НАЦІОНАЛЬНА АКАДЕМІЯ УПРАВЛІННЯ

ЗБІРНИК

НАУКОВИХ РЕФЕРАТІВ МАГІСТРАНТІВ НАЦІОНАЛЬНОЇ АКАДЕМІЇ УПРАВЛІННЯ – 2016

Київ – 2016

УДК 330
ББК 65.29

Розповсюдження і тиражування
без офіційного дозволу
НАУ заборонено

Наукове видання рекомендовано Вченою радою
Національної академії управління
(протокол № 1 від 28 лютого 2016 року)

Редакційна колегія:

Єрохін С.А. – ректор, завідувач кафедри фінансів та банківської справи, д.е.н., професор.

Єрмошенко М.М. - проректор з наукової роботи, завідувач кафедри маркетингу, управління та адміністрування, д.е.н., професор.

Костюк В.Р. – завідувач кафедри обліку, оподаткування та фундаментальних економічних дисциплін, к.е.н., доцент.

Лук'янов В.С. – завідувач кафедри міжнародних економічних відносин та економіки підприємства д.е.н., професор.

Збірник наукових рефератів магістрантів Національної академії управління: Додаток до журналу «Актуальні проблеми економіки». – Київ: Національна академія управління, 2016. – 278 с.

ISBN 978-966-8406-96-6

У збірнику наукових рефератів магістрантів Національної академії управління опубліковано результати їхньої наукової роботи у 2015-2016 рр., які базуються на магістерських дипломних роботах, виконаних ними під науковим керівництвом викладачів НАУ.

Збірник включає наукові реферати по таких спеціальностях: маркетинг, міжнародна економіка, облік і аудит, фінанси.

Матеріали збірнику будуть корисні студентам, аспірантам і фахівцям з наведених спеціальностей.

ISBN 978-966-8406-96-6

УДК 330
ББК 65.29

© Національна академія управління, 2016

ЗМІСТ

МАРКЕТИНГ

Еюпов М.Н. Сутність та особливості маркетингової товарної політики підприємства 6
Євдокімов Д.О. Формування цінової політики 10
Захарова А.О. Проблеми, які гальмують розвиток маркетингових досліджень на Україні 14
Ковш А.О. Важливість використання мобільних додатків у бізнесі 16
Кузьмінов М.О. Необхідність застосування маркетингових досліджень на підприємстві 21
Кутлахметова М.А. Комплексне дослідження поведінки споживачів 25
Міхньов І.І. Вибір стратегії маркетингу підприємства як передумова розробки програми його маркетингової діяльності 28
Міхньов О.І. Реалізація товарної політики підприємства на ринку автозапчастин 34
Таран Д.С. Теоретичні основи планування маркетингової діяльності підприємства 37
Умєров С.Х. Маркетинг туристичної компанії: проблеми та особливості 42
Фролова Д. Проблеми впровадження та управління маркетинговою діяльністю на українських підприємствах 46
Золотобоєв А.Р. Формування програм мерчандайзингу в роздрібній торговій мережі 50
Данильченко Д.Ю. Проблеми брендингу в Україні 53

МІЖНАРОДНА ЕКОНОМІКА

Бахмєт'єв Д.О. Особливості реалізації стратегії ТНК на українському ринку ... 57
Гартованова Г.І. Міжнародні фінансові організації та їх роль в інвестиційному процесі України 60
Гетьман А.А. Виконання вимог щодо Угоди про ЗВТ України – ЄС 64
Кібець О.І. Міжнародна міграція робочої сили 71
Марчук М.О. Чинники впливу на стан міжнародного туризму в Україні 75
Осос П.А. Пріоритети зовнішньоекономічної політики України на прикладі співпраці з Польщею 81
Пікарчук М.С. Перспективи України на міжнародному ринку послуг 87
Порецков В.А. Основні напрямки діяльності ТНК в національній економіці України 92
Самойленко А.О. Переваги та недоліки впливу діяльності міжнародних виробничих мереж ТНК на національну економіку 97
Сімоненко Ю.В. Експортний потенціал України: сучасний стан та перспективи оптимізації 103
Халіков Р.Б. Інтеграційні пріоритети України 109
Халюк О.О. Міжнародна міграція робочої сили та участь в ній України 114
Шумбар Я.Ю. Розвиток українського ІТ-аутсорсингу на внутрішньому і зовнішньому ринках 119
Данилюк А.С. Митно-тарифне регулювання зовнішньоекономічної діяльності (на прикладі ДНВП "Об'єднання Комунар") 124

Бородавчук Д.В. Форми міжнародних розрахунків 128
Житна М.М. Реалізація міжнародних стратегій ТНК
на українському ринку (на прикладі компанії SUNINBEV) 133
Шелест О.М. Особливості економічних відносин України
з державами-членами ЄС 141

ОБЛІК І АУДИТ

Бондар Ю.Ю. Облік та аудит власного капіталу 146
Бундза С.А. Облік і аналіз готової продукції і її реалізації 152
Буц А.В. Методичні підходи до аналізу операцій
з формування та розподілу прибутку підприємства 156
Герасимчук А.А. Реформування бухгалтерського обліку
в бюджетних установах відповідно
до міжнародних стандартів 161
Ільчевська Н.В. Методика та організація обліку
та аналізу основних засобів, їх використання та контролю.
Особливості обліку 165
Іщенко Є.В. Облік і аналіз праці і заробітної плати 168
Какуріна М.О. Методика аудиту обліку основних засобів 170
Комишан О.І. Сучасні проблеми обліку основних засобів 175
Крігер С.О. Організація обліку оплати праці під час
трансформації економіки України 178
Ліпорозький О.О. Особливості організації обліку витрат
на оплату праці будівельного підприємства 182
Шляхтіна К.М. Проблеми обліку кредиторської заборгованості 186
Козир І.Ю. Облік власного капіталу:
методичні та організаційні аспекти 190

ФІНАНСИ І КРЕДИТ

Горний А.О. Перспективи розвитку овердрафту в Україні 194
Галаган О.В. Принципи, функції та механізми лізингових операцій 197
Давидюк Б.Д. Аналітична оцінка ринку платіжних карток вітчизняних банків 203
Демчук О.О. Ринок нерухомості України в сучасних умовах 208
Ковтун Г.В. Кошти населення у структурі ресурсів комерційних банків 213
Ковтонюк В.О. Спеціальні податкові режими та їхня роль
у розвитку малого бізнесу 219
Коломієць О.П. Оцінка надійності позичальників
та вдосконалення процедури її визначення 225
Копач Т.В. Валютне регулювання та його вплив
на формування валютного курсу 230
Кузьменко Є.А. Сутність бюджетної політики як економічної категорії 234
Макіян О.О. Мотиваційний механізм стимулювання вкладів фізичних осіб 239
Нижник А.Ю. Тенденції розвитку ринку інвестицій в Україні
в сучасних умовах 243
Нішпор В.В. Перешкоди на шляху формування дієвого
біржового ринку цінних паперів 247
Пащенко А.А. Розвиток ринку електронних грошей в ЄС 251
Руденко Ю.А. Якісна та кількісна оцінка ефективності
управління НАК "Укрaгролізинг" 256

Самойлова А.О. Іпотечне кредитування в Україні, сучасний стан та перспективи розвитку 260
Свідерська Л.І. Фінансування соціальної сфери регіонів України 265
Уманець С.П. Формування і розподіл прибутку та напрямки їх удосконалення 268
Дегтярьов Ю.М. Проблеми та напрямки розвитку інвестиційної привабливості компанії 273

Еюпов М.Н.
Науковий керівник:
д.е.н., професор ***Єрмошенко М.М.***

СУТНІСТЬ ТА ОСОБЛИВОСТІ МАРКЕТИНГОВОЇ ТОВАРНОЇ ПОЛІТИКИ ПІДПРИЄМСТВА

У статті розглядається сутність маркетингової товарної політики та основні напрями її формування для підприємств, способи гармонійного поєднання усіх складових товарної політики у рамках вдосконалення товарної політики підприємства відповідно до цілей маркетингу.

Ключові слова: *управління маркетингом, підприємство, конкуренція, товарна політика.*

Еюпов М.Н.

СУЩНОСТЬ И ОСОБЕННОСТИ МАРКЕТИНГОВОЙ ТОВАРНОЙ ПОЛИТИКИ ПРЕДПРИЯТИЯ

В статье рассматривается сущность маркетинговой товарной политики и основные направления ее формирования для предприятий, способы гармоничного сочетания всех составляющих товарной политики в рамках совершенствования товарной политики предприятия в соответствии с целями маркетинга.

Ключевые слова: *управление маркетингом, предприятие, конкуренция, товарная политика.*

Eyupov M.N.

ESSENCE AND FEATURES OF MARKETING COMMODITY POLITICS OF ENTERPRISE

In the article essence of marketing commodity policy and basic directions of its forming is examined for enterprises, sposobi of harmonious combination of all constituents of commodity policy within the framework of perfection of commodity policy of enterprise in accordance with marketing purposes.

Key words: *management marketing, enterprise, competition, commodity politics.*

Постановка проблеми. Сутність маркетингової діяльності полягає у створенні нових технологічно удосконалених продуктів, що задовольняють потреби покупців. Існування підприємства значною мірою залежить від його здатності створювати та продавати нові продукти. Товар є ключовим елементом комплексу маркетингу, що впливає на комерційний успіх діяльності підприємства. Ринок товарів постійно швидко змінюється внаслідок впливу чинників стрімкого удосконалення технологій, зростання конкуренції, змін уподобань споживачів та 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.

У рамках розвитку ринкових відносин в Україні, з появою європейських виробників та фірм, перед підприємствами з'явився ряд питань, пов'язаних з підвищенням рентабельності їх діяльності. Для розвитку підприємства необхідно його зростання на ринку, певна політика управління своїм ростом. Основою такої політики повинна стати оцінка реальних і потенційних можливостей підприємства. Вироблені та пропоновані товари повинні служили зміцненню конкурентної переваги підприємства.

Використання маркетингу є одним з найбільш ефективних засобів підвищення прибутковості від реалізації продукції та розширення ринку збуту. Серцевину інстру-

ментів маркетингу складає товарна політика, метою якої є створення такого набору товарів, який найбільш повно задовольняє вимоги ринку, ніж товари конкурентів.

Результати проведених досліджень свідчать, саме відсутність чіткого розуміння того, що товар повинен задовольняти реальні потреби споживача є головним фактором впливу на конкурентний стан підприємства. Підприємству доцільно активно впроваджувати маркетинг в збутову діяльність, і як показує практика, за рахунок використання маркетингових засобів значно збільшується частка прибутку. За допомогою маркетингу, підприємство намагається забезпечити ринкову позицію.

Грамотно складена товарна політика дозволяє залучити платоспроможного покупця і досягти головної мети комерційної діяльності – вилучення максимально можливого прибутку через задоволення потреб споживачів при мінімальних ризиках. Завдяки ефективній товарній політиці значно зростає конкурентоспроможність фірми, з одного боку за рахунок підвищення попиту на продукцію підприємства, а з іншого – за рахунок витіснення конкурентів з ринку. Формування асортименту і товарних запасів, їх раціональність, повнота і стійкість визначають фінансовий стан підприємства.

Аналіз останніх публікацій та досліджень. Темі маркетингової діяльності, а також товарної політики, як основі маркетингових рішень, присвячені роботи вітчизняних та зарубіжних вчених і фахівців. Особливо хотілося б відзначити наступних авторів: І.Л.Акулич [1], М. Бейкер [3], В. Г. Герасимчук [4], Е.П. Голубков [5], Ф. Котлера [6], Н.Ю. Черник [9], інші.

На думку багатьох вчених, більшість підприємств на сьогоднішньому етапі проходять досить складний період, обумовлений переходом від планування товарного асортименту до вироблення ними товарної політики (яка включає в себе елементи планування, стратегічний та тактичний підхід до планування).

Невирішена частина проблеми. Головною ж проблемою, на думку вчених, є нерозуміння, що основною метою керівництва фірми повинна бути мета випускати товари,які люди захочуть купувати, а не які легше випускати. Матимуть перевагу ті керівники, які найчастіше спілкуються не з фінансовим відділом, а зі своїми дизайнерами, інженерами та спеціалістами по маркетингу.

Метою статті є визначення сутності та особливостей сучасної маркетингової товарної політики підприємства.

Розглядаючи сутнісне наповнене поняття, маркетингова товарна політика – це комплекс заходів, за яких один або декілька товарів використовуються як основні інструменти виробничо-збутової діяльності підприємства [6].

Основні результати дослідження. Діяльності підприємств, організацій або компаній є результатом товарної політики.

Товарна політика – це маркетингова діяльність, пов'язана з плануванням і здійсненням сукупності заходів і стратегій по формуванню конкурентних переваг і створенню таких характеристик товару, які роблять його постійно цінним для споживача і тим самим задовольняють ту або іншу потребу, забезпечуючи відповідний прибуток фірмі [9].

До завдань маркетингової товарної політики відносяться:

1. Формування ідеї та реальне створення ексклюзивного товару, стосовно якого решта факторів маркетингу мала б виключно додатковий (обслуговуючий) характер;
2. Розроблення нового товару та оновлення тих виробів, що вже існують на ринку;
3. Розроблення товарного асортименту, упаковки та товарних марок;
4. Забезпечення якості та конкурентоспроможності товарів;
5. Позиціонування товарів на ринку;
6. Аналіз та прогнозування життєвого циклу товарів [7].

Структура маркетингової товарної політики містить три основні блоки:

– розроблення товару;

– обслуговування товару;

– виведення застарілих товарів з ринку (елімінування) [3].

Цілі товарної політики:

– Забезпечити прийняття рішень та заходів з формування оптимального асортименту;

– Підтримувати конкурентоспроможність товарів на необхідному рівні;

– Знаходити для товарів перспективні сегменти і ніші;

– Сприяти розробці та втіленню стратегії товарних знаків, упаковки, сервісу.

Для досягнення цілей товарної політики необхідно вирішення наступних питань:

– Оптимізація асортименту;

– Встановлення темпів оновлення асортименту в цілому;

– Визначення оптимального співвідношення між новими і старими продуктами та ринками у виробничій програмі;

– Планування виходу на ринок з новими товарами;

– Вибір часу виходу на ринок з новими товарами;

– Підтримка оптимальних строків вилучення з програми морально застарілих товарів.

Зміст товарної політики представлено наступними елементами:

– Програмно-асортиментна політика;

– Політика обслуговування покупців та гарантійно-сервісна політика;

Можна виділити наступні складові товарної політики, які визначають етапи її формування:

а) аналіз;

б) процес створення нового товару (інновація);

в) робота з існуючими товарами (варіація, тобто зміна існуючого товару, елімінація);

г) товарний знак (марка товару);

д) пакування та маркування;

е) Клієнтська служба (сервіс)

Товар – основа всього комплексу маркетингу. Якщо товар не задовольняє потреби покупця, то ніякі додаткові витрати на маркетингові заходи не зможуть поліпшити його позиції на конкурентному ринку – його провал в кінцевому рахунку неминучий.

Попит на товар змінюється в залежності від стадії його життєвого циклу. Концепція ЖЦТ була розроблена і опублікована в 1956 р. відомим американським економістом і маркетологом Т.Левітгом. Мета маркетингу полягає в тому, щоб, по можливості, продовжити термін перебування товару на ринку. При цьому слід деякі етапи скорочувати, а деякі – затягувати, користуючись інструментами регулювання попиту. Корисні властивості товару – інструмент маркетингу, з допомогою якого можна регулювати попит, будь-який товар має цінність тільки тоді, коли містить у собі набір корисних властивостей. Класифікація корисних властивостей представлена на рисунку 1.

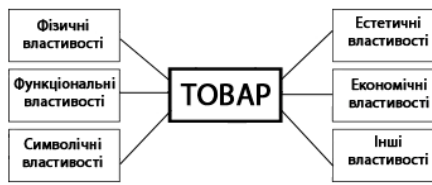

Рис. 1. Основні споживчі властивості товару **[7]**

Основним напрямком товарної політики є планування товарного асортименту підприємства. Схема планування товарного асортименту представлена на рисунку 2.

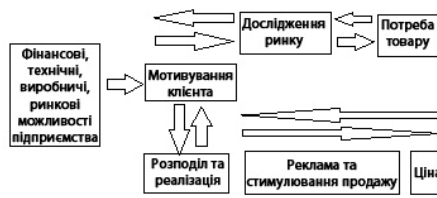

Рис. 2. Планування товарного асортименту **[9]**

Шляхи реалізації товарної політики:

– Концентричний – випуск товарів, які схожі на вже існуючі товари підприємства;

– Горизонтальний – випуск товару, який є "продовженням" уже існуючого;

– Диверсифікаційний – випуск абсолютно нового товару.

Висновки. На підставі вищевикладеного матеріалу очевидно, що, враховуючи специфіку і профіль підприємства-виробника, для вирішення проблеми успішної реалізації виробленої продукції, до товару необхідний системний підхід з боку служби маркетингу ще до того, як товар буде вироблений.

Незважаючи на очевидний пріоритет асортиментної політики, такі напрямки, як забезпечення якості та конкурентоспроможності продукції, створення привабливої і функціональної упаковки, торгової марки, що запам'ятовується, організація сервісного обслуговування також є значущими складовими товарної політики.

В умовах постійно мінливих запитів покупців, зміни технологій і конкурентного оточення виживання підприємства безпосередньо залежить від того, наскільки успішно буде здійснено комплекс заходів щодо формування конкурентних переваг і створення таких характеристик товару, які роблять його постійно цінним для споживача, забезпечуючи тим самим відповідний прибуток.

Цілком очевидно, що в реальних умовах діяльності, в період потужної експансії світових виробників високоякісних і доступних за ціною товарів, компанії по-різному вирішують свої товарні проблеми. Одні виявляють невміння і безпорадність в умовах жорстокої конкуренції, а інші знаходять перспективні шляхи, що визначають долю ринкової і всієї господарської діяльності підприємства-виробника.

Існуючі на підприємстві служби маркетингу повинні керувати процесом розробки і виробництва товарів, забезпечуючи дотримання балансу інтересів споживача, виробника, торгівлі, суспільства в цілому.

Здійснюючи систематичний контроль за поведінкою товару на ринку, за його життєвим циклом, можливо отримати вичерпну інформацію, яка допоможе грамотно спланувати оптимальну структуру асортименту за його властивостями задовольняти потреби покупця, споживчими якостями, ціною, зовнішнім оформленням, популярності споживачеві, а також весь комплекс маркетингових дій , і тим самим забезпечить фірмі конкурентні переваги і в підсумку високий фінансовий результат.

Список використаних джерел

1. Акулич, И. Л. Маркетинг: учебник / И. Л. Акулич. – Минск: Выш. Шк., 2007. – 479 с.
2. Амстронг Г., Котлер Ф. Введение в маркетинг. – М.: Изд. дом "Вильямс", 2000. – 156 с.
3. Бейкер М. Маркетинг. Энциклопедия. – СПб.: Питер, 2002. – 76 с.
4. Герасимчук В. Г. Розвиток підприємництва: діагностика, стратегія, ефективність. – К.: Вища шк., 2007. – 120 с.
5. Голубков, Е. П. Маркетинговые исследования: учебник / Е. П. Голубков. – М.: Финпресс, 2005. – 380 с.
6. Котлер Ф., Маркетинг от А до Я. – С.-Пт.: – Нева, 2005. – 124 с.
7. Маркетинг: Підручник / В. Руделіус, О.М. Азарян, Н.О. Бабенко та ін. – 3-тє вид. – К.: Навчально-методичний центр "Консорціум з удосконаленням менеджмент-освіти в Україні", 2008. – 648 с.
8. Павленко А. Ф., Войчак А. В. Маркетинг. Підручник. – К.: КНЕУ, 2003. – 246 с.
9. Черник, Н. Ю. Товарная политика предприятия: учеб. пособие / Н. Ю.Черник – Минск: БГЭУ, 2004. – 278 с.

Євдокімов Д.О.
Науковий керівник:
к.е.н., доцент ***Серкутан Т.В***

ФОРМУВАННЯ ЦІНОВОЇ ПОЛІТИКИ

В статті комплексно досліджено особливості ціноутворення на підприємстві. Визначено основні методи дослідження і практична значимість. Описані ключові проблеми ціноутворення на підприємстві.
Ключові слова: *Ціноутворення, цінова політика, формування ціни.*

Евдокимов Д.А.

ФОРМИРОВАНИЕ ЦЕНОВОЙ ПОЛИТИКИ

В статье комплексно исследованы особенности ценообразования на предприятии. Определены ключевые проблемы ценообразования на предприятии.
Ключевые слова: *Ценообразование, ценовая политика, формирование цены.*

Ievdokikmov D.O.

FORMING OF PRICE POLICY

In the article the features of complex pricing in the enterprise. The basic research methods and practical significance. Described pricing key issues in the enterprise.
Key words: *complex pricing, pricing key, forming price*

Постановка проблеми полягає у визначенні основних напрямків підвищення ефективності цінової політики вітчизняних підприємств, зокрема її регулювання на реальних підприємствах в умовах кризи.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Проблемам ціноутворення та управління ціновою політикою присвячені дослідження таких відомих вітчизняних та зарубіжних науковців, як Г. Ассель, Б. Берман, В. М. Гальпєрін, В. В. Герасименко, І. П. Денисова, С. І. Дугіна, Дж. Р. Еванс, І. А. Єрухимович, В. Є. Єсіпов, І. А. Желтякова, Ф. Котлер, І. В. Ліпсиц, Г. А. Маховикова, Т. Т. Негл, В. М. Тарасевич, Р. К. Холден, Л. О. Шкварчук [1, 2, 5] та інші.

Рекомендації іноземних дослідників не можуть бути механічно використані в умовах національної економіки, а розробки українських авторів не завжди є послідовними, містять певні протиріччя і не забезпечують практикам достатнього вибору реальних інструментів управління ціновою політикою. Зокрема, залишається неузгодженим понятійний апарат ціноутворення; недостатньо чітко визначено послідовність і зміст етапів процесу управління ціновою політикою в умовах ринку; практично немає формалізованих процедур вибору цінових стратегій для окремих товарів та товарних груп; потребують вдосконалення та конкретизації методи призначення цін в умовах нестійкого попиту та швидких змін конкурентної ситуації; недостатньо уваги приділяється формуванню тактичних заходів ціноутворення та здійсненню контролю за цінами. Крім того, дуже мало рекомендацій щодо ціноутворення у конкретних галузях та сферах діяльності з урахуванням їх специфіки.

Мета дослідження. Це необхідність розв'язання таких актуальних проблем управління ціновою політикою підприємства в умовах ринку.

Основні результати дослідження. Процес формування цінової політики підприємства є дуже складним і багатогранним і передбачає перед усім неодмінний контроль за виконанням цінової стратегії підприємства та врахування всіх факторів, які можуть впливати на здійснення цього процесу

Ціна грає центральну роль у системі ринкового механізму і є інструментом, який функціонує тільки на основі економічних законів. В будь-якому суспільстві ціна відображає діючу модель управління економікою, являючись її похідною.

