консалтингу і міжнародного бізнесу ХНЕУ ім. С. Кузнеця

Анотація. *Досліджено сутність витрат виробництва. Систематизовано методи планування витрат виробництва та шляхи їх зниження в системі оптимізації цінової політики підприємства.*

Ключові слова: *підприємство, організація, виробництво, фінанси, витрати, витрати виробництва, резерви зниження витрат.*

Аннотация. *Исследована сущность затрат производства. Систематизированы методы планирования затрат производства и пути их снижения в системе оптимизации ценовой политики предприятия.*

Ключевые слова: *предприятие, организация, производство, финансы, расходы, издержки производства, резервы снижения затрат.*

Annotation. *The essence of production costs is investigated. The methods of planning production costs and ways to reduce them in the system of optimization of the company's pricing policy are systematized.*

Keywords: *enterprise, organization, production, finance, costs, production costs, reserves of cost reduction.*

Категорії витрат виробництва та собівартості продукції є центральними в економічній науці. За умов ринкової економіки проблема зниження витрат виробництва є особливо актуальною на рівні підприємства, оскільки максимізувати прибуток більшість підприємств можуть передусім за рахунок мінімізації витрат. Це стосується і сільськогосподарських підприємств, які реалізують свою продукцію переважно на конкурентному ринку, де вплив продавців на ціни не є істотним.

Витрати є одним із найважливіших факторів економічної діяльності підприємства. Визначення сутності витрат і чітка їх систематизація є важливою умовою розуміння того, як ними управляти. Систематизація витрат є необхідною для визначення вартості продукції та ціноутворення. Величезне значення має систематизація витрат у процесі калькуляції продукції.

Дослідженням питань розробки теоретичних основ управління витратами у господарській діяльності підприємств займалися Бутинець Ф., Краюхін Г., Нападовська Л., Грещак М., Гордієнко В., Коцюбата О., Чумаченко М. та ін. Однак, незважаючи на наявність численних теоретичних розробок, окремі питання стосовно конкретизації факторів, шляхів і резервів зниження витрат виробництва задля забезпечення можливості підвищення конкурентоспроможності ціни з урахуванням існуючого попиту та невисокої купівельної спроможності покупців, вивчено недостатньо.

У процесі роботи розглянуто сутність і класифікацію витрат, визначено методи їх планування, обґрунтовано резерви зниження витрат і розроблено методичні рекомендації задля зниження витрат підприємства.

Економічне подання витрат ґрунтується на недостатності ресурсів і ймовірності іншого їх застосування. Використання ресурсів у одному виробничому процесі ліквідує ймовірність їх застосування за іншим призначенням. Економічні витрати кожного використовуваного у виробничому процесі ресурсу прирівнюються до його цінності за найкращого з ймовірних способів використання.

Витрати виробництва – оплата отриманих факторів виробництва, застосування яких забезпечує розмір доходів від продажів для компенсації витрат і гарантування відповідного доходу. Дохід є основним фактором комерційної діяльності, але результати визначених цілей значною мірою залежать від обсягів використовуваних витрат. Тому витрати виробництва вважають найважливішою ланкою економічного аналізу. Існують різні підходи до управління доходами та видатками, а безпосередньо дохід за певних витрат має гарантувати кращі можливості виробництва. Витрати мають бути мінімізованими для забезпечення найвищої рентабельності виробництва [2].

Суттєвим показником ефективної роботи підприємства є досягнення раціонального рівня витрат виробництва, унаслідок чого підвищується конкурентоспроможність продукції, що сприяє довгостроковому економічному зростанню підприємства. У процесі управління підприємством важливе значення має управління витратами, що передбачає контроль і регулювання.

© Федоренко І. О., 2017

У теорії планування витрат і собівартості продукції розрізняють кошторисний, нормативний, розрахунково-конструктивний та економіко-математичний методи [3]. Класичним широко використовуваним у поточному плануванні методом є кошторисний. У спеціальних таблицях плану складають кошториси витрат відповідно до їх статей. Витрати розраховують на підставі технологічних карт або планових нормативів за складовими витрат або іншими обліковими одиницями продукції. Основним мінусом цього методу є величезна трудомісткість планових розрахунків, які не усуваються і з використанням передових інформаційних технологій.

Цей мінус відсутній у нормативного методу, за яким планування витрат і собівартості продукції ґрунтується на створених відповідно до певних критеріїв виробництва науково обґрунтованих нормативах. Модернізація економічного механізму господарювання вимагає створення відповідної нормативної бази, що містить сукупність трудових, матеріальних і фінансових норм і нормативів.

Для перспективного планування застосовують також розрахунково-конструктивний метод, який ґрунтується на фактичній собівартості та визначенні величини зниження (або підвищення) за рахунок впливу конкретних техніко-економічних моментів [5].

Для визначення напрямків зменшення витрат виробництва необхідно знати й чітко аналізувати їх структуру, яка є різною в кожній галузі. Виходячи з цього аналізу, можна прогнозувати напрямки зменшення витрат. Аналізуючи фактичну собівартість продукції, що випускається, для виявлення резервів і економічного ефекту її зниження найчастіше застосовують розрахунок за економічними факторами, що найповніше охоплюють усі компоненти процесу виробництва: засоби, предмети праці і саму працю. Вони відображають основні напрямки роботи підприємства щодо зниження собівартості: підвищення продуктивності праці, упровадження сучасних технологій, ефективне використання обладнання і предметів праці, зменшення адміністративно-управлінських та інших накладних витрат [4].

За умов формування сучасної економіки підприємство намагається зменшити втрати виробництва, оскільки це гарантує збільшення прибутку підприємства і підвищення ефективності його роботи. Для визначення факторів зниження втрат виробництва необхідно знати і детально аналізувати їх структуру. Основні фактори зниження витрат подано на рис. 1 [5].



Рис. 1. **Класифікація факторів зниження витрат**

Таким чином, витрати є однією з найважливіших категорій економічної діяльності підприємства. Визначення сутності витрат і правильна їх класифікація дають змогу прийняти зважене рішення, як саме ними управляти. Класифікація витрат є необхідною для визначення вартості продукції, ціноутворення та калькулювання. Для визначення пріоритетних напрямків слід розвивати систему планування витрат на підприємстві, що є важливою передумовою економічного обґрунтування визначення величини витрат у плановому періоді для виробництва кожного виду й усієї продукції підприємства. У процесі планування витрат доцільно визначити граничні (допустимі) сукупні витрати в підрозділах і в цілому на підприємстві.

Науковий керівник – канд. екон. наук, професор Іванієнко В. В.

Література: 1. Коваленко О. М., Велінова О. П. Шляхи зниження витрат підприємства – суб'єкта зовнішньоекономічної діяльності. URL: http://www.rusnauka.com/24_NTP_2009/Economics/50451.doc.htm. **2.** Серебренников Г. Г. Управление затратами на предприятии : учебное пособие. Тамбов : Изд-во Тамбовского государственного технического университета, 2007. 80 с. **3.** Цимбалюк Л. Г., Скригун Н. П., Антошкіна Л. І. Формування та управління витратами виробництва. Донецьк : Юго-Восток, 2009. 240 с. **4.** Грещак М. Г., Гордієнко В. М., Коцюбата О. С. Управління витратами : навч. посіб. / за ред. М. Г. Грещака. Київ : КНЕУ, 2008. 264 с. **5.** Цимбалюк Л. Г., Скригун Н. П. Чинники, резерви та шляхи зниження витрат виробництва як основа зменшення ціни товару. *Вісник Бердянського університету менеджменту і бізнесу. Економіка та управління підприємствами.* 2011. № 3. С. 88–95.

ІНТЕГРАЛЬНЕ ОЦІНЮВАННЯ РІВНЯ ФІНАНСОВОГО ПОТЕНЦІАЛУ ПІДПРИЄМСТВА

УДК 657.92

Федорук М. Е.

Магістрант 2 року навчання
фінансового факультету ХНЕУ ім. С. Кузнеця

Анотація. *Подано результати розрахунків інтегрального показника рівня фінансового потенціалу підприємства із застосуванням таксономічного аналізу. Проведено оцінювання волатильності його складових. Запропоновано заходи задля покращення фінансового потенціалу підприємства.*

Ключові слова: *підприємство, організація, фінанси, фінансовий стан, фінансові результати, фінансовий потенціал, таксономічний аналіз, шкала Харрінгтона, коефіцієнт варіації.*

Аннотация. *Приведены результаты расчетов интегрального показателя уровня финансового потенциала предприятия с применением таксономического анализа. Проведена оценка волатильности его составляющих. Предложены меры для улучшения финансового потенциала предприятия.*

Ключевые слова: *предприятие, организация, финансы, финансовое положение, финансовые результаты, финансовый потенциал, таксономический анализ, шкала Харрингтона, коэффициент вариации.*

Annotation. *The results of calculations of the integral indicator of the level of the financial potential of an enterprise with the use of taxonomic analysis are presented. The volatility of its components is estimated. Measures are proposed to improve the financial potential of the enterprise.*

Keywords: *enterprise, organization, finances, financial position, financial results, financial potential, taxonomic analysis, Harrington scale, coefficient of variation.*

Фінансовий потенціал підприємства – це сукупність фінансових можливостей підприємства, які формуються за допомогою фінансових ресурсів задля отримання максимального фінансового результату у тактичній перспективі та максимізації вартості підприємства у стратегічній перспективі.

Для ефективної реалізації фінансового потенціалу важливим є правильне управління ним, оскільки сам по собі фінансовий потенціал без впливу на нього та певних дій щодо його використання користі не матиме. Щоб ефективно управляти фінансовим потенціалом підприємства, необхідно оцінити його рівень. Фінансовий потенціал підприємства є комплексною категорією, оскільки його рівень залежить від значень сукупності показників, тому оцінювати його за окремими показниками недоцільно та неінформативно. З огляду на це необхідно сформувати інтегральний показник рівня фінансового потенціалу підприємства, який є агрегованим значенням багатьох коефіцієнтів, що всебічно оцінюють рівень фінансового потенціалу. Таке оцінювання можна здійснити із застосуванням методу таксономічного аналізу [1].

© Федорук М. Е., 2017

Метою написання статті є розрахунок таксономічного показника для оцінювання фінансового потенціалу підприємства, а також обґрунтування доцільності його застосування. Метод таксономії дає змогу інтегрувати значну кількість окремих коефіцієнтів і визначити динаміку їх зміни.

Дослідженням питання застосування таксономічного аналізу для обґрунтування економічних явищ займалися Плюта В., Айвазян С., Бажаєв З., Кожушко О., Сабліна Н. та ін. Головною метою застосування методу таксономії є отримання інформації про наявність або відсутність однорідності в досліджуваній сукупності об'єктів [5].

Вихідними даними для інтегрального оцінювання фінансової безпеки є показники ПП ШФ «Авітекс»: чистий дохід, чистий прибуток, власний капітал і коефіцієнти ліквідності, фінансової стійкості, ділової активності та рентабельності за 2011–2016 рр. На рис. 1 відображено динаміку інтегрального показника рівня фінансового потенціалу ПП ШФ «Авітекс» за 2011–2016 рр. [3; 5].

Для якісного оцінювання інтегрального показника використаємо лінгвістичну шкалу Харрінгтона, яка має універсальне застосування і може у відповідних модифікаціях (у вигляді шкали балів) застосовуватися для оцінювання різних якісних показників [5; 6].

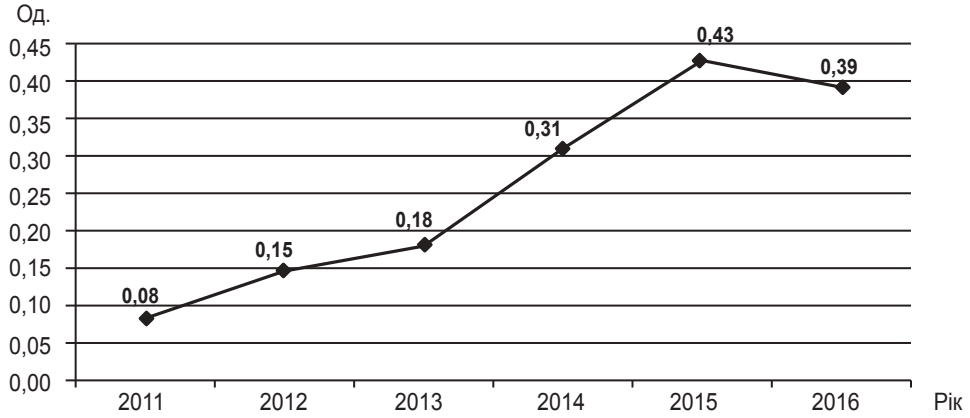


Рис. 1. **Динаміка зміни інтегрального показника рівня фінансового потенціалу підприємства**

Згідно із проведеними розрахунками інтегральний показник рівня фінансового потенціалу підприємства зазнає коливань. У 2011–2013 рр. підприємство мало дуже поганий рівень фінансового потенціалу, оскільки коефіцієнт таксономії становив 0,08, 0,15 та 0,18 відповідно. Аналіз причин настільки низького рівня фінансового потенціалу підприємства за цей період показав, що до цього призвели низькі показники рентабельності порівняно з майбутніми роками.

У 2014 р. за рахунок збільшення власного капіталу та зменшення періоду оборотності дебіторської заборгованості значення коефіцієнта таксономії зросло та становило 0,31, що за шкалою Харрінгтона відповідає поганому рівню фінансового потенціалу підприємства. Але вже у 2015–2016 рр. рівень фінансового потенціалу підприємства підвищився і став задовільним за рахунок зростання чистого доходу, чистого прибутку та коефіцієнта рентабельності власного капіталу.

Для визначення найбільш впливових показників на фінансовий потенціал підприємства пропонується проведення їх оцінювання на варіацію. Дослідження варіації в статистиці та соціально-економічних дослідженнях має велике значення, оскільки величина варіації ознаки в статистичній сукупності характеризує її однорідність. Чим нижчим є значення коефіцієнта варіації, тим стабільнішою є прогнозована ситуація і нижчим ступінь ризику. Коефіцієнт варіації складових таксономічного показника рівня фінансового потенціалу ПП «ШФ «Авітекс» подано на рис. 2 [3; 5].

Шкалу оцінювання рівня неоднорідності та диспропорцій відповідно до величини коефіцієнта варіації подано в табл. 1 [7].

Коефіцієнт фінансової залежності належить до сукупності показників із середнім рівнем неоднорідності та диспропорцій. Період оборотності дебіторської заборгованості та власного капіталу належать до сукупності показників із високим рівнем неоднорідності та диспропорцій. Усі інші показники належать до сукупності показників із дуже високим рівнем неоднорідності та диспропорцій.

Підвищення рівня фінансового потенціалу підприємства у 2015–2016 рр. пов'язане зі зростанням власного капіталу, виручки та чистого прибутку. Оскільки однією з основних тактичних цілей підприємства є отримання максимального фінансового результату, зростання цього показника вплинуло за зростання рівня фінансового потенціалу підприємства. Зниження коефіцієнта фінансової залежності в 2015 р. свідчить про зменшення частки позикових коштів у фінансуванні та збільшення обсягу власного капіталу, за рахунок чого зріс рівень платоспро-

можності підприємства. Період оборотності дебіторської заборгованості у 2015 р. є найнижчим. Це свідчить про те, що суми, які нараховано підприємству від покупців за товари або послуги, продані в кредит, потрапляють значно швидше. У 2015 р. також найкращим є значення періоду оборотності власного капіталу підприємства, що свідчить про підвищення ефективності його використання.

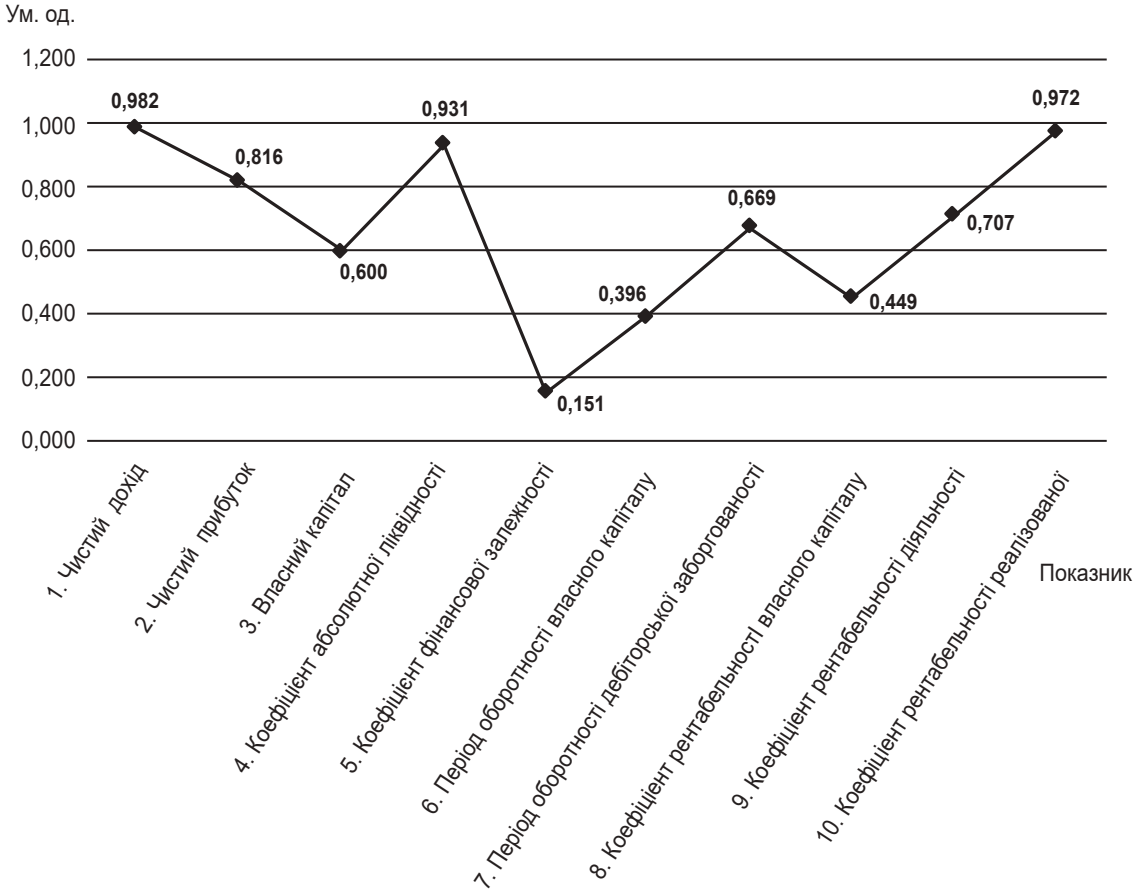


Рис. 2. **Коефіцієнт варіації складових таксономічного показника рівня фінансового потенціалу ПП «ШФ «Авітекс»**

Таблиця 1

Шкала оцінювання рівня неоднорідності та диспропорцій

Коефіцієнт варіації	Оцінювання неоднорідності та диспропорцій
$CV \le 0{,}1$	Сукупність є відносно однорідною, а рівень диспропорцій низьким
$0{,}1 < CV \le 0{,}25$	Сукупність має середній рівень неоднорідності та диспропорцій
$0{,}25 < CV \le 0{,}50$	Сукупність має високий рівень неоднорідності та диспропорцій
$CV > 0{,}50$	Сукупність має дуже високий рівень неоднорідності та диспропорцій

Таким чином, розрахунок інтегрального показника рівня фінансового потенціалу ПП ШФ «Авітекс» за 2011–2016 рр. методом таксономічного аналізу є підставою для розробки й упровадження заходів задля покращення рівня його фінансового потенціалу: перегляду джерел формування фінансових ресурсів, збільшення обсягів власних коштів і зменшення обсягів короткострокових зобов'язань, підвищення ефективності діяльності підрозділів підприємства із регулювання витрат. Зниження собівартості продукції підприємства сприятиме підвищенню його конкурентоспроможності на ринку збуту.

Науковий керівник – канд. екон. наук, доцент Омельченко О. І.

Література: 1. Кузнєцова Т. В., Ткачук Ю. Г. Інтегральна оцінка фінансової безпеки підприємства. *Вісник НУВГП. Економічні науки.* 2010. № 3 (51). С. 105–110. **2.** Кожушко О. Використання методу таксономії для оцінки рівня захисту інтелектуального капіталу промислових підприємств. *Економічний аналіз.* 2010. № 7. С. 286–289. **3.** Плюта В. Сравнительный многомерный анализ в эконометрическом моделировании / пер. с польского В. В. Иванова. М. : Финансы и статистика, 1989. 175 с. **4.** Саблина Н. В., Теличко В. А. Использование метода таксономии для анализа внутренних ресурсов предприятия. *Бизнес-Информ.* 2009. № 3. С. 78–82. **5.** Рєпіна І. М. Таксономічний аналіз ефективності формування та використання активів підприємства. *Формування ринкової економіки.* 2011. № 2. С. 440–457. **6.** Горова О. О. Визначення таксономічного показника рівня розвитку для оцінки фінансового потенціалу підприємства. *Управління розвитком.* 2012. № 12. С. 132–139. **7.** Новак І. М. Соціальний розвиток регіонів України: оцінка та напрями зменшення диспропорцій : монографія. Донецьк : ІЕП НАН України, 2008. 196 с.

ПОНЯТТЯ ЛІКВІДНОСТІ ТА ПЛАТОСПРОМОЖНОСТІ БАНКУ, МЕТОДИ УПРАВЛІННЯ НИМИ

УДК 336.71.078.3

Федулова Н. О.

Студент 4 курсу
фінансового факультету ХНЕУ ім. С. Кузнеця

Анотація. *Визначено сутність ліквідності та платоспроможності банківської установи, узагальнено теоретичні аспекти цих понять. Розглянуто методи управління ліквідністю та платоспроможністю банку. Запропоновано шляхи вдосконалення управління ліквідністю та платоспроможністю банку.*

Ключові слова: *підприємство, організація, фінанси, фінансовий стан, банк, банківська установа, банківська система, ліквідність, платоспроможність, активи, пасиви.*

Аннотация. *Определена сущность ликвидности и платежеспособности банковского учреждения, обобщены теоретические аспекты этих понятий. Рассмотрены методы управления ликвидностью и платежеспособностью банка. Предложены пути совершенствования управления ликвидностью и платежеспособностью банка.*

Ключевые слова: *предприятие, организация, финансы, финансовое состояние, банк, банковское учреждение, банковская система, ликвидность, платежеспособность, активы, пассивы.*

Annotation. *The essence of liquidity and solvency of a banking institution is defined; the theoretical aspects of these concepts are generalized. Methods of liquidity management and solvency of the bank are considered. The ways of improving the liquidity management and solvency of the bank are suggested.*

Keywords: *enterprise, organization, finance, financial condition, bank, banking institution, banking system, liquidity, solvency, assets, liabilities.*

На сучасному етапі розвитку як окремих банків, так і банківської системи в цілому одним із найважливіших завдань є забезпечення їх фінансової стійкості, а саме ліквідності та платоспроможності. Ці показники є тісно пов'язаними між собою, і погіршення одного з них спричиняє проблеми з іншим. Виникає необхідність створення дієвої системи управління для забезпечення вищих показників ліквідності та платоспроможності сучасних вітчизняних банківських установ та їх фінансової стійкості.

Метою написання статті є теоретичне обґрунтування сутності понять ліквідності та платоспроможності банку, а також розробка рекомендацій і напрямів підвищення ліквідності та платоспроможності банківських

© Федулова Н. О., 2017

установ. Для досягнення поставленої мети слід узагальнити теоретичні аспекти сутності понять ліквідності та платоспроможності банку, розглянути методи управління ліквідністю та платоспроможністю, а також визначити шляхи вдосконалення управління платоспроможністю та ліквідністю банківської установи.

Об'єктом дослідження є процеси забезпечення ліквідності та платоспроможності банківської установи. Предметом дослідження є теоретичні положення, а також використовувані банківськими установами методи та інструменти для забезпечення ліквідності та платоспроможності.

Дослідженням платоспроможності та ліквідності банківських установ займалися Білик М. Д., Васюренко О. В., Герасимович А. М., Мороз А. М., Панова Г. С., Сало І. В., Єпіфанов А. О. та ін. У своїх працях науковці висвітлюють окремі підходи до управління ліквідністю банків, аналізують показники ліквідності, вивчають підходи до управління банківською ліквідністю.

Аналіз останніх досліджень і публікацій засвідчив, що в економічній літературі співіснують різні думки і погляди щодо визначення понять ліквідності та платоспроможності. Науковці розглядають ці категорії з трьох точок зору: як тотожні поняття, ліквідність визначають ширшим за платоспроможність поняттям, ліквідність розглядають як умову платоспроможності. Підхід науковців до питання визначення понять ліквідності та платоспроможності банку значною мірою залежить від розуміння їх сутності. Так, деякі економісти ще й досі ототожнюють поняття ліквідності банку з ліквідністю його балансу, хоча остання характеризує запас ліквідних коштів на конкретну дату, тоді як ліквідність банку розглядають як потік готівки [11].

Чимало авторів, у тому числі Мороз А. М., Сало І. В. та Лаврушин О. І., пропонують визначення ліквідності банку, у основі якого спроможність банку своєчасно виконати свої зобов'язання [5; 7; 9]. Єпіфанов А. О. та Панова Г. С. тлумачать ліквідність банку як його спроможність своєчасно виконувати свої зобов'язання, причому не тільки щодо повернення вкладених коштів із встановлении виплатами, а й з надання кредитів [6; 8]. Більшість із цих авторів поняття «ліквідність банку» розглядають як співвідношення сум активів і пасивів із однаковими термінами.

Проаналізувавши точки зору науковців щодо визначення сутності поняття ліквідності банку, виділимо окремі підходи до трактування цієї категорії:

– ототожнення ліквідності банку та ліквідності його балансу;

– ототожнення ліквідності банку та платоспроможності;

– спроможність банку своєчасно й у повному обсязі виконувати свої зобов'язання;

– співвідношення активів і пасивів або зобов'язань і засобів, за допомогою яких можна їх виконати;

– процес, можливість або ступінь легкості перетворення активу на засоби, за допомогою яких можна виконати зобов'язання.

Що ж до платоспроможності, найточнішим є визначення платоспроможності як спроможності банку виконати законні вимоги кредиторів, подане Національним банком України [10]. Отже, цей показник характеризується рівнем забезпеченості фінансових зобов'язань банку власним капіталом, тоді як ліквідність має забезпечувати повне виконання як балансових, так і позабалансових зобов'язань банку.