Ціноутворення – це процес формування цін на товари та послуги. Характерні дві основні системи ціноутворення: ринкове і централізоване державне ціноутворення (формування цін державними органами).

В умовах ринку превалює децентралізоване ціноутворення, яке функціонує на базі взаємодії попиту і пропозиції. В цьому випадку повністю відсутнє директивне сковзне планування, а ціноутворення являє собою багатогранний процес, який підкоряється впливу багатьох факторів. Основним регулятором являється ринок, затвердження цін відсутнє, базою цін стають світові ціни.

Формування цін здійснюється на рівні підприємства-виготовника, а узгодження їх з замовником (споживачем) здійснюється в момент заключення з ним прямого договору чи в момент акту купівлі-продажу. При вільних цінах надлишок доходів спочатку відображається на рівні цін, відбувається перерозподіл доходів, змінюється напрямок інвестицій і, таким чином, встановлюється рівновага в економіці.

Цінова політика представляє собою важливий елемент загальної стратегії підприємства, і безпосередньо входить у такий великий її розділ, як ринкова стратегія. Вона з'єднує в собі як стратегічні, так і тактичні аспекти і в найбільш загальному вигляді може бути визначена як діяльність керівництва підприємства по встановленню, підтримці і зміненню цін на продукцію, яка здійснюється в руслі загальної стратегії підприємства і спрямована на досягнення його цілей і задач. Тут необхідно відмітити роль маркетингу, який представляє собою організацію роботи підприємства з орієнтацією на ринковий попит.

Стратегічні аспекти цінової політики включають договірні заходи по встановленню і зміненню цін, які спрямовані на врегулювання діяльності всієї виробничої і товаропровідної мережі підприємства, і підтримку конкурентоспроможності продукції і послуг у співвідношенні з цілями і задачами загальної стратегії фірми.

Тактичні аспекти цінової політики включають заходи короткострокового і разового характеру, які спрямовані на виправлення деформації в діяльності виробничих підрозділів і товаропровідної мережі, яка виникає внаслідок непередбачених змін цін на ринках чи поведінки конкурентів, помилок управлінського персоналу, і можуть іноді йти всупереч стратегічним цілям підприємства.

Вибираємі підприємством стратегічні форми цінової політики і варіанти її здійснення безпосередньо випливають із її ринкової стратегії. В залежності від застосованої комбінації варіантів ринкової стратегії вибирається форма здійснення цінової політики, а саме:

– Домогтися такого рівня цін, верхня границя якого забезпечувала би підприємству максимальний прибуток.

– Забезпечити підприємству "нормальний прибуток" (витрати виробництва плюс середня норма прибутку).

– Вести політику "цінової" конкуренції.

– Здійснювати політику "нецінової" конкуренції.

– Встановлювати ціни на рівні "лідера" чи цін конкурентів.

– Забезпечити "престижні" ціни, особливо підкреслюючи якість продукції.

– Добиватися сталості цін і прибутку маневруванням факторами виробництва.

– Встановлювати низькі ціни, включаючи демпінгові, для проникнення на ринок.

Процес встановлення ціни складається із шести етапі:

1) Постановка цілей і задач ціноутворення.
2) Виявлення попиту.
3) Оцінка витрат та встановлення початкової ціни.
4) Аналіз цін і товарів конкурентів.
5) Вибір методу ціноутворення.
6) Встановлення кінцевої ціни.

Постановка задач ціноутворення – це спроба фірми відповісти на питання: чого бажано домогтися за допомогою політики цін на свою продукцію. Відповіді на це питання можуть бути різними.

Можливо, наприклад, що більш за все підприємство зацікавлене в збільшенні обсягів продажу, створенні репутації і захваті якомога більшої долі ринку. В цьому випадку може бути корисною політика цінового проникнення, яка передбачає встановлення знижених цін на продукцію – тобто звернення до моделі цінової конкуренції. Але й може бути зовсім інша комерційна мета – наприклад, отримання найбільшого прибутку у короткий термін. Така потреба визивається необхідністю швидкого повернення взятих у кредит коштів чи виплатою підвищених дивідендів заради підвищення курсу своїх акцій.

Другий етап – це визначення попиту на продукцію. Спеціаліст з маркетингу сформулював би цю задачу так: "оцінка еластичності попиту на продукцію від цін, по яким хочемо її продати". Мова йде не про те, щоб визначити ємкість ринку взагалі, а про те, скільки товару можна буде продати при різних рівнях цін. Необхідно вміти визначити залежність можливого обсягу передбачаємого продажу від рівнів цін.

Третій етап ринкового ціноутворення – оцінка витрат. Оцінка витрат та пошук шляхів їх зниження дуже важливий етап в процесі ціноутворення підприємства, який включає аналіз собівартості виготовленої продукції. Так, від рівня собівартості, а також капіталоємності виробництва, залежить крива еластичності пропозиції для підприємства. Ця крива показує як зростає виробництво продукції, якщо ціна на неї підвищується через незадоволеність попиту. Сенс у тому, що чим вище на ринку ціна продукції, тим у більших обсягах виробник готовий випускати цей товар.

В ринковій економіці, де аксіомою являється орієнтація на запит покупця, розмір ціни дає чіткий орієнтир виробникам і, чим вище ця ціна, тим більший прибуток вона містить. Але збільшення виробництва у наслідок високої ціни, що і показує графік, потребує додаткових витрат (інвестицій), а їх джерелом може бути тільки прибуток. Тому чим нижче собівартість, тим вище прибуток з кожної одиниці продукції, тим легше і швидше можна набрати необхідні для інвестування кошти.

Якщо з'єднати на одному полі дві розглянуті нами вище криві, то можна отримати графік, що показує при якому рівні ціни може бути проданий весь обсяг продукції і, відповідно, балансуючу (рівноважну) ціну попиту і пропозиції.

Наступний крок в аналізі собівартості – це розділення її на два види витрат і встановлення початкової ціни.

Методи формування початкової ціни на товар та основні фактори ціноутворення підприємства.

Аналіз цін і товарів конкурентів – одна із самих складних задач. В ринковій економіці інформація про ціни по конкретним угодам частіше за все є комерційною таємницею виробника, і отримати таку інформацію дуже складно. Вивчення товарів і цін конкурентів переслідує певну мету – вивчити так звану ціну байдужості, тобто ціну при якій покупцю буде все одно чий товар купувати. Виявив її можна планувати таку стратегію ціноутворення, при якій покупці віддадуть перевагу продукції вашого підприємства.

Важливим кроком при цьому є аналіз пропозиція і цін конкурентів, якості їх продукції. Серед найбільш складних і важко передбачених елементів ринкової діяльності конкурентів є їх цінова політика, виявив цілі якої можна визначити і стратегії їх ціноутворення.

Наступний крок у процесі формування ціни – це вибір методу ціноутворення, який базується на попередніх етапах. Методи розрахунку цін вельми різноманітні повинні відповідати основній стратегії цінової політики підприємства. Це такі методи, як:

Затратні методи, які включають:

- Метод "витрати плюс";
- Метод "мінімальних витрат";
- Метод ціноутворення з підвищенням ціни за допомогою надбавки;
- Метод цільового ціноутворення;
- Метод визначення ціни з орієнтацією на попит.
- Метод визначення ціни продажу на основі аналізу максимального пику збитків і прибутків.

- Метод визначення ціни орієнтацією на конкуренцію.

Ціноутворення на основі прайсингів параметричних рядів товарів та багато інших методів.

Самий останній крок – це прийняття рішення про рівень ціни. Вибравши один із методів ціноутворення, необхідно прийняти саме цінове рішення, визначити конкретну ціну. Тут враховується цілий ряд аспектів, такий, наприклад, як психологічний, вплив різних елементів маркетингу, дотримання базових цілей цінової політики, аналіз можливої реакції на призначену ціну та інше.

Навіть після встановлення кінцевої ціни, вона продовжує трансформуватися під впливом змін, які відбуваються на ринку. Тому важливо передбачити ініціативні зміни цін. Підприємство може допустити наступні відхилення від політики ціноутворення:

- заплановані цінові знижки;
- торгові знижки;
- заплановані знижки цін як засоби стимулювання збуту;
- незаплановане низьке зниження цін – "цінова війна".

Таким чином, можна казати, що процес формування цінової політики підприємства є дуже складним і багатогранним і передбачає перед усім неодмінний контроль за виконанням цінової стратегії підприємства та врахування всіх факторів, які можуть впливати на здійснення цього процесу.

Висновки. Загальною потребою для успішної підприємницької діяльності в умовах ринкової економіки стає використання добре проробленої і науково обґрунтованої цінової політики.

Цінова політика підприємства – поняття багатопланове. Фірма не просто встановлює ту чи іншу ціну, вона створює свою систему ціноутворення, що охоплює весь асортимент продукції, яка випускається, або послуг, що надаються, враховує розходження у витратах виробництва і збуту для окремих категорій споживачів, для різних географічних регіонів, специфіку в рівнях попиту, сезонність споживання товару і багато інших факторів.

Залежно від форм реалізації розрізняють пряму і опосередковану маркетингову цінову політику. Пряма маркетингова цінова політика має на увазі безпосередній розрахунок цін і їх регулювання залежно від змін ринкової кон'юнктури. Опосередкована – це політика щодо знижок на ціни, умов оплат, поставок, торговельного кредитування.

На думку відомого американський професора, фахівця з питань маркетингу Ф. Котлера, будь-яку кризу варто розглядати з точки зору споживача. Адже споживач, у розумінні маркетологів, – це фігура №1 на ринку, можна сказати – король. Філіп Котлер переконаний, що на період спаду головне для підприємства – зберегти свою частку ринку, оскільки у перспективі це дасть змогу не лише повернути втрачені прибутки, але й значно їх примножити.

Список використаних джерел

1. Артус М. М. Механізм ціноутворення, його функціонування в умовах ринку/ Артус М.М. // Фінанси України – 2005.-№10.-с.103-107.

2. Балабанова Л.В. Цінова політика торговельного підприємства в умовах маркетингової орієнтації : [навч. посібник для вищих навч. закладів] / Балабанова Л. В., Сардак О.В. – К.: Професіонал, 2004. – 154с.

3. Безкоровайна С. В. Дослідження підходів до формування цінової стратегії підприємства / Безкоровайна С. В. // Актуальні проблеми економіки. – 2003. – №2. – С. 49-52.

4. Безкоровайна С. В. Маркетингова цінова політика : [навчальний посібник] / Безкоровайна С. В. – К.: КНУТД, 2004. – 160 с.

5. Безкоровайна С. В. Управління ціновою політикою підприємства та оптимізація цінових рішень в умовах ринкової конкуренції / Безкоровайна С. В. // Вісник Рівненського державного технічного університету. – 2003. – №2 (21). – С. 3-8.

6. Безкоровайна С.В. Управління ціновою політикою підприємства: Автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. екон.наук: спец. 08.06.01 "Організація і управління підприємствами" / Безкоровайна С.В. – К.: НУХТ, 2005. – 20 с.

Захарова А.О.
Науковий керівник:
к.е.н., доцент ***Серкутан Т.В.***

ПРОБЛЕМИ, ЯКІ ГАЛЬМУЮТЬ РОЗВИТОК МАРКЕТИНГОВИХ ДОСЛІДЖЕНЬ НА УКРАЇНІ

В статті комплексно досліджені актуальні проблеми проведення та розвитку маркетингових досліджень в Україні. Подані рекомендації щодо усунення проблем, які стоять на шляху розвитку маркетингових досліджень в Україні.

Ключові слова: *маркетингові дослідження, проблеми, Україна, ринок.*

Захарова А.А.

ПРОБЛЕМЫ, КОТОРЫЕ ТОРМОЗЯТ РАЗВИТИЕ МАРКЕТИНГОВЫХ ИССЛЕДОВАНИЙ НА УКРАИНЕ

В статье комплексно исследованы актуальные проблемы проведения и развития маркетинговых исследований в Украине. Даны рекомендации по устранению проблем, стоящих на пути развития маркетинговых исследований в Украине.

Ключевые слова: *маркетинговые исследования, проблемы, Украина, рынок.*

Zakharova A.A.

PROBLEMS THAT HAMPER THE DEVELOPMENT OF MARKETING RESEARCH IN UKRAINE

The article comprehensively examined current problems and development of conducting market research in Ukraine. Provided recommendations for troubleshooting that stand in the way of development of market research in Ukraine

Key words: *marketing research, problems, Ukraine, market.*

Постановка проблеми. Роль маркетингових досліджень у прийнятті управлінських рішень важко переоцінити. В останні роки фіксується зростання потреби організацій в отриманні інформації про ринок шляхом проведення маркетингових досліджень, які є своєрідною сполучною ланкою між організацією та споживачами. Інформація, отримана в результаті маркетингового дослідження, використовується для виявлення та визначення можливостей і проблем маркетингу; розробки, уточнення, оцінки та контролю виконання маркетингових заходів; вдосконалення розуміння маркетингу як процесу [4, с.2].

Аналіз останніх публікацій і досліджень. Сучасні ринки характеризуються великою конкуренцією, саме тому маркетингові дослідження набувають особливого значення. Передусім, проблеми реалізації маркетингових досліджень розглядаються в працях: Андрєєвої О.Д. [1], Голубкова Е.П. [2], Карпіщенко М.Ю. [3], Рибалка М.В., Лилик І.В. [4, 5], Пилипенко В.І. [6], Полторак В.А. [7], Старостіної А.О. [8] та ін. Проте залишаються нерозглянутими проблеми, які стоять на шляху розвитку маркетингових досліджень в Україні.

Мета дослідження. Охарактеризувати основні проблеми розвитку маркетингових досліджень на ринку України.

Основні результати дослідження. Поява на ринку, в будь-якому його сегменті, більш, ніж декількох компаній, завжди породжує певну конкуренцію. Вона, у свою чергу, підштовхує компанії знаходити нові і більш досконалі методи просування пропонова-

них послуг [6,с. 3]. І щоб відшукати, дійсно, ефективні методи, необхідно проводити систематичні дослідження даного сегменту з метою визначення найбільш відповідного варіанту в просуванні. Такі важливі дані дає маркетинг, так як в процесі аналізу піддається перевірці не один або кілька аспектів, а всі наявні чинники, які, безпосередньо або побічно, можуть впливати на вкорінення компанії в обраному сегменті ринку [2, с. 31].

Значення маркетингових досліджень для сучасних підприємств, що просувають свої товари та послуги, добре і давно відомо багатьом, але, на жаль, лише дуже невелике число керівників вдаються до цього ефективного, способу збору інформації про ринок, про продукт або послугу, і про становище підприємства на ринку в цілому. Маркетингові дослідження дають можливість керівникам підприємств і організацій правильно визначити цілі та завдання маркетингу [7, с. 58]. Вони дають важливу і необхідну інформацію про те, наскільки компанія ефективно просуває свою продукцію та послуги на ринок, дозволяють систематизувати її, а так само провести на її основі аналіз, з метою правильного вибору маркетингових зусиль, підвищення їх ефективності, при необхідності, внести необхідні корективи [1, с. 22].

На жаль, існує ряд проблем, які стоять на шляху розвитку ринку маркетингових досліджень в Україні. Вирішити які є важливим кроком, тому як на сучасному етапі розвитку ринкової економіки необхідно знати, що – маркетингові дослідження є одним з ключових факторів, що впливають на подальший розвитку організації та її виживання в сфері конкуренції.

Більшість проблем, з якими стикаються українські підприємства різних галузей економіки, породжене однією обставиною – відставанням від високорозвинених країн в частині управління та організації виробництва. Причому таке відставання набагато більше і небезпечніше, ніж в галузі науково-технічного процесу. Якість управління сьогодні є одним з головних чинників конкурентоспроможності поряд з обсягами інвестицій і рівнем технологій [9]. В даний час в Україні потрібні системи управління, які б забезпечили підприємству досягнення стандартів виробництва світового класу. Це передбачає здатність підприємства вирішувати завдання підвищення якості та продуктивності, бути лідером у галузі задоволення запитів споживачів і забезпечувати прийнятний рівень цін за рахунок постійного зниження витрат.

Однією з основних причин, чому багато українських компаній не впроваджують маркетингові дослідження, полягає у тому, що відсутні спеціальні знання [3]. Тут суть полягає у тому, що західні компанії прогнозують свою діяльність на десять, двадцять і навіть тридцять років вперед. Вони дотримуються стратегічного способу мислення, завжди придумують нові маркетингові ходи, які дозволяють триматися на плаву. В Україні ситуація кардинально інша. Керівники стурбовані тільки отриманням максимального прибутку тут і зараз.

Актуальною проблемою також є непорозуміння ролі маркетингових досліджень в житті багатьох підприємств [4, с. 4]. Чому деякі керівники недооцінюють роботу маркетингових відділів, а часто і просто відмовляються від них в цілях економії? Очевидно, однією з причин є недостатня інформованість керівників підприємств про прямий зв'язок, що існує між вчасно проведеним маркетинговим дослідженням і подальшим вдалим позиціонуванням підприємства в конкурентному середовищі і отриманим прибутком.

Щодо державного сектору, то він проявляє особливу пасивність у питанні проведення маркетингових досліджень, що переважно пов'язано з нестачею кваліфікованих кадрів, фахівців на підприємстві, здатних дати точний аналіз, провести маркетингові дослідження [3].

Також є складність у тому, що навіть якщо українські компанії почнуть проводити маркетингові дослідження, якість цих досліджень не буде високою [8, с.106]. Природно це стосується не всіх компаній. Можна уявити типову роботу маркетолога в українській компанії. На нього звалюють як зазвичай величезну масу роботи – розміщення реклами, збір необхідної інформації про клієнтів і конкурентів і т.д. І це все має робити один маркетолог! Необхідно щоб компанія мала великий відділ маркетингу, що включає в себе різні відділи.

Також маркетингові дослідження розглядаються власниками і топ-менеджерами українських компаній як неефективний об'єкт маркетингових інвестицій [5, с. 8]. І до цих пір можна зустріти виробників, які всерйоз стурбовані якістю своєї продукції і розуміють необхідність реклами, брендингу, але абсолютно не надають значення маркетингових досліджень.

Також сучасні компанії вводяться в оману існуючими так званими "готовими" дослідженнями, найчастіше цей продукт виявляється не дуже якісним.

Висновки. Дослідження показало ряд проблем, які потребують нагального вирішення, особливо зараз у час нестабільності в країні. А в умовах мінливого та невизначеного середовища, інформація отримана в ході проведення маркетингових досліджень дозволить прийняти правильні рішення. Діяльність відділу маркетингу повинна сприяти збільшенню прибутку компанії, шляхом задоволення потреб споживачів [5, с.13]. Тому в даний час ринок товарів і послуг України залишається недостатньо вивченим, і в усуненні цього робляться лише окремі спроби. Маркетингових і консалтингових компаній, що мають значну інформаційну базу, висококваліфікований персонал, фінансові можливості, в даний час мало, а їх послуг недостатньо для ефективної роботи підприємств та приватних підприємців.

Список використаних джерел

1. Андрєєва О.Д. Технологія бізнесу: маркетинг: Навчальний посібник. – М.: Инфра-М-Норма, 2007.
2. Голубков Е.П. Маркетингові дослідження. Теорія і методологія. – К.: АСК, 2000. – 221 с.
3. Карпіщенко М.Ю., Рибалка М.В. Проблеми та перспективи розвитку ринку маркетингових досліджень в Україні / М.Ю. Карпіщенко, М.В. Рибалка. [Електронний ресурс] – Режим доступу: http://essuir.sumdu.edu.ua/bitstream/123456789/32650/1/Karpishenko_market%20research.pdf
4. Лилик І.В. Маркетинг у нових ринкових економіках // Маркетинг в Україні. – 2006. – № 5. – С. 29
5. Лилик І.В. Ринок маркетингових досліджень в Україні: експертна оцінка та аналіз УАМ // Маркетинг в Україні. – 2009. – № 3. – С.7.
6. Пилипенко В. І. Ринок маркетингових досліджень: становлення і проблеми розвитку // Маркетинг в Україні. – 2010. – № 11. – С. 23.
7. Полторак В.А. Маркетингові дослідження: Навчальний посібник. – Київ: Центр навчальної літератури, 2003. – 387 с.
8. Старостіна А.О. Маркетингові дослідження. Практичний аспект. – К.; М.; СПб.: Видавничий дім "Вільямс", 1998 – 292 с.
9. Тарабукіна О.М., Юрченко О.А. Проблеми та перспективи розвитку маркетингових досліджень в Україні / О.М. Тарабукіна, О.А. Юрченко. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.rusnauka.com/14_APSN_2008/Economics/32278.doc.htm.

Ковш А.О.

Науковий керівник:
к.е.н., доцент ***Серкутан Т.В.***

ВАЖЛИВІСТЬ ВИКОРИСТАННЯ МОБІЛЬНИХ ДОДАТКІВ У БІЗНЕСІ

У статті містяться головні ідеї створення мобільних додатків для різних типів бізнесу. Мотиви створення додатків та вплив на компанію та її цільову аудиторію. Наведено приклади успішного використання мобільних додатків на ринку України та поза її межами.

Ключові слова: *мобільні додатки, важливість мобільних додатків, ринок мобільних додатків України, мобільний додаток бізнес.*

Ковш А.А.

ВАЖНОСТЬ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ МОБИЛЬНЫХ ПРИЛОЖЕНИЙ В БИЗНЕСЕ

В статье содержатся главные идеи создания мобильных приложений для разных видов бизнеса. Мотивы их создания приложений и их влияние на бизнес, и его целевую аудиторию. Приведены примеры успешного использования мобильных приложений на территории Украины и за ее пределами.

Ключевые слова: *мобильные приложения, важность мобильных приложений, рынок мобильных приложений на рынке Украины, мобильное приложение бизнес.*

Kovsh A.A.

IMPORTANCE OF USING MOBILE APP IN BUSINESS

This article contains main ideas of mobile APP creation for different types of business. The motives of creation of an APP and its influences on the company and its main auditory. Examples of successful usage of mobile APP in Ukraine and beyond its border are shown.

Key words: *mobile application, mobile app, importance of mobile app, mobile app market in Ukraine, mobile app business.*

Постановка проблеми. На 2015 рік, для успішного бізнесу, далеко не секрет що наявність веб-сайту, це необхідність. Однак розвиток технологій є безупинним та, наразі, набирає швидкість, що виводить ведення багатьох типів бізнесу до нової ланки – використання мобільних додатків. Однак власне проблема полягає у відсутності розуміння важливості мобільних додаків. Найчастіше необхідність розробляти додаток з'являється запізно, або після розробки – його використання виходить із кругообігу важливих важелів, обслуговування поступово деградує, а коментарі користувачів зникають з поля зору. Все це і ще купа інших, маленьких недоглядів можуть призвести до зворотного результату – втрати користувачів. Отож головною проблемою є розуміння важливості мобільних додатків, їхнього місця у житті користувачів та у бізнес-процесах.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Науковою базою для дослідження стали статті Максима Височанського, WebPlanet, iPhones.ru, та інших web-ресурсів та праць людей, що мають більш поглиблені знання що до розробки та використання мобільних додатків у наш час. Дослідження основані на статтях, адже шукати інформацію у підручниках – втрата часу. Стрімкий розвиток додатків, їх використання та думок що до цього, ще не сконструювали інформацію, якої було б достатньо для підручника та водночас, яка б мала ту саму цінність через рік чи два. Однак найважливіша інформація що до цієї теми, з'являється зазвичай на конференціях з Digital, I-marketing, E-commerce, та не часто широко висвітлюється.

Аналізуючи факти, що викладають Максим Височанський, NewsVO, Предприниматель.ру, ISLAMNews можна згрупувати корисність мобільних додатків за наступними пунктами [4, 5, 9, 10]:

- Прямі комунікації з існуючими та потенційними клієнтами
- Можливість популяризації через соціальні мережі
- Надання чітких GPS орієнтирів (споживача)
- Можна надсилати акційні купони прямо на телефони клієнтам.
- Швидкий зв'язок з бізнесом, який завжди під рукою
- Стимулювання повторних покупок і нагадування про бізнес
- Ефект "Wow" для клієнтів
- Мега-круті можливості з функцією Push Notification – як ви знаєте, це є і в Android і iPhone
- Значно дешевше, ніж SMS
- В 10 разів ефективніше, ніж email-розсилка – користувачі набагато більше читають дані з додатку.
- Статистика відкриття повідомлень становить 98% протягом 15 хв. Після отримання.

- Може бути розіслано лише з додатків, які опубліковані на Google Play або App Store.

- Клієнти отримують повідомлення прямо зі своїх мобільних пристроїв.

- Користуватися послугами чи купувати товари без великих витрат часу чи зусиль.

- Постійне інформування про новини бізнесу, гарячі пропозиції.

Розробкою мобільних додатків варто займатися тому, що це легкий старт з мінімумом фінансових витрат, їх простіше створювати, ніж game-application, а також це величезний ринок. На даний момент є не так багато конкурентів ну і постійний стабільний прибуток. Є можливість отримувати дохід не тільки від розробки додатку, але й від щомісячного його обслуговування.

Додаток для бізнесу. Час на розробку одного додатку можна вмістити в 15 хвилин, витрати – 29 $ за необмежену кількість додатків в місяць. В такому випадку прибуток становить – 750 $ тільки за розробку (за щомісячне обслуговування ви можете визначити ціну самостійно) [1].

У свою чергу підтверджує та підкреслює важливість вищевказаних пунктів, та підкреслюють що реальні цінності, такі як здоров'я чи то ігри підвищують позиціонування бренду, виконуючи функції Digital, хоча можуть бути не прямо пов'язані з продукцією компанії [7].

Мета дослідження. Самою метою дослідження є оцінка важливості мобільних додатків у цілому та доведення доцільності їх використання. Буде проведено аналіз додатків великих підприємств та страт-апів, надана характеристика функцій, що вони дають\можуть дати підприємцю та користувачу, проведено моніторинг цін (якщо вони є).

Основні результати дослідження. Наразі варто поділити корисність додатків у бізнесі на "те що корисно для бізнесу" і "те що корисно для користувача". Розуміння цих деталей породжує правильну постановку технічного завдання для майбутнього додатку.

За останніми дослідженнями рикну мобільних додатків, до 2018 року, тільки європейський ринок зросте до 18 млрд євро. Однак до цієї цифри слід відносити також ігрові додатки, що не являють собою супровід бізнесу, вони, власне, і є бізнесом. Але не зважаючи на це, розуміння причин зростання самого ринку додатків є вкрай важливим. Ринок мобільних пристроїв (і це не лише телефони), зростає і тягне за собою вверх інші сфери IT. За даними Європейської комісії досліджень, ринок мобільних додатків в Європі до 2018 року виросте в три рази до 18 млрд. євро, проти 5,5 млрд. євро в 2013 році. Таке значне збільшення пов'язане зі збільшенням можливостей мобільних пристроїв. Збільшення площі екранів, покращення операційних систем та оперативної пам'яті, при зберіганні портативного виду, роблять і будуть робити мобільні пристрої незамінними для багатьох користувачів у повсякденному житті [2, 6].

Якщо аналізувати інфо-простір, то багато інформації знайдеться саме що до комерційного використання мобільних додатків. Розробки безкоштовних ігор та встановлення внутрішньох реклами, чи створення дійсно цікавих чи корисних проектів за ціною від 1 до 30\40 доларів за копію, приносять своїм творцям великі гроші, адже бюджет на створення може бути 12-25 тисяч гривень. Все залежить від складності проекту (що цілком зрозуміло) [11].

Так можна знайти "інструкцію" що до поступового заробітку на додатку. У такій "інструкції" цінною інформацією є момент ідеї додатку, основ для його розробки (купівля ліцензії чи матеріалів для розробки під певну платформу), та просування вже розроблених ідей [8].

Розробка додатків на даний момент є стратегічно важливою, адже кожен рік, конкуренція у цьому сегменті буде зростати у геометричній прогрессії.

Тільки за 2012 рік, сервіси Apple та Google, що були і залишаються лідерами ринку, мали 21 та 15 млрд. доларів відповідно. За прибутками Apple Store зайняв більше половини, з результатом 9 млрд. доларів, що э 60% від сумарного об'єму ринку. Але знаючи принципи роботи Apple та Google, не можна стверджувати що

більшість людей користується Apple Store, адже додатки, що там мають вартість 1 долара, на Google Play може бути у вільному доступі але з обмеженими можливостями. Це слід враховувати при плануванні розробки додатку, для своєї цільової аудиторії.

Для правильної оцінки реалій необхідна правильна вибірка, і посилаючись на твердження "Webplaneta", що до додатків у сучасному бізнесі, було обрано додатки наступних компаній [11]:

- Мобільні додатки від Приватбанк
- "Факти" (ICTV)
- FlyUIA (МАУ)
- Branto

Відповідно ці додатки покривають наступні сектори:

- Фінансові операції
- Простір новин
- Подорож (у нашому випадку переліт)
- Стартап, заснований з використанням мобільного додатку, з віддаленого керування будинком.

Мобільні додатки від Приватбанку покривають майже усі операції задля яких треба було б ходити чи зв'язуватись з банком, що приводить користувача до великої економії часу, грошей, і скоріш за все – здоров'я. Не враховуючи прямих фінансових операцій, є додатки що дають можливість бронювання авто мийки, пошуку тендерів, акцій ітд., пошуку відділень по карті. Додатоки безкоштовний. Доступність на AppStore\GooglePlay різниться залежно від додатку

Додаток від каналу ICTV надає можливість читати останні новини та коментарі що до них, можливість зробити підписку на конкретні новини (стрічки новин) що мають інтерес для кожного споживача окремо, отримувати повідомлення про головні новини, переглядати відеоряд з випуску новин, ділитися статтями у соціальних мережах, та дивитися канал ICTV онлайн. Додаток безкоштовний, доступнсть для Iphone, Ipad, Android (AppStore\GooglePlay відповідно)

FlyUIA надає доступ до розкладу регулярних рейсів МАУП, статусу вильоту та прильоту певного рейсу, можливість відправити запит на внесення змін до бронювання, контакти авіакомпанії МАУ. Все це на різних мовах. Доступно на AppStore\GooglePlay.

Branto – завдяки технічному засобу у формі кулі, що пов'язана з вашим телефоном, користувач має можливість отримати дистанційний моніторинг на 360 градусів, відео у HD якості, з нічним режимом, мікрофоном, що уловлює биття скла, детектором руху, та власним енергопостачанням,із можливістюпрогравати музику, та керувати електронними приладами у дому (якщо у вас такі є). Надає керування на відстані через інтернет. Вартість товару – 299 USD.

Висновки. Навіть на основі переліку характеристик мобільних додатків та того факту, що вони існують не перший рік, і якщо вони все ще є то ними користуються можна зробити багато висновків.

По перше, головним є економія часу споживача. Починаючи від одної хвилини, коли людина мала б змогу зайти на вебсайт та зробити ті самі дії, додаток скорочує час пошуку, та після налаштування надає саме те що хоче кожний споживач окремо. Більша диференціація послуг надає більше інформації про кожного споживача меншим коштом, більш детально та правдиво аніж фокус група чи опитування. Збереження часу є наразі найважливішим показником, якщо додаток є обслуговуючою частиною вашого бізнесу, що, у свою чергу, не відміняє роботу над вебсторінкою, хоч би вона дублювала функції додатку (що показує сайт ICTV).

Якщо людина користується додатком то це переводить її від потенційного до постійного споживача, адже вона вже обрала використання додатку певної компанії, і її дії, навіть якщо вона відмовиться від додатку, можна буде дослідити, і можливо, виявити причини відмови, чи навпаки, що активізує інтерес кожного споживача. Така інформація є безцінною на ринку, адже щороку на дослідження витрачаються великі гроші. Правильна постановка задач та питань при оформленні "логіну" чи при трекінгу переходів у середині додатку, функції якого диверсифіковані (чи розроблено

окремими додатками як у Приватбанку) під ваші інтереси, надасть таку кількість інформації та такої глибини, яка доцільна для маркетингу будь якого рівня.

Також слід розуміти що використання мобільних додатків робить ваші системи мобільними. Враховуючи що далеко не усі потенційні споживачі мають швидкий мобільний інтернет, завантаження сайту, навіть оптимізованого під мобільний, забирає більше часу, ніж додаток, особливо якщо частину функцій є можливість перенести в "офлайн" та обробляти запити під час виходу в інтернет. Так поки ви будете рухатись в аеропорт, трекінг прильоту\відльоту у додатку МАУ покаже усі зміни графіку, і можливо ще в дорозі ви будете знати про затримку, та зможете перенести бронювання чи просто відпочити на шляху.

Під кінець хочеться зауважити стартап, що пропонує систему захисту дому якою ви керуєте з власного телефону. Такий функціонал міг би спокійно працювати без додатку, але приєднання телефону, і можливість власне, самостійно відстежувати оселю по від'їзді, надає більшого відчуття захисту, що є незамінним при встановлюванні захисних систем.

Навіть якщо у вас малий бізнес, ви можете зекономити споживачеві час, тим самим надав йому супутні зручності та отримавши при цьому важливу інформацію про кожного клієнта та налагодити цим самим чином індивідуальний зв'язок. Ми живемо у час мобільних пристроїв, і розробка індивідуальних додатків вже не питання часу. Цей час уже настав, і питання лише у тому, на якому місці буде завтра ваш бізнес. Виходячи з того, що гасло "Якщо вас немає в інтернеті – вас не існує" вже не викликає питань, то наявність додатку вже скоро стане вирішальним пунктом для потенційних клієнтів.

Список використаних джерел

1. Андреев Алексей "WordYou" [Електронний ресурс] / Важность разработки и продвижения мобильного приложения для компании. – 2014р. – Режим доступу : wordyou.ru/press/razrabotka-prodvijenie-mobilnyh-prilojenij.

2. Асоціація Консалтингових Фірм [Електронний ресурс] / Ринок мобільних додатків зросте до 2015 року. – 2013 р. – Режим доступу : acf.ua/news_galuz/rinok-mobilnix-dodatkiv-zroste-do-2015-roku.

3. Ваші Гроші [Електронний ресурс] / Ідея для бізнесу – розробка мобільних додатків. – 2014р. – Режим доступу : http://vashigroshi.blogspot.com/2014/02/blog-post_5541.html

4. Височанський Максим [Електронний ресурс] / Максим Височанський. Не робіть мобільні ігри, спробуйте додатки для бізнесу, 2015 р. – Режим доступу: mdday.lviv.ua.

5. Предприниматель.ру [Електронний ресурс]/ Значение мобильных приложений в сфере електронной коммерции, 2012 р. – Режим доступу : predprinimatel.ru/practice/n/znachenie_mobilnih_prilojeniy_v_sfere_elektronnoy_kommercii.

6. About Digital.org [Електронний ресурс] / ДО 2018 РОКУ ЄВРОПЕЙСЬКИЙ РИНОК МОБІЛЬНИХ ДОДАТКІВ ЗРОСТЕ ДО €18 МЛРД. – 2015р – Режим доступу : aboutdigital.org/do-2018-roky-%D1%94vropeiskii-rinok-mob%D1%96lnih-dodatk%D1%96v-zroste-do-e18-ml.html).

7. Forbs.ua [Електронний ресурс] / Навіщо бізнесу мобільні додатки? – 2015 р. Режим доступу : msb.aval.ua/news/?id=24743.

8. iPhones.ru [Електронний ресурс] / Как я заработал в APP Store свои первые 100 тысяч долларов. – 2012 р. – Режим доступу : iphones.ru/iNotes/232777

9. ISLAMNews [Електронний ресурс] / Роль мобильных приложений в развитии бизнеса. – 2014 р. – Режим доступу : islamnews.ru/release-98800.html

10. NewsVO [Електронний ресурс] / Значение мобильных приложений для современного бизнеса. – 2012 р. – Режим доступу newsvo.ru/news/93896

11. Webplaneta [Електронний ресурс] / Значение мобильных приложений в современном бизнесе. – 2012 р. – Режим доступу : webplaneta.de/topic.php?topic=269

Кузьмінов М.О.
Науковий керівник:
к.е.н., ст. викладач ***Костинець Ю.В.***

НЕОБХІДНІСТЬ ЗАСТОСУВАННЯ МАРКЕТИНГОВИХ ДОСЛІДЖЕНЬ НА ПІДПРИЄМСТВІ

У статті розглянуто поняття маркетингових досліджень в контексті діяльності підприємства, а також основні історичні передумови впровадження маркетингових досліджень. Зроблені висновки щодо необхідності маркетингових досліджень для здійснення успішної господарської діяльності підприємств.

Ключові слова: *чинники, маркетинг, маркетингові дослідження, економіка.*

Кузьминов Н.А.

НЕОБХОДИМОСТЬ ПРИМЕНЕНИЯ МАРКЕТИНГОВЫХ ИССЛЕДОВАНИЙ НА ПРЕДПРИЯТИИ

В статье было рассмотрено понятие маркетинговых исследований в контексте деятельности предприятия, а так же основные исторические предпосылки внедрения маркетинговых исследований.

Ключевые слова: *факторы, маркетинг, маркетинговые исследования, экономика.*

Kuzminov M.O.

NECESSITY OF MARKETING RESEARCH ON ENTERPRISES

In the article was reviewed the concept of marketing research in the context of activity on the enterprise and a historical background of the implementation of the basic market research.

Kay words: *factors, marketing, market research, economics.*

Постановка проблеми. В сучасних умовах, жодне підприємство, плануючи свою діяльність на довготривалу перспективу, не може розраховувати на стабільність ринкової ситуації, а тому змушене постійно адаптуватися до постійних змін. Для ефективної ринкової діяльності фірми, збільшується потреба у достовірній, актуальній і своєчасній інформації стосовно процесів, які відбуваються на ринку, ефективним засобом отримання якої є, власне, маркетингові дослідження.

Роль маркетингових досліджень полягає в оцінці маркетингових ситуацій, забезпеченні інформацією, яка уможливлює створення ефективної маркетингової програми підприємства. Мета маркетингових досліджень полягає в ідентифікації як проблем, так і можливостей підприємства посісти конкурентну позицію на конкретному ринку в конкретний час, знизити міру ризику і невизначеності, збільшити ймовірність успіху маркетингової діяльності. Предметом маркетингових досліджень є конкретна маркетингова проблема, що стосується ситуації в мікросередовищі чи в зовнішньому бізнес-середовищі підприємства, а їх об'єктом – певний суб'єкт системи.

В умовах сучасної глобалізації класична маркетингова теорія не працює належним чином. Підприємства зазвичай не розуміють як правильно використовувати відділ маркетингу, все частіше він відіграє роль "рекламного агента" і продавця виготовленої продукції, яка, як правило, не користується популярністю у споживачів. Для здійснення ефективної підприємницької діяльності необхідно, щоб функції відділу маркетингу розпочиналися із аналізу ринку, вибору продукції і вивчення майбутнього попиту споживачів.

Актуальність даного дослідження зумовлена тим, що, в сучасних умовах, доступ до новітніх технологій стає дедалі легшим, а конкурентні переваги, побудовані на основі унікальності технології чи ефекту масштабу, втрачають актуальність. Отже, підприємства змушені миттєво та оперативно реагувати на будь-які зміни на ринку, бо найменше зволікання може легко призвести до великих економічних втрат. Тому

для успішної підприємницької діяльності є глибокий аналіз економічного середовища за допомогою проведення маркетингових досліджень.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Проблематика використання на підприємстві маркетингових досліджень розглядається в роботах таких вчених як: Армстронг Г. [5], Голубков Е.П. [3] Єрмошенко М. [6], Котлер Ф. [4], Лагутаева Д. [9],Третьяк О.Ю. [9], та багатьох інших.

Метою дослідження є вивчення ролі маркетингових досліджень в контексті діяльності підприємства. Необхідність переорієнтації діяльності підприємств на засади маркетингової філософії, аналіз передумов впровадження маркетингових досліджень у виробничу сферу.

Результати. Маркетингові дослідження стали невід'ємною частиною сучасного успішного бізнесу, оскільки саме вони дозволяють підприємцю легко орієнтуватися на споживача, вивчати сучасні ринкові тенденції.

Є.П.Голубков дає таке визначення маркетингового дослідження: "Маркетингові дослідження – це функція, що через інформацію пов'язує маркетологів з ринками, споживачами, конкурентами, з усіма елементами зовнішнього середовища маркетингу" [3 с. 86].

Ф.Котлер – Маркетингове дослідження – це систематичне визначення кола даних, що стоять перед фірмою у зв'язку з маркетинговою ситуацією, їх збір, аналіз і звіт про результати [4 с. 32].

Але якщо подивитись на маркетингові дослідження крізь призму історії, який був історичний процес зародження та розвитку маркетингових досліджень?

Практика організації маркетингових досліджень бере початок з першої половини XX-го століття. У цей період з'являються перші служби, що починають займатися збиранням та розповсюдженням інформації про друковані видання, а також характеристику їхніх читацьких аудиторій. В цей час з'являються перші відомі спеціалісти в галузі маркетингових досліджень. А саме, у 1922 р. Д. Старч уперше використав метод впізнавання при вимірюванні читаності рекламних оголошень. Також цим питанням займався Дж. Геллап у 1923 р.. В цьому ж році А.Нільсен створює першу, аналітичну маркетингову компанію, яка завдяки своїм ідеям швидко стає відомою ринку маркетингових досліджень. П. Уайта у 1921 р. друкує перу книгу цілком присвячену проблемам досліджень в сфері маркетингу [2].

Проте широкий розвиток у США і Європі маркетингові дослідження отримали після Другої світової війни. Виділяють декілька основних причини такої активізації:

1. Формування "ринку покупця" призвело до виникнення концепції маркетинг, а саме орендуватись на споживача;

2. В умовах загострення конкуренції підприємці змушені "боротися" за споживача, а для цього вивчати його потреби і ставлення до товару. Саме маркетингові дослідження задовольняють ці потреби.

3. Необхідність зниження ризику в умовах ринкової невизначеності. В умовах "ринку покупця" найкращим засобом зменшення ризику для підприємця, фірми є точне адресування свого товару цільовим групам покупців, здійснене за результатами сегментації ринку. А для виявлення цільових сегментів необхідно звернутися до маркетингових досліджень.

Названі причини підвищення уваги до маркетингових досліджень характеризують "історичний ракурс" їх появи і розвитку. Виходячи з цього очевидним є те, що в сучасних ринкових умовах маркетингові дослідження є невідерною складовою сталого економічного розвитку підприємства.

В сучасних умовах основне призначення маркетингових досліджень – забезпечити менеджера всією потрібною інформацією для виконання своїх обов'язків у процесі управління маркетингом, а саме – для контролю, аналізу, планування та розробки маркетингових стратегій. Необхідність маркетингових досліджень полягає у тому, що в ідеалі вони повинні розподіляти ресурси підприємства з відповідністю до мінливого навколишнього середовища (ринки, споживачі та клієнти). таким чином, щоб підвищують здатність до виживання в умовах конкуренції [7 с. 78].

При проведенні маркетингових досліджень на підприємстві повинні реалізуватися наступні найважливіші функції:

- Збір різноманітної маркетингової інформації про ринок, споживачів, продукцію;
- аналіз і оцінка зібраної інформації;
- підготовка зібраної інформації до прийняття маркетингових рішень.

Структуру проведення маркетингових досліджень зазвичай поділяють на два напрями: дослідження підприємства та дослідження ринку.

- Дослідження підприємства повинно проводитися за наступними напрямами: аналіз результатів господарської діяльності; дослідження конкурентоспроможності продукції підприємства в цілому; дослідження підприємства фірми та його продукції.
- Дослідження ринку є більш складним для підприємства завданням, яке вимагає: дослідження кон'юнктури ринку; вивчення загальних умов; аналіз попиту і пропозицій; визначення місткості ринку; сегментування ринку; прогноз розвитку ринку; дослідження конкурентних умов.

Маркетингові дослідження досліджують дві групи факторів: це ті на які безпосередньо можливо вплинути з метою змінити ситуацію на ринку, і ті на які в принципі неможливо здійснювати прямий вплив. Можливість впливати на ринкові фактори дозволяє маркетологам підприємства розробляти і реалізувати різноманітні маркетингові стратегії, але наявність неконтрольованих факторів робить маркетингову політику підприємства невизначеною, вимагаючи постійного пристосування до нових обставин.

Вплив контролюючих і не контролюючих факторів представлено на рис. 1.

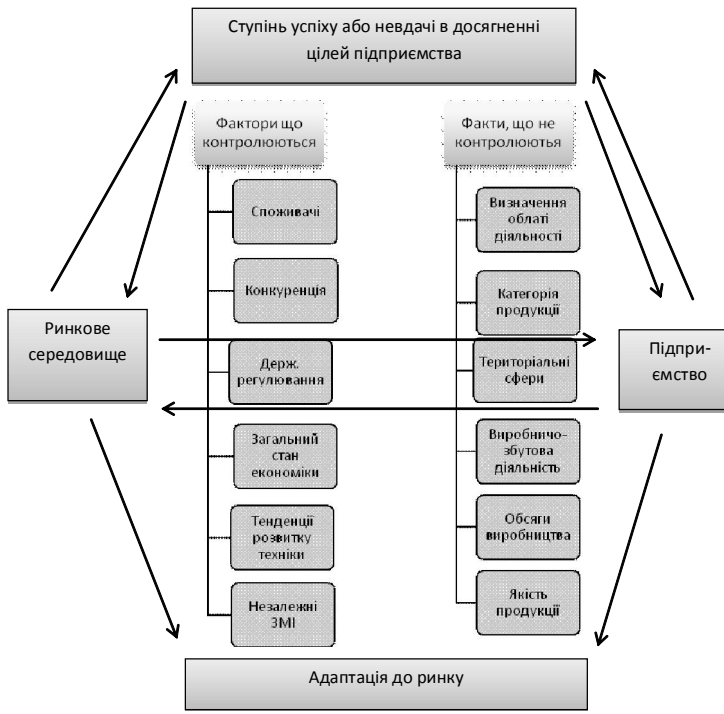

Рис. 1. Механізм взаємодії факторів ринкового успіху [авторська розробка]

Виходячи з цього, на рисунку можна підмітити, що ступінь успіху або невдачі в досягнені цілей підприємства напряму залежать до її адаптації на ринку. Отже, якісні маркетингові дослідження е основним фактором успіху в досягнені цілей підприємства.