Розглядаючи існуючі методи управління ліквідністю та платоспроможністю, звернемо увагу на точку зору американського науковця-економіста Роуза П. С. [14]. Він вважає, що сутність управління ліквідністю полягає у формуванні стратегій і запровадженні заходів задля приведення структури балансу банківської установи у відповідність із її стратегічними програмами. Інші автори визначають управління ліквідністю як управління дисбалансом задля зниження процентного ризику, оптимізації доходів і забезпечення платоспроможності банківської установи [12; 13].

Цільова функція управління ліквідністю банку полягає у максимізації прибутку за обов'язкового дотримання встановлюваних регулятором і визначених самим банком економічних нормативів.

У процесі розробки стратегії управління ліквідністю має бути враховане її основне функціональне призначення, що полягає у:

– задоволенні попиту на кредитні ресурси;

– виконанні вимог за депозитними операціями;

– обмеженні неприбуткового продажу активів;

– оптимізації вартості залучених ресурсів на фінансовому ринку;

– оптимізації доходності банківських операцій і загальної прибутковості банку.

Нині в банківській практиці існують кілька моделей управління ліквідністю, які ґрунтуються або на методах управління активами, або на методах управління пасивами, або на методах математичного моделювання [15].

Під процесом управління активами зазвичай розуміють шляхи і порядок розміщення власних і залучених коштів.

Управління пасивами – це діяльність, що є пов'язаною із залученням коштів вкладників та інших кредиторів і визначенням відповідної (ефективної) комбінації джерел коштів для певного банку. Під управлінням пасивними операціями розуміють дію, спрямовану на задоволення потреб банку в ліквідності шляхом активного дослідження та залучення позичених коштів.

Управління активами передбачає застосування методу загального фонду коштів, розподілу активів і методу заміщення активів.

Сутність методу загального фонду коштів полягає в тому, що всі ресурси банку об'єднують у загальний фонд коштів із подальшим їх розподілом між тими видами активів, які з точки зору банку є найбільш прийнятними щодо їх дохідності. Для здійснення активної операції не має значення, з якого джерела надійшли кошти. Але при цьому обов'язковою умовою є дотримання адекватного рівня ліквідності коштів, вкладених у відповідні активи. Застосування цього методу управління активами є пов'язаним із кредитними операціями банку, тому його можна рекомендувати для використання малим і середнім банкам.

Метод загального фонду дає змогу визначити багато варіантів використання коштів у активних операціях. Однак, суттєвим його недоліком є відсутність чітких критеріїв для розподілу коштів за категоріями активів.

Згідно із методом розподілу активів, розмір необхідних банку ліквідних коштів залежить від джерел залучення. Із застосуванням цього методу роблять спробу розмежувати джерела коштів відповідно до норми обов'язкових резервів і швидкості їх обігу.

Перевагою методу розподілу активів є зменшення частки високоліквідних активів і вкладення додаткових коштів у кредити та інвестиції, що сприяє зростанню прибутку.

Зауважимо, що в обох методах увагу акцентовано на ліквідності обов'язкових резервів і можливому вилученні вкладів, менше уваги приділено необхідності задовольняти заявки клієнтів на кредит, що негативно впливає на дохідність [15].

Метод управління пасивами – метод управління банківською ліквідністю, що є заснованим на мобілізації грошових коштів із зовнішніх по відношенню до банку джерел.

Підхід до забезпечення банківської ліквідності, що є заснованим на управлінні пасивами, має низку переваг порівняно з методами, що ґрунтуються на управлінні активами:

– дозволяє банку не змінювати поточну структуру активів;

– банк може безперешкодно залучати в необхідних обсягах ресурси із зовнішніх джерел, може мінімізувати свої активи у формі високоякісних (ліквідних), але низькодохідних інструментів;

– шляхом запозичення коштів на грошовому ринку банк може уникнути необхідності збиткового продажу своїх довгострокових дохідних активів, якщо виникла раптова потреба в ліквідних засобах для задоволення законних вимог клієнтів.

Однак, метод управління пасивами має й недоліки. Залучені ззовні пасиви є ресурсами короткострокового характеру. Оскільки банки залучають їх, як правило, для фінансування середньострокових і довгострокових вкладень, зростає ризик незбалансованості за строками між активними і пасивними банківськими операціями. Це може спричинити тимчасову неплатоспроможність банку, коли вивільнюваних із активних операцій коштів буде недостатньо для погашення строкових зобов'язань перед вкладниками [15].

Метод математичного моделювання є найбільш перспективним порівняно з іншими методами. За його застосування можна одночасно оперувати як пасивами, так і активами банку в тісному взаємозв'язку з урахуванням рівня ліквідності. Цей метод є широко застосовуваним, дає змогу керівництву банку приймати зважені управлінські рішення, прогнозувати наслідки прийняття рішень, а також адаптувати ці рішення до зміни економічної кон'юнктури або неточностей у прогнозах. Основним недоліком цього методу є складність його застосування на практиці, оскільки воно вимагає від працівників банку наявності певних знань і навичок.

Однак, жоден із розглянутих методів не дозволяє всебічно оцінити ліквідність банку. Тому для ефективного управління ліквідністю доцільно ці методи застосовувати паралельно. Це дасть змогу порівнювати отримані результати за кожним із них і коректно прогнозувати рівень ліквідності. Ще одним із шляхів підвищення ефективності управління банківською ліквідністю є покращення прогнозування змін у обсягах та структурі активів і пасивів банку. При цьому їх групування за певними характеристиками (валютою, строковістю, величиною тощо) дозволить підвищити достовірність прогнозування в межах відповідної категорії.

Таким чином, найефективніше процес управління ліквідністю може бути реалізований тільки в комплексному баченні: від визначення факторів впливу на ліквідність, що можуть спричинити виникнення ризику втрати платоспроможності, до її прогнозування.

Науковий керівник – канд. екон. наук, доцент Киркач С. М.

Література: 1. Аванесова І. А. Оцінка кредитної діяльності банку. *Фінанси України.* 2010. № 6. С. 103–112. **2.** Білик М. Д. Методологічні основи управління фінансовою стійкістю комерційного банку. *Формування ринкових відносин в Україні.* 2011. № 5. С. 54–58. **3.** Васюренко О. В. Організація управління стійким розвитком банківської установи. *Вісник Національного банку України.* 2006. № 6. С. 22–24. **4.** Герасимович А. М., Алексеєнко М. Д., Парасій-Вергуненко І. М. Аналіз банківської діяльності / за ред. А. М. Герасимовича. Київ : КНЕУ, 2006. 600 с. **5.** Мороз А. М., Савлук М. І., Пуховкіна М. Ф. Банківські операції / за заг. ред. А. М. Мороза. Київ : КНЕУ, 2008. 608 с. **6.** Панова Г. С. Анализ финансового состояния коммерческого банка. М. : Финансы и статистика, 1996. 270 с. **7.** Сало І. В. Фінансовий менеджмент банку : навч. посіб. Суми : Університетська книга, 2007. 314 с. **8.** Єпіфанов А. О., Маслак Н. Г., Сало І. В. Операції комерційних банків : навч. посіб. Суми : Університетська книга, 2007. 524 с. **9.** Лаврушин О. И. Управление деятельностью коммерческого банка (банковский менеджмент). М. : Юрист, 2002. 688 с. **10.** Національний банк України // Офіційний сайт Національного банку України. URL: https://bank.gov.ua/control/uk/publish/article?art_id=36807. **11.** Вайн С. Оптимизация ресурсов современного банка. М. : Альпина Паблишер, 2013. 200 с. **12.** Хміль Л. М. Удосконалення організації оперативного управління активами, зобов'язаннями та капіталом корпоративних банків. *Регіональна економіка.* 2007. № 1. С. 215–223. **13.** Шальнов П. С., Конузин В. В. Подходы к автоматизации процесса управления ликвидностью в коммерческом банке. *Расчеты и операционная работа в коммерческом банке.* 2005. № 2. С. 69–75. **14.** Роуз П. Банковский менеджмент / пер. с англ. М. : Дело, 1995. 768 с. **15.** Поморина М. А. О некоторых подходах к управлению банковской ликвидностью. *Банковское дело. 2001.* № 9. С. 5–11.

РЕЗЕРВИ ЗБІЛЬШЕННЯ ПРИБУТКУ ПІДПРИЄМСТВА

УДК 102.338

Федченко Д. Ю.

Магістрант 2 року навчання
фінансового факультету ХНЕУ ім. С. Кузнеця

Анотація. *Досліджено умови ефективного управління прибутком підприємства, конкретизовано резерви підвищення прибутковості підприємства. Проаналізовано схему управління прибутком із точки зору підвищення рівня прибутковості підприємства за сучасних умов господарювання.*

Ключові слова: *економіка, підприємство, організація, підприємницька діяльність, фінанси, фінансовий стан, прибуток, прибутковість.*

Аннотация. *Исследованы условия эффективного управления прибылью предприятия, конкретизированы резервы повышения прибыльности предприятия. Проанализирована схема управления прибылью с точки зрения повышения уровня доходности предприятия в современных условиях хозяйствования.*

Ключевые слова: *экономика, предприятие, организация, предпринимательская деятельность, финансы, финансовое состояние, прибыль, доходность.*

Annotation. *The conditions for effective management of the enterprise's profit are studied; the reserves for increasing the profitability of the enterprise are specified. The profit management scheme is analyzed from the point of view of increasing the profitability level of the enterprise in the current economic conditions.*

Keywords: *economy, enterprise, organization, entrepreneurial activity, finance, financial condition, profit, profitability.*

Засновуючи підприємство, власники сподіваються, що його доходи перевищуватимуть витрати. Чим більше прибуток, тим ефективніше розвивається компанія, тим більше вона має можливостей для розширення ви-

© Федченко Д. Ю., 2017

робничої та інвестиційної діяльності. У цьому контексті рентабельність діяльності й аналіз цього показника є особливо актуальними.

Питання підвищення прибутковості підприємства є об'єктом уваги багатьох науковців. Їх досліджували в своїх роботах Бланк І. А., Власова Н. О., Круглова О. А., Огійчук М. Ф. Білошапка В. А., Салига С. П. та ін. Незважаючи на велику кількість розробок і значні досягнення в теорії та практиці зростання прибутковості, проблеми мобілізації резервів збільшення прибутку виробничого підприємства саме за сучасних умов вивчено недостатньо.

Метою написання статті є аналіз факторів впливу на величину прибутку, а також визначення резервів підвищення рівня прибутковості підприємства. Для досягнення поставленої мети маємо дослідити потенційні резерви підвищення рівня прибутковості суб'єктів господарювання реального сектора економіки.

Формування ринкової економіки потребує від вітчизняних підприємств раціонального та економічно обґрунтованого підходу до планування своєї діяльності, визначення стратегії фінансової та виробничої політики, аналізу й оцінки отриманих результатів. За визначенням Огійчука М. Ф., прибуток є основним джерелом фінансування розвитку підприємства, удосконалення його матеріально-технічної бази, забезпечення всіх форм інвестування. Уся діяльність підприємства є спрямованою на те, щоб забезпечити зростання прибутку або принаймні стабілізацію його на певному рівні протягом визначеного періоду часу. Особливістю прибутку за ринкових умов є не накопичення його в грошовій формі, а витрачання на інвестиції та інновації, що забезпечує економічне зростання підприємства та підвищення його конкурентоспроможності.

Прибуток відображає кінцеву грошову оцінку виробничої та фінансової діяльності і є найважливішим показником фінансових результатів підприємницьких структур, їх фінансового стану. В основі формування позитивних результатів діяльності будь-якого підприємства лежить сформована відповідно до задач і цілей економічного суб'єкта модель управління прибутком, що базується на детальному аналізі як зовнішніх, так і внутрішніх факторів впливу [2].

В економічній літературі фактори впливу на величину прибутку поділяють на дві групи: зовнішні фактори не залежать від діяльності підприємства, внутрішні належать до компетенції підприємства (рис. 1) [6; 12].

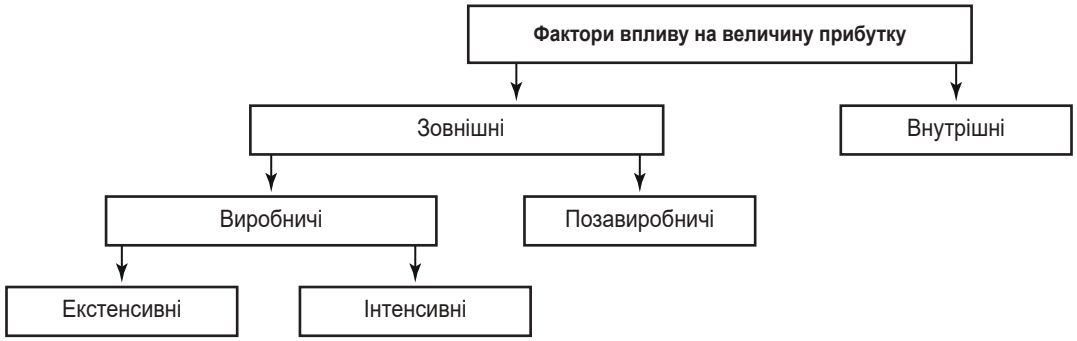


Рис. 1. **Класифікація факторів впливу на величину прибутку**

Зовнішніми факторами впливу є природні умови, державне регулювання цін, тарифів, відсотків, податкових ставок і пільг, штрафних санкцій тощо. Внутрішні фактори розподіляють на виробничі, які характеризують наявність і використання засобів і предметів праці, трудових і фінансових ресурсів, та позавиробничі (постачальницько-збутова, природоохоронна діяльність підприємства, соціальні умови праці та життя).

Серед внутрішніх факторів впливу найвагоміше місце посідає зміна обсягу виробництва та реалізації продукції. Зв'язок між величиною прибутку та собівартістю продукції є зворотним, тобто за зменшення собівартості продукції прибуток зростає. Суттєвим фактором впливу на величину прибутку є рівень цін. Його розглядають і як внутрішній, і як зовнішній фактор. Рівень цін підприємство встановлює залежно від конкурентоспроможності продукції, що реалізується, попиту та пропозиції. За таких умов рівень цін одночасно перебуває під впливом обох груп факторів. З іншого боку, існують регулюючі ціни, які встановлює держава для окремих видів продукції підприємств-монополістів. У такому разі рівень цін є зовнішнім фактором, що не залежить від діяльності підприємства.

Головною метою управління прибутком є визначення шляхів найефективнішого його формування й оптимального розподілу, що є спрямованими на забезпечення розвитку діяльності підприємства та зростання його ринкової вартості. Метою управління прибутком є покращення добробуту власників підприємств на поточний момент і у перспективі. Ця мета має забезпечувати одночасно гармонізацію інтересів власників з інтересами держави і персоналу підприємства.

Для забезпечення зростання прибутків і рівня прибутковості необхідно шукати невикористані можливості їх збільшення, тобто резерви зростання прибутку. Резерви визначають на стадіях планування та безпосереднього виробництва і реалізації продукції на підставі науково обґрунтованої методики розробки заходів щодо їх мобілізації [5]. У процесі виявлення резервів виділяють три етапи:

– аналітичний – виявлення й кількісне оцінювання резервів;

– організаційний – розробка комплексу інженерно-технічних, організаційних, економічних і соціальних заходів, що забезпечуватимуть використання виявлених резервів;

– функціональний – практична реалізація заходів і контроль за їх виконанням.

Підвищення прибутку може бути отримане за збільшення обсягів випуску та реалізації продукції, за рахунок зниження витрат на виробництво та реалізацію продукції, за впровадження досягнень науково-технічного прогресу, за рахунок підвищення якості реалізовуваної продукції [3].

Резервами підвищення прибутку є:

– постійне вдосконалення засобів виробництва: упровадження нової техніки, удосконалення технології виробництва, упровадження прогресивних матеріалів тощо;

– ниження собівартості продукції шляхом економії матеріальних, трудових і фінансових ресурсів, якими розпоряджається підприємство.

Максимальна мобілізація резервів зниження собівартості продукції є важливою умовою ефективного функціонування підприємства. На рисунку подано схему управління прибутком з позиції підвищення рівня прибутковості підприємства (рис. 2) [4; 10].

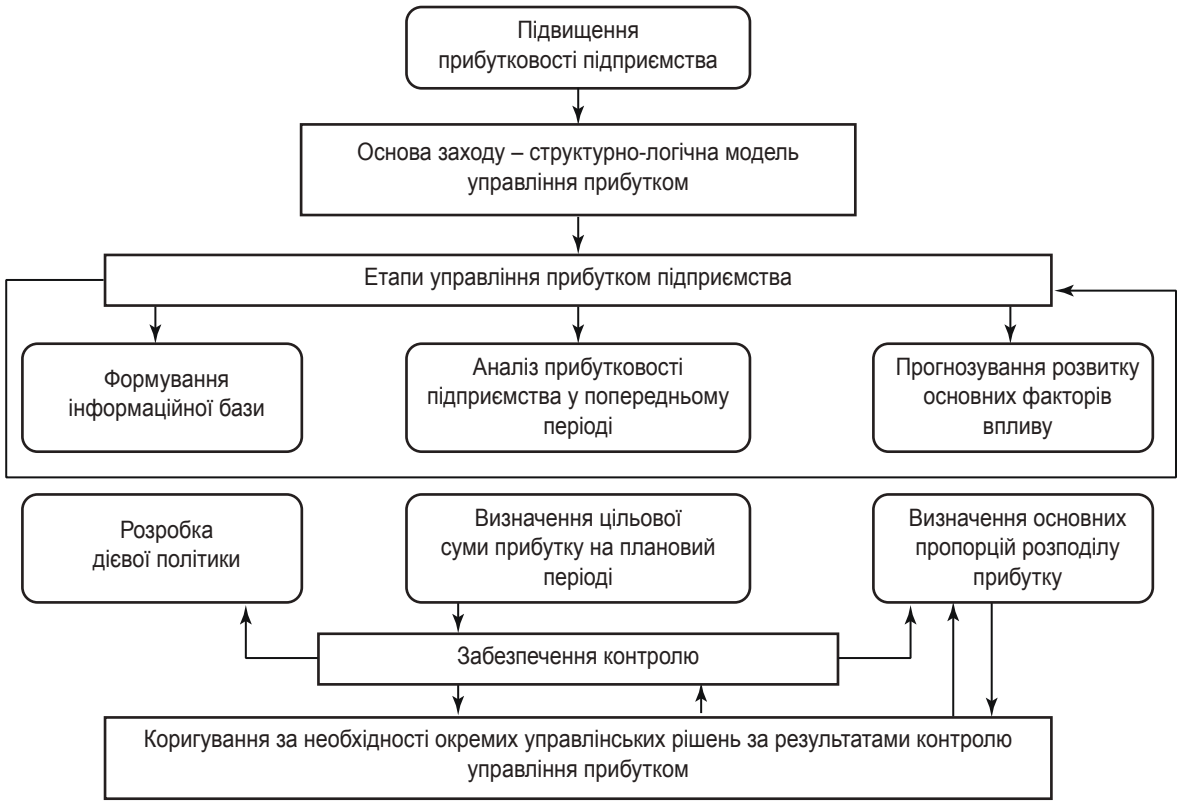


Рис. 2. **Рекомендована структурно-логічна схема управління прибутком з позиції підвищення рівня прибутковості підприємства**

Залежно від того, у якому стані перебуває підприємство з точки зору фінансового забезпечення, положення на ринку, намірів щодо змін, доцільно обирати й застосувати відповідні заходи підвищення прибутковості підприємства.

Як джерело виробничого та соціального розвитку прибуток посідає провідне місце в забезпеченні самофінансування підприємств, можливості яких багато в чому є визначуваними тим, наскільки доходи перевищують витрати. Однак, для оцінювання ефективності роботи підприємства недостатньо застосування показника прибутку, оскільки його наявність ще не означає, що підприємство працює результативно. Тому для визначення ефективності витрат необхідно застосовувати відносний показник – показник рівня рентабельності (прибутковості) [2].

Таким чином, проблематика прибутковості підприємств охоплює питання виникнення прибутку в процесі діяльності підприємства. Для вирішення цієї проблеми необхідно системно аналізувати прибутковість підприємств і фактори впливу, постійно відстежувати й визначати резерви збільшення прибутку, комбінувати різні шляхи підвищення рівня прибутковості. Подана схема управління прибутком з позиції підвищення рівня прибутковості підприємства може бути використана як індикатор плану заходів щодо підвищення прибутковості підприємства [10]. Що стосується політики управління розподілом прибутку підприємства, вона має відображати основні вимоги загальної стратегії розвитку підприємства, забезпечувати підвищення його ринкової ціни, формувати необхідні обсяги інвестиційних ресурсів, забезпечувати матеріальні інтереси власників і працівників. Проблемні питання розвитку прибутковості суб'єктів господарювання мають вирішуватися у площині сучасних і перспективних глобальних проблем і стати предметом подальших поглиблених наукових досліджень.

Науковий керівник – канд. екон. наук, доцент Юшко С. В.

Література: 1. Білошапка В. А. Резерви зростання результативності бізнесу в умовах економічного спаду. *Актуальні проблеми економіки.* 2013. № 1. С. 115–117. **2.** Блонська В. І., Вужинська О. І. Удосконалення формування та використання прибутку підприємства. *Науковий вісник НЛТУ.* 2005. С. 3–5. **3.** Болюх М. А., Бурчевський В. З., Чумаченко М. Г., Горбаток М. І. Економічний аналіз : навч. посіб. / за ред. М. Г. Чумаченка. Київ : КНЕУ, 2001. 556 с. **4.** Воронкова Т. Є. Шляхи підвищення прибутковості підприємства в умовах нестабільного середовища. URL: http://www.investplan.com.ua/pdf/19_2016/10.pdf. **5.** Власова Н. О., Круглова О. А., Бузинова Л. І. Фінанси підприємства : навч. посіб. Київ : Центр навч. літ., 2007. 250 с. **6.** Манів З. О., Луцький І. М. Економіка підприємства : навч. посіб. Київ : Знання, 2004. 580 с. **7.** Усова Ю. П., Попова Ю. Н. Пути повышения эффективности деятельности предприятия. *Вестник Воронежского государственного лесотехнического университета им. Г. Ф. Морозова.* 2016. № 2. С. 149–162. **8.** Огійчук М. Ф. Сутність прибутку та підходи до методики його визначення. *Економіка АПК.* 1998. № 6. С. 31–45. **9.** Пасічник В. Г., Акіліна О. В. Організація виробництва : підручник. Київ : Центр навч. літ., 2005. 248 с. **10.** Петренко М. В. Шляхи підвищення прибутковості підприємств машинобудівної галузі України. *Актуальні проблеми управління та фінансово-господарської діяльності підприємства.* 2011. № 15. С. 92–101. **11.** Салига С. П., Даційй Н. В., Корецька С. О. Фінансовий аналіз : навч. посіб. Київ : Центр навч. літ., 2006. 274 с. **12.** Шлійко А. В. Економіка підприємництва на ринку товарів і послуг : навч. посіб. Київ : Центр навч. літ., 2008. 376 с.

ФІНАНСОВИЙ СТАН ПІДПРИЄМСТВА: ФАКТОРИ ВПЛИВУ ТА ШЛЯХИ СТАБІЛІЗАЦІЇ

УДК 658.14/.17

Фірсова О. О.

Студент 4 курсу
факультету консалтингу і міжнародного бізнесу ХНЕУ ім. С. Кузнеця

Анотація. *Визначено сутність поняття фінансового стану підприємства. Проаналізовано внутрішні фактори впливу на фінансовий стан підприємства. Систематизовано якісні та кількісні фактори впливу. Запропоновано шляхи стабілізації фінансового стану сучасного підприємства.*

Ключові слова: *підприємство, організація, фінанси, фінансовий стан, фінансова стійкість, стабілізація, конкурентоспроможність, платоспроможність.*

Аннотация. *Определена сущность понятия финансового состояния предприятия. Проанализированы внутренние факторы влияния на финансовое состояние предприятия. Систематизированы качественные и количественные факторы влияния. Предложены пути стабилизации финансового состояния современного предприятия.*

© Фірсова О. О., 2017

Ключевые слова: *предприятие, организация, финансы, финансовое состояние, финансовая устойчивость, стабилизация, конкурентоспособность, платежеспособность.*

Annotation. *The essence of the concept of the financial state of the enterprise is defined. Internal factors of influence on a financial condition of the enterprise are analyzed. Qualitative and quantitative factors of influence are systematized. Ways of stabilization of a financial condition of the modern enterprise are offered.*

Keywords: *enterprise, organization, finance, financial condition, financial stability, stabilization, competitiveness, solvency.*

Нині вітчизняним підприємствам доводиться пристосовуватися до стрімко змінюваних економічних умов. Чимало зовнішніх факторів не тільки гальмують розвиток підприємств, галузей, економіки країни в цілому, але й стають перешкодою для підтримки їх на прийнятному рівні. Якщо не торкатися глобальних питань і зосередитися на вужчому сегменті, найважливішою проблемою є фінансовий стан підприємств, що за сучасних умов потребує значних зусиль для підтримки, стабілізації та покращення.

Для підприємства дуже гостро стоїть питання пошуку ресурсів задля підвищення ефективності діяльності, збереження належного фінансового стану, мінімізації негативного впливу на його стійкість зовнішніх і внутрішніх факторів. Фінансовий розвиток і фінансова стабілізація підприємства є основою його існування і подальшого розвитку.

Дослідженням фінансового стану підприємства та шляхів його стабілізації займалися зарубіжні та вітчизняні науковці, серед них Багацька К. В., Говорушко Т. А., Шеремет О. О., Силкін О. С., Гудзь Т. П., Отенко І. П., Петряєва З. Ф., Заярна Н. М. та ін.

Метою написання статті є визначення факторів впливу на фінансовий стан підприємства, а також конкретизація шляхів його стабілізації.

Фінансовий стан є однією з найважливіших характеристик ефективності функціонування суб'єктів господарювання, що є сукупністю економічних факторів і системи показників, які відображають наявність, розміщення й використання фінансових ресурсів. Аналіз фінансового стану показує, на які аспекти господарської діяльності слід передусім звернути увагу в процесі аналітичної роботи, дає змогу виявити перспективні та проблемні сторони підприємства. Аналіз й оцінювання фінансового стану підприємства є здійснюваними за допомогою системи економічних категорій, якими він визначається: оптимальної структури активів і пасивів фінансової стійкості, рентабельності, платоспроможності й ліквідності, ділової активності [4].

Фінансовий стан характеризує ділову активність підприємства і його надійність, визначає конкурентоспроможність, платоспроможність, спроможність своєчасно розрахуватися за своїми зобов'язаннями, потенціал у діловому партнерстві та ін. Аналіз фінансового стану допомагає виявляти загрози ефективному функціонування та розробляти шляхи їх усунення, визначати резерви покращення діяльності.

Причинами погіршення фінансового стану підприємства може бути вплив зовнішніх і внутрішніх факторів. Якщо вплив зовнішніх факторів буває важко передбачити або мінімізувати, то вплив внутрішніх факторів у повній мірі залежить, і навіть є результатом вдалої або недосконалої організації системи управління підприємства. Внутрішні фактори можуть бути пов'язані із операційною, інвестиційною та фінансовою діяльністю суб'єкта господарювання. Їх також розподіляють на кількісні та якісні (рис. 1) [2].

Для стійкого фінансового стану підприємства характерною є позитивна динаміка зміни показників платоспроможності, ліквідності, прибутковості та рентабельності. Стабільний фінансовий стан означає спроможність підприємства підтримувати на належному рівні або навіть покращувати значення цих показників. Відповідно стабілізація фінансового стану означає спробу повернутися від їх від'ємного значення до додатного, тобто зменшити фінансові зобов'язання та збільшити активи, які ці зобов'язання забезпечують.

Науковець Гудзь Т. П. виділяє три етапи формування фінансової рівноваги, тобто стабілізації фінансового стану підприємства.

1. Усунення неплатоспроможності: рівновага ліквідності, баланс вимог і зобов'язань. Яким би не був масштаб кризового стану підприємства, найважливішим завданням є відновлення наявності у підприємства активів, достатніх для своєчасного розрахунку та погашення боргових зобов'язань [4].

2. Відновлення фінансової стійкості, рівноваги: збалансована дохідність із ліквідністю та ризиком, збалансована структура джерел фінансових ресурсів із позиції фінансової стійкості. Неплатоспроможність може бути ліквідована в короткий термін за рахунок спеціальних фінансових операцій, наприклад, довгострокових кредитів чи позик, однак, вона може виникнути знову, якщо не буде відновлена до безпечного рівня фінансова стійкість підприємства [4].

3. Забезпечення фінансової рівноваги в довгостроковій перспективі, збалансованість фінансового потенціалу з потребами сталого розвитку. Повна фінансова стабілізація досягається, коли підприємство забезпечило умови

тривалої фінансової рівноваги й прискорення темпів економічного розвитку, тобто розробило ефективнішу стратегію діяльності.



Рис. 1. **Внутрішні фактори впливу на фінансовий стан підприємства**

Отже, фактори впливу на фінансовий стан підприємства розподіляють на зовнішні, що перебувають поза зоною контролю керівництва суб'єкта господарювання, і внутрішні, які прямо залежать від діяльності безпосередньо підприємства. На шляху до забезпечення стабільного фінансового стану підприємство має мінімізувати негативний вплив як зовнішнього, так і внутрішнього середовища. Внутрішні фактори впливу розподіляють на кількісні та якісні. Їх аналіз дозволяє оцінити ділову активність підприємства, його стан, виявити слабкі місця, знайти резерви та шляхи вирішення проблем. Визначення внутрішніх факторів дає змогу конкретизувати етапи стабілізації фінансового стану суб'єкта господарювання. За відсутності фінансової стабільності підприємство перебуває у кризовому стану, тобто перед ним постає завдання подолати негативні тенденції діяльності та повернутися до стійких додатних показників.

Таким чином, стабілізація фінансового стану підприємства передусім є спрямованою на повернення платоспроможності, зменшення фінансових зобов'язань і збільшення грошових активів, які забезпечують ці зобов'язання. Для досягнення необхідного рівня фінансової стійкості на підприємстві слід здійснювати ефективне управління. Визначаючи потенційні джерела фінансування підприємства, необхідно звернути увагу на оптимальну структуру власних, позичених або залучених фінансових ресурсів, їх розподіл за напрямками використання залежно від виду діяльності підприємства. Завдання фінансової стабілізації вважають виконаним, якщо підприємство вийшло на рубіж фінансової рівноваги, що забезпечує достатню фінансову стійкість.

Науковий керівник – канд. екон. наук, професор Іванієнко В. В.

Література: 1. Багацька К. В., Говорушко Т. А., Шеремет О. О. Фінансовий аналіз : підручник. Київ : НУХТ, 2014. 320 с. **2**. Циплюк Д. Ю Чинники, що впливають на фінансову стійкість підприємства. *Ринок цінних паперів України.* 2014. № 1. С. 85–87. **3.** Гудзь Т. П. Формування фінансової рівноваги підприємства: методологічний аспект. *Актуальні проблеми економіки.* 2016. № 7. С. 8–15. **4.** Отенко І. П., Петряєва З. Ф. Аналіз господарської діяльності : навч. посіб. Харків : ХНЕУ, 2014. 420 с.

ФАКТОРНИЙ АНАЛІЗ ЕФЕКТИВНОСТІ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА ІЗ ЗАСТОСУВАННЯМ ТРИФАКТОРНОЇ МОДЕЛІ «DUPONT»

УДК 303.722.2

Цигичко С. М.

Студент 4 курсу
факультету консалтингу і міжнародного бізнесу ХНЕУ ім. С. Кузнеця

Анотація. *Досліджено особливості застосування методики аналізу ефективності діяльності підприємства, яка ґрунтується на рентабельності продажу та рентабельності власного капіталу. Запропоновано підхід до виявлення резервів підвищення рентабельності власного капіталу із застосуванням трифакторної моделі «Dupont».*

Ключові слова: *підприємство, організація, фінансовий стан, факторний аналіз, капітал, власний капітал, прибутковість, рентабельність, економічна ефективність, рентабельність власного капіталу, модель «Dupont».*

Аннотация. *Исследованы особенности применения методики анализа эффективности деятельности предприятия, основанной на рентабельности продаж и рентабельности собственного капитала. Предложен подход к выявлению резервов повышения рентабельности собственного капитала с применением трехфакторной модели «Dupont».*

Ключевые слова: *предприятие, организация, финансовое состояние, факторный анализ, капитал, собственный капитал, доходность, рентабельность, экономическая эффективность, рентабельность собственного капитала, модель «Dupont».*

Annotation. *The peculiarities of the application of the methodology for analyzing the effectiveness of the company's activities based on the profitability of sales and return on equity are investigated. An approach is proposed to identify reserves to improve the return on equity using the three-factor model «Dupont».*

Keywords: *economy, enterprise, organization, financial condition, factor analysis, capital, equity, profitability, profitability, economic efficiency, return on equity, model «Dupont».*

За умов глобалізації економіки та ринкових відносин важливого значення набуває оцінювання ефективності економічної діяльності підприємства. Показники ефективності функціонування є основою стратегічного планування розвитку суб'єкта господарювання. Вони дають змогу приймати зважені рішення щодо використання фінансових ресурсів та інвестування їх у розвиток підприємства, зміни структури капіталу, структури виробництва й розподілу прибутку.

Одним із найважливіших показників ефективності економічної діяльності підприємства є рентабельність, що характеризує прибутковість підприємства як у цілому, так і за окремими видами діяльності.

Метою написання статті є вдосконалення методичного забезпечення аналізу ефективності діяльності підприємства й виявлення резервів підвищення прибутковості в цілому та рентабельності активів зокрема.

Дослідженням питань аналізу рентабельності займалися Кирилов Ю. В., Когденко В. Г., Магомедов А. М., Топсахалова Ф. М.-Г., Филатов Е. А., Нечаєв В. Б. та ін.

Показники рентабельності, як правило, розглядають у динаміці, що дає змогу простежити певні тенденції в фінансово-господарській діяльності підприємства. Однак, для інтерпретації отриманих результатів слід застосувати факторний аналіз для виявлення впливу кожного фактора окремо.

Для досягнення поставленої мети застосовано факторний аналіз трифакторної мультиплікативної моделі «Dupont»:

$$ROE = ROS \times Koa \times LR, \quad (1)$$

де *ROE* – рентабельність власного капіталу;

ROS – рентабельність продажів;

Koa – коефіцієнт оборотності активів;

LR – коефіцієнт фінансового важеля.

© Цигичко С. М., 2017

Застосування цієї моделі продемонстровано на умовному прикладі (табл. 1) [6].

Таблиця 1

Вихідні дані для аналізу із застосуванням трифакторної мультиплікативної моделі «Dupont»

Показник	2016	2017	Абсолютне відхилення
Чистий прибуток, тис. грн	93692	39729	-53963
Чиста виручка від реалізації товарів, робіт, послуг, тис. грн	893115	1003780	110665
Вартість активів, тис. грн	914691	1005594	90903
Власний капітал, тис. грн	583675	623402	39727
Рентабельність продажів, у відсотках	10,49	3,96	-6,53
Коефіцієнт оборотності активів	0,9764	0,9982	0,0218
Коефіцієнт фінансового важеля	1,5671	1,6131	0,046
Рентабельність власного капіталу, у відсотках	16,0509	6,3764	-9,6745

Як видно з табл. 1, показник чистого доходу в звітному періоді знизився на 53963 тис. грн, унаслідок чого рентабельність продажів і рентабельність власного капіталу теж знизилися, що пов'язано зі значним підвищенням операційних витрат і витрат на збут.

Для аналізу резервів застосовано метод ланцюгових підстановок:

$ROE(\Delta ROS) = \Delta ROS \times Koa0 \times LR0 = -6,53 \times 0,9764 \times 1,5671 = -9,9917$ %;

$ROE(\Delta Koa) = ROS\ 1 \times \Delta Koa \times LR0 = 3,96 \times 0,0218 \times 1,5671 = 0,1353$ %;

$ROE(\Delta LR) = ROS\ 1 \times Koa\ 1 \times \Delta LR = 3,96 \times 0,9982 \times 0,046 = 0,1818$ %;

$\Delta ROE = ROE(\Delta ROS) + ROE(\Delta Koa) + ROE(\Delta LR) = -9,9917 + 0,1353 + 0,1818 = -9,6746$ %.

У процесі аналізу було виявлено резерв розміром 9,6746 % за рахунок зростання рентабельності продажів.

Таким чином, науковим результатом дослідження є обґрунтування доцільності застосування трифакторної мультиплікативної моделі «Dupont» для вдосконалення аналізу ефективності функціонування вітчизняних підприємств, що в перспективі дасть змогу сформувати систему заходів задля виявлення й упровадження резервів підвищення ефективності діяльності сучасних вітчизняних суб'єктів господарювання.

Науковий керівник – канд. екон. наук, доцент Мішин О. Ю.

Література: 1. Кириллов Ю. В., Назимко Е. Н. Экономико-математический анализ эффекта финансового рычага. *Финансовая аналитика: проблемы и решения.* 2014. № 34. С. 56–63. **2.** Когденко В. Г. Методика комплексного анализа показателей рентабельности по данным консолидированной отчетности. *Экономический анализ: теория и практика.* 2013. № 24. С.10–17. **3.** Магомедов А. М. Рентабельность: чтобы управлять, следует правильно измерить. *Управленческий учет.* 2011. № 9. С. 83–92. **4.** Топсахалова Ф. М. Факторные модели оценки финансово-экономической эффективности организации. М. : Перо, 2015. 204 с. **5.** Филатов Е. А. Детерминированный факторный анализ на основе трехфакторных моделей Филатова. *Актуальные проблемы права, экономики и управления.* 2011. № 6. С. 168–170. **6.** Филатов Е. А., Нечаев В. Б. Функциональный анализ финансовой рентабельности. *Вестник Иркутского государственного технического университета.* 2013. № 12. С. 226–229.

АНАЛИЗ СОВРЕМЕННОГО ФИНАНСОВО-ЭКОНОМИЧЕСКОГО СОСТОЯНИЯ МАШИНОСТРОИТЕЛЬНОЙ ОТРАСЛИ УКРАИНЫ

УДК 338.45:621 (477)

Чарыев С. Б.

Магистрант 2 года обучения
финансового факультета ХНЭУ им. С. Кузнеца

Аннотация. *Проанализировано современное состояние и перспективы технологического и экономического развития машиностроения в Украине. Определены задачи и необходимые условия для обеспечения конкурентоспособности машиностроительной продукции как на внешнем, так и на внутреннем рынках.*

Ключевые слова: *предприятие, организация, машиностроение, машиностроительное предприятие, машиностроительная отрасль, промышленная продукция, финансы, финансовая устойчивость, финансово-экономическое состояние, индексы промышленной продукции, рентабельность операционной деятельности, PEST-анализ.*

Анотація. *Проаналізовано сучасний стан і перспективи технологічного та економічного розвитку машинобудування в Україні. Визначено завдання та необхідні умови для забезпечення конкурентоспроможності машинобудівної продукції як на зовнішньому, так і на внутрішньому ринках.*

Ключові слова: *підприємство, організація, машинобудування, машинобудівне підприємство, машинобудівна галузь, промислова продукція, фінанси, фінансова стійкість, фінансово-економічний стан, індекси промислової продукції, рентабельність операційної діяльності, PEST-аналіз.*

Annotation. *The current state and prospects of technological and economic development of machine building in Ukraine are analyzed. The tasks and necessary conditions for ensuring the competitiveness of engineering products both on the external and internal markets are determined.*

Keywords: *enterprise, organization, engineering industry, machine-building enterprise, machine-building industry, industrial production, finance, financial stability, financial and economic condition, indices of industrial output, operating profitability, PEST-analysis.*

Промышленный потенциал государства, его конкурентоспособность на внешних рынках, уровень социального развития, научно-технический прогресс, производительность труда, снижение материалоемкости, качество конечного продукта, сохранность энергетических ресурсов зависят от развития машиностроения. Оно обеспечивает комплексную механизацию и автоматизацию производства для различных отраслей народного хозяйства.

Целью написания статьи является анализ современного состояния и дальнейшего технологического и экономического развития отечественного машиностроения, а также конкретизация задач и необходимых условий для обеспечения конкурентоспособности машиностроительной продукции как на внешнем, так и на внутреннем рынках.

Ведущую роль в обеспечении экономического роста и развития отечественных субъектов хозяйствования играет промышленность. Промышленное производство Украины не только является поддержкой процессов устойчивого развития, но и существенной базой налогообложения, позволяет поддерживать социальные расходы государственного бюджета. Наибольший удельный вес в отечественной промышленности имеет машиностроение. Оно является фундаментом экономического потенциала страны, от уровня эффективности деятельности предприятий этой отрасли зависит социально-экономическое состояние. Лидерами машиностроительной промышленности в мире являются Германия, Япония, Англия, Италия, Китай, в которых доля машиностроения составляет до 30–50% от общего объема промышленной продукции (рис. 1) [4; 5].

В Украине доля машиностроительной промышленности в 2–3 раза ниже и составляет только 10,9 % – невысокий показатель для страны, позиционирующей себя индустриально развитой.

Следует отметить, что за последние годы структура промышленного производства очень изменилась, что связано с общим падением, а не структурными изменениями. Доля машиностроения и обрабатывающей промышленности уменьшилась в общей структуре на 13,9 % по сравнению с 2013 г., машиностроения – на 7 %, легкой промышленности – на 2,3 % [2].

© Чарыев С. Б., 2017

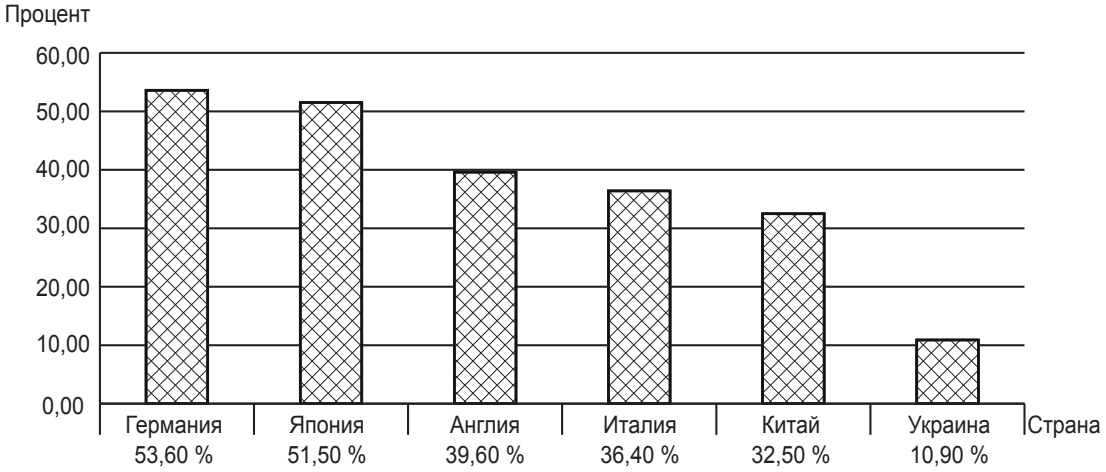


Рис. 1. **Лидеры машиностроительной промышленности**

Общую картину развития промышленности и машиностроения в частности позволяет сформировать индекс промышленной продукции, который является средневзвешенной величиной и рассчитывается по данным о распределении валовой добавленной стоимости различных видов деятельности и отдельных индексов каждого товара в отрасли. Индекс промышленной продукции снижается с каждым годом как для предприятий машиностроения, так и для промышленности в целом (табл. 1) [2].

Таблица 1

Индексы промышленной продукции, в процентах к предыдущему году

	2011	2012	2013	2014	2015	2016
Промышленность	108,0	99,3	95,7	89,9	87,0	102,8
Машиностроение	115,4	96,7	86,4	79,4	85,9	102,0
Тяжелое машиностроение	123,7	107,5	81,8	82,0	66,7	108,0

Объем реализованной продукции предприятий машиностроения по сравнению с показателем реализации всей промышленности весьма существенный (табл. 2).

Таблица 2

Объем реализованной промышленной продукции (товаров, услуг), млн грн

	2011	2012	2013	2014	2015	2016
Промышленность	1305308	1367926	1322408	1428839	1776604	1075323
Машиностроение	130848	140539,3	113926,6	101924,7	115261,7	68877,1
Тяжелое машиностроение	37622,8	37567,8	34782,4	33524,8	41998	24850

Такие изменения связаны, прежде всего, с изменением конъюнктуры рынка и инфляцией, которые вызвали изменения в цене на продукцию машиностроения и ее спрос.

Доля тяжелого машиностроения составляет приблизительно 35 % от объема реализации всего машиностроения, то есть столько же, сколько и автомобилестроения, поэтому тенденции изменения этой отрасли соответствуют общим тенденциям машиностроения. Пик реализации продукции тяжелого машиностроения приходится на 2015 г., что связано с ростом цен и активизацией сбыта.

Финансовый результат до налогообложения предприятий машиностроения в 2014 г. быстро снижался, достигнув убытка в 20501,5 млн грн, причем 64,7 % всех предприятий получили прибыль в размере 9841,6 млн грн, а остальные – значительные убытки. Ситуация в тяжелом машиностроении несколько лучше: последние годы не наблюдалось столь радикальных изменений в показателях. В 2014 г. у предприятий были преимущественно убытки, однако, имела место тенденция к их уменьшению уже в следующем году [3].

Показатели рентабельности промышленных предприятий равномерно снижаются с 2011 г. и по сей день (рис. 2) [4; 5].

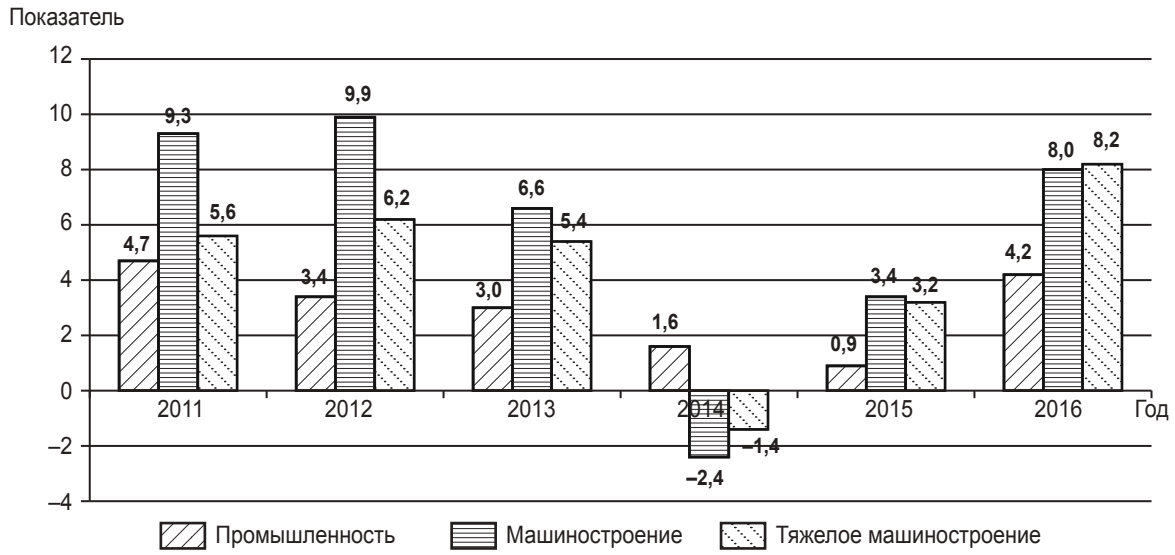


Рис. 2. **Динамика рентабельности операционной деятельности предприятий машиностроения, 2011–2016 гг.**

Машиностроение, как и его составляющие, имеет рентабельность выше, чем средняя по промышленным предприятиям. Однако, в 2014 г. из-за преимущественно ущерба от операционной деятельности показатели рентабельности предприятий отрасли были отрицательными. Кризисные явления экономического характера, усиленные политическими неурядицами, оказались слишком серьезными вызовами и стали причиной падения спроса и предложения и дестабилизации финансово-экономической ситуации [2].

Для воссоздания общей картины современного состояния отечественного тяжелого машиностроения проведен PEST-анализ факторов внешней деловой среды, предназначенный для выявления политических, экономических, социальных и технологических аспектов внешней среды, которые могут повлиять на стратегию инновационного развития машиностроения (табл. 3) [2; 4].

Таблица 3

PEST-анализ отечественного машиностроения

Экономические факторы	**Социальные факторы**
1. Угрожающе высокая инфляция. 2. Нестабильный курс гривны. 3. Положительная динамика ВВП. 4. Низкий платежеспособный спрос внутреннего рынка. 5. Недостаток оборотных средств предприятий. 7. Экономический кризис. 8. Высокий уровень материалоемкости и энергоемкости выпускаемой продукции. 10. Недостаточный объем инвестиций в машиностроении. 11. Низкая рентабельность производства	1. Уменьшение численности специалистов и рабочих в крупнейших промышленных регионах. 2. Недооценка роли машиностроения как основы экономической и социальной защищенности значительной части населения. 3. Сокращение численности трудоспособного населения. 7. Значительный разрыв между уровнем заработной платы и уровнем потребностей работника
Политические факторы	**Технологические факторы**
1. Чрезмерная политизация общества. 2. Недоверие общества к власти и ее органам. 3. Значительное ограничение возможностей государственного регулирования в вопросах конкуренции в связи с евро-интеграцией. 4. Нестабильность региона	1. Украина не является лидером в передовых направлениях машиностроения. 2. Значительный износ активной части основных фондов. 3. Выпускаемая продукция преимущественно морально устарела, низкий уровень автоматизации производства

Для преодоления последствий кризисных явлений на предприятиях тяжелого машиностроения используют ряд классических методов, среди них уменьшение расходов, реорганизация или реструктуризация, совершенствование организационной структуры корпоративного управления, формирование портфеля технологий производства, изменение сбытовой политики и менеджмента персонала в соответствии с кризисными условиями функционирования современного предприятия.

Научный руководитель – канд. экон. наук, доцент Кипа М. А.

Литература: 1. Жаліло Я. А., Бабанін О. С., Белінська Я. В. Економічна криза в Україні: виміри, ризики, перспективи / за заг. ред. Я. А. Жаліла. Київ : НІСД, 2009. 142 с. **2.** Комплексна оцінка економічної ситуації в Україні у 2014–2015 рр. URL: http://www.worldbank.org/uk/country/ukraine/publication/ukraine-economic-update-fall. **3.** Коротаєва Ю. Перспективи та проблеми машинобудування. URL: https://economics.opu.ua/files/science/ipreed/2012/148.pdf. **4.** Кривоконь М. О. Машинобудування України: стан, динаміка та перспективи розвитку з використанням ефективних концепцій антикризового управління. *Бізнес та інтелектуальний капітал.* 2016. № 5. С. 182–186. **5.** Статистична інформація // Офіційний сайт Державної служби статистики України. URL: http://www.ukrstat.gov.ua.

УДОСКОНАЛЕННЯ УПРАВЛІННЯ МАРКЕТИНГОВОЮ ДІЯЛЬНІСТЮ ПІДПРИЄМСТВА

УДК 658.637

Чорнуха М. Ю.

Магістрант 1 року навчання
факультету менеджменту і маркетингу ХНЕУ ім. С. Кузнеця

Анотація. *Досліджено фундаментальні положення сучасної економічної науки, праці вітчизняних і зарубіжних науковців щодо покращення маркетингової діяльності підприємств. На основі узагальнення наукових праць проведено аналіз стану впровадження маркетингу до діяльності вітчизняних підприємств. Запропоновано напрями покращення управління маркетинговою діяльністю сучасних підприємств.*

Ключові слова: *економіка, підприємство, організація, фінанси, фінансовий стан, маркетинг, стратегічне планування, маркетинговий аналіз, управління маркетингом, маркетингова діяльність.*

Аннотация. *Исследованы фундаментальные положения современной экономической науки, труды отечественных и зарубежных ученых по улучшению маркетинговой деятельности предприятий. На основании обобщения научных работ проведен анализ состояния внедрения маркетинга в деятельность отечественных предприятий. Предложены направления улучшения управления маркетинговой деятельностью современных предприятий.*

Ключевые слова: *экономика, предприятие, организация, финансы, финансовое состояние, маркетинг, стратегическое планирование, маркетинговый анализ, управление маркетингом, маркетинговая деятельность.*

Annotation. *The fundamental provisions of modern economic science, the works of domestic and foreign scientists on improving the marketing activities of enterprises are investigated. On the basis of generalization of scientific works, an analysis of the state of marketing implementation in the activities of domestic enterprises was carried out. Suggestions for improving the management of marketing activities of modern enterprises.*

Keywords: *economy, enterprise, organization, finance, financial condition, marketing, strategic planning, marketing analysis, marketing management, marketing activities.*

Процес управління маркетингом охоплює такі сторони діяльності фірми: організацію збуту та його стимулювання, рекламні кампанії й дослідження маркетингу, управління товарами та ціноутворення, тобто фактично всі засоби впливу на ефективність діяльності підприємства.