Основними завданнями для успішних маркетингових досліджень на підприємстві повинні бути такі фактори як:

- розрахунки величини попиту споживачів на ринку;
- встановлення оптимального співвідношення між попитом та пропозицію;
- дослідження поведінки споживачів;
- оцінка діяльності підприємства, аналіз прямих і непрямих конкурентів;
- виявити конкурентні позиціях продукту та підприємства в цілому;
- зорієнтувати виробництво на випуск товарів, збут яких забезпечений наявними на ринку умовами і дає можливість підприємства отримати запланований прибуток;
- розробка та реалізація програми маркетингу

Правильно проведене маркетингове дослідження дає змогу підприємству ефективніше вирішувати завдання свого бізнесу. Методика і техніка досліджень суттєво залежать від конкретних цілей і завдань маркетингу, що, своєю чергою, визначається загальною маркетинговою стратегією підприємства, ринковою ситуацією, тиском конкурентів тощо.

Висновки. Таким чином, у результаті написання даної роботи увага була зосереджена на раді наступних моментів. Було досліджено сутність маркетингових досліджень, а також основні історичні передумови для їх впровадження. Маркетингові дослідження сьогодні є окремим науковим напрямом, який склався на перетині низки наук. Також ми довели що, для забезпечення стабільної та ефективної роботи підприємства необхідно проводити маркетингові дослідження. Для вирішення цього завдання необхідно створювати маркетингові відділи або делегувати ці функції маркетинговим аутсорсинговим компаніям, які зможуть на високопрофесійному рівні забезпечувати організацію та здійснення маркетингової діяльності.

Список використаних джерел

1. Байкер М. Дж. Маркетинг Філософоя чи функія? / Байкер М.Дж. / Санкт-Петербург: Питер, 2002. – 603 с.

2. Вікипедія [Електронний ресурс]: Режим доступу: https://en.wikipedia.org/wiki/Marketing.

3. Голубков Е.П. Основи маркетинга / Голубков Е.П. – Москва: "Финпресс", 1999. – 656 с.

4. Котлер Ф. Маркетинг менеджмент / Котлер Ф., Келлер К.Л. / Под ред. С. Жильцов, Д. Раевская. – Санкт-Петербург: Питер, 2007. – 816 с.

5. Котлер Ф. Основи маркетингу / Котлер Ф, Армстронг Г. – Львів: Вільямс, 2009. – 1072 с.

6. М.М. Єрмошенко. Маркетинг для магістрів / М.М. Єрмошенко, С.А. Єрохін / За заг. ред. М.М. Єрмошенка, С.А. Єрохіна. – Київ: Національна академія управління, 2007. – 604 с.

7. Павленко А.Ф. Маркетинг / Павленко А.Ф., Войчак А.В. – Київ: КНЕУ, 2003. – 246 с.

8. Полторак В.А. Маркетингові дослідження / Полторак В.А. – Київ: ЦУЛ, 2003, 387 с.

9. Типи маркетингових практик і фінансові результати діяльності компаній в Росії: емпіричне дослідження / Третьяк О., Лагутаева Д. // Маркетинг и маркетинговые исследования, 2015. – № 6. – С. 26.

Кутлахметова М.А.
Науковий керівник:
к.е.н., доцент ***Серкутан Т.В.***

КОМПЛЕКСНЕ ДОСЛІДЖЕННЯ ПОВЕДІНКИ СПОЖИВАЧІВ

У статті розглянуто поняття, завдання та аналіз поведінки споживачів. Досліджено та удосконалено процесс вивчення поведінки споживачів,а також проаналізовано сучасні підходи до нього.

Ключові слова: *маркетинг, споживач, сегментування, маркетингова діяльність, поведінка споживачів.*

Кутлахметова М.А.

КОМПЛЕКСНОЕ ИССЛЕДОВАНИЕ ПОВЕДЕНИЯ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ

В статье рассмотрено понятие, задачи и анализ поведения потребителей. Изучен и усовершенствован процесс изучения поведения потребителей, а также проанализированы современные подходы к нему.

Ключевые слова: *маркетинг, потребитель, сегментирование, маркетинговая деятельность, поведение потребителей.*

Kutlakhmetova M.A.

COMPLEX RESEARCH OF CONSUMER BEHAVIOR

The article consists of an objectives and analysis of consumer behavior.
Studies and improvements of the process of studying consumer behavior, and analyzes current approaches to it.

Key words: *marketing, consumer segmentation,marketing activity, consumer behavior.*

Постановка проблеми. В процесі розробки дипломної роботи було вивчено та проаналізовано поведінку споживачів. Огляд спеціальної літератури свідчить про те, що кожне підприємство повинне ставити перед собою важливе завдання – дослідження кінцевих споживачів, оскільки саме вони являються головним джерелом прибутковості фірми. Клієнт – центр уваги для всіх організацій.

Вивчення споживачів – один із найбільш пріоритетних напрямів досліджень в діяльності підприємства, саме споживачі, що купують товари компанії, приносять їй прибуток. Тому не дивно, що клієнт знаходиться в центрі уваги будь – якої успішної компанії. На сьогоднішній день вони усвідомили просте правило: споживач – це хазяїн на ринку. Досліджуючи своїх клієнтів, їх побажання, мотиви процеси здійснення купівлі підприємство може запропонувати споживачам саме те, в чому вони нуждаються. При цьому компанія зможе задовольнити потреби своїх клієнтів, краще ніж конкуренти. Ось чому основна ціль багатьох фірм, які прагнуть успіху на ринку – орієнтація на споживача, на його потреби, бажання, запити.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Дослідження поведінки споживачів один із головних і цікавих напрямів в комплексі дисциплін курсу маркетингу. Взагалі, що являє собою поведінка споживача? В сучасному розумінні – це всі економічні, соціальні і психологічні прояви, які мають місце в процесі підготовки і здійснення купівлі, а також використання купленого продукту, включаючи передачу набутого досвіду іншим [6] або поведінка споживачів – це дії, які здійснює окрема особа, купуючи і використовуючи продукцію чи послуги, це розумові і соціальні процеси, які передують цим діям або настають за ними [6]. Ці два визначення найбільш повно відображають суть споживацької поведінки на ринку. Дослідження поведінки споживачів включає в себе вивчення, всебічний аналіз та оцінку процесів, факторів і дій споживацької поведінки.

Необхідно зазначити, що при дослідженні поведінки споживачів використовують інтердисциплінарний підхід, тобто мікс з економічних, математичних наук, статистики, соціології, психології, етнографії тощо.

В літературі основне місце в дослідженні поведінки споживача займає процес прийняття рішення про купівлю товару.

Мета дослідження. Виявлення факторів, які впливають на поведінку споживача. Щоб успішно конкурувати на ринку, необхідно своєчасно прогнозувати зміни в перевагах споживачів, щоб вчасно внести зміни в сам продукт, оптимізувати канали розповсюдження і рекламну стратегію, тобто скоординувати всі компоненти комплексу маркетингу.

Основні результати дослідження. Основним впливовим фактором на поведінку споживача, в особливості на стадіях усвідомлення потреби, пошуку інформації, оцінці альтернатив та покупки відіграють чинники засобів маркетингу.

З метою більш ефективного впливу на поведінку споживачів пропоную розділити їх на сегменти і у відповідності до сегментів застосовувати заходи впливу на поведінку.

Суть сегментування споживачів полягає в наступному: виявити підгрупи покупців зі схожими рисами з метою ефективної роботи з ними, їм пропонуються ретельно розроблені збутові і маркетингові програми, які підкреслюють унікальний імідж товару.

Ціль сегментування: максимально задовольнити запити споживачів.

Основоположною передумовою сегментації споживачів являється те, що не всі покупці володіють потребами в одному і тому ж товарі або послузі. З цієї причини рідко коли вдається застосувати єдину маркетингову або збутову програму для залучення відразу всіх потенційних покупців. Сегментація ринку дозволяє знайти баланс між неоднорідністю покупців з одного боку і обмеженістю ресурсів компанії – з другого боку.

Для ефективної сегментації своїх споживачів підприємству необхідно визначити певні критерії або ознаки за якими проводиться сегментація. До таких ознак відносять наступні:

- Демографічні ознаки – вік, розмір сім'ї, склад сім'ї, раса, життєвий цикл сім'ї, стать, сімейний стан, релігія.
- Соціальні ознаки – дохід, освіта, рід діяльності, соціальний клас.
- Географічне розташування – країна, регіон, тип міської зони (густина населення), місто (сільська місцевість), природно – кліматичні умови, динаміка розвитку регіону тощо.
- Психографічні ознаки – тип особистості, інтереси особистості спосіб життя, приналежність до певного суспільного класу.
- Поведінкові ознаки – відношення до товару, привід до здійснення покупки, статус користувача, інтенсивність споживання тощо.

Для більш детального висвітлення даних характеристик доцільно групувати споживачів у відповідності до груп товарів, адже не завжди споживачі мотоциклів зацікавлені в купівлі

Висновки. В даній роботі було розглянуто і розкрито тему комплексного дослідження поведінки споживачів. Аналіз наукової літератури показав, що вивчення і оцінка кінцевих споживачів є одним із найбільш пріоритетних напрямів досліджень в діяльності підприємства, адже споживачі це основний ресурс надходження прибутків підприємства. Клієнт для будь – якої компанії завжди знаходиться в центрі уваги.

Основна задача в дослідженні споживачів – виявити фактори, які впливають на поведінку споживача. Але цього недостатньо. Щоб успішно конкурувати на ринку, необхідно своєчасно прогнозувати зміни в перевагах споживачів, щоб вчасно внести зміни в сам продукт, оптимізувати канали розповсюдження і рекламну стратегію, тобто скоординувати всі компоненти комплексу маркетингу.

Центральне місце серед аспектів поведінки споживачів займає модель процесу прийняття рішення щодо купівлі товарів.

Суттєву роль в дослідженні поведінки споживачів відіграють моделі процесів придбання товарів та поведінки споживачів під час купівлі, запропоновані моделі відображають основні аспекти та взаємозв'язки цих процесів.

Особлива увага приділяється чинникам впливу на поведінку споживача куди відносять чинники зовнішнього, внутрішнього та ситуаційного впливу на процес прийняття рішення і власне на поведінку споживачів.

На мій погляд, головною метою вивчення поведінки споживачів є виявлення причин її динаміки. З метою підвищення ефективності своєї діяльності кожне підприємство повинно навчитися своєчасно реагувати на зміни смаків та потреб клієнтів. Це дає можливість вносити відповідні зміни в свій продукт для задоволення нових потреб споживачів.

Аналіз останніх маркетингових досліджень показав, що питання передбачення поведінки споживачів в процесі діяльності підприємств на сьогодні являється одним із найактуальніших. Центральним завданням є визначення рушійних сил, які впливають на процес прийняття рішень щодо придбання продукції, основними з яких є:

- усвідомлення особою своїх потреб у конкретному товарі чи послузі;
- знаходження інформації про необхідний товар;
- пошук можливих альтернатив серед іншої продукції;
- придбання вибраного товару;
- визначення впливу придбаної продукції на послідуючу поведінку споживача.

Список використаних джерел

1. Алешина И.В. Поведение потребителей. – М.: Фаир – пресс, 1999. – 376 с.
2. Амблер Т. Практический маркетинг / Пер. з англ. під загальною ред. Каптурецкого Ю. Н. – СПб.: Пітер, 1999. – 400 с.
3. Анурин В., Муромкина И., Евтушенко Е. Маркетинговые исследования потребительского рынка. – СПб.: Питер, 2004. – 270 с.
4. Ассель Генрі. Маркетинг: принципи і стратегія: Підручник для вузів. – М.: ИНФРА-м, 1999. – 804 с.
5. Афанасьєв М. Маркетинг: стратегія і практика фірми. – М: Финстатинформ, 1995. – 377 с.
6. Войчак А.В. Маркетингові дослідження: Навч. метод. посібник для самостійного вивчення дисципліни – К.: КНЕУ, 2001. – 119 с.
7. Войчак А.В. Маркетинговий менеджмент: Підручник – К.: КНЕУ, 1998. – 268 с.
8. Голубков Е.П. Маркетинг. Словник. – М.: Економіка-Справа, 1994. – 290 с.
9. Голубков Е.П. Маркетинговые исследования: Теория, практика и методология. – М.: Финпресс, 1998. – 416 с.
10. Зозулёв А. В. Поведение потребителей: Учеб. пособие. – К.: Знання, 2004. – 364 с.
11. Котлер Ф. Основы маркетинга. – М., Дело, 1995. – 704 с.
12. Кардаш В.Я. Маркетингова товарна політика: Підручник. – К.: КНЕУ, 2001. – 240 с.
13. Кардаш В. Я., Павленко І. А., Шафалюк О. К. Товарна інноваційна політика: Підручник. – К.: КНЕУ, 2002. – 266 с.
14. Куденко Н. В. Стратегічний маркетинг: Навч. посібник. – К. КНЕУ, 2005. – 152 с.
15. Лук'янець Т. І. Рекламний менеджмент: Навч. посібник. – 2-ге вид. доп. – К: КНЕУ, 2003. – 440 с.
16. Павленко А. Ф., Вовчак А. В. Маркетинг: Навч. – метод. Посіб. Для сам ост. Вивч. дисципліни. – К.: КНЕУ, 1999. – 102 с.
17. Старостіна А. О. Маркетингові дослідження:практичний аспект. – К.: Вільямс, 1998. – 263 с.
18. Фінансовий менеджмент: Підручник / Кер. кол. авт. і наук. ред. проф. А. М. Поддєрьогін. – К.: КНЕУ, 2005. – 536 с
19. Шафалюк О.К. Поведінка споживачів. Курс лекцій. – К.: КНЕУ, 2003. – 68 с.
20. Энджел Дж., Блэкуэл Р., Миниард П. Поведение потребителей. – СПб.: Питер Ком, 2000. – 759 с.

Міхньов І.І.
Науковий керівник:
д.е.н., професор ***Єрмошенко М.М.***

ВИБІР СТРАТЕГІЇ МАРКЕТИНГУ ПІДПРИЄМСТВА ЯК ПЕРЕДУМОВА РОЗРОБКИ ПРОГРАМИ ЙОГО МАРКЕТИНГОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

У статті визначено сутність конкурентних стратегій маркетингу як передумови формування маркетингової програми підприємства. Запропоновано конкурентну стратегію підприємства на ринку IT-технологій України. Побудовано вектор рекомендованої стратегії маркетингу для об'єкта дослідження. Визначено перспективні стратегії маркетингу для успішного функціонування підприємства на ринку IT-технологій.

Ключові слова: *маркетингове планування, маркетингова програма, стратегія маркетингу, конкурентна стратегія, ринок IT-технологій, SPACE-аналіз.*

Михнёв И.И.

ВЫБОР СТРАТЕГИИ МАРКЕТИНГА ПРЕДПРИЯТИЯ КАК ПРЕДПОСЫЛКА РАЗРАБОТКИ ПРОГРАММЫ ЕГО МАРКЕТИНГОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

В статье определена сущность конкурентных стратегий маркетинга как предпосылки формирования маркетинговой программы предприятия. Предложена конкурентная стратегия предприятия на рынке ИТ-технологий Украины. Построен вектор рекомендуемой стратегии маркетинга для объекта исследования. Определены перспективные стратегии маркетинга для успешного функционирования предприятия на рынке ИТ-технологий.

Ключевые слова: *маркетинговое планирование, маркетинговая программа, стратегия маркетинга, конкурентная стратегия, рынок IT-технологий, SPACE-анализ.*

Mihniov I.I.

THE CHOICE OF MARKETING STRATEGY AS A PREREQUISITE FOR THE DEVELOPMENT OF PROGRAMS MARKETING ACTIVITY OF COMPANY

The article defines the essence of competitive marketing strategies as a prerequisite for the formation of a marketing program business. A competitive strategy of the enterprise in the market of IT technologies in Ukraine. Built vector recommended marketing strategy for the research object. The promising marketing strategy for the successful operation of the enterprise in the market of IT-technologies.

Key words: *marketing planning, marketing program, marketing strategy, competitive strategy, the market of IT-technologies, SPACE-analysis.*

Постановка проблеми. Стрімкий розвиток і зміцнення ринкових відносин в Україні зумовлюють орієнтацію на застосування передового економічного та маркетингового інструментарію в підприємницькій діяльності. Ця орієнтація реалізується за допомогою стратегічного планування і програмування маркетингової діяльності підприємства. Саме бачення довгострокової перспективи може забезпечити підприємству подальше процвітання і зростання, а це можливо тільки за умови впровадження систем стратегічного планування маркетингової діяльності підприємства в діяльність підприємства сфери послуг [10]. Актуальність планування маркетингової діяльності на тому чи іншому підприємстві визначається тим, що в умовах ринкової конкуренції підприємець повинен бути інформаційно забезпечений, вміло аналізувати ринкову ситуацію, зіставляти і планувати свою діяльність з конкурентами, розробляти заходи щодо її вдосконалення, тобто володіти теорією і практикою маркетингу з урахуванням особливостей галузі свого функціонування.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Значний внесок в теорію маркетингового планування зробили такі зарубіжні та вітчизняні науковці як: Д. Аакер [1], Л. Балабанова [2], В. Бєляєв [3], А. Завгородня [5], А. Зуб [6], М. Єрмошенко [4], Ф. Котлер [7], Ж.-Ж. Ламбен [8; 9], Р. Фатхутдінов [10], З. Шершньова [11].

Виділення невирішених раніше частин проблеми. Водночас враховуючи посилення впливу конкурентоздатних процесів на національну систему і високий динамізм ринкового середовища, залишаються відкритими питання, які потребують подальшого дослідження щодо особливостей формування та розвитку стратегічного планування маркетингу в підприємницькій діяльності, результати яких дозволять конкретизувати стратегічні цілі та обґрунтовано визначити пріоритетні напрямки планування програми маркетингової діяльності.

Мета дослідження полягає у виборі конкурентної стратегії як передумови розробки програми маркетингової діяльності підприємства, що працює на ринку ІТ-технологій.

Основні результати дослідження. В даний час обов'язковою умовою успішного розвитку підприємництва є планування маркетингової діяльності, чому передує безпосередньо стратегічне планування. За визначенням

М.М. Єрмошенка "вибрана або розроблена стратегія маркетингу – найважливіша передумова розробки маркетингової програми, тобто конкретних дій з реалізації маркетингової стратегії. Програма потрібна для конкретизації маркетингової стратегії, тому що без своєї конкретизації у вигляді у вигляді продуманої, детальної програми стратегія не спрацює. Маркетингова програма має відображати стратегічні завдання фірми і бути націленою на реалізацію потреб покупців" [4].

Саме на сучасному ринку ІТ-технологій, який наразі динамічно розвивається, дуже важливим є вибір правильної конкурентної маркетингової стратегії підприємства як передумови подальшої розробки маркетингової програми.

Для визначення конкурентної стратегії підприємства, що працює на ринку ІТ-технологій, на прикладі ТОВ "Сітронік ІТ Україна", використаємо SPACE-аналіз. За даним методом аналізу необхідно оцінити фінансову силу підприємства, його конкурентоздатність, привабливість галузі та стабільність галузі. Заповнимо таблицю 1 та визначимо стратегію поведінки ТОВ "Сітронік ІТ Україна" на ринку.

Таблиця 1

Розрахунок зваженої оцінки критеріїв за методом SPACE-аналізу для ТОВ "Сітронік ІТ Україна" *[розрахунки автора]*

Критерії	Оцінка, балів	Вага	Зважена оцінка, балів
Рентабельність капіталу	8	0,3	2,4
Стабільність отримання прибутку	8	0,3	2,4
Ліквідність	8	0,2	1,6
Фінансова сила підприємства – ФС			4,0
Частка підприємства на ринку	3	0,5	1,5
Можливості впливу на ціни та витрати	2	0,3	0,6
Рентабельність продаж	2	0,4	0,8
Конкурентноздатність підприємства – КП			2,9
Характеристика конкурентної ситуації	7	0,4	2,8
Стадія життєвого циклу розвитку галузі	6	0,3	1,8
Залежність галузі від стану ринкової кон'юнктури	5	0,3	1,5
Привабливість галузі – ПС			6,1
Тривалість життєвого циклу в галузі	5	0,4	2
Ступніь інноватівності	2	0,4	0,8
Маркетингові можливості	3	0,3	0,9
Стабільність галузі – СТ			6,7

Далі на прямокутній системі координат позначимо вектор рекомендованої стратегії для ТОВ "Сітронік ІТ Україна".

Знаходимо координаті точки Р за формулою 1.

$$x = ПС - КП;\ y = ФС - СТ \quad (1)$$

Для ТОВ "Сітронік ІТ Україна" координаті точки Р становлять:
x = 6,1 - 2,9 = 3,2
y = 4,0 - 6,7 = -2,7
Побудуємо вектор конкурентної стратегії ТОВ "Сітронік ІТ Україна" на рис. 1.

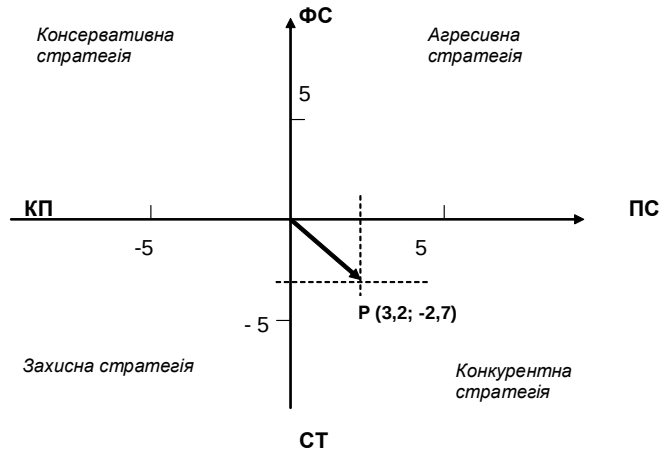

Рис. 1. Побудова вектора рекомендованої стратегії за методом SPACE-аналізу для ТОВ "Сітронік ІТ Україна" [розробка автора]

Отже, згідно методу SPACE-аналізу для ТОВ "Сітронік ІТ Україна" слід дотримуватися конкурентної стратегії на ринку, а саме: пошук нових ринків збуту, знаходити нових партнерів і клієнтів. Становище підприємства на ринку дозволяє активно інвестувати кошти в розвиток і рекламу, намагаючись збільшити свою частку на ринку.