© Чорнуха М. Ю., 2017

Ефективність управління маркетинговою діяльністю фірми є визначуваною досягненням концепцією маркетингової взаємодії таких цілей: максимально можливого рівня споживання; максимально широкого вибору товарів, які надаються споживачам; максимального підвищення якості життя суспільства в цілому та його окремих членів. Інтерес до маркетингової діяльності і відповідно зацікавленість у найефективнішому маркетинговому управлінні посилюються у зв'язку із усвідомленням все більшою кількістю організацій у сфері підприємництва, міжнародній і некомерційній сферах того, як саме маркетинг сприяє успішнішій діяльності на ринку. Тому важливо приділяти достатньо уваги управлінню маркетингом на підприємстві, що є необхідною умовою маркетингової й управлінської діяльності за ринкових умов. Отже, за сучасних економічних умов розробка маркетингової програми діяльності підприємства є особливо актуальною.

Дослідженням питань управління маркетинговою діяльністю підприємства займалися Котлер Ф., Панчук А., Єрмошенко М., Заяць Т., Тарлопов І., Пилипенко О., Решетнікова В. та ін. У наукових працях цих дослідників широко висвітлено теоретичні та практичні аспекти управління маркетингом підприємств, окреслено головні проблеми його здійснення. Більшість науковців і фахівців вважають, що маркетинг не можна відокремлювати від управлінського процесу. Водночас погляди на зміст управління маркетингом провідних фахівців істотно відрізняються.

Метою написання статті є визначення особливостей управління маркетинговою діяльністю вітчизняних підприємств, а також розробка шляхів його вдосконалення.

Досить цікавою є точка зору професора Решетнікової В., яка вважає, що головною проблемою розвитку маркетингу в Україні є те, що споживач з його смаками та звичками досі залишається за межами уваги маркетологів підприємства [8]. Длігач А. стверджує, що головною проблемою маркетингу на підприємствах є відсутність уявлення керівництва про завдання відділу маркетингу, тобто відсутність участі маркетингу в майбутньому успіху компанії [3].

Сьогодні сутність поняття управління маркетингом визначають як аналіз, планування, реалізація і контроль за виконанням програм, що є спрямованими на встановлення, зміцнення й підтримку вигідних обмінів із цільовими покупцями заради досягнення певних завдань організації, таких як одержання прибутку, зростання обсягів збуту, збільшення частки ринку [4].

Сутність управління маркетингом полягає в тому, щоб знайти оптимальну кількість клієнтів для реалізації всього виробленого фірмою на певний момент обсягу продукції. Завдання управління маркетингом полягає у впливі на рівень, час і характер попиту у такий спосіб, щоб це допомагало організації в досягненні її цілей. Це означає, що підприємство повинно мати таку маркетингову систему, яка б дозволяла йому максимально точно планувати свою маркетингову діяльність, правильно організовувати роботу відділу маркетингу та контролювати ці процеси [5].

Багато керівників вітчизняних компаній намагаються впровадити стратегічне управління до діяльності своїх організацій, що передбачає організацію роботи підприємства відповідно до обраної маркетингової стратегії. Однак, перш ніж розробляти стратегію, на підставі якої здійснюватиметься стратегічне управління підприємством, необхідно оцінити готовність підприємства саме до такого стратегічного підходу в управлінні. Це є важливим моментом у процесі підготовки до впровадження маркетингових підрозділів у компанії.

Сьогодні підприємства все частіше ведуть боротьбу за свою частку на ринку за умов стрімко змінюваних смаків та уподобань споживачів, загострення конкуренції, буму інформаційно-комунікаційних технологій тощо. Ці нові виклики посилюються вимогами з боку суспільства щодо необхідності підвищити рівень соціально-етичної відповідальності підприємств. Водночас розвиток концепції маркетингу на вітчизняних підприємствах можна окреслити як перехід від орієнтації на збут до орієнтації на споживача. Керівництвом вітчизняних підприємств стимулювання збуту все ще розглядається як найважливіший аспект маркетингової діяльності, водночас вивченню потреб споживачів не приділяється достатньо уваги. Більшість досліджень ринку, що проводять вітчизняні підприємства, є простим збиранням фактів чи у кращому разі функціональним моніторингом. Лише деякі підприємства намагаються використовувати маркетингові дослідження як підґрунтя для операційного планування своєї маркетингової діяльності.

Актуальною все ще залишається і проблема кадрового забезпечення маркетингової діяльності. На багатьох підприємствах сформувалася тенденція до «вирощування» кадрів. Багато керівників надають перевагу працівникам із досвідом роботи на певному ринку, хоча й без відповідної освіти.

Окремі вітчизняні підприємства застосовують елементи комплексного маркетингу. У більшості компаній рішення щодо окремих елементів комплексу маркетингу залишається повністю поза увагою відділу маркетингу.

Із урахуванням сучасної ринкової ситуації підприємствам для активізації власної маркетингової діяльності доцільно запроваджувати заходи щодо вдосконалення основних інструментів маркетингу: товарної, асортиментної та цінової політики.

Основним аспектом удосконалення товарної політики може бути застосування системи управління асортиментом та якістю послуг. Ця система є складовою комплексної системи управління комерційною діяльністю під-

приємства. У свою чергу, вона охоплює три функціональні підсистеми: організацію планування (прогнозування) і виконання, контроль і координацію.

Для реалізації маркетингових дій у сфері підвищення якості товарів особливого значення набуває підвищення кваліфікації працівників, рівня їхніх професійних знань щодо сфері асортименту та якості послуг відповідної номенклатури.

Форми навчання при цьому можуть бути різними:

– семінарські заняття на підприємстві;

– підготовка на робочому місці під керівництвом старшого за посадою;

– передача виконавцю визначених прав і відповідальності;

– науково-практичні конференції;

– спільні заняття і дискусії.

Важливим елементом підсистеми організації системи управління асортиментом та якістю є організація пробних продажів, що має здійснюватися спільними зусиллями виробників і підприємствами, які здійснюють реалізацію їх продукції і стати невід'є'мною складовою програми впровадження нових послуг на ринку [8].

Елементи підсистеми організації системи управління асортиментом та якістю забезпечують підґрунтя для іншої підсистеми – планування (прогнозування).

У результаті проведеного дослідження можна зробити висновки, що в практиці вітчизняних підприємств існують окремі недоліки, які знижують ефективність маркетингової діяльності. Діяльність вітчизняних підприємств є спрямованою на максимізацію прибутку незалежно від рівня задоволення та подальшої зацікавленості споживачів у продукції підприємства. Сучасні ж тенденції розвитку світової економіки вимагають і від вітчизняних підприємств постійної адаптації до змін у зовнішньому середовищі.

Основними завданнями маркетингової діяльності мають бути:

– забезпечення виживання підприємства за умов економічного спаду та високої інфляції;

– швидка адаптація маркетингової діяльності й усієї системи управління підприємства до мінливих зовнішніх і внутрішніх економічних умов.

Таким чином, адаптація маркетингової діяльності й усієї системи управління підприємств до мінливих зовнішніх і внутрішніх економічних умов може відбуватися шляхом підвищення агресивності маркетингової діяльності, прискорення темпів розробки нових видів продукції; підвищення достовірності ринкових прогнозів; переходу до мікросегментаційних стратегій, переходу від маркетингу одноразових трансакцій до маркетингу довгострокових відносин; пошуку інформації щодо нових потреб споживачів і відповідної модифікації маркетингових стратегій. Актуальним на сьогодні також є питання використання підприємствами маркетингового підходу до виробничо-збутової та комерційної діяльності. Відведення маркетингу належної ролі у стратегічному плануванні на підприємстві сприятиме підвищенню ефективності діяльності сучасних вітчизняних підприємств.

Науковий керівник – канд. екон. наук, доцент Рожко В. І.

Література: 1. Гайдаенко Т. А. Управление маркетингом : учебное пособие. М. : Эксмо, 2006. 496 с. **2.** Данько Т. П. Управление маркетингом : учебник. М. : Инфра-М, 2001. 334 с. **3.** Длігач А. Тенденції розвитку маркетингу в Україні. *Маркетинг в Україні.* 2010. № 9. С. 13–16. **4.** Єрмошенко М. М. Маркетинговий менеджмент : навч. посіб. Київ : НАУ, 2001. 204 с. **5.** Заяць Т. А., Тарлопов І. О., Пилипенко О. О. Управління маркетингом на підприємстві : монографія. Донецьк : Юго-Восток, 2006. 254 с. **6.** Котлер Ф. Основы маркетинга : учебник. М. : Вильямс, 2007. 648 с. **7.** Панчук А. С. Комплексна система стратегічного управління маркетинговою діяльністю підприємства. *Вісник ДонНУЕТ.* 2009. № 3. С. 71–80. **8.** Решетникова І. Етапи становлення і розвитку маркетингу в Україні. *Маркетинг в Україні.* 2006. № 5. С. 15–21.

ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ ТРУДОВОЇ МОТИВАЦІЇ З ПОЗИЦІЇ СИСТЕМНОГО ПІДХОДУ ЗА СУЧАСНИХ УМОВ ГОСПОДАРЮВАННЯ

УДК 005.32:331.101.3

Чечоткіна Г. О.

Студент 3 курсу
факультету консалтингу і міжнародного бізнесу ХНЕУ ім. С. Кузнеця

Анотація. *Досліджено сутність поняття мотивації. Проаналізовано основні властивості системи трудової мотивації працівників підприємства. Визначено вплив трудової мотивації працівників на продуктивність їх діяльності.*

Ключові слова: *підприємство, організація, право на працю, мотивація, трудова мотивація, системний підхід, працівники, співробітники, продуктивність праці.*

Аннотация. *Исследована сущность понятия мотивации. Проанализированы основные особенности системы трудовой мотивации работников предприятия. Определено влияние трудовой мотивации работников на производительность их деятельности.*

Ключевые слова: *предприятие, организация, право на труд, мотивация, трудовая мотивация, системный подход, работники, сотрудники, производительность труда.*

Annotation. *The essence of the concept of motivation is investigated. The basic properties of the system of labor motivation of employees of the enterprise are analyzed. The influence of labor motivation of workers on the productivity of their activities is determined.*

Keywords: *enterprise, organization, right to work, motivation, labor motivation, system approach, employees, employees, labor productivity.*

Питання трудової мотивації є однією з найактуальніших проблем науки та практики, а проблеми забезпечення ефективності управління людськими ресурсами за ринкових умов є виключно важливими на різних рівнях управління. Тому підвищення трудової мотивації слід розглядати як необхідну умову підйому економіки на рівні суспільства в цілому.

За сучасних умов господарювання особлива роль відводиться мотиваційним аспектам управління персоналом. До них належать усі заходи менеджменту організації, спрямовані на спонукання й вироблення прихильності персоналу до праці. Мотивація співробітників є важливою й незаперечною складовою ефективного функціонування підприємства. Від того, наскільки людина мотивована і зацікавлена у своїй роботі, залежить, наскільки своєчасно, достовірно і в які терміни вона виконуватиме свої обов'язки, відповідно, від цього залежатимуть результати роботи підрозділу й усієї організації в цілому. Отримання максимальної віддачі від використання трудових ресурсів дозволяє збільшити загальну результативність і прибутковість діяльності підприємства. У цьому і полягає актуальність досліджуваної теми.

Проблема трудової мотивації останнім часом знаходить досить широке відображення в працях вітчизняних науковців, серед них В. Абрамова, Д. Богиня, В. Данюк, Г. Дмитренко, А. Єськова та ін. Однак, незважаючи на наявність численних теоретичних розробок, комплексну дію системи стимулів до праці вивчено недостатньо.

Метою написання статті є дослідження теоретичних основ і сучасних тенденцій трудової мотивації, її ролі в підвищенні продуктивності діяльності працівників і ефективності в цілому.

Перехід до ринкових відносин зруйнував стару систему мотивації, але нова ринкова система перебуває у стадії формування. Повільні, суперечливі інституціональні зміни формують несприятливе для розвитку позитивної трудової мотивації середовище. Відсутність сучасних технологій і методів, орієнтація на підходи і напрямки, які були ефективними в епоху індустріальної економіки, є основними організаційними проблемами, безпосередньо пов'язаними з ключовою цінністю будь-якого підприємства – його інтелектуальним капіталом. Для ефективного управління інтелектуальним капіталом слід вдаватися до інноваційних технологій мотивації персоналу. Вони дозволяють економити всі види організаційних ресурсів: людські, матеріальні, фінансові, інформаційні; зберігати товарно-матеріальні запаси, мінімізувати витрати та збільшувати їх прибутковість, підвищувати життєспроможність організації [1; 2].

© Чечоткіна Г. О., 2017

За ринкових умов проблеми мотивації праці набувають особливої актуальності і на рівні конкретного підприємства: від якості трудового потенціалу і ступеня його реалізації залежить конкурентоспроможність підприємства, його виживання. Значення мотивації для досягнення високих результатів праці і в кінцевому підсумку позитивних результатів діяльності підприємства важко переоцінити. Водночас в політиці роботодавців щодо найманого персоналу переважають установки на використання примусових стимулів до праці, неефективність яких давно усвідомлена в країнах з ринковою економікою [3].

Застосування системного підходу дозволяє виявити міцний взаємозв'язок стимулів до праці на різних структурних рівнях і трудової мотивації як самого суб'єктивного процесу формування спонукальних сил до праці. Важливою особливістю системи трудової мотивації є вимушена мотивація, яка формується під впливом негативних стимулів до праці.

На основі досліджень різних вчених щодо аналізу наукових підходів до визначення поняття «мотивація» можна зробити висновок, що найдоцільніше розглядати це поняття у двох основних значеннях [2; 3]. У результативному, змістовному розумінні мотивація – це складний процес формування у суб'єкта внутрішніх спонукальних сил до дії під впливом зовнішніх стимулів і внутрішніх характеристик свідомості (потреб, інтересів, ціннісних орієнтацій). У такому розумінні мотивація – це суб'єктивний процес, що відбувається у свідомості людини і впливає на його поведінку. У функціональному розумінні мотивацію розглядають як процес цілеспрямованого впливу на формування мотивів поведінки людей. У такому розумінні мотивація є найважливішою функцією управління, причому як на рівні суспільства в цілому, так і на рівні окремого підприємства. На рівні соціуму мотиваційні впливи реалізуються (прямо чи опосередковано) через систему найважливіших соціальних інститутів, а на рівні організації – через функцію менеджменту, вплив на формування мотивів поведінки працівників [4].

Системний підхід можна вважати універсальною методологією наукового пізнання, що отримала розвиток у ході природного прогресу науки. При цьому слід ураховувати особливе значення системного підходу для аналізу соціально-економічних явищ і процесів, адже соціально-економічні системи порівняно з технічними та природничими відрізняються вищим порядком складності, виключним різноманіттям взаємозв'язків, рівнем організації та водночас рівнем невизначеності.

Система трудової мотивації є, безумовно, складною організованою соціально-економічною системою. Це підсистема суспільства, метою (результатом) функціонування якої є формування певного історично зумовленого типу ставлення до праці в результаті взаємодії свідомості суб'єкта й комплексу зовнішніх впливів (стимулів до праці). З цього визначення випливає, що зовнішнім середовищем функціонування системи трудової мотивації є суспільство в цілому, отже, система трудової мотивації є історично зумовленою характером соціально-економічних відносин [4].

Розглянемо основні властивості системи трудової мотивації.

1. Цілеспрямованість, орієнтація на реалізацію певних функцій (досягнення цілей), що є зумовленими місцем системи у зовнішньому середовищі.

2. Взаємозв'язок усіх компонентів системи мотивації, їх комплексна взаємодія, що сприяє досягненню певного результату.

3. Внутрішня організація (взаємодія підсистем і елементів). Підсистема стимулів до праці діє як на інтуїтивному, так і на операційному рівнях, формуючи тип мотивації та тип ставлення до праці окремих працівників і різних соціальних груп (професійно-кваліфікаційних, демографічних та ін.).

4. Здатність до самоорганізації, відновлення й підтримання стійкості під дією негативних впливів зовнішнього середовища. Засвоєння цінностей відбувається в процесі соціалізації особистості, а в зрілому віці система цінностей уже насилу піддається змінам.

Система трудової мотивації складається з двох великих підсистем – системи стимулів до праці і особистісної підсистеми.

Система стимулів до праці має ієрархічну будову й об'єднує два рівня стимулів:

– інституційні стимули діють на рівні суспільства в цілому і формують передусім базову мотивацію до праці;

– операційні стимули діють на рівні підприємств і організацій, формують у межах особистісної підсистеми конкретну мотивацію до праці за певних виробничих умов [5].

Як специфічний вид стимулів до праці розглядають «спонукання» –апеляцію до внутрішньої мотивації, застосування стимулів, що сприяють формуванню інтересу до змісту праці, прояву творчих здібностей, отриманню задоволення від процесу праці та його суспільної значущості [3].

На всіх рівнях стимули до праці диференціюють за характером мотиваційного впливу і розглядають з цієї точки зору примус, винагороду і спонукання, що формують різні типи мотивації і відповідно ставлення до праці в межах особистісної підсистеми.

Усі ці підсистеми органічно взаємодіють, а результатом функціонування системи трудової мотивації є сформований тип ставлення до праці.

Таким чином, характеризуючи загальні тенденції розвитку системи стимулювання, слід відзначити поступове пом'якшення застосування методів примусу до праці, ускладнення засобів винагород і посилення уваги до розвитку спонукальних стимулів. Можна стверджувати, що ефективна система трудової мотивації – це стан системи, що відповідає меті прогресивного економічного розвитку конкретного суспільства на певному історичному етапі. При цьому під економічним розвитком слід розуміти не тільки розвиток технологічних факторів виробництва, а й людського фактора як основної продуктивної сили.

Науковий керівник – канд. екон. наук, доцент Пилипенко С. М.

Література: 1. Застав Н. А. Фінансово-бюджетні механізми мотивації ефективної діяльності органів місцевого самоврядування. *Економіка. Фінанси. Право.* 2010. № 3. С. 21–29. **2.** Исмагилов Н. С. Механизм мотивации персонала. *Социально-экономические науки и гуманитарные исследования.* 2015. № 4. С. 25–28. **3.** Красильников С. А. Як підвищити ефективність мотивації: від фінансової нерівності до мотиваційних деривативів. *Проблеми теорії та практики управління.* 2014. № 3. С. 115–121. **4.** Мотивация персонала. Системный подход. URL: http://topknowledge.ru/upravlenie-personalom/4222-sistemnyj-podkhod-k-postroeniyu-kompleksnoj-sistemy-motivatsii.html. **5.** Шапиро С. А. Механизм формирования эффективной материальной мотивации персонала. *Путеводитель предпринимателя.* 2011. № 11. С. 275–283.

СОЦІАЛЬНИЙ ЗАХИСТ ПРАЦІВНИКІВ НА ВІТЧИЗНЯНИХ ПІДПРИЄМСТВАХ: НАПРЯМИ ТА ОСОБЛИВОСТІ РЕАЛІЗАЦІЇ

УДК 364.024/08

Шабатько Л. М.

Магістрант 1 року навчання
факультету економіки і права ХНЕУ ім. С. Кузнеця

Анотація. *Досліджено сутність поняття соціального захисту працівників. Конкретизовано основні напрямки соціального захисту. Запропоновано шляхи його вдосконалення на сучасних вітчизняних підприємствах.*

Ключові слова: *економіка, політика, підприємство, організація, соціальний захист, соціальна політика, персонал, кадрова безпека.*

Аннотация. *Исследована сущность понятия социальной защиты работников. Конкретизированы основные направления социальной защиты. Предложены пути его совершенствования на современных отечественных предприятиях.*

Ключевые слова: *экономика, политика, предприятие, организация, социальная защита, социальная политика, персонал, кадровая безопасность.*

Annotation. *The essence of the concept of social protection of workers is investigated. The main directions of social protection are specified. The ways of its improvement at modern domestic enterprises are suggested.*

© Шабатько Л. М., 2017

Keywords: *economy, politics, enterprise, organization, social protection, social policy, personnel, personnel security.*

Сучасне суспільство наполегливо вимагає повноцінного соціального захисту для того, щоб і населення в цілому, і окремі соціальні групи отримували широку соціальну підтримку. Соціальний захист найманих працівників є невід'ємною складовою системи соціального захисту населення і посідає важливе місце в системі кадрової безпеки підприємства, оскільки найчастіше саме через неправильне та неефективне управління кадровою політикою на підприємстві виникає високий рівень плинності кадрів і, як наслідок, відбувається підвищення витрат на наймання й навчання нових працівників, знижується продуктивність праці. Тому важливим компонентом діяльності суб'єктів соціального захисту є соціальний захист працівників підприємств, реалізація ідеї соціальної справедливості в межах організації задоволення не тільки матеріальних, але й інших потреб персоналу.

Дослідженням питань соціальної політики, соціального захисту працівників, а також кадрової безпеки на підприємстві займалися Антипова А. Г., Борецька Н. П., Водяник А. О., Лисюк М. О., Васильчак С. В., Кібанов А. Я., Швець Н. К., Назарова Г. В., Гончарова С. Ю., Сотнікова Ю. В. та ін.

Метою написання статті є узагальнення сутності поняття соціального захисту працівників і визначення його ролі у кадровій безпеці підприємства.

В основі соціального захисту працівників лежать відносини між державою, підприємствами (організаціями) та найманими працівниками. Рівень відповідальності держави та підприємства є значно вищим порівняно з працівниками.

Соціальна політика у вузькому розумінні реалізується як соціальний захист усього населення і передусім працездатного та економічно активного, оскільки саме ця частина населення несе на собі економічне навантаження, тобто утримує все суспільство. Для останнього захист відбувається через надання свобод для реалізації права на працю та гідну винагороду. Соціальний захист є комплексом організаційно-правових та економічних заходів щодо забезпечення добробуту кожного члена суспільства (працівника) за конкретних економічних умов.

За сучасних умов господарювання успіх будь-якого підприємства значною мірою залежить від діяльності його працівників, якості управління персоналом, отже, від кадрової політики підприємства.

Керівники завжди усвідомлювали, що необхідно спонукати людей працювати для цілей підприємства (організації). При цьому ставлення працівника до праці може бути позитивним або негативним. У ставленні до праці виявляється зацікавленість людини в ній, усвідомлення потреби, прагнення до реалізації свого трудового потенціалу, тому соціальний захист можна розглядати як один із методів мотивації працівників.

В Україні соціальний захист реалізується через матеріальне забезпечення економічно активного населення шляхом соціального страхування, а також наданням соціальної допомоги найвразливішим категоріям, матеріальної допомоги сім'ям із дітьми, пенсійного забезпечення, компенсацій, індексацій і пільг, соціального обслуговування та ін.

У ст. 46 Конституції України закріплене право громадян на соціальний захист [5].

Необхідність удосконалення та розвитку соціального захисту на підприємствах охоплює комплекс відносин між працівниками та роботодавцями, суспільними організаціями та державою, що є пов'язаними із мінімізацією негативної дії факторів впливу на якість життя, умови праці та соціальний статус громадян. Від вирішення цих проблем залежить не тільки успішна робота конкретного підприємства чи галузі, але і вкрай необхідна сьогодні стабілізація економіки країни в цілому.

Важливим елементом соціального захисту найманих працівників є мінімальні гарантії в оплаті праці.

Згідно із Законом України «Про оплату праці», держава здійснює регулювання зарплати працівників підприємств усіх форм власності та господарювання шляхом установлення розміру мінімальної заробітної плати, інших державних норм і гарантій, умов і розмірів оплати праці працівників бюджетних установ і організацій, керівників державних підприємств, а також через оподаткування доходів працівників. Державне регулювання оплати праці полягає передусім у визначенні і перегляді розміру мінімальної заробітної плати й умов, які впливають на її величину [6] .

Соціальний захист працівників передбачає:

– упровадження необхідних заходів щодо охорони праці та соціального захисту громадян у разі професійних захворювань і нещасних випадків, доступ громадян до національних систем охорони здоров'я, реабілітації та професійної освіти;

– створення безпечних умов праці, які б давали змогу заробляти кошти для гідного існування та виключали отримання травм і професійних захворювань працівників на виробництві;

– забезпечення працівників і членів їх сімей прожитковим мінімумом матеріальних засобів у разі безробіття, втрати або зниження доходу через хворобу, у разі народження дитини, побутового нещасного випадку, виробничої травми або професійного захворювання, інвалідності, старості, втрати годувальника [3].

Важливою характеристикою системи соціального захисту є соціальне страхування працівників.

Згідно із Законом України «Про загальнообов'язкове державне соціальне страхування» розрізняють такі види соціального страхування:

– пенсійне;

– медичне;

– у зв'язку із тимчасовою втратою працездатності від нещасних випадків на виробництві та професійного захворювання;

– у зв'язку із тимчасовою втратою працездатності, витратами, зумовленими народженням і похованням;

– на випадок безробіття [7].

Кошти формуються за рахунок внесків роботодавців і найманих працівників (за винятком страхування від нещасних випадків на виробництві і професійного захворювання).

Для України нині актуальним є створення здорових і безпечних умов праці. За сучасних умов відбувається зростання ролі кадрової безпеки, що зумовлено, з одного боку, такими соціальними тенденціями, як демократизація суспільства, лібералізація економіки й ринку праці, підвищення ролі управління персоналом. З іншого боку – ускладнення праці, підвищення ролі творчості й інновацій, надання працівникам волі й автономії в прийнятті рішень, ослаблення контролю за персоналом.

Незважаючи на те, що в Україні здійснено низку реформ, залишаються проблеми функціонування системи соціального захисту населення, для вирішення яких необхідно:

– підвищити роль місцевих органів влади у розв'язанні проблем соціального захисту через формування ефективної структури управління, забезпечення необхідних фінансових ресурсів, розширення переліку надаваних на місцях соціальних послуг;

– підвищити кваліфікацію соціальних працівників;

– реформувати систему пенсійного забезпечення на основі як обов'язкового, так і добровільного страхування;

– упровадити нову систему медичного страхування;

– створити умови для забезпечення достатнього життєвого рівня для кожної людини та кожної родини;

– переглянути систему критеріїв і підстав, за якими громадянам надаються пільги та призначаються соціальні виплати;

– розробити пропозиції щодо внесення змін до законів з питань надання пільг найменш захищеним верствам населення та особам, які мають особливі заслуги перед Батьківщиною, зважаючи на єдині принципи та критерії за встановленими законодавством нормами;

– максимально децентралізувати надання соціальних послуг населенню на регіональному рівні;

– запроваджувати заходи задля обмеження соціального розшарування населення за рівнем доходів, стимулювати формування стабільного платоспроможного попиту населення на основі соціального самозахисту;

– зміцнювати активну складову соціального захисту шляхом спрямованої продуктивної політики зайнятості (запобігання масовому безробіттю) [3; 4].

Таким чином, соціальний захист працівників є необхідною умовою для підвищення рівня кадрової безпеки на підприємстві. Основними завданнями для розвитку будь-якого підприємства є формування ефективного кадрового складу, що має високий виробничий потенціал, необхідний для досягнення поставлених перед організацією цілей, а також формування творчого підходу в управлінні персоналом для створення високоефективного колективу. Персонал підприємства розглядають як об'єкт ризиків і загроз для підприємства і як об'єкт, який підприємство має охороняти. Це проявляється передусім у створенні таких умов, за яких кожний працівник відчуватиме себе соціально захищеним і отримуватиме гідну винагороду за свій труд. Таке ставлення мотивуватиме його на ефективну роботу і виконання поставлених перед ним завдань, що, у свою чергу, сприятиме зростанню конкурентоспроможності та прибутковості підприємства.

Науковий керівник – канд. екон. наук, Сотнікова Ю. В.

Література: 1. Вітренко М. С. Соціальний захист працівників на підприємствах. URL: http://www.rusnauka.com/22_NIOBG_2007/Economics/25035.doc.htm. **2.** Кибанов А. Я. Управление персоналом организации : учебное пособие. М. : Инфра-М, 2002. 638 с. **3.** Гончарова С. Ю., Отенко І. П. Соціальна політика : навч. посіб. Харків : ХНЕУ, 2003. 200 с. **4.** Сотнікова Ю. В. Соціальна політика та соціальна економіка: спільні риси та відмінності // Сучасні проблеми управління підприємствами: теорія та практика : матеріали міжнародної науково-практичної

конференції (Харків, 30–31 березня 2017 р.). Харків : Видавець ФОП Панов А. М., 2017. С. 266–269. **5.** Конституція України : Закон України від 28.06.1996 № 254к/96-ВР // База даних «Законодавство України» / Верховна Рада України. URL: http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/254%D0%BA/96-%D0%B2%D1%80. **6.** Про оплату праці : Закон України від 24.03.1995 № 108/95-ВР // База даних «Законодавство України» / Верховна Рада України. URL: http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/108/95-%D0%B2%D1%80. **7.** Про загальнообов'язкове державне соціальне страхування : Закон України від від 23.09.1999 № 1105-XIV // База даних «Законодавство України» / Верховна Рада України. URL: http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/1105-14. **8.** Іванова О. Л. Соціальна політика: теоретичні аспекти : навч. посіб. Київ : Академія, 2003. 108 с.

РИЗИКИ ІПОТЕЧНОГО КРЕДИТУВАННЯ ТА МЕТОДИ УПРАВЛІННЯ НИМИ

УДК 336.77.332.2(477)

Шавкун О. І.

Студент 4 курсу
фінансового факультету ХНЕУ ім. С. Кузнеця

Анотація. *Досліджено сутність та особливості іпотечного кредитування. Висвітлено теоретичні аспекти здійснення іпотечного кредитування в Україні. Проаналізовано типові ризики іпотечного кредитування. Визначено основні напрями вдосконалення механізму оптимізації іпотечних ризиків.*

Ключові слова: *банк, банківська установа, банківська система, кредит, іпотека, іпотечне кредитування, банківське кредитування, ризики іпотечного кредитування, диверсифікація, мінімізація ризиків.*

Аннотация. *Исследованы сущность и особенности ипотечного кредитования. Освещены теоретические аспекты осуществления ипотечного кредитования в Украине. Проанализированы типичные риски ипотечного кредитования. Определены основные направления совершенствования механизма оптимизации ипотечных рисков.*

Ключевые слова: *банк, банковское учреждение, банковская система, кредит, ипотека, ипотечное кредитование, банковское кредитование, риски ипотечного кредитования, диверсификация, минимизация рисков.*

Annotation. *The essence and features of mortgage lending are explored. Theoretical aspects of mortgage lending in Ukraine are covered. Typical risks of mortgage lending are analyzed. The basic directions of perfection of the mechanism of optimization of hypothecary risks are defined.*

Keywords: *bank, banking institution, banking system, credit, mortgage, mortgage lending, bank lending, risks of mortgage lending, diversification, risk minimization.*

За сучасних умов іпотечне кредитування відіграє важливу роль у житті суспільства й соціально-економічному розвитку кожної держави. Як складова фінансового ринку й один із елементів залучення довгострокових фінансових ресурсів національних і зарубіжних інвесторів у економіку України, іпотечне кредитування сприяє активізації ринку нерухомості, розвитку фондового ринку та ринку фінансових послуг, підвищенню платоспроможного попиту населення для вирішення соціально важливих проблем. Однак, як і будь-який інший вид банківських операцій, іпотечне кредитування зазнає впливу певних ризиків, які особливо загострилися за нестабільних економічних і політичних умов. Нестабільні умови іпотечного ринку, який залежить від зовнішніх факторів, ускладнюють пристосування банків до ринку іпотечного кредитування. Наразі особливо актуальною є мінімізація ризиків іпотечного кредитування.

© Шавкун О. І., 2017

Метою написання статті є дослідження ризиків іпотечного кредитування та їх причин, а також аналіз методів їх мінімізації.

На шляху розвитку іпотечного кредитування виникає чимало перешкод, що стають предметом вивчення науковців. Для України важливе значення мають дослідження Євтуха О. Т., Лагутіна В. Д., Савлука М. І. та ін. Особливостям іпотечного кредитування присвятили свої праці Бублик Є. О., Вовчак О. Д., Андрушків І. П., Любунь О. С. Проблеми управління ризиками банків ґрунтовно досліджено у працях Єпіфанова А. О., Васильєвої Т. А., Козьменко С. М. та ін.

Відповідно до Закону України «Про іпотечне кредитування, операції з консолідованим іпотечним боргом та іпотечні сертифікати» іпотечне кредитування – це правовідносини, що виникають з приводу набуття права вимоги іпотечного боргу за правочинами та іншими документами. [5]. У Законі України «Про іпотеку» визначено, що іпотека є видом забезпечення виконання зобов'язання нерухомим майном, що залишається у володінні та користуванні іпотекодавця, згідно з яким іпотекодержатель має право у разі невиконання боржником забезпеченого іпотекою зобов'язання одержати задоволення своїх вимог за рахунок предмета іпотеки переважно перед іншими кредиторами цього боржника [6].

Іпотечний кредит є особливою формою кредиту, що є пов'язаним із наданням позик під заставу нерухомого майна: землі, виробничих або житлових будівель тощо задля отримання грошової позики. Суб'єктами іпотечного кредитування є позичальники (юридичні чи фізичні особи, які мають у власності об'єкти іпотеки або мають власних поручителів) та кредитори з іпотеки. Предметом іпотеки завжди є нерухомість.

Іпотечний кредит має, як правило, чітке цільове призначення. За сучасних умов іпотечні позики використовують найчастіше для фінансування придбання, побудови та перепланування житлових і виробничих приміщень, а також освоєння земельних ділянок. Особливістю іпотечного кредиту є те, що заставою для його надання може бути та нерухомість, на купівлю якої його беруть.

Основні показники ринку іпотечного кредитування в Україні упродовж 2014–2017 рр. подано в табл. 1 [7].

Таблиця 1

Основні показники ринку іпотечного кредитування в Україні, 2014–2017 рр.

Показник	Рік			
	2014	2015	2016	2017
Чисті активи банків, млрд грн	1278,1	1316,85	1254,39	1212,81
Кредитний портфель банків, млрд грн	911,4	1006,36	965,09	996,21
Іпотечні кредити банків, млрд:	110,71	122	101,84	145,68
– у гривні	60,1	65,56	45,15	69,41
– у доларах США	42,97	50,79	53,4	67,23
– в інших валютах	7,64	5,65	3,29	9,04
Офіційний валютний курс, грн / дол.	7,99	15,77	24	27,19
Середня відсоткова ставка за іпотечними кредитами в національній валюті, %	18,5	16,9	11,8	12,4
Середня відсоткова ставка за іпотечними кредитами в іноземній валюті, %	12,9	10,2	11	8,5

Обсяги іпотечного кредитування мають певну тенденцію до збільшення. Основними перешкодами для активного розвитку ринку іпотеки банки вважають дефіцит платоспроможних позичальників, нестабільність курсу національної валюти, високі відсоткові ставки та ін.

Національний банк України провів опитування банків із найбільшими портфелями іпотечних кредитів. Для цього відібрали 25 банків – найбільших учасників на ринку кредитування житла. Шляхом такого опитування визначено, що у 2016–2017 рр. 17 із 25 банків надавали населенню кредити на придбання, будівництво та реконструкцію нерухомості. За підсумком 2016 р. обсяг нових кредитів на нерухомість, наданих цими банками, становив 736 млн грн, а вже у першому кварталі 2017 р. виріс на 80 % і становив 178 млн грн. Первинний ринок незначно переважав у 2016 р. і за кількістю договорів, і за обсягом кредитування. На нього припадало 51 % від кількості нових кредитів і 54 % – від обсягу кредитних угод. У першому кварталі 2017 р. ситуація змінилася: 64 % кількості угод і 59 % їх обсягу кредитів стосувалися купівлі житла на вторинному ринку [7].

Щодо умов кредитування, більшість банків пропонують фіксовану відсоткову ставку на перший рік або кілька років, і змінну або плаваючу, прив'язану до певного індексу. У межах партнерських програм із забудовниками фіксована ставка, як правило, є пільговою – від 5 %, її розмір у більшості випадків залежить від першого внеску позичальника. Поза партнерськими програмами фіксовані ставки становлять від 20 % річних.

Нині в Україні діє Державна програма забезпечення молоді житлом на 2013–2020 рр., затверджена Постановою Кабінету Міністрів України від 24 жовтня 2012 р. № 967, а також понад 130 місцевих програм, відповідно до яких молоді громадяни України мають можливість придбати житло у кредит на пільгових умовах [8]. Кредити надаються Державним фондом сприяння молодіжному житловому будівництву сім'ї, у якій чоловік і дружина віком до 35 років включно; неповній сім'ї, у якій мати (батько) віком до 35 років включно мають неповнолітніх дітей (дитину), та одиноким молодим громадянам віком до 35 років включно [8].

Мінімальний аванс становить не менше 10 % передбаченої вартості будівництва (реконструкції) чи експертної оцінки вартості придбання об'єкта кредитування, строком до 30 років. Процентна ставка становить 14,1 % річних. При цьому передбачено суму компенсації, наприклад, для позичальників, які не мають дітей – 3 % річних; позичальник, який має одну дитину, звільняється від сплати відсотків за користування кредитом; позичальнику, який має двох дітей, за рахунок бюджетних коштів погашається 25 % суми зобов'язань за кредитом; позичальнику, який має трьох і більше дітей, погашається 50 % суми зобов'язань за кредитом; учасникам АТО та внутрішньо переміщеним особам погашається 50 % вартості доступного житла або пільгового іпотечного житлового кредиту з відсотковою ставкою 7 % річних [9].

У 2017 р. статутний капітал Державного фонду сприяння молодіжному житловому будівництву був збільшений Кабінетом Міністрів України на 28 млн грн, за рахунок цих коштів житло за пільговими кредитами може отримати приблизно 51 родина.

Іпотечному кредитуванню притаманні певні ризики. Сам по собі ризик – це категорія, що характеризує ймовірність настання події, яка пов'язана з можливими фінансовими втратами чи іншими негативними явищами [9]. Науковці та фахівці в цій сфері розрізняютьтакі ризики:

– ліквідності – ризик недостатності надходжень грошових коштів для покриття їх відпливу, тобто ризик того, що банк не зможе розрахуватися в строк за власними зобов'язаннями через неможливість за певних умов швидкої конверсії фінансових активів у платіжні засоби без суттєвих втрат;

– відсотковий – ризик недоотримання банком прибутку протягом тривалого строку, що свідчить про можливість втрат у результаті непередбачених несприятливих обставин, таких як зміни відсоткових ставок і значне зменшення маржі;

– кредитний – ризик неповернення позичальником отриманого кредиту та відсотків за ним у передбачені кредитною угодою терміни, тобто повну й остаточну відмову позичальника від виплати своїх зобов'язань.

Розглянемо методи мінімізації ризиків за іпотечного кредитування.

Одним із найдієвіших методів, що є пов'язаним із управлінням ризиками відносного недоотримання або несвоєчасного отримання прибутку за умов нестабільного зовнішнього середовища, є диверсифікація.

За рахунок формування кредитного портфеля із використанням максимального різноманіття умов за відсотковими ставками, термінами, предметами застави, механізмами погашення тощо можна уникнути надмірних втрат через дію певного ринкового фактора у окремі періоди, а також нівелювати його вплив за рахунок інших складових портфеля. Диверсифікація є пріоритетним методом управління ризиком ліквідності, відсотковим ризиком, ризиками зміни доходу на акціонерний капітал, ліквідності майна, інфляційним і податковим ризиками. Водночас цей метод зовсім неприйнятний для управління ризиком фізичного пошкодження [3].

Страхування як метод управління ризиками вважають досить ефективним в управління кредитними ризиками за умови обов'язкового страхування останніх позичальником. Слід ураховувати, що цей метод не є ефективним при управлінні ризиками ліквідності, відсотковими ризиками. Це пояснюється тим, що існує досить велика ймовірність перевищення страхових видатків над потенційними вигодами. Ще однією проблемою є те, що страхування передбачає необхідність використання досить складних комплексних моделей для ефективного управління такими ризиками. Однак, нині страхування – це єдиний ефективний метод управління ризиком фізичного пошкодження, оскільки дає змогу передбачити певні несприятливі події й повністю компенсувати завдані збитки.

Метод резервування передбачає формування спеціальних резервів під кредитні ризики, які є використовуваними банком для відшкодування втрат у разі неповернення кредиту або відсотків за кредитом. Цей метод базується на одному з принципів міжнародних стандартів бухгалтерського обліку та звітності – принципі обачливості, згідно з яким банки мають оцінювати якість своїх кредитних портфелів на звітну дату з погляду можливих втрат за кредитними операціями [11]. Щоб покрити ці витрати, банк зобов'язаний формувати спеціальний резерв під заборгованість за кредитом у сумі кредитних операцій банку.

Щодо формування резерву, його також вважають одним із методів зниження кредитного ризику на рівні банку, на який покладено завдання захищати інтереси вкладників, кредиторів, а також акціонерів. Цей метод дозволяє підвищити надійність і стабільність банківської системи в цілому, є достатньо ефективним за управління кредитним і ризиком ліквідності, оскільки забезпечує достатність коштів у разі виникнення несприятливих подій

і факторів, які можуть вплинути на прибутковість банку. Однак, необхідно враховувати, що метод формування резерву не є ефективним для ризику зносу [4].

Одним із методів мінімізації ризиків іпотечного кредитування є метод лімітування. Цей метод вважають найменш ефективним, оскільки він є прийнятним у межах управління кредитним ризиком як засіб зменшення збитковості діяльності за складних економічних умов і впливу внутрішнього середовища. За допомогою кредитних лімітів банк має можливість знизити свої втрати від надмірної концентрації кредитного портфеля у певних галузях або за певними групами позичальників, а також диверсифікувати кредитні ресурси і забезпечити сталі прибутки.

Таким чином, іпотечне кредитування як інвестиційний інструмент має важливе значення, але ризики, які його супроводжують, є значно вищими порівняно з іншими видами банківської діяльності. Для управління ризиками іпотечного інвестиційного кредитування існує чимало методів, але доцільним є розповсюдження у вітчизняних банках практики диверсифікації. Цей інструмент управління ризиками дає змогу значно підвищити стійкість банківських установ за несприятливого розвитку подій на інвестиційному ринку.

Науковий керівник – канд. екон. наук, доцент Дзеніс В. О.

Література: 1. Бублик Є. О. Іпотечний ринок в Україні: проблеми та перспективи посткризового розвитку : монографія. Київ : НАН України, 2011. 220 с. **2.** Вовчак О. Д., Рущишин Н. М., Андрушків І. П., Бучко І. Є. Інвестиційне кредитування : навч. посіб. Київ : Знання, 2010. 228 с. **3.** Любунь О. С., Кірєєв О. І., Денисенко М. П. Іпотечний ринок : підручник. Київ : Атіка, 2006. 288 с. **4.** Єпіфанов А. О., Васильєва Т. А., Козьменко С. М. Управління ризиками банків : монографія. Суми : ДВНЗ «УАБС НБУ», 2012. 298 с. **5.** Про іпотечне кредитування, операції з консолідованим іпотечним боргом та іпотечні сертифікати : Закон України від 19.06.2003 № 979-IV // База даних «Законодавство України» / Верховна Рада України. URL: http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/979-15. **6.** Про іпотеку : Закон України від 05.06.2003 № 898-IV // База даних «Законодавство України» / Верховна Рада України. URL: http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/898-15. **7.** Звіт про фінансову стабільність Національного банку України від 01.06.2017 р. URL: https://bank.gov.ua/doccatalog/document?id=50604896. **8.** Про затвердження Державної програми забезпечення молоді житлом на 2013–2020 рр. : Постанова Кабінету Міністрів України від 24.10.2012 № 967 // База даних «Законодавство України» / Верховна Рада України. URL: http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/967-2012-%D0%BF. **9.** Державний фонд сприяння молодіжному житловому будівництву // Офіційний сайт Державного фонду сприяння молодіжному житловому будівництву. URL: https://www.molod-kredit.gov.ua. **10.** Гнатівський Б. М. Іпотечний кредит в Україні: ризики та методи управління ними. *Актуальні проблеми розвитку економіки регіону.* 2008. № 4. С. 46–49. **11.** Довгань Ж. М. Фінансовий менеджмент у банку : навч. посіб. Тернопіль : ТНЕУ, 2010. 206 с.

УПРАВЛІННЯ КАДРОВИМ ПОТЕНЦІАЛОМ ПІДПРИЄМСТВА

УДК 33.005.95/96

Шмакова Н. О.

Магістрант 2 року навчання
факультету консалтингу і міжнародного бізнесу ХНЕУ ім. С. Кузнеця

Анотація. *Проаналізовано основні тлумачення сутності поняття кадрового потенціалу, наведено власне визначення. Досліджено основні напрямки та етапи економічного аналізу кадрового потенціалу для забезпечення ефективного управління ним.*

Ключові слова: *підприємство, організація, право на працю, кадри, персонал, потенціал, кадровий потенціал.*

© Шмакова Н. О., 2017

Аннотация. *Проанализированы основные толкования сущности понятия кадрового потенциала, приведено собственное определение. Исследованы основные направления и этапы экономического анализа кадрового потенциала для обеспечения эффективного управления им.*

Ключевые слова: *предприятие, организация, право на труд, кадры, персонал, потенциал, кадровый потенциал.*

Annotation. *The main interpretations of the essence of the concept of personnel potential are analyzed, and its own definition is submitted. The main directions and stages of the economic analysis of the personnel potential for ensuring effective management of it are investigated.*

Keywords: *enterprise, organization, right to work, personnel, potential, personnel potential.*

Управління кадровим потенціалом підприємства є особливою складовою результативності господарської діяльності. Від кадрів залежать господарські процеси, результативність видів господарської діяльності. Кадровий потенціал забезпечує дотримання стратегічних цілей підприємства та виконання основної місії його діяльності.

Підвищення ефективності роботи персоналу є для підприємства однією з найважливіших проблем. Останнім часом проводиться значна кількість досліджень саме щодо управління кадровим потенціалом підприємства, який є невід'ємною складовою економічного потенціалу.

Існують чимало визначень сутності поняття «кадровий потенціал». На думку Осовської Г. В. та Крушельницької О. В., трудовий потенціал – це сукупність працездатного населення з урахуванням інтелектуального розвитку, здібностей, знань, умінь, досвіду, духовних цінностей, звичаїв, традицій і переконань. Гриньова В. М. та Новікова М. М. розуміють трудовий потенціал як сукупність, елементами якої є трудові ресурси (частина населення країни, яка володіє необхідними фізичними здібностями, знаннями та досвідом, що дозволяють брати участь у процесі створення матеріальних благ і надання послуг), що характеризується кількісними та якісними показниками [1].

Отже, кадровий потенціал підприємства – це кількісна та якісна характеристика персоналу як головного ресурсу підприємства, що дає уявлення про можливості та здібності кадрів, їхні трудові та психологічні характеристики. Під управлінням кадровим потенціалом зазвичай розуміють цілеспрямований вплив суб'єктів управління на процеси його формування, використання та розвитку.

У загальному вигляді управління кадровим потенціалом – це система взаємозалежних заходів, що забезпечують спрямовуючий, координуючий та стимулюючий вплив на учасників виробництва, орієнтований на інтенсивні фактори робочої сили.

Основними напрямками управління кадровим потенціалом є:

– установлення єдиних вимог до всього персоналу підприємства;

– розробка системи, що охоплюватиме всіх працівників організації;

– вибір концепції оплати праці, матеріального та морального заохочення робітників;

– розвиток соціальних стосунків у організації та створення механізму пошуку та збереження робочої сили;

– визначення вектора розвитку, постійне підвищення кваліфікації персоналу;

– формування єдиної корпоративної культури, постійне залучення працівників до процесу управління підприємством [1; 3].

Чимало дослідників розглядають шість функцій процесу управління кадровим потенціалом:

1) планування потреби в нових працівниках, їх звільнення, розстановка кадрів, ведення статистичної звітності, створення посадових інструкцій на кожне робоче місце;

2) контроль – організація виконання усіх вимог законодавства, техніки безпеки та посадових інструкцій, контроль виконання поставлених завдань і трудової дисципліни;

3) організація розвитку – допомога персоналу, прискорення процесу адаптації нових кадрів, збереження їх на підприємстві;

4) керівництво – формування та реалізація кадрової політики, налагодження функціонування системи оплати праці, проведення соціальної політики, розвиток співробітництва керівництва з персоналом;

5) мотивація – запровадження системи морального й матеріального стимулювання персоналу, розробка системи пільг для окремих категорій співробітників, надання можливостей для просування кар'єрними сходинками;

6) узгодження – розподіл і переведення працівників на окремі проекти, оцінювання кадрового потенціалу окремого проекту й оцінювання використання саме цих працівників на конкретному проекті [3].

Основним завданням управління кадровим потенціалом є його розвиток, відповідність рівня кадрового потенціалу підприємства потребам виробництва. За відсутності такого балансу на підприємстві виникають чимало проблем, що негативно впливає на досягнення кінцевого результату.

Особливу увагу в системі управління кадровим потенціалом слід приділяти саме мотивації, оскільки цей процес є основним засобом забезпечення оптимального використання трудових ресурсів. У системі управління кадровим потенціалом основним завданням мотивації є отримання максимального ефекту від використання наявного кадрового потенціалу, що дає змогу підвищити рентабельність і прибутковість підприємства в цілому [4].

Контроль посідає провідне місце у системі управління кадровим потенціалом і проводиться шляхом проведення оцінювання та атестації всіх робітників підприємства. Завдяки вчасному проведенню оцінювання працівника керівництво має змогу вчасно оцінити рівень кадрового потенціалу робітників і запровадити відповідні заходи задля його підвищення [4; 5].

Процес управління кадровим потенціалом регулюється на трьох рівнях: державному, регіональному та на рівні власне підприємства. Щоб цей процес був ефективним, необхідними є максимальна злагодженість та узгодженість дій на всіх рівнях [5].

Таким чином, управління кадровим потенціалом є одним із головних завдань на сучасному етапі розвитку кожного підприємства. Цей процес необхідно розпочинати саме на державному рівні, оскільки політика держави, надання пільг робітникам безпосередньо впливають на розвиток і діяльність кожної організації. Управління кадровим потенціалом необхідно проводити комплексно, використовуючи всі можливі засоби для його підвищення. Основною рушійного силою є мотивація, оскільки саме матеріальна чи моральна винагорода надихає робітників на досягнення кінцевого результату.

Науковий керівник – канд. екон. наук, доцент Мішин О. Ю.

Література: 1. Гриньова В. М., Писаревська Г. І. Управління кадровим потенціалом підприємства : монографія. Харків : ХНЕУ, 2012. 228 с. **2.** Маслов Е. В. Управление персоналом предприятия : учебное пособие. М. : Инфра-М, 2003. 312 с. **3.** Онищенко Е. К. Кадровий потенціал та його місце в структурі потенціалу підприємства. *Економіка. Менеджмент. Підприємництво.* 2011. № 23. С. 89–97. **4.** Галицька У. Б., Доманчук Д. П. Формування та ефективність використання кадрового потенціалу. *Вісник ПДАТУ.* 2012. № 14. С. 72–78. **5.** Шляга О. В. Важелі управління кадровим потенціалом підприємства в умовах сьогодення. *Вісник економічної науки України.* 2010. № 1. С. 157–160.

МЕТОДИ МІНІМІЗАЦІЇ КРЕДИТНОГО РИЗИКУ ПРИ БАНКІВСЬКОМУ КРЕДИТУВАННІ

УДК 336.773 (477)

Юдченко Б. О.

Студент 4 курсу
фінансового факультету ХНЕУ ім. С. Кузнеця

Анотація. *Проаналізовано сучасні тенденції розвитку банківського кредитування в Україні. Визначено найефективніші засоби аналізу, методи вимірювання та шляхи зниження кредитних ризиків та їх негативного впливу на функціонування вітчизняної банківської системи в цілому.*

Ключові слова: *банк, банківська установа, банківська система, кредит, кредитування, банківське кредитування, кредитний ризик, мінімізація ризиків.*

© Юдченко Б. О., 2017

Аннотация. *Проанализированы современные тенденции развития банковского кредитования в Украине. Определены наиболее эффективные способы анализа, методы измерения и пути снижения кредитных рисков и их негативного влияния на функционирование отечественной банковской системы в целом.*

Ключевые слова: *банк, банковское учреждение, банковская система, кредит, кредитование, банковское кредитование, кредитный риск, минимизация рисков.*

Annotation. *Current trends in the development of bank lending in Ukraine are analyzed. The most effective methods of analysis, measurement methods and ways to reduce credit risks and their negative impact on the functioning of the domestic banking system as a whole are determined.*

Keywords: *bank, banking institution, banking system, credit, crediting, bank crediting, credit risk, risk minimization.*

За сучасних умов функціонування вітчизняної банківської системи все більшого значення набувають методи ефективного управління ризиками банківської діяльності. З огляду на те, що кредитні ризики є одним із основних видів банківських ризиків, їх мінімізації приділяють особливу увагу.