Обґрунтувати конкурентні стратегії підприємства, оцінити його господарську діяльність з метою вкладення коштів в найбільш прибуткові і перспективні напрями і скорочення інвестицій в неефективні проекти можливо за допомогою портфельного аналізу. Портфельний аналіз передбачає використання різноманітних матриць.

Найбільше поширення при формуванні стратегії підприємства отримала матриця БКГ (BCG – Boston Consulting Group). За допомогою цієї матриці приймемо рішення щодо позицій на ринку компанії ТОВ "Сітронік ІТ Україна". Матриця БКГ містить чотири квадранти в координатах "швидкість зростання галузі – відносна доля ринку", що контролюється фірмою.

Проведемо розрахунок відносної частки ринку для ТОВ "Сітронік ІТ Україна" (табл. 2):

Таблиця 2

Розрахунок показників для побудови матриці БКГ для ТОВ "Сітронік ІТ Україна"
[розрахунки автора]

Стратегічні напрямки діяльності ТОВ «Сітронік ІТ Україна»	Частка ринку	Частка ринку торгових марок-конкурентів	Відносна частка на ринку	Темп росту ринку
Інформаційні системи	0,08	0,05	1,6	1,15
GPS-навігація	0,15	0,13	1,2	0,99
Інфраструктурні рішення	0,09	0,1	0,9	1,1

Матриця БКГ для ТОВ "Сітронік ІТ Україна" має наступний вигляд (рис. 2):

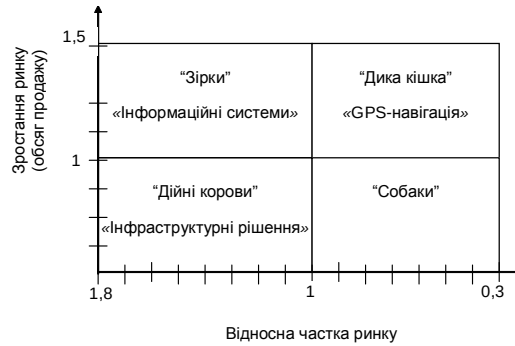

Рис. 2. Матриця БКГ для ТОВ "Сітронік ІТ Україна" [розрахунки автора]

В таблиці 3 охарактеризуємо маркетингові стратегії ТОВ "Сітронік ІТ Україна" згідно з матрицею БКГ.

Таблиця 3

Визначення перспективних маркетингових стратегій ТОВ "Сітронік ІТ Україна" згідно з матрицею БКГ

Товар	Характеристика	Маркетингова стратегія
«Дика кішка»	Наближається до лідера за часткою ринку	Стратегія підсилювання. Пошук нових каналів збуту
«Зірки»	Цей продукт лідер на ринку	Стратегія втримування, Активізація реклами, зниження цін, широке розповсюдження, модифікування
«Дійні корови»	Продукт у стадії зрілості. Не потребує інвестицій, приносить великий прибуток	Стратегія підтримування. Реклама-нагадування, цінові знижки, підтримування каналів розподілу, стимулювання збуту
«Собаки»	Нежиттєздатний продукт, який не приносить прибутку. Мала частка ринку	Стратегія скорочування. Мінімізація витрат

З таблиці 3 видно, що загально-корпоративною стратегією ТОВ "Сітронік ІТ Україна"має бути стимулювання продажів інфраструктурних рішень шляхом удосконалення реклами; пошук нових каналів збуту для інформаційних систем; модифікування продажів продуктів ІТ-технологій.

Формування стратегії фірми можна здійснити і за допомогою багатофакторної матриці "Мак Кінсі" та "Дженерал Електрик". Ця матриця має вимірюваність 3х3. По осі Х зображується конкурентна позиція фірми, а по осі У – ступінь привабливості стратегічної зони господарювання. Для розрахунку та побудови цієї матриці ми використали метод експертних оцінок, відповідно до яких дана матриця має для фірми ТОВ "Сітронік ІТ Україна" вигляд, зображений на рис. 3.

Стає зрозумілим, що для фірми ТОВ "Сітронік ІТ Україна" найбільш привабливим є розвиток напрямків діяльності у сегментах інформаційних систем та інфраструктурних рішень, середню ступінь привабливості має реалізація "хмарних сервісів" та програмного забезпечення на замовлення.

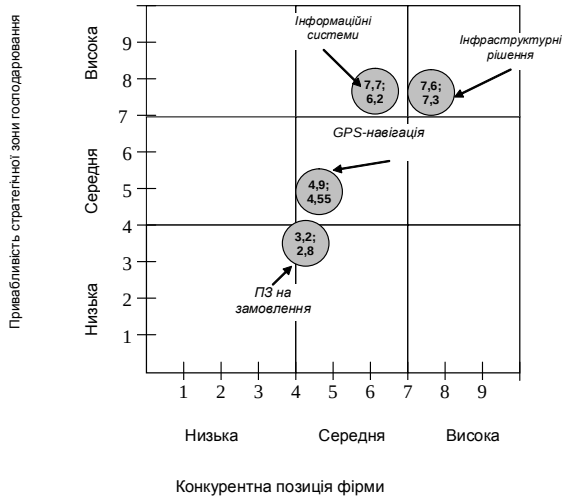

Рис. 3. Матриця "Дженерал Електрик" – McKinsey для ТОВ "Сітронік ІТ Україна" [розрахунки автора]

Таблиця 4

Набір функціональних стратегій розвитку компанії ТОВ "Сітронік ІТ Україна"

Сегмент	Характеристика
У виробництві	Забезпечення дотримання технічних стандартів надання послуг, високої якості проведення подальшого удосконалення, модернізації, модифікації технічного оснащення та підвищення загального рівня інноваційності послуг
У маркетингу	Подальше удосконалення та посилення маркетингової політики, збільшення потужності маркетингової збутової політики, розширення каналів розподілу продукції та ринків збуту; вихід на нові сегменти ринку та на нові ринки; вдосконалення маркетингових комунікацій.
У фінансах	Дотримання стабільності основних фінансових показників та поступове збільшення прибутку та рентабельності.
У кадрах	Забезпечення збереження інтелектуального потенціалу персоналу, випередження темпів приросту продуктивності праці над рівнем заробітної плати, налагодження більш досконалої системи стимулювання праці.
В організаційній культурі	Сприяти сталості організаційної структури, проте підвищити готовність колективу до змін; сприяти дотриманню норм корпоративної культури.

При реалізації сформульованих стратегій ТОВ "Сітронік ІТ Україна", як і будь-яким іншим суб'єктом господарювання, повинні виконуватись базові вимоги, що стосуються технології стратегічного управління. До таких вимог відносяться:

- встановлення відповідності між обраною стратегією і структурою управління, системою мотивації і стимулювання, нормами і правилами поведінки, спільними переконаннями, цінностями і віруваннями;

- вибір і приведення у відповідність зі здійснюваною стратегією стилю лідерства і підходу до управління організацією.

З метою розширення асортименту послуг компанії на ринку системної інтеграції пропонується модифікувати існуючий продукт у стратегічному напрямку інфраструктурних рішень, а саме реалізувати проект по розробці комплексної системи "IDA-UMT", яка складається з модулів:

- системи "Інвентар" представляє собою динамічний список IT-одиниць, наявних у розпорядженні підприємства. Це може включати в себе відомості про конфігурації для кожної одиниці, історія змін, внесених до одиниць і все що має відносини з іншими аспектами IT.

- система "Авто-виявлення інфраструктурних одиниць" призначена для забезпечення інвентарного порядку. Автоматичне виявлення допоможе знайти нові одиниці в мережі, виявлення змін і забезпечення огляду всієї мережі.

Дане рішення не має аналогів на ринку IT систем, оскільки представляє з себе "конструктор", який можна змінити під різного роду замовників без зайвих витрат ресурсів.

Просування продукту на ринок буде здійснюватися за рахунок вже існуючої бази клієнтів та за допомогою існуючих маркетингових засобів.

Проведене дослідження дає змогу зазначити, що конкурентні стратегії, як основа планової роботи фірми, разом з маркетинговою концепцією є досить гнучким інструментом регулювання, що чутливо реагує на мінливі умови зовнішнього і внутрішнього середовища розвитку підприємницької діяльності фірми, і припускають включення в зміст планів деяких фінансових і ресурсних резервів – так званих подушок. В свою чергу, гнучкість маркетингового програмування забезпечується також спеціальними цільовими програмами, що розробляються для термінового вирішення поточних і найбільш нагальних завдань.

Висновки. Ґрунтуючись на результатах проведеного дослідження, можна зробити висновок про те, що планування маркетингової діяльності на підприємстві є досить складним процесом і вимагає подальшої розробки теоретично і практично обґрунтованого та ефективного інструментарію, який дозволить ефективно вирішувати завдання стратегічного планування та планування маркетингових програм підприємства.

Список використаних джерел

1. Аакер Д. Стратегическое рыночное управление. – СПб.: Питер, 2002. – 544 с.
2. Балабанова Л.В. Маркетинг: Підручник / Л.В. Балабанова. – К.: Знання-Пресс, 2004 – 645 с.
3. Беляев В.И. Маркетинг: основы теории и практики: учебник / В.И. Беляев. – М.: КноРус, 2007. – 672 с.
4. Єрмошенко М. М. Маркетинговий менеджмент: Навч. посібник / М. М. Єрмошенко. – К.: Національна академія управління, 2001. – 204 с.
5. Завгородняя А.В. Маркетинговое планирование / А.В. Завгородняя, Д.О. Ямпольская. – С.Пб.: Питер, 2002. – 352 с.
6. Зуб А.Т. Стратегический менеджмент: Теория и практика / А.Т. Зуб. – М.: Аспект Пресс, 2002. – 415 с.
7. Котлер Ф. Основы маркетинга / Ф. Котлер. – М: Прогресс, 2007. – 240 с.
8. Ламбен Ж.-Ж. Стратегический маркетинг. Европейская перспектива: Пер. с франц. // Ж.-Ж. Ламбен. – СПб.: Наука, 2000. – 340 с.
9. Ламбен Ж.-Ж. Менеджмент, ориентированный на рынок / Ж.-Ж. Ламбен, Р. Чумпитас, И. Шулинг; пер. с франц.// Ж.-Ж. Ламбен. – СПб.: Питер, 2008. – 720 с
10. Фатхутдинов Р.А. Стратегический маркетинг: Учеб. / Р.А. Фатхутдинов. – М.: ЗАО "Бизнес-школа "Интел-Синтез", 2000. – 640 с.
11. Шершньова З.Є. Стратегічне управління: Навч. посібник / З. Е. Шершньова. – К.: КНЕУ, 1999. – 384 с.

Міхньов О.І.

Науковий керівник:
к.е.н., доцент ***Костинець Ю.В.***

РЕАЛІЗАЦІЯ ТОВАРНОЇ ПОЛІТИКИ ПІДПРИЄМСТВА НА РИНКУ АВТОЗАПЧАСТИН

У статті розглядається питання формування і реалізації товарної політики підприємства. Висвітлені теоретичні основи сутності товарної політики підприємства та безпосередньо товарного асортименту. Визначено основні методи формування товарного асортименту. Встановлено особливості процесу управління товарним портфелем підприємства на прикладі ТОВ "Автоторгцентр".

Ключові слова: *товарна політика, товарний асортимент, товарний портфель підприємства, маркетингове управління, сегментація споживачів.*

Михнёв А.И.

РЕАЛИЗАЦИЯ ТОВАРНОЙ ПОЛИТИКИ ПРЕДПРИЯТИЯ НА РЫНКЕ АВТОЗАПЧАСТЕЙ

В статье рассматривается вопрос формирования и реализации товарной политики предприятия. Освещены теоретические основы сущности товарной политики предприятия и непосредственно товарного ассортимента. Определены основные методы формирования товарного ассортимента. Установлены особенности процесса управления товарным портфелем предприятия на примере ООО "Автоторгцентр".

Ключевые слова: *товарная политика, товарный ассортимент, товарный портфель предприятия, маркетинговое управление, сегментация потребителей.*

Mikhnyov O.I.

IMPLEMENTATION OF THE COMMERCIAL POLICY OF THE ENTERPRISE MARKET AUTOPARTS

The article discusses the formation and implementation of commercial policy of the company. Highlights theoretical basis of the nature of commodity policy of the company and product range directly. The main methods of forming product lines. The peculiarities trademark portfolio management process on the example of a company "Avtotorhtsentr".

Key words: *product policy, product range, product portfolio of the company, marketing management, segmentation of consumers.*

Постановка проблеми. В умовах ринкової економіки, коли часто пропозиція перевищує попит, значно підвищується значення процесу формування і реалізації товарної політики підприємства. 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 комерційний аспект – це досягнення економічної ефективності діяльності підприємства при здійсненні закупівель і збуту продукції [6]. Одним із головних факторів, що визначають товарну політику підприємства, виступають умови ринку, вимоги, що виростають із ускладнення і посилення компетенції споживачів. Споживачі стають все більш вимогливими до якості і надійності товарів. Відповідно, фінансова нестабільність, мінливість факторів маркетингового середовища, загострення конкурентної боротьби за ринки збуту, посилення ролі покупців у реалізації стратегії підприємств, ризикованість комерційної діяльності призводять до необхідності використання нового підходу щодо формування товарної політики підприємства.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Проблематика реалізації товарної політики розглядається в роботах таких зарубіжних та вітчизняних науковців, як А. Веселов [1], Т. Гайдаєнко [2], М. Глєєва [3], О. Денисюк [4] , С. Ілляшенко [6], Н. Ісайчиков [5], В. Кардаш [7], Ф. Котлер [8], О. Мозговий [9], Н. Ткаченко [10] та деяких інших.

Виділення невирішених раніше частин проблеми. Теорія маркетингового управління товарною політикою підприємства, незважаючи на вже здійсненні численні дослідження, розвивається відповідно до реалій ринку, а тому існує потреба у нових подальших дослідженнях процесу реалізації товарної політики підприємства на конкретних ринках.

Мета дослідження. Метою дослідження є вивчення особливостей реалізації товарної політики підприємства на ринку автозапчастин.

Основні результати дослідження. В умовах ринкової економіки немає чіткої думки, який повинен бути асортимент товарів, щоб найкраще задовольнити попит покупців, забезпечити одержання необхідних прибутків і вирішити інші комерційні задачі. Кожне торговельне підприємство шукає свою нішу на ринку, виходячи зі сформованих кон'юнктурних умов. Тому керівництво підприємства, маркетингова служба та комерційні працівники кооперації повинні чітко уявляти, на яких покупців вони розраховують, у якому конкурентному середовищі підприємство функціонує, а також якою є прогнозована ситуація на ринку в короткостроковому та довгостроковому періоді.

Відповідно, головною спрямованістю підприємства є його товарна політика, що передбачає певний набір дій чи раніше обдуманих орієнтирів і принципів діяльності, завдяки яким забезпечуються прийнятність і цілеспрямованість заходів для формування і управління асортиментом товарів. Відсутність такої сукупності дій призводить до невизначеності асортименту підприємства, провалів, підпорядкованості асортименту надмірному впливові випадкових або мінливих кон'юнктурних факторів [9]. Поточні рішення керівництва в таких випадках нерідко мають половинчатий, малообгрунтований характер, що базується на інтуїції, а не на розрахунку, який враховує довгострокові інтереси.

Важливим аспектом, що супроводжує товарну політику, є сервіс, який являє собою систему обслуговування, що дозволяє споживачу вибирати для себе оптимальний варіант покупки товару і споживання його економічно вигідно і в строк [10]. Сьогодні виробники пропонують широкий вибір одних і тих же товарів, а також за однаковими цінами, тому конкурувати вони можуть за рахунок більш якісного або більш широкого сервісу. Постійний контроль за потребами споживачів, послугами, які пропонують конкуренти, співвідношенням доходів і вартості сервісу допоможе сформувати систему якісного та ефективного сервісу.

Процес реалізації товарної політики підприємства на ринку автозапчастин розглянемо на прикладі вітчизняного підприємства ТОВ "Автоторгцентр", основним видом діяльності якого є роздрібна та гуртова торгівля автозапчастинами та аксесуарами. Підприємство пропонує широкий спектр автозапчастин та автомобільних аксесуарів. Товарний асортимент ТОВ "Автоторгцентр" складається лише з непродовольчих товарів, а його товарні групи поділяються за ознакою споживчого призначення. Товарний асортимент – це група товарів, тісно взаємопов'язаних між собою в силу своєї подібності їх функціонування, або в силу того, що їх продають одним і тим самим групам клієнтів, або через одні й ті самі типи торгівельних закладів, або в рамках одного й того ж діапазону цін.

Доцільним на підприємстві є використання наступних методів формування асортименту:

1. Формування асортименту на підставі побажань споживачів.
2. Формування асортименту подібного до конкурентів.

Формування асортименту на підставі побажань споживачів передбачає вивчення потреб споживачів у певних товарах. Вивчення потреб провадиться у ході маркетингових досліджень. На підставі названих покупцем товарів формується асортимент. Переваги методу: об єктивність інформації, ефективне реагування на зміни в попиті. Обмеження методу: споживачі не можуть визначити товари певних груп, оскільки рішення про їх покупку приймається в магазині. Насамперед це стосується немарочних товарів і товарів імпульсивної покупки. Складність при проведенні досліджень.

Формування асортименту, подібного до конкурентів, передбачає вивчення асортименту конкурентів. Приспускаючи, що відмінність в мотиваціях між споживачами

конкурента і нашими покупцями незначна, а наявність товару в асортименті конкурента свідчить про існування попиту на нього, можна зробити висновок, що на цей товар теж буде попит. Переваги методу: незначні витрати часу і коштів, можливість швидко знівелювати перевагу конкурента по асортименту. Обмеження методу: можливість більш ефективного формування асортименту, різні конкурентні умови, відмінність споживачів [3].

В ході досліджень мотивацій споживачів при виборі місця покупки товарів було виявлене наступне ранжування мотивів покупки (таблиця 1).

Таблиця 1

Результати опитувань мотивацій споживачів *[авторська розробка]*

Критерій оцінки	Рівень критерію, %
Якість продуктів	41,2
Ціни	26,4
Асортимент	15,2
Місце покупки	17,2

Для 80% споживачів асортимент, як мотив, займає не нижче 3-го місця (з шести можливих) при виборі місця покупки. Дослідження привели до наступного висновку: при неможливості досягти значного покращення якості і значного зниження цін, підприємству потрібно приділити особливу увагу асортименту.

Розглянемо споживачів ТОВ "Автоторгцентр". Основною передумовою ефективної товарної політики роздрібного підприємства є виділення більш-менш однорідних груп споживачів – сегментація ринку. Сегментування ринку споживчих товарів проводиться з урахуванням географічних, фізіологічних, економіко-соціальних, поведінкових факторів. Для оцінювання товарів ТОВ "Автоторгцентр" було проведено опитування споживачів за допомогою анкетування. Менеджерами було опитано 3000 споживачів. Результати опитування зведемо у таблицю.

Результати оцінювання споживачів ТОВ "Автоторгцентр" наведені у таблиці 2.

Таблиця 2

Фактори і критерії сегментації споживачів ТОВ "Автоторгцентр"
[авторська розробка]

Фактор сегментації	Критерії сегментації	Сегменти
Географічний	Географічна територія	м. Київ, Київська область
	Рівень урбанізації	Місто
	Кліматичні особливості	Центр Європи
Економічно-соціальний	Рівень доходу	Середній
	Рід занять	Різноманітний
Фізіологічний	Стать	Жінки та чоловіки
	Вік	Від 20 до 50 років
Поведінковий	Інтенсивність споживання товару	Значна
	Очікувані переваги від придбання товару	Якість та невисокі ціни
	Ступінь прихильності до торгової марки	Незначна
	Ставлення до товару	Позитивне

Отже, з результатів таблиці можемо зробити висновок, що споживачами підприємства є група споживачів з наступними характеристиками:

- жителі переважно міста Києва;
- люди різноманітного роду занять, з середнім рівнем доходу;
- жінки та чоловіки віком переважно від 20 до 50 років;
- споживачі з незначною прихильністю до торгової марки, але зі сподіваннями на якісний товар і невисокі ціни.

Таким чином, продукція ТОВ "Автоторгцентр", на думкою споживачів, є досить високоякісною, і недорогою. Звідси, попит на неї спостерігається здебільшого серед споживачів середнього достатку.

Висновки. Проведене дослідження дозволяє відзначити, що товарна політика є ядром маркетингових рішень, навколо якого формуються інші рішення, пов'язані з умовами придбання товару і методами його просування від виробника до кінцевого покупця. Товарну політику неможливо відокремити від реальних умов діяльності підприємства – виробника, специфіки його профілю. Відповідно уважніше потрібно відноситься до пошуку нових товарів; розвитку нових товарів; введенню нових товарів на ринок; обґрунтуванню форм товарів; регулюванню якості товарів; контролю за поведінкою нових товарів на ринку.

Список використаних джерел

1. Веселов А. И. Товарная политика предприятий: анализ основных взглядов и методов оценки / А. И. Веселов // Маркетинг в России и за рубежом. – 2009. – № 1. – С. 103-114.
2. Гайдаенко Т.А. Маркетинговое управление. Полный курс МВА. Принципы управленческих решений и российская практика. / Т.А. Гайдаенко. – М.: Эксмо, 2005. – 480 с.
3. Глєєва М. Г. Класифікація методів формування оптимального товарного портфелю компанії [Електронний ресурс]: http://probl-economy.kpi.ua/pdf/2008_16.pdf
4. Денисюк О.Г. Особливості асортиментної політики підприємств хлібопекарської галузі України / О.Г. Денисюк, О.В. Задерейко // Вісник ЖДТУ. – 2012. – № 1 (59). – С. 95-99.
5. Исайчиков Н. И. Матричные методы разработки товарной политики предприятия базового элемента маркетинг-микс / Н. И. Исайчиков // Экономические науки. – 2007. – №6. – С. 206-212.
6. Илляшенко С.М. Товарная инновационная политика. Учебник / С.М. Илляшенко. – М.: Университетская книга, 2007. – 281 с.
7. Кардаш В.Я. Маркетингова товарна політика: Навч. посібник / В.Я. Кардаш. – К.: КНЕУ, 2008. – 275 с.
8. Котлер Ф. Основы маркетинга. / Ф. Котлер. – М: Прогресс, 2007. – 240 с.
9. Мозговой О. М. Товарная политика и планирование товара в международном менеджменте. – М.: Экономика, 2008. – 324 с.
10. Ткаченко Н. Проблемы формирования маркетинговой товарной политики предприятия / Н. Ткаченко // Маркетинг и реклама. – 2007. – № 1. – С.16-19.

Таран Д.С.

Науковий керівник:
к.е.н., доцент ***Серкутан Т.В.***

ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ПЛАНУВАННЯ МАРКЕТИНГОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

У статті розглянуто поняття, завдання та принципи планування маркетингової діяльності підприємства. Досліджено модель процесу маркетингового планування на основі міжнародного досвіду, а також проаналізовано сучасні технології та підходи до планування маркетингової діяльності підприємства.