Мінімізація кредитних ризиків є одним із етапів процесу управління кредитним ризиком, що передбачає також ідентифікацію ризику, його якісне та кількісне оцінювання. На всіх етапах управління кредитними ризиками перед банками стоїть завдання їх повномасштабного адекватного оцінювання задля визначення реальної ймовірності втрат за кредитними угодами й запровадження заходів щодо їх зниження [4].

Актуальність питання мінімізації кредитних ризиків у національній банківській діяльності є зумовленою погіршенням якості активів банківського сектора за останні роки. Негативні економічні тенденції протягом 2013–2015 рр. спричинили погіршення всіх основних показників банківської системи, зростання кількості відкликань ліцензій у банківському секторі, а також прискорене збільшення частки проблемної заборгованості з відповідною реалізацією накопичених кредитних ризиків у банківських установах, що діють в Україні.

Вагомий внесок у дослідження шляхів зниження кредитних ризиків як напряму мінімізації їх негативних впливів зробили Ілляшенко С. М., Ковач Х. М., Лінтур І. В., Ільчук П. Г., Фесенко І. А. та ін. Однак, незважаючи на наявність численних теоретичних розробок, не всі аспекти цієї багатогранної проблеми з'ясовані й отримали належне обґрунтування.

Метою написання статті є визначення шляхів мінімізації кредитних ризиків при банківському кредитуванні як напряму зниження їх негативного впливу.

Згідно із Положенням «Про визначення банками України розміру кредитного ризику за активними банківськими операціями», кредитний ризик – наявний або потенційний ризик для надходжень і капіталу, який виникає через неспроможність сторони, що взяла на себе зобов'язання, виконати умови будь-якої фінансової угоди із банком або в інший спосіб виконати взяті на себе зобов'язання [5].

На тлі погіршення показників банківської діяльності й посилення нагляду з боку регулятора, ліцензії на право здійснення банківської діяльності з 2013 р. втратили 63 банківські установи, у більшості з яких були проблеми з якістю активів [6].

У 2016 р. темпи зростання кредитного портфеля банків України скоротилися до 965,1 млрд грн – на 4,1 % порівняно з попереднім періодом, унаслідок чого спостерігається негативна тенденція зменшення сукупного обсягу кредитного портфеля за банківським сектором у цілому. При цьому питома вага простроченої заборгованості за кредитними портфелями національних банків з кінця 2014 р. зросла з 29,5 % до 33,2 %, тобто практично в 1,08 рази (рис. 1) [6].

Зниження якості кредитних портфелів банків України, спричинене прискореною реалізацією кредитних ризиків, змусило чимало кредитних організацій переглянути свою кредитну політику та змінити підходи до оцінювання ризиків. Крім того, поступове впровадження нових стандартів і посилення вимог з боку Національного банку України сприяло необхідності оптимізації системи ризик-менеджменту з точки зору посилення контролю за ризиками, у тому числі кредитними.

Погіршення якості активів банківських установ є супроводжуваним скороченням загального рівня достатності капіталу в банківській системі України, отже, здатність абсорбувати втрати за кредитами за рахунок власних коштів знижується. Подальше зростання проблемних активів може стати для багатьох банків критичним. Не слід забувати, що реалізація кредитних ризиків є безпосередньо пов'язаною зі станом справ у економіці України, який нині є кризисним: за 2016 р. обсяг валового внутрішнього продукту знизився на 14,6 %, інфляція становила 12,4 %, реальні доходи знизилися на 4,4 % [7]. За таких економічних умов завдання мінімізації кредитних ризиків є першочерговим і вимагає зваженого ретельного підходу в процесі його оцінювання та подальшого управління ними.

За сучасних умов ринкової економіки за здійснення кредитування банківські установи неодмінно управляють ризиком шляхом прийняття кредитного ризику або його мінімізації [1].

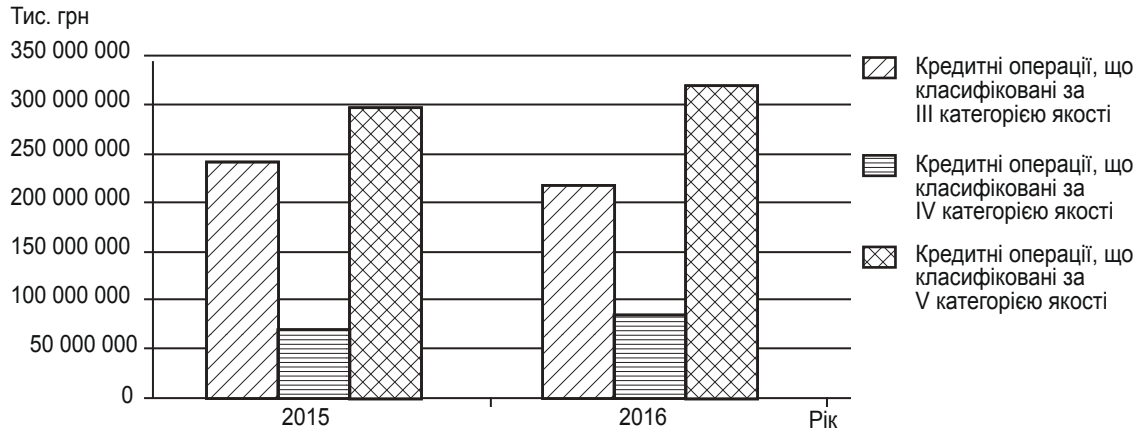


Рис. 1. **Динаміка обсягів кредитних операцій, що класифікуються за III, IV, V категоріями якості в кредитному портфелі банків України, тис. грн**

Серед заходів регулювання кредитного ризику банку виділяють економічні нормативи діяльності банків, які доводить Національний банк України, а саме нормативи кредитного ризику:

– максимального розміру кредитного ризику на одного контрагента, Н7, не більше 25 %;

– великих кредитних ризиків, Н8, не більше восьмикратного розміру регулятивного капіталу;

– максимального розміру кредитів, гарантій і поручительств, наданих одному інсайдеру, Н9, не більше 5 %;

– максимального сукупного розміру кредитів, гарантій і поручительств, наданих інсайдерам, Н10, не більше 30 % [5; 6].

Аналіз середніх значень економічних нормативів за банківським сектором України подано в табл. 1 [5–7].

Таблиця 1

Середні значення економічних нормативів Національного банку України за банківською системою України, 2013–2016 рр.

Рік	Середнє значення Н7, %	Середнє значення Н8, %	Середнє значення Н9, %	Середнє значення Н10, %
2013	22,48	178,99	0,37	1,98
2014	22,70	244,64	0,26	1,53
2015	23,04	605,95	35,88	0,15
2016	21,87	328,80	32,56	–

Аналіз даних (табл. 1) дає підстави стверджувати, що протягом аналізованого періоду значення нормативу максимального розміру кредитного ризику на одного контрагента не перевищувало нормативне – 25 %. Якщо у 2013 р. його значення становило 22,48 %, то до 2016 р. воно знизилося до 21,87 %, що є мінімальним результатом за цей період. Найвище значення показника зафіксовано у 2015 р. – 23,04 %. Динаміка значень нормативу великих кредитних ризиків демонструє значне зростання до 2015 р., однак, протягом 2015–2016 рр. відбулося зниження майже вдвічі. Якщо у 2013 р. його значення дорівнювало 178,99 %, то до 2016 р. воно зросло до 328,8 %, що на 83,7 % більше, ніж у 2013 р. Усі значення великих кредитних ризиків не перевищують своїх нормативних значень, тобто не перевищують регулятивний капітал у восьмикратному розмірі [5–7].

Відбувається різке зростання нормативу максимального розміру кредитів, гарантій і поручительств, наданих одному інсайдеру, що є пов'язаним передусім зі зміною нормативного його значення з 5 % до 25 %. Починаючи з 2013 р. (0,37%) його значення знижувалося до 2014 р. і становило 0,26 % за його нормативного значення менше 5 %. Починаючи з 2015 р. (35,88 %) його значення також мало тенденцію до зменшення і станом на кінець 2016 р. становило 32,56 % за його нормативного значення не більше 25 %, що негативно характеризує роботу банківських установ України.

Зміна значень нормативу максимального розміру сукупних кредитів, гарантій і поручительств, наданих інсайдерам, демонструє різке зменшення. Максимальне значення нормативу спостерігалося у 2013 р. (1,98 %) за допустимих 30 %, а мінімальне – у 2015 р. (0,15 %).

Основними методами мінімізації кредитного ризику є оцінювання кредитоспроможності позичальника, створення забезпеченості кредиту, диверсифікація, зменшення терміну кредитування, лімітування та ін. [3; 4].

Банк не може безпосередньо вплинути на платоспроможність позичальника, яку розраховують за даними його фінансової звітності, але може вибрати оптимальні умови кредитування, за яких ризики будуть мінімальними. Так, розглядаючи питання про видачу позики юридичній особі, діяльність якої має сезонний характер, план погашення має бути складений у такий спосіб, щоб платежі припадали на періоди найбільшої ділової активності клієнта. Або в разі надання позики на придбання основного засобу розрахунок платоспроможності обов'язково має будуватися на показниках прибутку клієнта, а не на виручці. За інших умов при наданні позики на поповнення оборотних коштів визначення можливого розміру кредиту за допомогою прибутку буде помилковим, оскільки необґрунтовано завищено терміни кредитування, й відповідно кредитний ризик спричинено невизначеністю в часі [3].

Мінімізація кредитного ризику за допомогою забезпечення є, мабуть, основним способом зниження ризиків, що приймаються. При цьому важливо розуміти, що не завжди висока вартість забезпечення є найкращим критерієм вибору об'єкта застави. Йдеться про те, що за невідповідності вартості забезпечення розміру зобов'язання можуть виникнути юридичні проблеми з його реалізацією, отже, банк понесе високі витрати реалізації майна з великою втратою часу.

Зменшення рівня кредитного ризику за рахунок зменшення терміну кредитування є застосовуваним у банківській практиці на постійній основі. Позики та інші активи надаються на мінімально можливий термін, тобто термін, у який позичальник зможе розплатитися за своїми зобов'язаннями без шкоди для його поточної діяльності. Завищення терміну призводить до зростання ступеня невизначеності й зростання кредитного ризику.

Крім безпосереднього впливу на компоненти ризику, для мінімізації кредитних ризиків широко використовують страхування.

Диверсифікація ризиків за кредитним портфелем є процесом розподілу капіталу між різними об'єктами, напрямками, галузями і ринками вкладень, що безпосередньо не пов'язані між собою. Диверсифікація кредитного ризику дає змогу мінімізувати концентрацію за окремими напрямками. Крім того, Національний банк України у межах регулювання банківської діяльності встановлює обов'язкові нормативи, що обмежує концентрацію кредитного ризику за аналізованими групами [1; 2].

Тісно пов'язаним із диверсифікацією є ще один спосіб мінімізації кредитного ризику банку – лімітування. Перераховані пруденційні нормативи лімітують кредитний ризик по відношенню до власних коштів банку. Крім цього, кредитна організація встановлює власні ліміти на окремі види операцій відповідно до власної стратегії розвитку та поточної економічної кон'юнктури.

Обмежуючи ризики за окремими напрямами і контрагентам, банк передбачає, що за настання несприятливих обставин зможе покрити ризики за окремою групою за рахунок власного капіталу, і це не зможе негативно вплинути на його фінансову стійкість. Ліміти можуть встановлюватися як у абсолютних величинах, так і у відносних, у вигляді відношення до загального обсягу операцій за групою або до окремих статей активів [2].

Таким чином, для вирішення проблеми банківські установи мають більше уваги приділяти підвищенню якості та ефективності управління кредитним портфелем. Головним завданням сучасних банківських установ має стати комплексне оцінювання кредитоспроможності майбутніх позичальників і постійний моніторинг наявних проблемних кредитів. Негативно класифіковані кредити не є остаточними збитками банку, оскільки вони можуть бути покриті забезпеченням. Виконання цих заходів кожним банком сприятиме підвищенню рівня їх прибутковості та надійності.

Науковий керівник – канд. екон. наук, доцент Дзеніс В. О.

Література: 1. Ілляшенко С. М. Кредитні ризики та створення резервів для їх покриття. *Вісник Національного банку України.* 2009. № 6. С. 38–41. **2.** Ільчук П. Г., Галишин О. М. Кредитний ризик комерційного банку та шляхи його мінімізації. *Науковий вісник Львівського політехнічного національного університету.* 2011. № 9. С. 512–515. **3.** Лінтур І. В., Ковач Х. М. Шляхи зниження кредитних ризиків як напрям мінімізації їх негативних впливів. *Науковий вісник Ужгородського університету.* 2014. № 2. С. 170–172. **4.** Фесенко І. А. Проблеми управління кредитним ризиком банку на мікрорівні і пошук шляхів їх подолання. *Схід.* 2014. № 2. С. 52–59. **5.** Про затвердження Положення про визначення банками України розміру кредитного ризику за активними банківськими операціями : Закон України від 30.06.2016 № 351 // База даних «Законодавство України» / Верховна Рада України. URL: http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/v0351500-16. **6.** Національний банк України // Офіційний сайт Національного банку України. URL: https://bank.gov.ua/control/uk/curmetal/detail/currency?period=daily. **7.** Міністерство фінансів України // Офіційний сайт Міністерства фінансів України. URL: https://index.minfin.com.ua. **8.** Глосарій банківської термінології. URL: https://bank.gov.ua/control/uk/publish/article.

ПРОБЛЕМИ КРЕДИТУВАННЯ ТА РОЗВИТКУ МАЛОГО БІЗНЕСУ В УКРАЇНІ

УДК 336.77:33.012.61-022.51(477)

Юрченко А .В.

Студент 2 курсу
факультету консалтингу і міжнародного бізнесу ХНЕУ ім. С. Кузнеця

Анотація. *Досліджено роль і значення малого бізнесу, а також проблеми його кредитування в Україні. Запропоновано напрями вдосконалення системи державного регулювання та банківського кредитування для ефективного функціонування малих підприємств.*

Ключові слова: *економіка, держава, підприємство, організація, бізнес, малий бізнес, банк, банківська установа, кредит, кредитування, банківське кредитування.*

Аннотация. *Исследованы роль и значение малого бизнеса, а также проблемы его кредитования в Украине. Предложены направления совершенствования системы государственного регулирования и банковского кредитования для эффективного функционирования малых предприятий.*

Ключевые слова: *экономика, государство, предприятие, организация, бизнес, малый бизнес, банк, банковское учреждение, кредит, кредитование, банковское кредитование.*

Annotation. *The role and importance of small business, as well as the problems of its lending in Ukraine, has been studied. Suggested directions for improving the system of state regulation and bank lending for the effective functioning of small businesses.*

Keywords: *economy, state, enterprise, organization, business, small business, bank, banking institution, credit, crediting, bank crediting.*

За сучасних умов актуальним напрямком у оздоровленні та виведенні економіки України на гідний рівень є створення сприятливого середовища для розвитку й функціонування підприємництва, передусім малого бізнесу, який є важелем для вирішення соціально-економічних проблем. Розвиток підприємницької діяльності сприяє позитивним зрушенням у структурі валового внутрішнього продукту, зайнятості населення, зростання попиту та пропозиції товарів і послуг на вітчизняному ринку, що створює умови для входження України до європейської спільноти.

Дослідженням проблем розвитку малого бізнесу та фінансових відносин у сфері кредитування цього бізнесу займаються Фрідман М., Фішер І., Хаєк Ф., Хазін М., Варналій З., Геєць В., Лібанова Е., Кужель О. та ін.

Метою написання статті є дослідження проблем розвитку та нормального функціонування вітчизняного малого бізнесу, а також висвітлення питань, що є пов'язаними з кредитуванням цієї сфери економічної діяльності.

Згідно із Господарським кодексом України підприємництво – це самостійна ініціативна систематична, на власний ризик господарська діяльність, що є здійснюваною суб'єктами господарювання (підприємцями) задля досягнення економічних і соціальних результатів та одержання прибутку.

Суб'єктами малого бізнесу є фізичні особи, зареєстровані як суб'єкти підприємницької діяльності відповідно до законодавства України.

За сучасних умов сектор малого бізнесу в Україні є недостатньо розвиненим через:

– незадовільний стан економіки України;

– відсутність початкового капіталу, власних ресурсів, матеріалів, споруд та обладнання;

– проблеми фінансового забезпечення діяльності підприємств малого бізнесу, тобто створення достатньої фінансової бази;

– високу орендну плату;

– дорожнечу та складність процедури реєстрації підприємства малого бізнесу;

– проблеми, що є пов'язаними з сучасною податковою системою, яка створила сприятливі умови для виходу підприємств у тіньовий сектор економіки через запровадив високі відрахування до фонду заробітної плати, на соцстрахування;

– низька продуктивність праці.

© Юрченко А .В. , 2017

– недостатній рівень поінформованості суб'єктів малого підприємництва стосовно потенційних партнерів і конкурентів.

Істотною перешкодою для функціонування малого бізнесу в Україні є проблеми кредитування та великі відсотки комерційних банків. Однак, у малого підприємництва існують свої особливості, які роблять його привабливим для кредитування. Так, залежність малих підприємств від позикових коштів, а саме від кредитів банку, є набагато вищою, ніж у великих суб'єктів господарювання. Це є пояснюваним обмеженістю вільних фінансових ресурсів, прискореною оборотністю коштів і меншими можливостями для довгострокового планування руху грошових потоків. Оцінити ризики за кредитування малого бізнесу набагато легше, ніж за умови видачі коштів великій компанії.

У 2015 р. банки найбільше кредитували бізнес, що є пов'язаним із торгівлею – 57,9 %. Малі підприємства, що працюють у сфері промисловості, отримали 10 % від загального обсягу кредитів, бізнес у сфері послуг – 8,7 %, у сфері будівництва – 5 %, науки – 1,5 %, сільського господарства – 16,2 %[4].

Проблем, що виникають при отриманні кредиту малим бізнесом, чимало. Банку не вигідно працювати з малим підприємством, оскільки набагато легше оформити одну кредитну лінію сумою у кілька мільйонів для великого бізнесу, ніж працювати з малими сумами. До того ж будь-яка фінансова установа не бажає наражатися на великі ризики при видачі коштів, а більшість малих підприємств, що розпочинають роботу, є дуже ризиковими, оскільки мають велику недостачу власних коштів, ресурсів і персоналу. Сучасні банківські установи обирають для кредитування лише той бізнес-план (інвестиційний проект), який є перспективним з їх точки зору.

Дуже часто при оформленні кредиту для малого бізнесу потрібно надати банку заставу на випадок несплати боргу. В основному банки дають кредити лише тим підприємствам, які мають стабільний обіг. В Україні через високі податки малі підприємства змушені приховувати реальні масштаби свого бізнесу, не показувати реальний прибуток і активи.

Але, незважаючи на проблеми, кредитування малого бізнесу в Україні починає набирати оберти. Банки оцінили перспективи розвитку малого бізнесу та виділили його як окремий напрямок кредитної політики. Рейтинг банків України за обсягом кредитів, виданих малому та середньому бізнесу, станом на 2015 р. подано в табл. 1 [4–6].

Таблиця 1

Рейтинг банків України за обсягом кредитів, виданих малому та середньому бізнесу, 2015 р.

№ з / п	Назва банківської установи	Обсяг кредиту, тис. грн
1	ПриватБанк	181362098
2	Ощадбанк	69158393
3	Укрексімбанк	57646651
4	«Сбербанк»	46321290
5	Промінвестбанк	42246169
6	Укрсоцбанк (Унікредит)	28991528
7	Альфа-Банк	26961280
8	Райфайзен банк Аваль	25961118
9	ПУМБ	25921911
10	Укрсиббанк	19678640

У 2015 р. більшість кредитів (90 %), які надаються, становили овердрафти, тобто кредити, якими може скористатися позичальник, у якого виникає тимчасова потреба в грошових коштах і лише 10 % – інвестиційні кредити для розвитку перевіреним компаніям. Середня сума для овердрафту становила 400–500 тис. грн. Ставка для забезпечення гривневого кредиту – 24–28 %, 26–32 % річних – ставка для не забезпеченого заставою гривневого кредиту. Стандартний термін кредитування – один рік. Найактивніше під відносно невисокі ставки річних нині фінансують бізнес, що швидко обертається, так банкіри мінімізують свої ризики [6].

Таким чином, нині існує чимало проблем, що є пов'язаними з розвитком малого підприємництва в Україні. Тому державна політика має бути спрямована на створення сприятливого клімату для його розвитку. Важливими заходами з цієї точки зору є надання пільгових кредитів, створення й удосконалення відповідної правової бази, що передбачає встановлення правових гарантій для забезпечення свободи й захисту приватної власності, зменшення податкових ставок, ліквідація адміністративних бар'єрів, захист суб'єктів малого підприємництва від злочинних посягань, сприяння розвитку кооперативних зв'язків із великим бізнесом, надання виробничої та ресурсної підтримки. Держава має формувати стимули для саморозвитку малого підприємництва. Правильно обрані напрями допоможуть вирішити багато соціальних питань, сприятимуть пом'якшенню соціальної напруги через створення робочих місць і подолання безробіття, демократизації ринкових відносин та ін. Це дасть по-

штовх позитивним перетворенням національної економіки, оскільки мале підприємництво поліпшує становище на ринку, регулюючи попит, пропозицію та ціни, сприяє розвитку економічної конкуренції, залучає до економічного обігу матеріальні, людські та природні ресурси, що не потрапили до обігу великих компаній, стимулює підвищення ділової активності населення.

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

Література: 1. Варналій З. С., Волянська Г. М., Кампо В. М., Ковтунець В. В. Політико-правове регулювання підприємництва в Україні: теорія і практика / за ред. З. С. Варналія, В. М. Кампо. Київ : Знання, 2005. 380 с. **2.** Господарський кодекс України : Закон України від 16.01.2003 № 436-IV // База даних «Законодавство України» / Верховна Рада України. URL: http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/436-15. **3.** Лукань Л. П. Розвиток підприємництва в Україні: проблеми і перспективи. *Вісник Львівського інституту економіки і туризму.* 2008. № 3. С. 17–22. **4.** Показники банківської системи // Офіційний сайт Національного банку України. URL: https://bank.gov.ua/control/uk/publish/article?art_id=34661442. **5.** Топ-20 банків за обсягами вкладів населення. Forbes. Україна. URL: http://forbes.net.ua/ua/business/1359989-top-20-bankiv-za-obsyagami-vkladiv-naselennya. **6.** Кредиты для малого и среднего бизнеса в Украине: как получить и кому их дают. URL: https://business.vesti-ukr.com/120863-kredity-dlja-malogo-biznesa-v-ukraine-kak-poluchit-i-komu-ih-dajut.

ВПЛИВ БЕЗРОБІТТЯ НА ОБСЯГИ ВАЛОВОГО ВНУТРІШНЬОГО ПРОДУКТУ УКРАЇНИ

УДК 331.56/.57(477)

Юхно Л. К.

Студент 3 курсу
факультету консалтингу і міжнародного бізнесу ХНЕУ ім. С. Кузнеця

Анотація. *Проаналізовано сутність поняття безробіття як соціального явища. Обґрунтовано, що воно спричиняє скорочення фактичного обсягу валового внутрішнього продукту України порівняно з потенційним, що суттєво підриває економіку країни. Досліджено негативний вплив безробіття на обсяги валового внутрішнього продукту України за останні десять років.*

Ключові слова: *економіка, держава, право на працю, трудові ресурси, безробіття, валовий внутрішній продукт, інфляція, закон Оукена.*

Аннотация. *Проанализирована сущность понятия безработицы как социального явления. Обосновано, что оно приводит к сокращению фактического объема валового внутреннего продукта Украины по сравнению с потенциальным, что существенно подрывает экономику страны. Исследовано негативное влияние безработицы на объемы валового внутреннего продукта Украины за последние десять лет.*

Ключевые слова: *экономика, государство, право на труд, трудовые ресурсы, безработица, валовой внутренний продукт, инфляция, закон Оукена.*

Annotation. *The essence of the concept of unemployment as a social phenomenon is analyzed. It is justified that it leads to a reduction in the actual volume of the gross domestic product of Ukraine in comparison with the potential, which significantly undermines the country's economy. The negative impact of unemployment on the gross domestic product of Ukraine over the past ten years has been investigated.*

Keywords: *economy, state, labor, labor, unemployment, gross domestic product, inflation, Oaken law.*

© Юхно Л. К., 2017

За сучасних умов проблема безробіття для України не є новою і вимагає термінового втручання з боку держави. Потужна трудова еміграція з України до Східної Європи і країн СНД, а також рекорди за рівнем безробіття 2017 р. засвідчують, що уряд, проводячи реформи, не враховує рівень зайнятості в країні. Ефективне використання трудових ресурсів впливає на економічний розвиток держави більше, ніж розмір підвладних їй територій, а іноді й більше їх якості, кліматичних умов та інших факторів, що не підлягають контролю.

Теоретико-методологічні проблеми ринку праці, державного регулювання зайнятості та безробіття в Україні знайшли відображення в працях відомих вітчизняних науковців, серед них Бандура С., Безтелесна Л., Васильченко В., Головко Т., Колот А., Колесник А., Лібанова Е., Лісогор Л., Новікова О., Петрова І., Піщулін А., Приймак В. та ін.

Метою написання статті є визначення ступеня взаємозв'язку між рівнем безробіття і обсягом валового внутрішнього продукту України.

Безробіття є складним багатоаспектним соціально-економічним явищем, коли частина економічно активного населення не зайнята в суспільному виробництві товарів і послуг, не може реалізувати свої фізичні та розумові здібності через ринок праці. Воно може виникати з різних причин, серед яких циклічні коливання економіки, сезонні коливання в межах певної галузі, автоматизація робочих процесів тощо. Фрикційне безробіття (виникає внаслідок зміни місця роботи та її пошуків) і структурне (є пов'язаним зі змінами в структурі попиту на робочу силу та технологіями виробництва) визначають так званий природний рівень безробіття. Саме він відповідає ситуації повної зайнятості, коли на ринку не залишилося вільних робочих місць незалежно від того, чи є безробітне населення. У цій ситуації номінальний обсяг валового внутрішнього продукту прирівнюється до потенційного, тобто держава «працює на повну потужність». Що ж відбувається за виникнення інших видів безробіття, зокрема циклічного, що є пов'язаним з економічним спадом і зниженням попиту на робочу силу?