Ключові слова: *маркетинг, маркетингова діяльність, процес маркетингового планування, маркетинговий план, маркетингова стратегія*

Таран Д.С.

ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ ПЛАНИРОВАНИЯ МАРКЕТИНГОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕД-ПРИЯТИЯ

В статье рассмотрены понятия, задачи и принципы планирования мар-кетинговой деятельности предприятия. Исследована схема процесса марке-тингового планирования на осно-

ве международного опыта, а также проана-лизированы современные технологии и подходы к планированию маркетинговой деятельности предприятия.

Ключевые слова: *маркетинг, маркетинговая деятельность, процесс марке-тингового планирования, маркетинговый план, маркетинговая стратегия*

Taran D.S.

THEORETICAL BASIS OF ENTERPRISE MARKETING PLANNING

The article investigates the concept, objectives and principles of planning marketing activities of the enterprise. Various techniques and approaches of enter-prise marketing planning were analyzed on the basis of international marketing ex-perience.

Key words: *marketing, marketing activity, marketing planning process, marketing plan, marketing strategy*

Постановка проблеми. На сьогоднішній день, в цей безумовно тяжкий період для економіки, коли Україна робить свої перші кроки в незалежному європейському напрямку, зростаюча конкуренція і глобалізаційні процеси підштовхують сучасних підприємців і керівників до вдосконалення рівня управління на підприємствах до рівня Європейських країн. Усвідомлення і адаптація концепції маркетингу в управлінні підприємством є одним з ключових елементів ефективної підприємницької діяльності. Згідно концепції маркетингу, основою досягнення маркетингових цілей організації є правильне визначення потреб і прагнень цільової аудиторії, задоволення її потреб більш ефективно та раціонально, ніж це роблять конкуренти. Для досягнення цієї мети підприємства мають розробляти чіткий план подальших дій. Планування маркетингової діяльності для підприємств є основною філософією підприємництва в умовах ринкових відносин. Правильно складений план дозволить побачити всі досягнення, небезпеки, правильно спланувати бюджет і, як наслідок, залишатися в аналітичному фокусі в будь-якій ринковій ситуації.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Концептуальні засади та питання методики розробки планування маркетингової діяльності розкрито в наукових працях Ассель Генри [1], О.М. Азарян [8], Г.Л. Багиев [3], Дж. Вествуд [4], М.М. Єрмошенко [6], Г.Б. Клейнер [7] та ін.

Останнім часом термін "планування" сприймається з долею скепсису та критики у зв'язку з тим, що під ним часто розуміють вказівне планування, що примушує організацію виходити у своїй діяльності на завчасно запланований рівень економічної та виробничо-господарської діяльності. Нові економічні умови господарювання оновлюють застаріле стереотипне відношення до процесу планування, який в повністю очолюваний державними установами. На перше місце виходить необхідність нового усвідомлення планування, визначення розвитку організації, формування її стійкого положення на ринку завдяки виробництву конкурентоспроможної, якісної та необхідної цільовим споживачам продукції або послуги. Такі підходи до процесу планування описані в працях як зарубіжних, так і вітчизняних дослідників. Проте, дослідження авторів описують дане питання у фрагментарному плані, а тому постає необхідність застосування комплексного підходу до висвітлення цієї проблеми.

Метою дослідження є аналіз змісту поняття маркетингового планування, його предмету та об'єкту, а також аналіз можливостей вдосконалення процесу планування маркетингової діяльності, її принципів та завдань.

Основні результати дослідження. Унікальність маркетингу як наукової дисципліни полягає в тому, що дана дисципліна дає відповідь на питання, як, застосовуючи наявні інформаційні економічні ресурси, аналізуючи співвідношення ринкових тенденцій пропозиції і попиту в рамках обраної сфери виробництва, обміну, розподілу і споживання благ, обрати найефективніший план розвитку, спрогнозувати і отримати конкретний план дій, що підвищить рівень задоволеності клієнтів та прибутковість підприємства.

В сучасній науковій літературі виділено широкий спектр понять, що описують термін "маркетинг", який постійно доповнюється, і налічує більше тисячі визначень.

Більшість тлумачень пов'язують поняття "маркетинг" з будь-якою ринковою діяльністю, при цьому спираючись на походження та переклад слова "маркетинг" (від англ. "market" ринок, закінчення -ing виділяє активний стан діяльності). Проте, справжня сутність маркетингу з часом вийшла за рамки дослівного значення цього поняття.

Тлумачний словник дефініціює маркетинг як (англ. marketing market ринок, збут) систему дій націлених на вивчення ринку та активного споживчого попиту з метою розширення збуту вироблюваних ними товарів чи послуг [2].

Для отримання бачення стратегічної перспективи (англ. helicopterview), поняття маркетинг треба розглядати в контексті стратегічного планування. В науковій літературі поняття "планування" та "стратегічні плани" розглядалися багатьма науковцями. На нашу думку, найглибше дані поняття висвітлені в роботі Г.Б. Клейнера "Підприємство в умовах ринкової адаптації" [7], який описує процес планування як систему, що має призначення (досягнення бажаної мети), функції (дослідження середовища, ситуації, структури, формування альтернативи і оцінка дій), потоки (обіг інформації між плановиками та користувачами) і структуру (загальний план, в рамках якого плановик реалізовує найбільш вірогідний та бажаний варіант,використовуючи аналіз та зворотній зв'язок, що представлений судженнями та даними для переоцінки результатів). Планування маркетингової діяльності в сучасних економічних умовах – це процес, протягом якого поєднуються інтелектуальні, раціоналістичні та інтуїтивні методики, за допомогою яких поєднуються формальні та неформальні аспекти управління, задля забезпечення впорядкованості заходів щодо реалізації маркетингових стратегій для досягнення поставлених цілей підприємства. Процес маркетингового планування – це комплексна послідовність аналізів та операцій по складанню планів практичних дій, під час якої одна подія не обов'язково повинна відбутися по завершенню іншої. Процес потребує великої гнучкості та розвинених навиків менеджерського мистецтва.

Результатом процесу маркетингового планування є розробка детальної системи планів та заходів, що включають в себе основні показники діяльності, які мають бути досягнуті до кінця обраного планового періоду. По суті маркетинговий план підприємства – це набір максимально чітко сформованих інструкцій для менеджерів та оперативних робітників, що описують, яку роль кожен підрозділ підприємства має відігравати задля досягнення стратегічних цілей підприємства в цілому та тактичних цілей в запланованому періоді.

Процес (лат.processus – рух) : послідовна зміна предметів і явищ, що відбувається закономірним порядком; сукупність ряду послідовних дій, спрямованих на досягнення певного результату; послідовна зміна станів об'єкту в часі [9]. Визначення поняття маркетингового планування як процесу, було запропоновано Л. Уилсоном після проведення дослідження тлумачного апарату даного поняття.

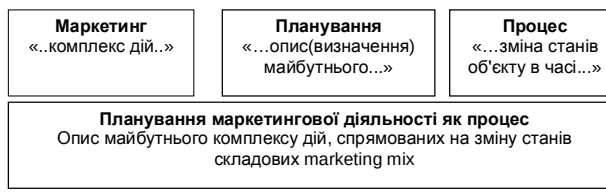

Рис. 1. Визначення поняття "Планування маркетингової діяльності як процесу" [10]

Згідно з визначеними позиціями, маркетингове планування слід розглядати як сукупність визначених тактичних понять, які характеризують, доповнюють та виражають подальший розвиток маркетингових стосунків, які існують в сучасних науково-практичних баченнях.

Посилаючись на робочі дані, процес планування маркетингової діяльності можна представити у вигляді схеми (рис. 2).

Рис. 2. Процес планування маркетингової діяльності [10]

Проводячи аналіз наведеної схеми, можна зробити висновок, що вихідною точкою в процесі планування маркетингової діяльності є маркетингові цілі (Target Market), чиє виконання передбачає розробку комплексу заходів або дій (Action). Зворотна інформація (Message), набута за результатами проведення аналізу конкурентної середи (Competition) та споживчих потреб (Customer Needs) використовується під час розробки дій, об'єднаних в комплексі маркетингу 4P, а саме продукт або послуга (Product), ціна (Price), місце (Place) та просування (Promotion) та побудові політики комунікацій: продажі (Selling), реклама (Advertising), стимулювання збуту (Sales Promotion), паблік рилейшнз (Public Relations), зв'язки із публікою та суспільством (Publicity). На схемі відображено, що побудова сукупності таких дій являється маркетинговим планом діяльності (Action plan) підприємства. Зрозуміло, що структурованість і розкриття характеристик, що визначають сутність комплексу маркетингу, дозволяє усвідомити алгоритм причинно-наслідкових зв'язків, що криється в них. Цей алгоритм у свою чергу дозволяє сформувати умови для визначення сукупності випадкових явищ і відкриває можливість аналізу їх кореляції і співставлення із зовнішніми факторами, в яких здійснюються маркетингові дії.

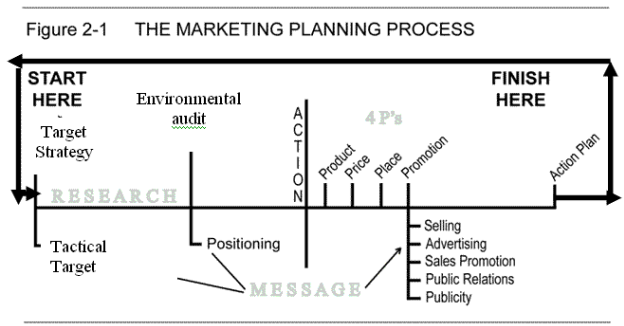

Рис. 3. Удосконалена схема планування маркетингової діяльності підприємства [10]

Як показано на рис. 3, Л. Уилсон удосконалив схему планування маркетингової діяльності додавши до неї зворотній зв'язок. Це вказує і безперервність процесу розробки та імплементації плану маркетингу. Маркетингові цілі (Target market) деталізовано та виділено на тактичній стратегічні цілі, які прямо пропорційно впливають

на процес формування та дослідження заходів маркетингового комплексу 4Р. Споживчі потреби (Customer needs) та аналіз конкурентного середовища (Competition) об'єднані в загальній системі маркетингового середовища, оскільки за межами виявлених факторів знаходиться значна кількість компонентів, які потребують аналізу залежно від поставленої задачі дослідження.

Описана модель дозволяє виділити причинно-наслідкові взаємозв'язки, котрі закладені в сутності поняття "планування маркетингової діяльності".

Планування маркетингової діяльності на підприємстві – це комплексний та суцільний процес, ефективне виконання якого передбачає визначення чітких маркетингових цілей, формування бачення застосування комплексу маркетингу, забезпечення наявності необхідних ресурсів для їх сформованих цілей, розробку та оновлення документальної форми плану маркетингу.

На сьогоднішній день об'єктивна потреба в плануванні маркетингової діяльності на підприємстві спричинена жорстким рівнем міжгалузевої конкуренції, більш того, проактивна позиція та гнучка адаптація до змін в запланованих показниках розвитку підприємства є основою стабільності його розвитку.

Зрозуміло, що підприємства планують маркетингову діяльність адаптуючи її під власні стратегічні потреби, проте основа процесу планування маркетингової діяльності має відповідну послідовність дій [5]:

1. Аналіз завдання, поставленого метою діяльності підприємства. Даний етап передбачає вивчення фактичної і наміченої кінцевої ситуації та визначення "слабких місць" в реалізації запланованих програм для виконання завдання.

2. Визначення цілей програми маркетингу на плановий період.

3. Пошук та розробка альтернативних варіантів, тобто можливих рішень розв'язання наявних маркетингових проблем.

4. Прогнозування – оцінка вірогідного майбутнього рівня базових показників діяльності, аналіз можливої поведінки споживачів,посередників постачальників, конкурентів, тощо.

5. Оцінка альтернативних варіантів – вибір раціонального (найефективнішого) варіанту розв'язання існуючої маркетингової задачі.

6. Прийняття рішення та формування плану практичних кроків (розробка документальної форми плану маркетингу).

7. Відстеження та моніторинг виконання плану, його корегування в реальному часі, з урахуванням статусів виконання запланованих задач та беручи до уваги фактори впливу навколишнього економічного середовища.

Для широкого дослідження моделі процесу маркетингового планування на основі міжнародного досвіду варто також розглянути точку зору Дж. Вествуда [4], який аналізував процес планування діяльності маркетингу з позиції застосування можливостей маркетингового потенціалу для досягнення цілей маркетингу. Кожна компанія володіє специфічними ресурсами і визначає особливу власну мету, котра може змінюватися в залежності від вектору розвитку економічної або стратегічної діяльності компанії. Планування маркетингової діяльності застосовується для визначення загального ринкового стану, сегментації та знаходження оптимальної цільової ринкової ніші, прогнозування подальшої поведінки ринку та планування потенціальної дохідної частини ринку у кожному цільовому сегменті.

Планування програми діяльності маркетингу включає себе такі пункти: проведення маркетингових досліджень; вивчення сильних і слабких сторін компанії, оцінка загроз та можливостей з боку оточуючого середовища;визначення програм;розробку стратегій; формування цілей; прогнозування; планування бюджетів; переоцінку та адаптивне корегування результатів, кампаній, стратегій, цілей та заходів [1].

Більшість маркетингових планів демонструє маркетинг в ретроспективному огляді і описує стратегічне узагальнення маркетингового плану на трирічний період. Зазвичай такий виклад плану включає докладний тактичний план маркетингових дій на найближчий рік. Найважливіші аспекти можуть варіюватися від компанії до компанії, але в основному, увага акцентується на ринкових можливостях та загрозах, портфоліо брендів продукції та послуг і розподілення маркетингових витрат.

Висновки. Практичне створення плану маркетингової діяльності в сучасному економічному середовищі ускладнюється великою вірогідністю змін економічної ситуації, результати яких можуть суттєво вплинути на розвиток підприємства. Тим не менш, неперервний процес планування маркетингу, як суцільної системи, котра поєднує взаємопов'язані складові частини, забезпечує своєчасний аналіз та розробку випереджувальних дій, гнучкість в адаптації до змін економічного середовища і дослідження характерів можливого впливу на досягнення цілей.

Важливою, з точки зору автора, складовою успішної економічної діяльності підприємств в сучасних ринкових умовах є розробка, адаптація і застосування маркетингового планування в діяльності вітчизняних підприємств з урахуванням досвіду зарубіжних компаній.

Список використаних джерел

1. Ассэль, Генри. Маркетинг: принципы и стратегия : учебник для вузов : пер. с англ. / Генри Ассэль. – 2-е изд. – М. : Инфра-М : НФПК, 1999. – XII,803 с. : ил. – (Университетский учебник). – Библиогр. в примеч.: с. 754-774. – Пер. изд.: Marketing: principles & strategy / H. Assael (1993).
2. Блэк Дж.. Економіка. Тлумачний словник / Загальна редакція: д.э.н. Осадчая И.М. – М.: "Инфра-м", Видавництво "Весь Світ", 2000. – 546 с.
3. Багиев. Г.Л., Тарасевич В.М., Анн Х. Маркетинг: Учебник – М.: Экономика, 2001. – 719 с.
4. Вествуд Дж. Маркетинговый план. – Санкт-Петербург, Москва, Харьков, Минск: Питер, 2001. – 98 с.
5. Грубіч Н.К. Маркетинговий менеджмент. Навчально-методичний комплекс. – К.: 2010. – 35 с.
6. Єрмошенко М.М., Єрохін С.А. Маркетинг для магістрів: навч. посіб. / Під ред. М.М. Єрмошенка С.А. Єрохіна: Нац. акад. упр. – К. : [б. и.], 2007. – Т. 1. – 603 с.
7. Клейнер Г.Б Предприятие в условиях рыночной адаптации: анализ, моделирование, стратегия.: Сб. статей РАН, центральный экономико-математический институт. – М.: 1996. – 235 с.
8. Руделіус В., Азарян О.М., Бабенко Н.О. Маркетинг: Підручник – К.: Навчально-методичний центр "Консорціум з удосконалення менеджмент-освіти в Україні", 2008. – 648 с.
9. Циба Т.Є., Сокур М.І., Баюра В.І. Маркетингове планування. Навчальний посібник. – К.: Центр учбової літератури, 2007. – 128 с.
10. Wilson L. The marketing Planning Process [Електронний ресурс] / L. Wilson. – Режим доступу : http://dpgrp.com/blog.

Умєров С.Х.

Науковий керівник:
к.е.н., доцент ***Серкутан Т.В.***

МАРКЕТИНГ ТУРИСТИЧНОЇ КОМПАНІЇ: ПРОБЛЕМИ ТА ОСОБЛИВОСТІ

У статті розглянуто особливості маркетингової діяльності туристичної компанії, досліджено проблеми використання інструментів маркетингу вітчизняними туристичними підприємствами в сучасних умовах

Ключові слова: *маркетинг туризму, управління маркетингом, туристична компанія, інструменти маркетингу*

Умеров С.Х.

МАРКЕТИНГ ТУРИСТИЧЕСКОЙ КОМПАНИИ: ПРОБЛЕМЫ И ОСОБЕННОСТИ

В статье рассмотрены особенности маркетинговой деятельности туристической компании, исследованы проблемы использования инструментов маркетинга отечественными туристическими предприятиями в современных условиях

Ключевые слова: *маркетинг туризма, управление маркетингом, туристическая компания, инструменты маркетинга.*

Umierov S.H

MARKETING TRAVEL COMPANIES: CHALLENGES AND FEATURES

The article describes the features of tourism marketing activities of the company, we investigated the problem of the use of marketing tools, of domestic tourism enterprises in modern conditions

Key words: *tourism marketing, marketing management, tourism com-pany, tools marketinga*

Постановка проблеми. На сьогоднішній день туризм – найбільш швидкозростаючий бізнес і очікується, що він стане однією з самих великих світових індустрій у новому сторіччі. Основними учасниками туристичного ринку, які виступають у якості агентів пропозиції, є туристичні компанії – туроператори і турагенства. Зазначимо, що як і будь який швидкозростаючий ринок, туристичний ринок приваблює все нові фірми, які вступають у цей бізнес з метою отримання високих доходів на вкладений капітал. Зазначимо, що успіх туристичної компанії в умовах конкурентної боротьби обумовлюється здійсненням постійного удосконалення маркетингової діяльності, моніторингу позицій на ринку, дослідженням сильних і слабких сторін власної господарської діяльності і конкурентів, здатністю пристосовуватися до змін ринкових ситуацій. Усі перераховані вище проблеми особливо актуальні в умовах економічної кризи.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Особливості управління маркетингом в сфері послуг, в т.ч. туристичного маркетингу розглядалися у працях зарубіжних та вітчизняних вчених, серед яких: Агафонова Л.Г. [1], О.Азарян [2], А.Баришева [3], Браймер, Роберт А. [4], А.Дуровича, А.Копанева [5], Н.Жукову [6], Забалдіна Ю. Б [7], Ф.Котлера, Дж.Боуена, Дж.Мейкенза [8] та інш.

Мета дослідження. Дослідження теоретичних та практичних аспектів особливостей та проблем управління маркетинговою діяльністю вітчизняної туристичної компанії в сучасних умовах.

Невирішені частини проблеми. В умовах економічної кризи в Україні суттєво знизився попит на туристичні послуги, що пов'язано зі зменшенням платоспроможності населення та зростанням ризиків. У зв'язку з цим для вітчизняних туристичних компаній особливо важливим стає питання розробки комплексних програм ефективного використання всіх інструментів маркетингу на поточний період.

Основні результати дослідження. Стратегічна мета розвитку туризму в Україні полягає у створенні продукту, конкурентоспроможного на світовому ринку, здатного максимально задовольнити туристські потреби населення країни, забезпечити на цій основі комплексний розвиток територій та їх соціально-економічні інтереси при збереженні екологічної рівноваги та історико-культурної спадщини.

Створення нового іміджу українського турпродукту, конкурентоспроможного в нашій державі та за кордоном, комплексний підхід до розвитку туризму та курортів на регіональному рівні, підтримка розвитку малого та середнього бізнесу у туристичній сфері, зумовили неухильне зростання кількості туристів та обсягів наданих їм послуг.

Сьогодні туризм є найбільш розвинутою та однією з найдинамічніших галузей світової економіки. У ній зайнято близько 10% світових трудових ресурсів, виробляється близько 10% світового валового продукту. За прогнозами експертів, протягом наступних п'яти років рівень щорічного зростання цієї галузі становитиме 5%, що дасть можливість створити два мільйони нових робочих місць.

Річні надходження від світової туристичної галузі становлять 500 мільярдів доларів США і очікують, що цей показник до 2010 року зросте до одного трильйона доларів. У цих умовах Україна теж повинна використати всілякі можливості, аби її частка у наведеній цифрі була якомога більшою.

Туризм – це саме та галузь економіки, яка заслуговує в Україні більшої уваги для розвитку, оскільки вона може забезпечити значний внесок в економіку держави у

вигляді нових робочих місць, збільшення надходжень від зовнішньоекономічної діяльності та поповнення державного бюджету через сплату податків.

Проблеми використання інструментів маркетингу в туризмі в умовах економічної кризи є особливо актуальними для вітчизняних підприємств.

Туристський продукт у вузькому змісті – це послуги кожного конкретного сектору туристичної індустрії (наприклад, готельний продукт, турпродукт туроператора, транспортного підприємства й т.д.). У широкому змісті туристський продукт – це комплекс товарів і послуг, які у сукупності утворюють туристську поїздку (тур) або те, що має до неї безпосереднє відношення. Основним туристським продуктом є комплексне обслуговування, тобто стандартний набір послуг, що продається туристам в одному пакеті.

Туристичному продукту поряд із загальними специфічними характеристиками послуг, властиві свої відмінні риси.

По-перше, це комплекс послуг і товарів (матеріальних і нематеріальних компонентів), який характеризується складною системою взаємин між різними компонентами.

По-друге, попит на туристичні послуги надзвичайно еластичний стосовно рівня доходу і цін, але багато в чому залежить від політичних і соціальних умов.

По-третє, споживач, як правило, не може побачити турпродукт до його споживання, а саме споживання в більшості випадків здійснюється безпосередньо на місці виробництва туристичної послуги.

По-четверте, споживач долає відстань, що відокремлює його від продукту й місця споживання, а не навпаки.

По-п'яте, турпродукт залежить від таких змінних, як простір і час, для нього характерні коливання попиту.

По-шосте, пропозиція туристичних послуг відрізняється негнучким виробництвом. Вони можуть споживатися тільки безпосередньо на місці. Готель, аеропорт, база відпочинку не можуть бути перенесені наприкінці сезону в інший регіон. Вони не можуть пристосуватися в часі й просторі до зміни попиту.

По-сьоме, туристичний продукт створюється зусиллями багатьох підприємств, кожне з яких має власні методи роботи, специфічні потреби й різні комерційні цілі.

По-восьме, не може бути досягнута висока якість туристичних послуг при наявності навіть незначних недоліків, оскільки обслуговування туристів складається із цих самих дрібних деталей.