Відповідь на це питання дає закон Оукена, сутність якого полягає ось у чому: якщо безробіття зростає на 1 % порівняно з його природним рівнем, реальний обсяг валового внутрішнього продукту падає на 2–3 % порівняно з потенційним. Отже, навіть не маючи ніяких статистичних даних, можна зробити висновок про істотну втрату Україною потенціалу, особливо за умов затяжної економічної та політичної кризи. Для конкретизації цього висновку звернемося до даних Державної служби статистики та Міністерства фінансів України і проаналізуємо динаміку зміни рівня безробіття у відсотках за 2006–2016 рр. (рис. 1) [1; 2].

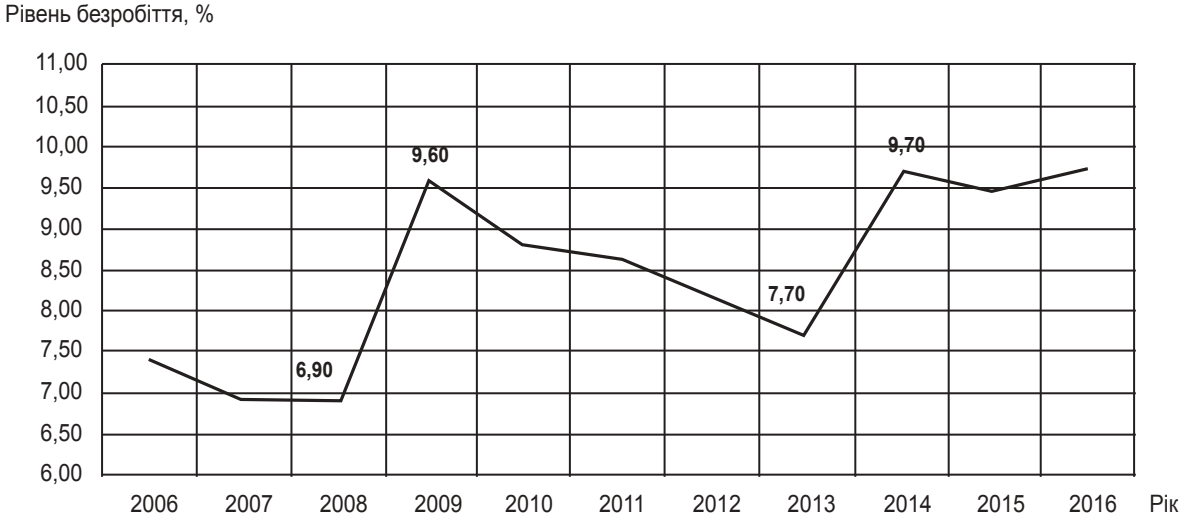


Рис. 1. **Динаміка зміни рівня безробіття в Україні, 2006–2016 рр.**

Аналіз динаміки зміни рівня безробіття у 2006–2016 рр. засвідчує, що за настання кризи безробіття миттєво зростає до рівня майже 10 %. Це видно як на прикладі кризи 2008–2009 рр., так і на прикладі кризи 2014–2015 рр.

Цей аналіз дає підстави зробити ще два важливі висновки. Пропозиція робочої сили є дуже чутливою до спадів економіки і вимагає особливо ретельної уваги з боку держави в періоди загострення економічної ситуації. До того ж відновлення рівня зайнятості є тривалим процесом, а тому вигідніше не допускати підвищення безробіття, ніж витрачати ресурси на його повернення до природного рівня.

Порівняємо отримані дані зі змінами обсягу валового внутрішнього продукту (табл. 1) [1; 2]. Для аналізу використовуватимемо обсяг валового внутрішнього продукту в доларах, щоб виключити вплив інфляції на кінцеві показники.

Таблиця 1

Динаміка зміни номінального обсягу валового внутрішнього продукту України, 2006–2016 рр.

Роки	ВВП, млн грн			ВВП, млн дол.		
2006	544153			107753		
2007	720731	+176578	+32,5%	142719	+34966	+32,5%
2008	948056	+227325	+31,5%	179992	+37273	+26,1%
2009	913345	-34711	-3,7%	117228	-62765	-34,9%
2010	1082569	+169224	+18,5%	136419	+19192	+16,4%
2011	1316600	+234031	+21,6%	163160	+26740	+19,6%
2012	1408889	+92289	+7,0%	175781	+12622	+7,7%
2013	1454931	+46042	+3,3%	183310	+7529	+4,3%
2014	1566728	+111797	+7,7%	131805	-51505	-28,1%
2015	1979458	+412730	+26,3%	90615	-41190	-31,3%
2016	2383182	+403724	+20,4%	93270	+2655	+2,9%

На підставі отриманих даних можна зробити висновки, що за умов економічної кризи не доцільно аналізувати номінальний обсяг валового внутрішнього продукту, оскільки його номінальне зростання в цьому випадку свідчитиме скоріш про зростання інфляції. Тому висновки, зроблені на підставі таких даних, не відповідатимуть дійсному стану.

Слід сказати і про те, що роки зниження обсягу валового внутрішнього продукту відповідають рокам стрибків безробіття, тобто очевидний тісний взаємозв'язок цих економічних показників. Порівняємо фактичне співвідношення відхилень рівня безробіття й розміру валового внутрішнього продукту із законом Оукена; природний рівень безробіття при цьому має не перевищувати 4–5 % (табл. 2) [1; 2].

Таблиця 2

Взаємозалежність підвищення безробіття та падіння реального ВВП України за економічних криз

Рік	Перевищення природного рівня безробіття, %	Зниження реального ВВП, %	Зниження ВВП за рахунок зростання безробіття на 1 %
2009	7,5	34,9	4,65
2014	5	28,1	5,62
2015	7,5	31,3	4,17

Отже, під час загострення економічних криз в Україні обсяг валового внутрішнього продукту знижується в середньому на 4,81 % за зростання безробіття на 1 % понад його природний рівень. Це трохи вище, ніж передбачає закон Оукена, і може бути спричинене впливом інших факторів на обсяг валового внутрішнього продукту. Однак, беручи до уваги, що коефіцієнт Оукена, тобто відсоток, на який змінюється обсяг валового внутрішнього продукту, установлюється емпірично, а робоча сила є основним джерелом формування матеріальних благ, для розрахунку потенційного обсягу валового внутрішнього продукту країни використовуємо отриманий коефіцієнт.

Згідно із даними Державної служби статистики України, реальний обсяг валового внутрішнього продукту в цінах за 2016 р. за перше півріччя 2016 р. становив 1 075 985 млн грн [2]. Підставивши цю суму в формулу Оукена, яка має загальний вигляд:

$$\frac{V - V^*}{V^*} = -\beta \times (U - U_n),$$

де V і V^* – фактичний і потенційний ВВП відповідно;

U і Un – фактичний і природний рівень безробіття відповідно;

β – коефіцієнт Оукена.

Отримаємо значення потенційного валового внутрішнього продукту – 1 512 450 млн грн, що на 28,86 % перевищує фактичне значення, або на 436 505 млн грн у абсолютному вираженні.

Таким чином, нині надзвичайно важливо вживати заходів, спрямованих на зменшення безробіття, серед яких створення робочих місць за рахунок заснування державних підприємств, стимуляція роботодавців у вигляді дотацій, субсидій та інших способів зменшення податкового тягаря, пов'язаного з утриманням найманих робіт-

ників. Ще однією важливою державною програмою, що має істотно вплинути на рівень зайнятості, може стати сприяння в працевлаштуванні випускників вищих навчальних закладів, які нині нерідко зазнають труднощів при влаштуванні за фахом через відсутність у них досвіду роботи. Крім того, приватні підприємці як самозайняті особи сприяють суттєвому підвищенню кількості робочих місць і створенню привабливих умов для самостійної підприємницької діяльності, що також позитивно впливатиме на стан ринку праці та підвищення рівня зайнятості в країні.

Науковий керівник – канд. екон. наук, доцент Пилипенко С. М.

Література: 1. Міністерство фінансів України // Офіційний сайт Міністерства фінансів України. URL: https://minfin.com.ua. **2.** Статистична інформація // Офіційний сайт Державної служби статистики України. URL: http://www.ukrstat.gov.ua. **3.** Экономический портал // Economicportal. URL: http://www.economicportal.ru/ponyatiya-razdel/ponyatiya.html. **4.** Черемисина С. Г. Оцінка впливу структурних перетворень на рівень економічного розвитку України. *Економіка та фінанси.* 2011. № 6. С. 48–53. **5.** Рофе А. И. Экономика труда. М. : Кнорус, 2010. 400 с. **6.** Колесник А. В. Методи боротьби з безробіттям. *Управління розвитком.* 2013. № 9. С. 113–115.

СУЧАСНІ ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ МАРКЕТИНГОВИХ КОМУНІКАЦІЙ У СОЦІАЛЬНО-КУЛЬТУРНІЙ СФЕРІ

УДК 339.138:004.738.5

Якобсон В. В.

Магістрант 1 року навчання
факультету менеджменту і маркетингу ХНЕУ ім. С. Кузнеця

Анотація. *Проаналізовано особливості застосування маркетингових комунікацій у вітчизняних організаціях. Досліджено вплив SMM (Social Media Marketing) як одного з ефективних інструментів інтернет-комунікацій для організацій соціально-культурної сфери, визначено переваги застосування цього методу.*

Ключові слова: *економіка, ринкова економіка, комунікації, маркетинг, маркетингові комунікації, інтернет-комунікації, інтегровані маркетингові комунікації, реклама, SMM.*

Аннотация. *Проанализированы особенности применения маркетинговых коммуникаций в отечественных организациях. Исследовано влияние SMM (Social Media Marketing) как одного из эффективных инструментов интернет-коммуникаций для организаций социально-культурной сферы, определены преимущества применения этого метода.*

Ключевые слова: *экономика, рыночная экономика, коммуникации, маркетинг, маркетинговые коммуникации, интернет-коммуникации, интегрированные маркетинговые коммуникации, реклама, SMM.*

Annotation. *Features of marketing communications in domestic organizations are analyzed. The influence of the SML (Social Media Marketing) as one of the effective tools of Internet communications for social and cultural organizations has been studied, the advantages of using this method.*

Keywords: *economy, market economy, communications, marketing, marketing communications, Internet communications, integrated marketing communications, advertising, SMM.*

© Якобсон В. В., 2017

За сучасних умов усе частіше інструменти маркетингових комунікацій використовуються некомерційними організаціями, серед яких можна назвати такі міжнародні та національні громадські організації: Товариство Червоного Хреста, церкви, мечеті, служби і фонди милосердя, дитячі фонди й опікунські установи, благодійні організації та фонди, а також державні установи, що забезпечують найбільш суттєві суспільні потреби в галузі охорони правопорядку, охорони здоров'я, освіти, науки і культури: армія, міліція, ДПС, МНС, пожежна служба, лікарні, санаторії, поліклініки, школи, коледжі, вищі навчальні заклади. Займаючись соціально значущою справою, цей сектор відчуває необхідність у суспільній підтримці. Для успішного функціонування некомерційних організацій важливо, щоб якомога більше людей мали максимально точне уявлення про їхню діяльність. Одне із завдань некомерційних організацій полягає у виправданні своєї діяльності, задля цього вони пропагують певні соціальні цінності. До того ж реклама допомагає таким організаціям вирішувати фінансове питання, адже, створюючи за допомогою маркетингових комунікацій сприятливу для себе громадську думку, ці організації можуть розраховувати на краще бюджетне забезпечення. У комунікацій некомерційних організацій є свої особливості, які полягають у тому, що на відміну від комерційного маркетингу, некомерційний, крім товарів і послуг, також є пов'язаним із організаціями, територіями та ідеями. Некомерційний маркетинг має нетоварний характер обміну. Клієнтами некомерційних організацій є споживачі та спонсори, цілі є складнішими, оскільки успіх або невдача наприклад рекламної кампанії, не можуть оцінюватися лише з фінансової позиції.

Отже, комерційні та некомерційні організації досягають своїх цілей із застосуванням маркетингових комунікацій. Котлер Ф. і Келлер Л. у підручнику «Маркетинг менеджмент» визначають маркетингові комунікації як засоби, із застосуванням яких фірми намагаються інформувати, переконувати та нагадувати споживачам про свої товари і торговельні марки [1]. Сміт П., Рассер П., Беррі К., Пулфорд А. вважають, що в споживчому товаристві маркетинг комунікацій є невід'ємною складовою процесу пошуку споживачів товарів і послуг [2].

Для поширення маркетингових звернень використовують чимало різних видів комунікацій. Розглянемо ті, що традиційно використовують підприємства некомерційних організацій.

Реклама – це інформація про особу чи товар, розповсюджена в будь-якій формі й у будь-який спосіб і призначена сформувати або підтримати обізнаність споживачів реклами та їх інтерес до таких особи або товару [3]. Реклама є найдорожчою формою маркетингових комунікацій. Найефективніше рекламу як форму маркетингової комунікації використовують некомерційні організації, що мають розгалужену мережу в усьому світі, такі як організація Всесвітнього Фонду захисту дикої природи (WWF) та екологічне товариство «Greenpeace».

Ще однією формою комунікації є PR – паблік рілейшнз, зв'язки з громадськістю – це координовані зусилля зі створення сприятливого уявлення про товар у свідомості населення. Для PR характерною є масовість впливу на суспільство, отже, спроможність не тільки підтримувати вже існуючі цінності, але і формувати нові.

Спеціальні сувеніри – безкоштовні подарунки, які є нагадуванням про компанію та про її фірмову марку.

Спонсорство – фінансова підтримка, яка надається компанією некомерційним організаціям при проведенні різних заходів у обмін на право встановлення з ними особливих відносин. Спонсорська діяльність сприяє підвищенню престижу компанії й формуванню позитивного уявлення про її діяльність.

Незаплановані звернення передбачають застосування всіх інших способів передачі потенційним клієнтам різної інформації про компанію та про її торговельну марку. Так, непривітна поведінка приймальників замовлень, неохайний вигляд будівлі, де розміщується офіс, роздратовані співробітники або постійно зайняті телефони є тими негативними зверненнями, які можуть сильніше впливати на споживачів, ніж заплановані маркетингові комунікації, у тому числі реклама й налагоджені зв'язки з громадськістю [4].

Нині організаціям соціально-культурної сфери доводиться адаптуватися до складних економічних умов: недостатність бюджетного фінансування, нестабільність, зростаюча конкуренція на ринку культурних послуг. Усе це змушує організації культурної сфери боротися за своїх відвідувачів і шукати нові шляхи їх залучення, звертаючись передусім до застосування сучасних інструментів маркетингових комунікацій.

На сьогодні практично всі підприємства прагнуть донести інформацію до своїх потенційних споживачів швидко, ефективно, із мінімальними витратами. Одним із найновіших і перспективних способів є SMM (Social Media Marketing) – залучення трафіку або уваги до бренду або продукту через соціальні платформи. Це комплекс заходів із застосування соціальних медіа як каналів для просування компаній і вирішення інших бізнес-завдань. Основний акцент у SMM перенесено на створення контенту, який люди поширюватимуть через соціальні мережі самостійно, уже без участі організатора. Вважають, що повідомлення, які передаються через соціальні мережі, користуються більшою довірою у потенційних споживачів товару або послуги [5]. Соціальні медіа-платформи мають аудиторію, яку можна порівняти з аудиторією телевізійних каналів, але користувачі в інтернеті є набагато активнішими й уважнішими до нової інформації. Ураховуючи той факт, що аудиторія соціальних мереж молодшає й розширюється, можна вважати доцільним використання цього інструменту організаціями соціально-культурної сфери.

Просування проектів культурного спрямування в соціальних мережах і блогах має свою специфіку. Передусім це набагато вищі очікування та вимоги цільової аудиторії до контенту, необхідність ретельної обробки роз-

міщуваних матеріалів. Недостатньо просто створити власну корпоративну сторінку й спільноту в популярних соцмережах: ВКонтакте, Facebook, Одноклассники. Необхідно з їх допомогою активно взаємодіяти із цільовою аудиторією, наповнювати сторінки корисним і цікавим контентом, проводити вікторини та конкурси серед користувачів. На перший погляд, ці дії мають розважальний характер, однак, крім того вони є потужним інструментом підвищення лояльності клієнтів [4; 5].

Таким чином, сучасні реалії ведення бізнесу спонукають компанії соціально-культурної сфери шукати ефективніші і водночас вигідніші шляхи виділення свого продукту (послуги) серед безлічі подібних. Сьогодні ці організації активно вдаються до традиційної реклами, намагаючись підтримувати свою конкурентоспроможність на перенасиченому ринку. Але все гострішим стає питання про неефективність традиційної реклами. Щодня роздратування споживачів до такої реклами зростає, тому доцільно залучати нові види комунікацій, щоб не бути проігнорованим потенційними споживачами.

Науковий керівник – канд. екон. наук, доцент Гронь О. В.

Література: 1. Котлер Ф., Келлер Л. Маркетинг менеджмент / пер. с англ. под науч. ред. С. Г. Жильцова. СПб. : Питер, 2009. 816 с. **2.** Smith P., Russell P., Berry C., Pulford A. Strategic Marketing Communications: New Ways to Build and Integrate. NY : Kogan Page, 1999. 290 p. **3.** Про рекламу : Закон України від 03.07.1996 № 270/96-ВР // База даних «Законодавство України» / Верховна Рада України. URL: http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/270/96-%D0%B2%D1%80. **4.** Кондратьев Э. В., Абрамов Р. Н. Связи с общественностью : учебное пособие. М. : Академический проект, 2006. 194 с. **5.** Trattner C., Kappe F. Social Stream Marketing on Facebook : *A Case Study. International Journal of Social and Humanistic Computing (IJSHC).* 2013. № 3. P. 86–103.

ПРОБЛЕМИ ФОРМУВАННЯ МАРКЕТИНГОВОЇ ТОВАРНОЇ ПОЛІТИКИ ВІТЧИЗНЯНИХ ПІДПРИЄМСТВ

УДК 658.628

Ясененко А. І.

Магістрант 1 року навчання
факультету менеджменту і маркетингу ХНЕУ ім. С. Кузнеця

Анотація. *Проаналізовано тлумачення сутності поняття «товарна політика», запропоновано власне визначення. Конкретизовано завдання та необхідні умови формування товарної політики. Досліджено основні проблеми її формування за сучасних умов, запропоновано шляхи їх ефективного вирішення.*

Ключові слова: *підприємство, організація, маркетинг, товар, товарна політика, товарний асортимент, цінова політика.*

Аннотация. *Проанализированы толкования сущности понятия «товарная политика», предложено собственное определение. Конкретизированы задачи и необходимые условия формирования товарной политики. Исследованы основные проблемы ее формирования в современных условиях, предложены пути их эффективного решения.*

Ключевые слова: *предприятие, организация, маркетинг, товар, товарная политика, товарный ассортимент, ценовая политика.*

Annotation. *Interpretations of the essence of the concept «commodity policy» are analyzed, their own definition is offered. The tasks and the necessary conditions for the formation of commodity policy are specified. The main problems of its formation in modern conditions are investigated, the ways of their effective solution are offered.*

Keywords: *enterprise, organization, marketing, commodity, commodity policy, product range, price policy.*

© Ясененко А. І., 2017

Питання ефективного формування товарної політики є основою діяльності підприємства, джерелом його прибутків, перспективою подальшого функціонування та розвитку. Від чітко сформованої маркетингової товарної політики, конкурентних переваг, міцних ринкових позицій, обсягів реалізованої продукції та чистого прибутку залежить ефективність, продуктивність і довгостроковість розвитку підприємств. Важливе значення у маркетинговій товарній політиці має товар. Якщо товар не задовольняє потреби покупця, то ніякі додаткові витрати на маркетингові заходи не зможуть покращити його позиції на конкурентному ринку, і врешті його провал неминучий. За умов нестабільного конкурентного та стрімко змінюваного зовнішнього ринкового середовища зростає роль товарної політики. У підприємств з'являються нові партнери, ускладнюються виробничі зв'язки, змінюються ціни на ресурси, зазнає змін і зовнішнє середовище.

Основними завданнями товарної політики є управління якістю, конкурентоспроможністю, життєвим циклом товарів, товарним асортиментом і номенклатурою. Важливу роль на підприємствах відіграє організація маркетингової товарної політики, яка має реалізуватися у такий спосіб, щоб це сприяло досягненню успіху.

Перед кожним підприємством постають питання: що виробляти, як виробляти, у яких обсягах виробляти. Питання ефективного формування товарної політики є актуальним, оскільки саме товар є результатом діяльності підприємства, джерелом його прибутків, основою подальшого функціонування та розвитку.

Дослідженням планування й організації товарної політики як елемента комплексу маркетингу займалися науковці Войчак А. В., Ілляшенко С. М., Гриньов В. Ф., Зав'ялов П. С., Ткаченко Н. А. та ін.

За сучасних умов жорсткої конкуренції саме властивості та характеристики товару визначають напрям ринкової й усієї виробничої політики підприємства. Усі заходи, що є пов'язаними з товаром, тобто його створення, виробництво й удосконалення, реалізація на ринках, сервісне та передпродажне обслуговування, розробка рекламних заходів, а також зняття товару з виробництва, посідають центральне місце в усій діяльності товаровиробника і є складовими його товарної політики [2].

Метою написання статті є визначення сутності товарної політики у відповідності із вимогами сучасного ринку, аналіз основних проблем її формування, а також розробка напрямів їх ефективного вирішення.

За визначенням Мурашкіна Н. В., товарна політика – це цілеспрямована діяльність щодо формування асортименту й управління ним із урахуванням внутрішніх і зовнішніх факторів впливу на товар, його створення, виробництво та продаж, а також юридичне підкріплення такої діяльності [5].

Існують чимало визначень маркетингової товарної політики. Так, Войчак А. В. визначає її як комплекс заходів, у межах яких один чи кілька товарів використовують як основні інструменти виробничо-збутової діяльності фірми [6]. З цього визначення випливає, що основним завданням товарної політики є пошук ідеї та реальне створення ексклюзивного товару (табл. 1) [3–5; 8].

Таблиця 1

Визначення сутності поняття «маркетингова товарна політика підприємства» різними авторами

Визначення	Автор
Маркетингова діяльність, що є пов'язаною з плануванням і здійсненням сукупності заходів і стратегій із формування конкурентних переваг і створення таких характеристик товару (послуги), які постійно роблять його цінним для споживача, тим самим задовольняють ту чи іншу його потребу, забезпечуючи відповідно прибуток фірмі	Павленко А. [8]
Певний курс дій товаровиробника або наявність заздалегідь обміркованих принципів поведінки задля того, щоб забезпечити послідовність рішень і заходів із формування асортименту та управління ним; знаходження для товарів оптимальних товарних ніш (сегментів); підтримки конкурентоспроможності товарів на ринку; розробки та здійснення стратегії упаковки, маркування, обслуговування товарів	Котлер Ф. [4]
Програма дій відносно до товару із урахуванням технологічних можливостей виробництва, точки зору покупців стосовно очікуваних переваг цього товару та наявності на ринку аналогічних товарів	Ілляшенко С. [3]
Комплекс заходів, у межах яких один чи кілька товарів використовують як основні інструменти виробничо-збутової діяльності фірми	Войчак А. [8]
Цілеспрямована діяльність з формування асортименту й управління ним із урахуванням внутрішніх і зовнішніх факторів впливу на товар, його створення, виробництво й продаж, а також юридичне підкріплення такої діяльності	Мурашкін Н. [5]

Аналіз визначень науковців дає підстави стверджувати, що товарна політика відіграє важливу роль у здійсненні комерційної та маркетингової діяльності підприємства на ринку. Маркетинговим аспектом є дії, спрямовані на забезпечення споживачів товарами та послугами, а комерційним – це досягнення економічної ефективності діяльності підприємства через здійснення закупок і збут продукції.

Товарна політика не може бути відокремлена від реальних умов функціонування й розвитку зовнішнього середовища підприємства, специфіки його виробничо-комерційної й маркетингової діяльності. Формування стратегії та тактики проведення товарної політики потрібно здійснювати відповідно до вимог ринку і поведінки конкурентів. Якщо на підприємстві немає сформованої товарної політики, це може спричинити нестійкість асортименту, втрату контролю над конкурентоспроможністю й комерційною ефективністю товарів [6].

Основне завдання товарної політики – створити такий товар (окремий виріб, послугу чи їх сукупність) і так ним управляти, щоб інші елементи маркетингової діяльності були непотрібні взагалі або їх застосовували як допоміжні для досягнення цілей підприємства.

Завданнями товарної політики за сучасних умов є:

– забезпечення належного рівня якості;

– формування оптимального товарного асортименту;

– створення й виробництво нових товарів і послуг;

– позиціонування товарів;

– управління життєвим циклом товару;

– з абезпечення якісного сервісу.

Якість завжди була і є важливою ринковою характеристикою товару. Починаючи з останніх десятиліть XX ст., спостерігається значне зростання значення в якості в житті людини: для 80 % покупців якість є важливішою за ціну [3]. Важливим аспектом також є ціна товару.

На сьогодні висока ціна ще не є свідченням високої якості товару, але і в низькому ціновому сегменті жорсткою конкуренцією зумовлено боротьбу за кількість, а не за якість виробленої продукції, тому проблема невідповідності ціни та якості є актуальною.

Зауважимо, що універсальної відповіді щодо забезпечення ефективного формування й управління товарним асортиментом не існує. Основою для формування асортименту є асортиментна концепція. Формування асортименту може здійснюватися різними методами залежно від масштабів збуту та специфіки виготовленої продукції. Критерієм оптимальності товарного асортименту є максимальне задоволення потреб покупців за найефективнішого використання ресурсів підприємства для виготовлення товару та низьких витрат.

Товаровиробник має організовувати постійний контроль за поведінкою товару на ринку, за його життєвим циклом. Однією з концепцій, що допомагає вирішувати проблеми формування й оптимізації асортименту, є організація та ефективна взаємодія виробника з оптовими та роздрібними торговельними представниками, оптимізація товаропотоку від виробника до споживача.

Ця концепція отримала назву категорійного менеджменту, за нею у процесі формування товарної категорії враховують обсяг продажів, результати опитування споживачів, спостереження мерчандайзерів [7].

Питання позиціонування товарів та асортиментних груп є дуже важливими в реалізації товарної політики.

Досліджуючи проблему позиціонування, можна сказати, що на сьогодні в Україні потребують уваги:

– недопозиціонування – несформованість певного унікального образу в свідомості споживачів;

– надпозиціонування – за торговельною маркою стоїть єдиний критерій позиціонування;

– надмірне захоплення новими продуктами, які позиціонуються на одну цільову категорію із продуктами, які випускаються; така ситуація нерідко спричиняє «з'їдання» одного товару іншим;

– позиціонування бренда, що взагалі є ключовим моментом його створення;

– непродумана політика позиціонування короткострокових брендів, які часто порушують поточну ситуацію на ринку не на користь виробника;

– управління системою брендів [8].