У-дев'яте, оцінка якості туристичних послуг відрізняється значною суб'єктивністю: великий вплив на оцінку споживача чинять особи, що не мають прямого відношення до пакету придбаних послуг (наприклад, місцеві жителі, члени туристської групи).

І, нарешті, у-десяте, на якість туристичних послуг чинять вплив зовнішні фактори, що мають форс-мажорний характер (природні умови, погода, політика в області туризму, міжнародні події й т.д.).

Ці специфічні особливості туристичного продукту впливають на маркетинг у туризмі. Як немає однозначного визначення маркетингу в цілому, так відсутнє єдине тлумачення маркетингу туризму.

Всесвітня туристична організація виділяє три головні функції маркетингу в туризмі: встановлення контактів із клієнтами; розвиток; контроль.

Встановлення контактів із клієнтами ставить своєю метою переконати їх у тому, що передбачуване місце відпочинку та існуючі там служби сервісу, визначні пам'ятки й очікувані вигоди повністю відповідають тому, що бажають одержати самі клієнти. Розвиток припускає проектування нововведень, які зможуть забезпечити нові можливості для збуту. У свою чергу подібні нововведення повинні відповідати потребам і перевагам потенційних клієнтів. Контроль передбачає аналіз результатів діяльності по просуванню послуг на ринок і перевірку того, наскільки ці результати відбивають дійсно повне й успішне використання наявних у сфері туризму можливостей.

Маркетинг туристичних послуг – це комплекс заходів, пов'язаних із визначенням і розробкою туристичного продукту, а також його просуванням на ринок відпові-

дно до психологічних і соціальних факторів, які необхідно враховувати для задоволення потреб індивідуумів і груп людей у відпочинку, розвагах, освіті, санаторно-курортному лікуванні за допомогою надання їм житла, транспортних засобів, харчування, організації дозвілля туроператорами, турагентами або безпосередньо готельно-ресторанними комплексами з метою мінімізації впливу техногенного середовища.

Таким чином, маркетинг туристичних послуг є найважливішою складовою частиною маркетингу і представляє в той же час самостійну систему З позиції загальної теорії маркетингу маркетинг туристичних послуг являє собою комплексну дисципліну, що вивчає закономірності виробництва, розподілу, обміну і споживання туристичних послуг з метою задоволення потреб окремих осіб і суспільства в цілому.

Об'єктом вивчення маркетингу туристичних послуг є сукупність індивідуальних потреб у комплексі послуг.

Об'єктом застосування і використання маркетингу є санаторно-курортні, рекреаційні зони, інфраструктура туристичної індустрії і, зокрема, туроператори і турагенти, тобто підприємства, що працюють на ринку туристичних послуг як посередники.

Туроператорами ринку туристичних послуг є туристичні компанії, які створюють сукупність туристичних подорожей, що включають надання готелів, транспортних засобів, екскурсій та ін.

Турагентами ринку туристичних послуг є підприємства, що здійснюють тільки продаж туристичних подорожей туроператорів і послуг окремо взятих готелів, санаторіїв, пансіонатів, авіакомпаній тощо.

У зв'язку з вищевказаним вважаємо за необхідне звернути увагу на різноманіття задач, розв'язуваних за допомогою маркетингу туристичних послуг з метою задоволення сукупності індивідуальних потреб і специфіки туристичних послуг.

Висновки. В умовах економічної кризи однією з умов успішного функціонування туристичних компаній на ринку є ефективне використання всіх інструментів маркетингу. Маркетинг у галузі туризму являє собою систему вивчення туристичного ринку, усебічного впливу на споживачів і їхні запити з метою реалізації туристичного продукту й одержання прибутку. Компаніям, що працюють на ринку туристичних послуг, украй необхідна розробка стратегії та тактики дій за допомогою маркетингових програм. Ці програми повинні включати заходи для підвищення якості туристичних послуг, розширення їхнього асортименту, формування прийнятної цінової політики, визначення потенційного попиту, стимулювання збуту і рекламної діяльності.

Список використаних джерел

1. Агафонова Л.Г., Агафонова О.Є. Туризм, готельний та ресторанний бізнес: ціноутворення, конкуренція, державне регулювання: Навч. посіб. для студ. вищ. навч. закл. / Агафонова Л.Г., Агафонова О.Є.; Київ. ун-т туризму, економіки і права. – К.: Знання України, 2002. – 351 с.

2. Азарян О.М. Ринок туристичних послуг: моніторинг і розвиток комплексу маркетингу: [монографія / МОН України. ДонДУЕТ] / О.М. Азарян, Н.Л. Жукова. – Донецьк: Вид-во ДонМУ, 2002. – 243 с.

3. Барышев А.Ф. Маркетинг в туризме и гостеприимстве: [учеб. пособие] / А.Ф. Барышев. – М.: Финансы и статистика, 2007. – 160 с.

4. Браймер, Роберт А. Основы управления в индустрии гостеприимства / Пер. Е.Б. Цыганова. – М.: Аспект Пресс, 2003. – 381 с.

5. Дурович А.П. Маркетинг в туризме: Учеб. пособие [под ред. З.М.Горбылевой] / А.П. Дурович, А.С.Копанев – Мн.: Экономпресс, 1998. – 400 с.

6. Жукова Н. Елементи комплексу маркетингу в туристичному бізнесі / Н. Жукова // Торгівля і ринок України: Тематичний зб. наук. праць. – Вип. 10. – Т. 1. – Донецьк: Дон-ДУЕТ. – 2000. – Ст. 290-297.

7. Забалдіна Ю. Б. Маркетинг туристичного підприємства: Навч. посібник / Федерація профспілок України; Інститут туризму. – К., 2002. – 196 с.

8. Квартальнов В.А. Теория и практика туризма: [учебник] / Квартальнов В.А. – М.: Финансы и статистика, 2003. – 672 с.

9. Котлер Ф. Маркетинг. Гостеприимство и туризм: [учебник для вузов: пер. с англ.] / Котлер Ф., Боуен Дж., Мейкенз Дж. – М. : ЮНИТИ, 1998. – 787 с.

10. Любіцева О.О. Ринок туристичних послуг: Геопросторові аспекти / Київський ун-т туризму, економіки і права; Київський національний ун-т ім. Тараса Шевченка. – К.: Альтерпрес, 2002. – 320 с.

11. Правик Ю.М. Маркетинг туризму: [підручник] / Ю.М.Правик. – К.: Знання, 2008. – 303 с.

12. Сокол Т. Г. Організація туристичної діяльності в Україні: Навч. посібник / Федерація професійних спілок України; Інститут туризму. – К., 2002. – 256 с.

Фролова Д.

Науковий керівник:
д.е.н., професор ***Єрмошенко М.М.***

ПРОБЛЕМИ ВПРОВАДЖЕННЯ ТА УПРАВЛІННЯ МАРКЕТИНГОВОЮ ДІЯЛЬНІСТЮ НА УКРАЇНСЬКИХ ПІДПРИЄМСТВАХ

У статті визначено проблем впровадження та управління маркетинговою діяльністю на вітчизняних підприємствах. Проаналізовано основні етапи історії становлення маркетингу в Україні. Визначено основні перешкоди у розвитку маркетингу на українських підприємствах. Досліджено обсяг медійного рекламного ринку України у 2014 році. Визначено перспективні напрями розвитку реклами. Окреслено основні шляхи підвищення ефективності маркетингової діяльності вітчизняних підприємств.

Ключові слова: *стратегічне планування, маркетинговий аналіз, SWOT-аналіз, концепція маркетингу, управління маркетингом.*

Фролова Д.

ПРОБЛЕМЫ ВНЕДРЕНИЯ И УПРАВЛЕНИЯ МАРКЕТИНГОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬЮ НА УКРАИНСКИХ ПРЕДПРИЯТИЯХ

В статье определены проблемы внедрения и управления маркетинговой деятельностью на отечественных предприятиях. Проанализированы основные этапы истории становления маркетинга в Украине. Изучены основные препятствия в развитии маркетинга на украинских предприятиях. Проведены исследования объема медийного рекламного рынка Украины в 2014 году. Определены перспективные направления развития рекламы. Очерчены основные пути повышения эффективности маркетинговой деятельности отечественных предприятий.

Ключевые слова: *стратегическое планирование, маркетинговый анализ, SWOT-анализ, концепция маркетинга, управления маркетингом.*

Frolova D.

PROBLEMS OF IMPLEMENTATION AND MANAGEMENT OF MARKETING ACTIVITIES AT UKRAINIAN ENTERPRISES

The article is devoted to defining the problems of implementation and management of marketing activities for domestic enterprises. The main stages of marketing history formation in Ukraine have been aba\nalyzed. The main obstacle in the development of marketing in Ukrainian enterprises has been determined. The volume of media advertising market in Ukraine in 2014 was investigated. Promising areas of advertising were identified. The main ways of improving the marketing of domestic enterprises was determined.

Key words: *strategic planning, marketing analysis, SWOT-analysis, marketing concept, marketing management.*

Постановка проблеми. Суспільство постійно розвивається. Потреби людей змінюються, тому слід вивчати нові наукові підходи до проблем маркетингової діяльності підприємства. Економічні перетворення у нашій країні не будуть успішними,

якщо докорінно не буде змінена система управління на підприємствах, а саме, управління маркетингом.

Аналіз основних досліджень і публікацій. Професор І. Решетнікова вважає, що головною проблемою розвитку маркетингу в Україні є те, що споживач з його смаками і звичками досі залишається за межами уваги маркетологів підприємства; вони рідко проводять дослідження поведінки споживачів. Маркетингові підрозділи досі не мають відповідного статусу і повноважень у структурі управління підприємством. І. Решетнікова пропонує підвищити інтерес до професійної навчальної маркетингової літератури та кваліфікаційних програм для фахівців маркетингу [8, с.15].

А. Длігач вважає, що головною проблемою маркетингу на підприємствах є відсутність уявлення керівництва про завдання відділу маркетингу, тобто відсутність участі маркетингу в майбутньому успіху компанії [2, с.13-16]. Важливо пам'ятати, що основа стратегії більшості компаній – це саме маркетингова, ринкова стратегія. Від неї формуються і фінансові, і організаційно-кадрові, і виробничі плани. Саме тому дуже важливим є маркетингова поінформованість керівника, вміння розуміти маркетологів на підприємстві і коректність у постановці завдань для них.

Виділення не вирішених раніше частин загальної проблеми. Розробка маркетингової програми діяльності підприємства є особливо актуальною сьогодні насамперед тому, що перехід української економіки на ринкові основи відбувся зовсім недавно. Тому у вітчизняних підприємств спостерігається певна відсутність досвіду роботи у нових ринкових умовах, зокрема, щодо здійснення маркетингової діяльності.

Мета дослідження полягає в аналізі проблем впровадження та управління маркетинговою діяльністю на українських підприємствах.

Основні результати дослідження. Маркетинг – це теорія і практика ухвалення управлінських рішень щодо продуктово-ринкової стратегії організації на основі дослідження факторів зовнішнього маркетингового середовища з метою якомога повнішого задоволення потреб споживачів і реалізації інтересів виробника. Історія становлення маркетингу в Україні налічує декілька етапів. Перший етап охоплює період до 1991 р. У цей період маркетинг використовували, як правило, поставляючи товари вітчизняного виробництва на експорт: здійснювали сегментування ринків зарубіжних потенційних споживачів, створювали рекламу робили спроби прогнозування збуту й попиту. Ставлення ж до маркетингу в середині країни залишалось негативним. Другий етап розпочав-ся після 1991 р. та тривав до кінця 90-х років. Цей етап характеризується поступовим переходом від концепції вдосконалення виробництва до концепцій вдосконалення товару та інтенсифікації комерційних зусиль. На зміну цим двом концепціям прийшла концепція маркетингу, що починає розвиватись в Україні у середині 90-х років. Це зумовлено загостренням конкуренції з іноземними виробникам, які значно раніше упроваджували концепцію маркетингу у свою діяльність. Цей період характеризувався гострою нестачею професійних маркетологів,слабкою маркетинговою підготовкою керівників підприємств [3]. Сьогодні можна говорити про третій етап розвитку маркетингу в Україні, коли, враховуючи набутий досвід, фахівці з маркетингу здійснюють спроби узагальнити отримані результати попередньої діяльності та перейти на якісно новий рівень маркетингової діяльності. Останніми роками зростання витрат на маркетинг супроводжується зниженням ефективності маркетингових програм. Як зауважують фахівці, більшого значення набула швидкість виходу нового продукту на ринок, а не фактична потреба споживачів у ньому. Спостерігається також тенденція до зниження ефективності реклами [9, с. 64]. Одним із чинників цього стала її інтенсивність. За оцінками фахівців, лише 10% людей позитивно ставляться до рекламних повідомлень. Зростає важливість точного визначення свого споживача з використанням методів зворотного зв'язку, зокрема в мережі Інтернет. Всеукраїнська рекламна коаліція 19 серпня 2014 року опублікувала оновлені прогнози розвитку рекламно-комунікаційного ринку України на 2014 рік. Очевидно, що політична і економічна ситуація в країні вплинула і на рекламний ринок Аналіз данної ситуації свідчить про те, що нестабільна ситуація у суспільстві має негативний вплив на обсяги рекламного ринку України. Падіння загалом по ринку

становить у гривні близько 40%. Єдиний медіа канал, що показує зростаючий попит як рекламоносій, незважаючи на кризу, це Інтернет [4]. У зв'язку зі складною політичною і економічною ситуацією в країні складно давати якісь прогнози, адже ситуація змінюється фактично щодня. Для визначення тенденції розвитку маркетингу в Україні, компанія Міжнародна маркетингова група щорічно проводить опитування керівників відділівмаркетингу українських компаній. Відтак з вересня 2008 року до 2014 року було проведено 8 хвиль опитування керівників відділів маркетингу підприємств.

Рис. 1. Напрями бюджетування маркетингової діяльності підприємств України початок 2015 р. [5]

Аналіз рис. 1 свідчить про те, що на початок 2015 році більшість компаній збільшили бюджет на Інтернетпросування (28% відповідей), масову рекламу (27%), виставки (25%) програми лояльності (25%). Зменшити бюджет збираються на PR (30%) та побудову бренду (29%) [5].

Сьогодні все частіше підприємства ведуть боротьбу за свою частку на ринку в умовах швидкої зміни смаків та уподобань споживачів, загострення конкуренції, буму інформаційно-комунікаційних технологій тощо. Ці нові виклики ускладнюються вимогами з боку суспільства щодо необхідності підвищити рівень соціально-етичної відповідальності підприємств. Водночас розвиток концепції маркетингу на українських підприємствах можна окреслити як перехід від орієнтації на збут до орієнтації на споживача. Аналіз функцій маркетингу, який впроваджують вітчизняні підприємства, показав, що стимулювання збуту все ще розглядається як найважливіший аспект маркетингової діяльності, водночас вивченню потреб споживачів не приділяється достатньої уваги. Більшість досліджень ринку, що проводять українські 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 з досвідом роботи на певному ринку, хоча й без відповідної освіти.

Підприємствами України й надалі відособлено застосовуються елементи комплексу маркетингу. У більшості компаній рішення щодо окремих елементів комплексу маркетингу залишається повністю поза увагою відділу маркетингу.

Сьогодні термін "управління маркетингом" визначається як аналіз, планування, реалізація і контроль за виконанням програм, спрямованих на створення, підтримку і розширення вигідних відносин з цільовими покупцями для досягнення цілей організації. Управління маркетингом має на меті досягнення бажаного рівня обміну з цільовими ринками. Однак дуже часто в процесі реалізації цього завдання, інтереси компанії і клієнтів суперечать один одному. Конфлікт можна вирішити, використовуючи одну з наведених п'яти концепцій, що є в основі ведення ефективної маркетингової діяльності підприємства [1, с. 107]:

- концепція удосконалення виробництва ;
- концепція удосконалення товару;
- концепція інтенсифікації комерційних зу-силь;
- концепція маркетингового підходу;
- концепція соціально-етичного маркетингу.

Негативною тенденцією розвитку маркетингу на українських підприємствах є його короткострокове планування. Керівникам підприємств слід розробляти довгострокові стратегії, що дозволили б оперативно реагувати на мінливі умови ринку у перспективі.

Висновки. У результаті проведеного дослідження можна зробити висновки, що в практиці вітчизняних підприємств існує низка недоліків, які знижують ефективність маркетингової діяльності. До них належать: хаотичне використання окремих елементів маркетингу, зведення функцій маркетингу лише до стимулювання збуту, орієнтація на короткострокову перспективу, відсутність гнучкості та незнання власних споживачів. Така діяльність спрямована на максимізацію прибутку незалежно від рівня задоволення та подальшої зацікавленості споживачів у продукції підприємства. Сучасні тенденції розвитку світової економіки вимагають і від вітчизняних підприємств постійної адаптації до змін у зовнішньому середовищі. Це, своєю чергою, знижує ефективність широко застосованих українськими підприємствами традиційних засобів впливу на ринок. Такі зміни умов діяльності підприємств спровокували у світі активний розвиток як ніколи раніше великої кількості концепцій маркетингової діяльності. Обґрунтоване поєднання елементів нових маркетингових концепцій, застосування сучасних інтегрованих підходів до проведення маркетингових досліджень, відведення маркетингу належної ролі у стратегічному плануванні на підприємстві сприятимуть підвищенню ефек-тивності діяльності вітчизняних підприємств.

Список використаних джерел

1. Азарян О.М. Маркетинг: принципи та функції : навч. по-сіб. для студ. вищ. навч закл. – 2. вид., перероб. і доп. / О.М. Азарян. – К. : НМЦВО МОіН України, 2001. – 319 с.

2. Длігач А. Тенденції розвитку маркетингу в Україні / А. Длігач // Маркетинг в Україні: – 2010. – № 9. – С. 13-16.

3. Звягінцева О.Б. Становлення й розвиток теорії та прак- тики маркетингу в Україні / О.Б. Звягінцева // Економіка промисловості. – 2011. – № 53(1) [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://www.nbuv.gov.ua/portal/soc_gum/ eprom/2011_53/.

4. Лазебник М. Объем рекламного рынка Украины 2015 / М. Лазебник [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://sostav.ua/publication/obem-reklamnogo-rynka-ukrainy- 2014-63009.ht

5. Мельник В. Тенденции развития маркетинга в Украи- не. Инфографика / В. Мельник [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://www.marketing-ua.com/articles.php?articleId=4013.

6. Мороз Л. Развитие теории и практики маркетинга в Украи- не: достижения и проблемы / Л. Мороз // Маркетинг в Україні. – 2004. – № 6. – С. 13-15.

7. Набока Р.М. Проблеми застосування стратегічного марке- тингу на підприємствах України / Р.М Набока [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.rusnauka.com/21_ NNP_2010/Economics/70722.doc.htm.

8. Решетникова И. Этапы становления и развития маркетинга в Украине / И. Решетникова // Маркетинг в Україні. – 2006. – № 5. – С. 15.

9. Хамидова О.М., Зимина Е.В. Проблемы и перспективы развития маркетинга в Украине / О.М. Хамидова, Е.В. Зимина [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://dspace.nbuv.gov.ua.

Золотобоєв А.Р.

Науковий керівник:
к.е.н., доцент ***Серкутан Т.В.***

ФОРМУВАННЯ ПРОГРАМ МЕРЧАНДАЙЗИНГУ В РОЗДРІБНІЙ ТОРГОВІЙ МЕРЕЖІ

У даній статті розглянуто практичне застосування мерчандайзингу на одному з підприємств міста Київ. Зробимо висновки про ефективність мерчандайзингової діяльності даного підприємства.

Ключові слова: *Мерчандайзинг, мерчандайзингова діяльність, ринок товарів та послуг, реалізація товару.*

Золотобоев А.Р.

ФОРМИРОВАНИЕ ПРОГРАМ МЕРЧЕНДАЙЗИНГА В РОЗНИЧНОЙ ТОРГОВОЙ СЕТИ

В данной статье рассмотрено практическое применение мерчандайзинга на одном из предприятий города Киева. Сделаем выводы об эффективности мерчандайзинговой деятельности данного предприятия.

Ключевые слова: *Мерчендайзинг, мерчандайзинговая деятельность, рынок товаров и услуг, реализация товара.*

Zolotoboiev A.R.

FORMATION PROGRAMS MERCHANDISING IN RETAIL

In this article we will discuss the practical application of merchandising in one company. Draw conclusions about the effectiveness of merchandising this company.

Key words: *Merchandising, merchandising activities, market goods and services, sale of goods.*

Постановка проблеми. Перехід до ринкових відносин вимагає трансформації системи управління. Таким чином необхідний розгляд нової системи управління адекватної тій ситуації, яка склалась. Ринок потребує, як продуманої господарської роботи, так і надійної теоретичної основи. Особливу актуальність мають теоретичні та практичні питання менеджменту.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. У ході написання статті були використані наступна научно-методическия література: навчальна література (видання наступних авторів: А. Веллхофф [1[, А.П. Егоршин [2] та ін.), періодичні видання (такі журнали як "Розвиток особистості", "Діловий Кузбас", "Вітрина"), а також різні інтернет джерела.

Мета дослідження. Основною метою дослідження є комплексний теоретичний аналіз мерчандайзингу та його практечне застосування в сучасній Україні.

Основні результати дослідження. У наш час важко назвати більш важливу і багатогранну сферу діяльності, чим управління, або менеджмент, від якого в значній мірі залежать і ефективність виробництва, і якість обслуговування населення.

У зарубіжних країнах накопичений значний досвід управління в області промисловості, торгівлі, кооперації, сільського господарства і т.п. внаслідок безпосередньої участі людей в управлінській діяльності. Він збагачується за рахунок знань основ науки управління, світових досягнень в практичній організації економічних і соціальних процесів.

В Україні поки ще не досягнуті значні успіхи в теоретичному і практичному освоєнні менеджменту. Реорганізовуються старі структури управління і влади в українській економіці, при цьому використовуються західні моделі управління. Однак механічне перенесення концепції управління з одного соціокультурного середовища в інше, сліпе копіювання досвіду тієї або іншої держави практично неможливе і веде до важких економічних і соціальних наслідків. Менеджмент зумовлений такими базисними чинниками, як тип власності, форма державного устрою, міра розвитку ринкових відносин. Тому розвиток сучасного менеджменту в умовах переходу Україні до ринкової економіки значною мірою залежить від цих чинників.

Останнім часом на українському ринку товарів і послуг назріває тенденція збільшення значення Мерчандайзингової діяльності підприємств роздрібної торгівлі. Отже, актуальність даної роботи в тім, що назріла необхідність практичного застосування Мерчандайзинга в роздрібній торгівлі, у будь-якому торговельному підприємстві, незалежно від розміру товарообігу, форм власності й географічного місця розташування.

Так фахівців з Мерчандайзингу не готовить не один вищий навчальний заклад України. Цією підготовкою займається кожне підприємство. Для розробки своїх стандартів Мерчандайзинга компанії користуються або власними чинностями, або наймають фахівців, або використовують наробітки інших компаній.