Для більшості товарів спостерігається тенденція суттєвого скорочення життєвого циклу (ЖЦ). Тому саме аналіз життєвого циклу товару (ЖЦТ) дозволяє вносити зміни упроцес формування товарної, цінової, збутової політики, які впливають на характер і довговічність ЖЦТ. Володіючи інформацією, у якій фазі ЖЦ перебуває товар, виробник, запроваджуючи певні заходи, може продовжити життя товару чи, навпаки, зніме товар з виробництва, оскільки він перебуває в фазі спаду [6].

Ще одним аспектом є сервіс – система обслуговування, яка дозволяє споживачу вибирати для себе оптимальний варіант покупки товару та споживання його економічно вигідно й у певний термін. Нині багато виробників пропонують широкий вибір однакових товарів, і навіть майже за однаковими цінами, тому конкурувати виробники можуть за рахунок якіснішого й ширшого сервісу. Постійний контроль за потребами споживачів, послугами, які пропонують конкуренти, співвідношенням прибутків і вартості допоможе сформувати систему якісного й ефективного сервісу [1].

Отже, товарна політика – це складний комплекс узгоджених маркетингово орієнтованих дій, методів і принципів діяльності підприємства, що є пов'язаними з розробкою, виготовленням, просуванням на ринок і зняттям з виробництва товарів [1–6].

Таким чином, систематизовано визначення сутності поняття «маркетингова товарна політика підприємства» різними науковцями, проаналізовано завдання та функції, конкретизовано основні проблеми формування товарної політики. Такий аналіз має бути відправною точкою для ефективного формування товарної політики на сучасному вітчизняному підприємстві.

Науковий керівник – канд. екон. наук, доцент Рожко В. І.

Література: 1. Гринев В. Ф. Товарно-инновационная политика предприятия : учебное пособие. Киев : МАУП, 2003. 160 с. **2.** Завьялов П. С. Маркетинг в схемах, рисунках, таблицах : учебное пособие. М. : Инфра-М, 2002. 496 с. **3.** Ілляшенко С. М. Товарна інноваційна політика : підручник. Суми : Університетська книга, 2002. 252 с. **4.** Котлер Ф. Основы маркетинга / пер. с англ. М. : Бизнес-книга, 1995. 702 с. **5.** Мурашкин Н. В. Маркетинг : учебное пособие / под общей ред. Н. В. Мурашкина. Псков, 2000. 362 с. **6.** Лабурцева Е. И. Управление маркетинговыми рисками торговых предприятий. *Экономика Украины.* 2016. № 4. С. 79–91. **7.** Ткаченко Н. Проблемы формирования маркетинговой товарной политики предриятия. *Маркетинг и реклама.* 2007. № 1. С. 16–19. **8.** Павленко А. Ф., Войчак А. В. Маркетинг : підручник. Київ : КНЕУ, 2003. 246 с.

ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ЗДІЙСНЕННЯ ІННОВАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ТОРГОВЕЛЬНИХ ПІДПРИЄМСТВ

УДК 339.13.017

Ясененко М. І.

Магістрант 1 року навчання
факультету менеджменту і маркетингу ХНЕУ ім. С. Кузнеця

Анотація. *Досліджено теоретичні аспекти розвитку інноваційної діяльності та її категоріального апарату. Розглянуто сутність поняття «інноваційна діяльність підприємства». Обґрунтовано, що інноваційна діяльність являє комплекс заходів, результатом дії яких у сукупності є інновації у вигляді нового або вдосконаленого продукту (послуги) чи технології ведення бізнесу.*

Ключові слова: *підприємство, організація, торгівля, бізнес, торговельне підприємство, інновації, інноваційний розвиток, інноваційна діяльність.*

Аннотация. *Исследованы теоретические аспекты развития инновационной деятельности и ее категориального аппарата. Рассмотренf сущность понятия «инновационная деятельность предприятия». Обосновано, что инновационная деятельность представляет собой комплекс мероприятий, результатом действия которых в совокупности являются инновации в виде нового или усовершенствованного продукта (услуги) или технологии ведения бизнеса.*

Ключевые слова: *предприятие, организация, торговля, бизнес, торговое предприятие, инновации, инновационное развитие, инновационная деятельность.*

Annotation. *The theoretical aspects of the development of innovation activity and its categorical apparatus are studied. The essence of the concept «innovative activity of the enterprise» is considered. It is substantiated that innovation*

© Ясененко М. І., 2017

activity is a complex of activities, the result of which in the aggregate are innovations in the form of a new or improved product (service) or technology of doing business.

Keywords: *enterprise, organization, trade, business, commercial enterprise, innovation, innovative development, innovative activity.*

Беззаперечною запорукою успішного функціонування торговельного підприємства є його здатність до ведення інноваційної діяльності. Однак, ураховуючи значний рівень ризику та необхідність істотних фінансових витрат, які супроводжують інноваційну діяльність, кількість підприємств, здатних до повноцінної реалізації програм інноваційного розвитку, є досить обмеженою. Так, у 2016 р. інноваційну діяльність у промисловості здійснювали 1 758 торговельних підприємств, що становило 17,4 % загальної кількості вітчизняних промислових підприємств. Із них частка підприємств, які впроваджували інновації, становила 11,5 %, зменшившись за десять років на 3,3 %. Незважаючи на те, що в 2012 р. цей показник зріс до 13,6 %, питома вага реалізованої інноваційної продукції в обсязі промислової помітно скоротилася – з 6,8 % у 2001 р. до 3,8 % у 2010 р. і до 3,3 % – у 2012. Зауважимо, що у країнах Європейського Союзу показники інноваційної активності серед країн-лідерів коливаються у межах 60–75 % (Ірландія, Данія, Німеччина, Австрія, Нідерланди), а мінімальне значення цього показника мають Португалія – 26 % і Греція – 29 %. Ці значення показника більш ніж у 1,5 рази вищі, ніж в Україні [1].

Дослідженням питань інноваційного розвитку економіки займалися науковці Александрова В., Антонюк Л., Бажал Ю., Базилевич В., Геєць В., Гриньова В., Ілляшенко С., Краснокутська Н., Лепейко Т., Морозов Ю., Пилипенко А. , Савчук В., Федулова Л. та ін.

Метою написання статті є дослідження теоретичних основ здійснення інноваційної діяльності торговельних підприємств.

Як у світовій, так і у вітчизняній практиці не існує єдності щодо визначення сутності поняття «інноваційна діяльність». У цілому аналіз показав, що найжвавіша наукова дискусія точиться між двома напрямками щодо розуміння сутності інноваційної діяльності. Одні автори наголошують на тому, що це вид діяльності, інші розглядають її як процес (табл. 1) [4; 8].

Таблиця 1

Науково-методичні підходи до визначення сутності поняття «інноваційна діяльність»

Автор	Визначення
Як вид діяльності	
Васильєв О. В.	Діяльність, що є спрямованою на використання і комерціалізацію результатів наукових досліджень і розробок, випуск на ринок нових конкурентоспроможних товарів і послуг
Войтов І. В.	Діяльність, що є спрямованою на створення та практичне використання нових або вдосконалених видів продукції, технологій, послуг або організаційних рішень адміністративного, виробничого, комерційного або іншого характеру, що забезпечують економічний ефект
Завлін П. М.	Діяльність, що є пов'язаною із трансформацією результатів наукових досліджень і конструкторських розробок у новий продукт, удосконалений технологічний процес чи новий підхід до соціальних послуг, спрямована на використання і комерціалізацію цих результатів, випуск на ринок нових конкурентоспроможних товарів і послуг
Майорова Т. В.	Діяльність, що є спрямованою на використання та комерціалізацію результатів наукових досліджень і розробок, що зумовлює випуск на ринок нових конкурентоспроможних товарів і послуг
Мочерний С. В.	Діяльність, що є пов'язаною із трансформацією наукових досліджень і розробок, інших науково-технологічних досягнень у новий чи покращений продукт, уведений на ринок, у новий чи покращений технологічний процес, що є використовуваним у практичній діяльності, чи новий підхід до соціальних послуг
Як процес	
Скрипко Т. О.	Процес, що є спрямованим на реалізацію результатів завершених наукових досліджень і розробок або інших науково-технічних досягнень у новий або вдосконалений продукт, що реалізується на ринку, у новий або вдосконалений технологічний процес, що є використовуваним у практичній діяльності, а також супутні наукові дослідження та розробки
Хмельницька О. В.	Процес зі стратегічного маркетингу, НДДКР, організаційно-технологічної підготовки виробництва, виробництва й оформлення нововведень, їх упровадження та комерційної реалізації на ринку задля отримання прибутку та поширення в інші сфери
Фатхутдинов Р. А.	Процес стратегічного маркетингу, НДДКР, організаційно-технічної підготовки виробництва, виробництва й оформлення нововведень, їх упровадження або перетворення на інновацію

У вітчизняному законодавстві сутність поняття інноваційної діяльності визначено у двох нормативних документах: Законі України «Про інноваційну діяльність» і Законі України «Про інвестиційну діяльність». При цьо-

му в останньому лише визначено мету інноваційної діяльності, яка полягає в упровадженні досягнень науково-технічного прогресу до виробничої та соціальної сфери. Згідно із Законом України «Про інноваційну діяльність» як таку розглядають діяльність, що є спрямованою на використання та комерціалізацію результатів наукових досліджень і розробок, яка зумовлює випуск на ринок нових конкурентоспроможних товарів і послуг [5].

З цього можна зробити висновок, що у вітчизняному законодавстві також немає єдності щодо визначення аналізованого поняття. Зауважимо, що у світовій практиці на відміну від поняття «інноваційна діяльність», викладеного в Законі України, це поняття трактують ширше. Під ним розуміють діяльність, що є спрямованою на використання та комерціалізацію результатів наукових досліджень і розробок для розширення й відновлення номенклатури та поліпшення якості продукції, що випускається (товарів, послуг), удосконалення технологій їх виробництва із подальшим упровадженням та ефективною реалізацією на внутрішньому чи зовнішньому ринках. Тобто згідно зі світовою практикою інноваційна діяльність є спрямованою не лише на створення та комерціалізацію інноваційних продуктів (послуг), але і на вдосконалення технологій їх виробництва. Вважаємо, що такий підхід повніше відображає сутність інноваційної діяльності підприємств.

Отже, інноваційна діяльність торговельних підприємств є комплексом взаємопов'язаних фінансових, виробничих, технологічних, наукових, організаційних і комерційних заходів, сукупність яких сприяє інноваціям у вигляді нового чи вдосконаленого продукту або технології його виробництва [6].

Суб'єктами інноваційної діяльності є фізичні та юридичні особи України та іноземних держав, особи без громадянства, а також об'єднання цих осіб, які безпосередньо здійснюють інноваційну діяльність в Україні або вкладають кошти у реалізацію інноваційних проектів на її території. Об'єктами аналізу в інноваційній діяльності є інноваційні продукти або проекти їх розробки та впровадження. Якщо йдеться про інноваційні підприємства, об'єктами аналізу є їх господарська діяльність. Завдання, які постають перед суб'єктом господарювання під час здійснення інноваційної діяльності та відповідно результати, які мають бути ним отримані, подано в табл. 2 [2; 7].

Таблиця 2

Завдання та результати інноваційної діяльності суб'єкта господарювання

Завдання інноваційної діяльності	Результати інноваційної діяльності
Розробка системи заходів для прискорення розвитку НТП і підвищення його соціально-економічної ефективності	Зміцнення позицій окремих суб'єктів, які займаються нововведенням, у результаті відновлення збутового потенціалу, максимізації прибутку
Наукові дослідження та створення нових видів продукції, удосконалення устаткування, технологічних процесів	Збільшення можливостей для задоволення потреб суспільства за рахунок відновлення товарного асортименту
Удосконалення економічних важелів і стимулів розвитку інноваційної діяльності	Сприяння перерозподілу капіталу в результаті збільшення форм вкладення в найперспективніші види виробництва
Планування та фінансування досліджень	Посилення конкуренції в усіх галузях економіки

Таким чином, результати дослідження засвідчують, що нині в Україні для активізації інноваційної діяльності торговельних підприємств необхідно передусім вирішити окремі термінологічні проблеми. Так, потребує узгодження розуміння у вітчизняному законодавстві сутності поняття «інноваційна діяльність». Крім того, значного доопрацювання потребує нормативно-правова база стосовно інновацій. Незважаючи на те, що в Україні на сьогодні діє близько двохсот законодавчих і нормативно-правових актів, більшість механізмів фінансової підтримки та податкового стимулювання інноваційної діяльності, передбачених одними актами, фактично блокують інші. Слід акцентувати увагу і на необхідності розробки механізмів залучення іноземних інвестицій до інноваційної діяльності торговельних підприємств і створення для цього сприятливих умов. Пошук шляхів ефективного вирішення проблем і має стати предметом подальших наукових досліджень.

Науковий керівник – канд. екон. наук, доцент Рожко В. І.

Література: 1. Буркинський Б. В., Лазарева Є. В. Інноваційна стратегія у соціально-економічному розвитку регіону. Одеса : ІПРЕЕД НАН України, 2007. 140 с. **2.** Близнюк Т. П. Вплив циклічності розвитку економіки на інноваційну діяльність підприємства. Харків : ФОП Александрова К. М., 2008. 352 с. **3.** Тарасова О. В. Теоретико-методологічні основи інноваційної діяльності підприємств. *Бізнес Інформ.* 2012. № 4. С. 37–41. **4.** Файчук О. М., Файчук О. В. Інноваційний процес як рушійна сила економічного зростання. *Бізнес Інформ.* 2013. № 10. С. 66–70. **5.** Про інноваційну діяльність : Закон України від 04.07.2002 № 40-IV // База даних «Законодавство України» / Верховна Рада України. URL: http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/40-15. **6.** Амоша О. І., Антонюк В. П., Землян-

кін А. І. Активізація інноваційної діяльності: організаційно-правове та соціально-економічне забезпечення : монографія. Донецьк : ІЕП НАН України, 2007. 328 с. **7.** Длігач А. Тенденції розвитку маркетингу в Україні. *Маркетинг в Україні.* 2010. № 9. С. 13–16. **8.** Мочерний С. В., Ларіна Я. С., Устенко О. А. Економічний енциклопедичний словник / за ред. С. В. Мочерного. Львів : Світ, 2005. 616 с.

ЗАРУБІЖНИЙ ДОСВІД ОЦІНЮВАННЯ КРЕДИТНИХ РИЗИКІВ БАНКУ

УДК 336.71.5

Яхін О. Г.

Магістрант 2 року навчання
фінансового факультету ХНЕУ ім. С. Кузнеця

Анотація. *Досліджено застосовувані у зарубіжній банківській практиці підходи до оцінювання кредитного ризику. Проаналізовано спільні та відмінні риси міжнародних методів оцінювання кредитних ризиків.*

Ключові слова: *банк, банківська установа, банківська система, позичальник, кредит, капітал, ризик, кредитний ризик, методика, оцінювання кредитних ризиків.*

Аннотация. *Исследованы применяемые в зарубежной банковской практике подходы к оценке кредитного риска. Проанализированы общие и отличительные черты международных методов оценки кредитных рисков.*

Ключевые слова: *банк, банковское учреждение, банковская система, заемщик, кредит, капитал, риск, кредитный риск, методика, оценка кредитных рисков.*

Annotation. *Approaches to credit risk assessment used in foreign banking practice are investigated. The general and distinctive features of international methods for credit risk assessment are analyzed.*

Keywords: *bank, banking institution, banking system, borrower, credit, capital, risk, credit risk, methodology, credit risk assessment.*

Наслідками світової фінансової кризи стали підрив довіри до банківської системи, загострення конкуренції, ускладнення банківської діяльності, зменшення обсягів кредитування й уповільнення темпів залучення коштів. За таких умов ефективність роботи банківської установи є визначуваною рівнем фінансового прибутку та якістю управління. Прибуткова діяльність банків є головною передумовою нарощування капіталу, подальшого розвитку й підтримання конкурентоспроможності на фінансовому ринку. Зважаючи на це, прибутковість вітчизняних банків можна вважати основним економічним показником ефективності їх роботи, індикатором фінансової надійності банківської системи. За сучасних умов першочерговим завданням є підвищення прибутковості, що неможливе без удосконалення кредитної діяльності банків як основного джерела їх доходів. Однак, за результатами досліджень вітчизняних і зарубіжних аналітиків, найпоширенішою причиною банкрутства банків є саме кредитні ризики, які виникають через низькі стандарти кредитування, що є пов'язаними зі швидким зростанням розміру виданих кредитів і підвищеною увагою до спекулятивних і високоризикових галузей і секторів економіки, зокрема нерухомості. Тому особливої актуальності набувають питання щодо вивчення зарубіжного досвіду оцінювання кредитного ризику як складової системи управління.

Питання, що стосуються кредитних ризиків банківських установ, є предметом дослідження багатьох зарубіжних і вітчизняних науковців, серед них Роуз П., Найт Ф., Фабоцці Ф., Міль Д., Пігу А., Маршалл Д., Гітман Л., Герасимович А., Бланк І., Мочерний С., Дзюблюк О., Карчева Г., Лазепко І., Мороз А., Пернарівський О., Парасій-Вергуленко І., Пересада А., Савлук М. та ін. Однак, незважаючи на значну кількість фундаментальних наукових праць з цієї тематики, проблему управління й оцінювання кредитних ризиків з позиції сучасних світових тенденцій розвитку банківської системи недостатньо висвітлено у вітчизняних наукових джерелах.

© Яхін О. Г., 2017

Метою написання статті є аналіз застосовуваних у міжнародній банківській практиці методів оцінювання кредитного ризику.

Кредитний ризик є одним із найбільш значущих банківських ризиків. Саме він є причиною виникнення проблемної заборгованості та втрат, що є пов'язаними з дефолтом позичальника. Тому за умов фінансової кризи особливо актуальним є аналіз сучасного зарубіжного досвіду оцінювання кредитного ризику.

Для оцінювання кредитного ризику зарубіжні банки застосовують спеціальні методики кредитного рейтингу, що становлять сукупність оцінювальних параметрів кредитоспроможності позичальника. Характерною для них є комплексність і порівнюваність усіх факторів кредитного ризику.

Найбільшого поширення у багатьох банках країн світу та Європи набув метод, що є заснованим на бальному оцінюванні позичальника (юридичної особи). Критерії, за якими оцінюють позичальника, є чітко індивідуальними для кожного банку та базуються на його практичному досвіді; періодично їх переглядають.

Англійські кліринговi банки оцінюють потенційний ризик неплатежу за кредитом із застосуванням методик «PARSEL» і «CAMPARI». Згідно із методикою «PARSEL», P (Person) – інформація про потенційного позичальника та його репутацію, A (Amount) – обґрунтування суми затребуваного кредиту, R (Repayment) – можливість погашення, S (Security) – оцінювання забезпечення, E (Expediensly) – доцільність кредиту, R (Remuneration) – винагорода банку (відсоткова ставка) за ризик надання кредиту.

Методика «CAMPARI» є більш поширеною в системі оцінювання: C (Character) – репутація позичальника, A (Ability) – оцінювання бізнесу позичальника, M (Means) – аналіз необхідності звернення за позичкою, P (Purpose) – мета кредиту, A (Amount) – обґрунтування мети кредиту, R (Repaiment) – можливість погашення, I (Insurance) – спосіб страхування кредитного ризику [1].

Останнім часом у банках розробляють методи оцінювання якості потенційних позичальників із застосуванням різного роду статистичних моделей. Метою цих моделей є розробка стандартних підходів для об'єктивної характеристики позичальників, визначення числових критеріїв для розподілу майбутніх клієнтів на підставі наданих ними матеріалів на надійних і ненадійних, тих, хто має ризик банкрутства, і тих, для кого банкрутство є малоймовірним.

Прикладом є модель Зета (Zeta model), яку розробила група американських економістів. Модель є призначеною для оцінювання ймовірності банкрутства ділової фірми. Значення ключового параметра Z є визначуваним за рівнянням, змінні якого відображають деякі ключові характеристики аналізованої фірми: ліквідність, швидкість обігу капіталу та ін. Якщо для певної фірми коефіцієнт перевищує підготовлену порогову величину, організацію зараховують до розряду надійних. Якщо ж отриманий коефіцієнт є нижчим від критичної величини, то згідно із моделлю фінансовий стан такої організації є підозрілим, надавати кредит йому не доцільно [3].

Американський економіст Альтман Е. для оцінювання вірогідності банкрутства фірми, що звернулася до банківської установи за кредитом, запропонував іншу методику (формула 1):

$$Z = 1{,}2X_1 + 1{,}4X_2 + 3{,}3X_3 + 0{,}6X_4 + 0{,}99X_5, \quad (1)$$

де X_1 – відношення оборотного капіталу до суми активів фірми;

X_2 – відношення нерозподіленого доходу до суми активів;

X_3 – відношення операційних доходів (до вирахування відсотків і податків) до суми активів;

X_4 – відношення ринкової вартості акцій фірми до загальної суми боргу;

X_5 – відношення суми продажу до суми активів.

Для розрахунку числових параметрів моделі Альтман Е. застосував метод множинного дискримінантного аналізу. Класифікаційне правило, отримане на підставі рівняння, стверджувало:

– якщо значення Z менше від 2,8 – фірму слід віднести до групи потенційних банкрутів;

– якщо значення Z перевищує 2,8 – фірмі найближчим часом банкрутство не загрожує [2].

Під час аналізу ділових позик застосовують також різні прийоми кредитного скорингу, від найпростіших формул до складних математичних моделей. Так, великий австрійський банк для оцінювання ризику кредиту застосовує просту методику з трьома балансовими показниками: ефективність використання капіталу, коефіцієнт ліквідності та відношення акціонерного капіталу до суми активів. Залежно від набраних балів підприємство потрапляє до однієї з чотирьох груп ризику (табл. 1) [3].

Перевагами застосування скорингових систем західні банкіри називають передусім зниження рівня неповернення кредиту. Наголошують також на швидкості в ухваленні рішень, можливості ефективного управління кредитним портфелем, відсутності необхідності тривалого навчання персоналу.

У практиці більшості американських банківських установ для оцінювання позичальника використовують «правило п'ятьох С»: 1 С (customer's character – характер позичальника) – репутація позичальника, ступінь від-

повідальності, готовність і бажання сплатити борг; 2 C (capacity to pay – фінансові можливості) – ретельний аналіз доходів і витрат позичальника і перспектив їх розвитку в майбутньому; 3 C (capital) – капітал, майно; 4 C (collateral) – забезпечення позики, достатність, якість і ступінь реалізовуваної застави у разі непогашення позички; 5 C (current business conditions and goodwill – загальні економічні умови) – визначають діловий клімат у країні, що впливає на становище банку та позичальника. Перераховані критерії іноді доповнюють шостим 6 C (control) – моніторинг законодавчих основ діяльності позичальника й відповідності його стандартам банківської установи [4].

Таблиця 1

Кредитний скоринг у австрійському банку

Показник, у відсотках	Вага	Межа	Група ризику, за кількістю балів			
			A	B	C	D
Ефективність капіталу	50	2–15 %	Понад 99	Від 40 до 98	Від 20 до 39	Менше 20
Коефіцієнт ліквідності	20	15–40 %				
Акціонерний капітал	30	2–35 %				

Порівняльну характеристику найпоширеніших методик оцінювання кредитного ризику, що є реалізовуваними на практиці міжнародними банками, подано в табл. 2 [5].

Таблиця 2

Спільні та відмінні риси міжнародних методів оцінювання кредитного ризику

PARSER	CAMPARI	Кредитний скоринг	Модель Z	5 C	Значення елемента
Person	Character	-	Ринкова вартість акцій фірми	Character	Інформація про позичальника
Amount	Means	Акціонерний капітал	Операційний дохід	-	Техніко-економічне обґрунтування кредиту
Repayment	Repaiment	Ефективність капіталу	Нерозподілений прибуток	Control	Можливість погашення кредиту
Security	Insurance	-	-	Collateral	Оцінювання забезпечення, страхування кредиту
Expediensly	Purpose	-	-	-	Мета кредиту
Remuneration	-	-	-	-	Винагорода банку
-	Amount	-	-	-	Обґрунтування суми кредиту
-	Ability	-	-	Capacity	Оцінювання бізнесу (грошові потоки)
-	-	Коефіцієнт ліквідності	Оборотний капітал	Capital	Оцінювання фінансового стану позичальника
-	-	-	Продаж активів	Conditions	Умови, у яких розвивається бізнес

Як видно з табл. 2, аналізовані методи оцінювання кредитних ризиків мають чимало спільного. Найпоширеніші міжнародні методики оцінювання кредитного ризику звертають увагу на репутацію потенційного позичальника, техніко-економічне обґрунтування кредиту, можливість його погашення, забезпечення за кредитом і фінансовий стан позичальника. На другому плані залишаються такі критерії оцінювання: ціль кредитної операції; умови розвитку бізнесу позичальника; винагорода, яку може отримати банк-кредитор [5].

Таким чином, адаптація міжнародного досвіду дасть змогу сучасним вітчизняним банківським установам проводити детальнішу діагностику стану кредитного портфеля й уникати помилок під час оцінювання й управління кредитними ризиками, що сприятиме зменшенню ймовірності банкрутства банківських установ. Задля оптимізації системи управління кредитними ризиками й зменшення частки проблемних кредитів необхідно сприяти підвищенню ефективності роботи таких організаційних структур, як рейтингові агентства.

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

Література: 1. Слав'юк Р. А. Фінанси підприємств : підручник. Київ : Знання, 2010. 550 с. **2.** Вітлинський В., Наконечний Я., Пернарівський О. Концепція стратегії кредитного ризику. *Банківська справа.* 2013. № 1. С. 37–44. **3.** Кириченко О. А., Гіленко І. В., Роголь С. Л. Банківський менеджмент : навч. посіб. Київ : Знання-Прес, 2002. 438 с. **4.** Міщенко В. І., Слав'янська Н. Г. Банківські операції : підручник / за ред. В. І. Міщенка, Н. Г. Слав'янської. Київ : Знання, 2005. 728 с. **5.** Онуфрієнко М. П. Міжнародний досвід оцінювання кредитного ризику в системі управління банківською діяльністю. *Науковий вісник Національного лісотехнічного університету України.* 2015. № 7. С. 199–205.