Для української практики поняття Мерчандайзинга є порівняно новим. Вважається, що воно прийшло до нас, коли на наш ринок вийшли такі "мультинаціональні" корпорації, як "Кока-кола", "Пепсі-кола", "Стіморол".

За даними досліджень проведених у західних країнах – 80% товарів у магазинах купується під впливом різних імпульсів (зовнішній вигляд товару, приваблива ціна, додаткова реклама в місці продажу товару), тобто не тому що вони краще, а тому що в конкретний момент часу провадять найбільш сприятливе враження на покупця [1, с. 25]

Організаційна сторона побудови системи Мерчандайзинга в роздрібних мережах являє собою одну з головних завдань, що треба буде розв'язати менеджменту для досягнення ефективності в процесі керування товаром.

Мерчандайзинг – одна з форм стимулювання збуту, просування продукту в роздрібній торгівлі. Мерчандайзинг взаємодіє з іншими формами стимулювання збуту в системі маркетингових комунікацій і організації продажів. Даний комплекс заходів спрямований на залучення уваги покупця до товару або торговельної марки з використанням різних технологій і прийомів.

Зовсім очевидно, що в сучасній системі організації продажів роль оформлення місць торгівлі буде зростати, тобто буде зростати роль Мерчандайзинга.

Один з найважливіших моментів діяльності мерчендайзерів – постійний моніторинг збуту, асортиментів і повсякденної діяльності торговельного персоналу. Ці три складові повинні систематично контролюватися мерчендайзерами й менеджерами торговельних залів для аналізу діяльності свого підрозділу й діяльності конкурентів.

Викладення продукту в торговельній точці використовуються для його подання в яскравій візуальній формі безпосередньо в місці здійснення покупки. Необхідність навчання персоналу компанії-постачальника не викликає сумнівів. Але навіть добре навчений прийомам Мерчандайзинга штат співробітників, що має достатні знання в області даного виду послуг з контролю й підтримки роздрібної торговельної мережі, повинен володіти різними навичками міжособистісного спілкування для ефективної реалізації поставлених завдань. Уміти правильно вести переговори із клієнтами,

виявляти заперечення покупців і працювати із цими запереченнями й в остаточному підсумку домагатися бажаної мети – інструмент успішної роботи мерчендайзерів. Так само домагатися позитивних результатів у переговорах з мерчендайзерами інших компаній, уміння знайти загальну мову й вихід з будь-якої ситуації з найменшими втратами частки полки й розташування продукції на стелажах.

Споживач, вибираючи товар, тільки на 20% орієнтується на основні споживчі властивості продукції й на 80% – на її оточення (бренд, ціна, дизайн, торговельний сервіс, зручність здійснення покупки й багато чого іншого). [2,с.118]

Торговельний зал – це місце, де у продавця є останній шанс показати покупцеві товар, вплинути на його вибір і підштовхнути його купити більше одиниць товару. Не використовувати цей шанс – значить добровільно відмовитися від прибутку.

Мерчандайзинг же – це методика, що дозволяє за рахунок кращого обліку психології поводження покупців значно збільшити продажі, як окремих товарів, так і товарообіг у цілому по магазині.

У сучасному світі існує величезна кількість виробників, продавців, дистриб'юторів товарів і послуг. При цьому будь-яке підприємство, що представляє й реалізує продукцію, зацікавлено в розвитий і стабільно функціонуючій системі збуту. Чим краще й якісніше буде продумана стратегія збуту, тим більше продукції буде реалізованої й тим більше прибутки одержить компанія.

Мерчандайзинг – поняття узагальнене, ця технологія містить у собі не тільки гарні комунікації, відмінну роботу персоналу, головне – це досягнення такої необхідної гармонії відвідувача й місця продажів, щоб відвідувач почував себе легко, комфортно, вільно й зручно [3, с. 5]. Спонукуючи покупця до покупки, Мерчандайзинг однаково значиме працює й у напрямку маркетингу, і в напрямку збуту.

Покупку якого-небудь товару можна планувати, а можна здійснювати імпульсно. Приблизно 2/3 всіх рішень про покупку споживачі приймають, перед прилавком. Більше того, навіть якщо покупка певного товару попередньо запланована (а таких, відповідно, більше третини) 7 з кожних 10 покупців ухвалюють рішення щодо виборі на користь тої або іншої торговельної марки в торговельному залі.

Мерчандайзинг – комплекс заходів, спрямованих на просування певного товару, марки, упакування, вироблених безпосередньо в місці продажу, торговельному залі.

Для досягнення зазначених цілей у першу чергу важливо розробити план дій і стратегію. У більшості літературних видань, а також інтернет – публікацій автори виділяють наступні напрямки Мерчандайзингу:

- організація запасу;
- грамотне розташування товару в залі продажів і на поличному просторі;
- ефективне подання пропонованого товару;
- атмосфера місця продажів;
- якість обслуговування покупця.

Крім цього, важливо при розрахунку запасу враховувати можливість і умови зберігання. Наприклад, у мережних продуктових магазинах для збільшення площі залу продажів часто використовується площа складського приміщення, сам склад при цьому стає маленьким і незручним, що не дозволяє зберігати максимальну кількість продуктів кожного виробника.

Розглянемо товариство з обмеженою відповідальністю "Індустрія чистоти", яке займається:

- продажом техніки для миття та прибирання, миття високого тиску;
- оптовою та роздрібною торгівлею побутової хімії, косметики ;
- наданням сервісних та обслуговувальних послуг;
- оптовою та роздрібною торгівлею побутовою технікою та приладдям.

Компанія постійно розробляє стратегію й плани, які здатні дати переваги перед конкурентами, необхідні для досягнення своїх цілей, намагається домагатися значних і стійких переваг у рівні сервісу, доставці й ціні.

На ринку товарів побутової хімії, які представляє компанія ТОВ "Індустрія чистоти" як офіційний дистриб'ютор компанії "Procter & Gamble" є величезну кількість

конкурентів. Тому що компанія випускає продукцію різного цінового сегмента, те конкурентне середовище розвинене дуже добре.

Викладенням товарів мерчендайзери займаються на підставі розроблених в організації планограм, тобто схематичних малюнків з розташуванням товарів на полку, як всіх представлених брендів, так і усередині категорії. Планограми розташування всіх брендів на полочном просторі, розробляють адміністратори або керуючі магазина. Планограмм ж усередині кожної категорії розробляє організація, виробник або дистриб'ютор товару. Зміна місця розташування товарів на полку можливо, якщо мерчендайзери різних компаній домовляться між собою й з адміністрацією магазина.

Планограму всіх представлених товарів, адміністрація магазина розробляє на підставі розкуплених відсотків компаніями виробниками або дистриб'юторами. На кожну категорію товару визначається полочний простір. Кожна копання проплачує бажану кількість відсотків полки з урахуванням товарних асортиментів у цьому магазині.

Висновки. В умовах сучасної економічної ситуації будь-яка компанія, що прагне успішно працювати на ринку споживчих товарів, повинна орієнтуватися не тільки на якість і асортимент продукції, та своєчасну доставку її в торговельні точки, але й замислюватися про Мерчандайзинг своєї продукції. Застосування мерчандайзинга має таке ж значення для успішного продажу продукції, як створення бренда товару, проведення рекламних акцій різного роду. Дана маркетингова комунікація дозволяє ефективно просувати той або інший товар, марку, упакування саме в торговельному залі, де безпосередньо приймається рішення про покупку.

Компанія повинна розвивати й робити все необхідне, як для втримання вже наявних покупців, так і для залучення нових. Величезне значення має те, на скільки широко представлена продукція на полку в магазині. Цьому повинен сприяти відділ Мерчандайзинга.

Основна частина роботи виконується мерчендайзерами, і те, на скільки якісно й вчасно вони будуть виконувати поставлені перед ними завдання буде визначати основні результати й підсумки проробленої роботи.

У наш час підготовкою мерчендайзерів не займається жоден вищий навчальний заклад. Підготувати мерчендайзера – це дуже трудомістке заняття. Мерчендайзер повинен знати не тільки теорію Мерчандайзинга, але й постійно проходити навчальні курси й тренінги, для того щоб знати всі необхідні методи подолання заперечень або безконфліктного виходу з будь-якої ситуації.

Список використаних джерел

1. Веллхофф А. Методы Мерчандайзинга // Маркетинг и маркетинговые отношения. – 2004. – № 2. – С. 60-70.

2. Егоршин А.П. Управление персоналом / А.П. Егоршин. – Нижний Новгород: "НИМБ", 2003. – 720 с.

3. Краснов Р.О. Изучение модели потребительского поведения с целью формирования комплекса продвижения товара // Маркетинг и маркетинговые исследования в России. – 2002. – №3. – С. 43-49.

Данильченко Д.Ю.

Науковий керівник:
д.е.н., професор ***Єрмошенко М.М.***

ПРОБЛЕМИ БРЕНДИНГУ В УКРАЇНІ

У статті розглянуто і проаналізовано проблеми розвитку українських брендів та виявлено шляхи для подальшого їх ефективного вирішення. В статті наведений перелік найрозповсюдженіших проблем, характерних для вітчизняних брендів. Зроблена спроба адаптації світового досвіду для вітчизняного ринку.

Ключові слова: *бренд, брендинг, український бренд, проблеми брендингу, імідж.*

Данильченко Д.Ю.

ПРОБЛЕМЫ БРЕНДИНГА В УКРАИНЕ

В статье рассмотрено и проанализировано проблемы развития украинских брендов и выявлено пути для дальнейшего их эффективного решения. В статье приведен перечень самых распространенных проблем, свойственных для отечественных брендов. Сделана попытка адаптации мирового опыта для отечественного рынка.

Ключевые слова: *бренд, брендинг, украинский бренд, проблемы брендинга, имидж.*

Danilchenko D.Y.

PROBLEMS OF BRANDING IN UKRAINE

The article was written to review and analysis the problems of Ukrainian brands and to identify ways for their further effective solutions. There is a list of the most common problems inherent to Ukrainian brands in the article. There is an attempt to adapt the world experience for native market.

Key words: *brand, branding, ukrainian brand, problems of branding, image.*

Постановка проблеми. На сьогоднішній день існує низка проблем вітчизняних брендів: однотипність, неправильне позиціонування, неправильний розподіл ресурсів, втрата індивідуальності через розширення виробництва. Для того щоб подолати ці проблеми, потрібно, щоб у бренду був свій характер. Виходячи з цього, брендинг стає необхідним в Україні.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. За останні роки проблеми брендингу стали дуже актуальними. Їх дослідженням займається багато науковців. В основному це зарубіжні автори, такі як: Л. Чернатоні, А. Аакер [1], С. Карпова [4], М. Мак Дональд, Ф. Котлер [5], А. Еллвуд, Й. Кунде, Ж.-Н. Капферер. Серед українських фахівців, які займаються питаннями теорії і практики розвитку вітчизняного брендингу, можна назвати Л. Бук [2], А. Головащенко [3], Є. Тихомирова, Є. Смирнова, О. Шевченка, О. Зозульова, М. Купчинську, В. Пустотін [7], Н. Саєнко [8] та інших. Аналіз досліджень цих науковців дозволяє сказати, що на сьогоднішній день в Україні використання цього ефективного інструменту маркетингу тільки розвивається. За 15 років, протягом яких розвивався український ринок брендингу, було розроблено чимало брендів, але далеко не всі витримали конкуренцію.

Мета дослідження. Визначити найактуальніші проблеми брендингу в Україні, проаналізувати заходи щодо їх усунення. Для досягнення поставленої мети слід вирішити такі завдання: дати визначення бренда, брендингу; проаналізувати основні проблеми розвитку в Україні.

Основні результати дослідження. У статті з журналу "Генеральний директор" наводиться наступне визначення: "Бренд – це те, що споживач обирає серед маси інших продуктів. Бренд – це образ. Цільний, універсальний і привабливий для споживача образ, властивий продукту чи торговій марці і здатний розповсюджуватись на товари та послуги, які пропонує торгова марка. Бренд – це асоціації, які пов'язують конкретний логотип, слоган, символ, будь-який інший атрибут і споживача. Привабливість такого образу досягається за рахунок того, що він є близьким і важливим для споживача. Він дозволяє людині продемонструвати свою життєву позицію, цінності. Бренд – це завжди щось напоказ, навіть більше для оточуючих, ніж для себе" [9].

В житті бренду існує 4 стадії [6]:

1.Розробка бренду. На данній стадії створюється позиціонування бренду, вирішується бренд-стратегія, створюється ім'я, логотип і упаковка бренду. Ця стадія життя бренду "займає" від 3 до 6 місяців.

2. Створення бренду. На цій стадії ідентичність бренду доноситься до споживача. Друга стадія завершується коли споживачі засвоїли й приписують емоціональні і раціональні переваги саме цьому бренду. Ця стадія бренду триває від 1 до 4-ох років.

3. Розвиток бренду- це основна частина "життя" бренду. Вона може тривати дуже довго (Coca-Cola на цьому етапі вже більше 30-ти років).

На цій стадії бренд досягає нових "висот" освоює нові території.

4. Старіння бренду. Це стадія коли бренд інтенсивно втрачає свої позиції у свідомості споживачів. На цій стадії бренд перестає буди джерелом розвитку бізнесу.

Основними проблемами розвитку брендингу залишається недостатня конкурентоспроможність вітчизняних брендів порівняно з закордонними (у сфері високих новітніх технологій, побутової техніки та ін.), нестача висококваліфікованих спеціалістів та фірм, які могли б підійти до процесу розробки назви бренда, його зображення, символіки, а потім і до стратегії просування та реклами з професійної точки зору.

На ринку України, коли мова заходить про бренди, компанії залишаються на першій стадії розвитку і вже вважають, що вони створили бренд і час пожинати плоди. Виникає заміна понять. Бренд створений лише у свідомості розробника. Це одна із основних проблем брендингу в Україні.

Ще однією проблемою, які постають перед брендами в Україні, є їх однотипність та шаблонність. Це відбувається через неправильне розуміння самого поняття "бренд".

Розвиваючи бренд, багато компаній допускає основні помилки позиціонування: недопозиціонування – ситуація, коли покупці не бачать своєї особистої потреби у товарі чи не розуміють переваг – саме через це не мають зв'язаних з маркою асоціацій, що б спонукали до купівлі; сверхпозиціонування – формування у покупців занадто вузької уяви про марку; заплутане (розпливчате) позиціонування – наполягання на ряді переваг свого товару, коли не упускається жодна з них – це перевантажує споживача, заважає формуванню асоціативного ряду, виникає аналогія з мережевим маркетингом (те ж саме стосується частої зміни стратегії просування); сумнівне позиціонування – ситуація, коли заявлені характеристики продукту (ціна, якість) викликають сумніви у споживачів.

Займатися створенням бренду, виділяючи його емоційні відмінності від конкурентів, необхідно лише в тому випадку, коли в одній ціновій ніші існують марки, що мають приблизно однакові споживчі характеристики та схожу якість. Якщо конкуренція розвинута і багатогранна, то всі заходи щодо вивчення мотивів покупців, та подальша диференціація продукту цілком виправдані. Тому в західних агенціях стратегічне планування при розробці бренду орієнтоване на глибинне психо-антропологічне вивчення споживачів та їх класифікацію і сегментацію.

Висновки. Таким чином, у статті було наведено основні проблеми, які стоять на шляху розвитку брендингу в Україні. Ці проблеми мають декілька витоків: недостатній рівень кваліфікації кадрів, неправильне позиціонування, орієнтованість на товарний ряд, а не потреби споживачів тощо.

Вони повинні розглядатися з урахуванням перспективи і з різними можливими сценаріями розвитку. Наприклад, посріх і непродуманість в зменшенні або оптимізації витрат на виробництво, доставку, сервіс та інші складові платформи продукту можуть призвести до значного погіршення рівня якості, що, в свою чергу, спровокує втрату довіри споживача і, слідом, зникнення лояльності до бренду. А бренд – це в першу чергу довіра та гарантії. Після кризи відновити репутацію буде майже неможливо.

Список використаних джерел

1. Аакер А. Как обойти конкурентов. Создаем сильный бренд [текст] / Дэвид А. Аакер. – Геликон Плюс, 2008. – 336 с.

2. Бук.Л.М. Розвиток брендингу на Українському ринку / Л.М. Бук // Економіка та держава – №3. – 2011. – С. 43-46.

3. Головащенко А.В. Еволюціонування концепцій бренд-менеджменту / Головащенко А.В. // Вісник Хмельницького національного університету, 2014. – № 5. – С. 163-166.

4. Карпова С.В. Современный брендинг: монография / С.В. Карпова. – М.: Издательство "Палеотип", 2011. – 188 с.

5. Котлер Ф. Десять смертных грехов маркетинга / Филип Котлер. –- М.: Издательство "Альпина Паблишер", 2015. – 160 с.

6. Осовицкая Н. HR-брендинг: лучшие практики десятилетия / Нина Осовицкая – М.: Издательство "Питер", 2016. – 464 с.

7. Пустотин В. Брендинг развития или бренд, развивающий бизнес [Електронний ресурс] / Вадим Пусотин. – Режим доступу: www.proreklamu.com/articles/branding/1829-n-p--p-h.html.

8. Саєнко Н.О. Роль та значення брендингу в Україні / Н.О. Саєнко // Технічний прогрес та ефективність виробництва – 2011. – № 8. – С. 36-39.

9. Тамберг В., Бадьин А. О чем молчат брендостроители / Виктор Тамберг, Андрей Бадьин, журнал "Генеральный директор", 2006. – №10 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: www.management.com.ua.

Бахмєт'єв Д.О.
Науковий керівник:
к.е.н., професор ***Соскін О.І.***

ОСОБЛИВОСТІ РЕАЛІЗАЦІЇ СТРАТЕГІЇ ТНК НА УКРАЇНСЬКОМУ РИНКУ

У статті досліджено на сучасному етапі розвитку світової економічної системи транснаціональні корпорації (ТНК) стали однією з визначальних рушійних сил глобалізації. Це зумовлює необхідність дослідження стратегії ТНК та принципів та механізмів діяльності для розробки концепції регулювання їх діяльності на рівні державної економічної політики. Діяльність ТНК в Україні ще не досягла масштабів, характерних для країн Східної Європи, саме тому держава ще може реально впливати на їх діяльність, що й визначає актуальність розробки зваженої державної політики.

Ключові слова. *Транснаціональні корпорації, глобалізація, прямі іноземні інвестиції, міжнародна діяльність.*

Бахметьев Д.А.

ОСОБЕННОСТИ РЕАЛИЗАЦИИ СТРАТЕГИИ ТНК НА УКРАИНСКОМ РЫНКЕ

В статье исследовано на современном этапе развития мировой экономической системы транснациональные корпорации (ТНК) стали одной из главных движущих сил глобализации. Это предопределяет необходимость исследования стратегии ТНК и принципов и механизмов деятельности для разработки концепции регулирования их деятельности на уровне государственной экономической политики. Деятельность ТНК в Украине еще не достигла масштабов, характерных для стран Восточной Европы, поэтому государство еще может реально влиять на их деятельность, что и определяет актуальность разработки взвешенной государственной политики.

Ключевые слова. *Транснациональная корпорация, глобализация, прямые иностранные инвестиции, международная деятельность.*

Bakhmetyev D.O.

FEATURES OF IMPLEMENTATION THE TNCS STRATEGY ON THE UKRAINIAN MARKET

At the present stage of development of the world economic system, transnational corporations (TNCs) have become one of the main driving forces of globalization. This makes it necessary research strategies of TNCs and the principles and mechanisms of action for the development of the concept of regulation of their activities at the level of state policy. TNCs in Ukraine has not yet reached the scale characteristic of the Eastern European countries, so the state can still be a real impact on their operations, which determines the relevance of the development of weighted public policy.

Key words. *Transnational corporation, globalization, FDI, international activity.*

Постановка проблеми. Дослідження глобальних економічних процесів має велике практичне значення. Воно дозволяє визначити вектор стратегічного розвитку кожної держави в умовах глобальності зовнішньоекономічних зв'язків між країнами. Діяльність ТНК безпосередньо впливає на платіжний баланс, виробництво, торгівлю, зайнятість, розвиток конкурентного середовища приймаючої економіки. Навіть більше, при цьому набувають надзвичайної ваги політичні чинники, котрі стосуються зовнішнього контролю над національною економікою. ТНК не просто спрямовують свій капітал у конкретну галузь, чим стимулюють її розвиток та зростання значення в економіці країни-одержувача інвестицій, вони також спрямовують туди капітальні, технологічні, трудові ресурси.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Вагомим внеском у дослідження різних аспектів стратегії ТНК є праці науковців, таких, як: Г.Я. Аніловська [2], Г.І. Башинська [3], Є.О. Бесараб [4], та інших, які у своїх роботах досліджували проблеми розвитку світової економіки в умовах глобалізації, аналізували роль і місце ТНК у світі та особливості їх стратегії. Нині найбільш повного розкриття потребують питання про стратегію ТНК актуальна також проблема розробки зваженої державної політики щодо діяльнос ті ТНК в Україні.

Мета статті. Метою статті є розробка стратегії розвитку ТНК в Україні та аналіз впливу їх стратегічної діяльності на розвиток національної економіки.

Основні результати дослідження. Відповідно до даних Державного комітету статистики України, обсяг прямих іноземних інвестицій в Україну за станом на 1 жовтня 2015 р. становив $43949,4 млн. в порівнянні з $48522,6 млн. роком раніше, що значно менше відповідних показників ПІІ в країнах Центральної й Східної Європи [11]. В Польщі, наприклад, із 2000-го по 2004 рр. обсяг приросту ПІІ щороку становив у середньому близько 7 млрд. дол. Тоді як в Україні рівень у 1 млрд. дол. було вперше досягнуто у 2003 р. а в 2009 році склав $4,694 млрд [11].

Існують відмінності не лише за обсягом інвестицій, а й за загальною кількістю філій ТНК. За даними ЮНКТАД за 2014 р., в Україні було зареєстровано 402 іноземні філій ТНК, тоді як у багатьох країнах СНД цей показник є значно вищим. Зокрема, кількість іноземних ТНК у Молдові сягає 2670, у Росії – 1176, у Казахстані – 1772 [13].

Ще більш разючим порівняння з центральноєвропейськими країнами, а особливо з країнами ЄС, де іноземних філій більше 208 тис., а материнських компаній ТНК – понад 39 тис. Таке ж відставання спостерігається порівняно з країнами і територіями, що динамічно розвиваються, особливо Китаєм, де 280 тис. іноземних філій, Сінгапуром – 14 тис., Малайзією – понад 15 тис.

Наявність такої невеликої кількості ТНК в Україні пояснюється багатьма чинниками. Так, зокрема, Світовий банк і Міжнародна фінансова корпорація презентували щорічну доповідь "Ведення бізнесу – 2015" (Doing Business 2015)[12], де представили рейтинг держав за показником створення сприятливих умов для ведення бізнесу, в якому Україна посіла лише 96 позицію серед 189 країн. Для порівняння: Молдова – 63 місце, Грузія – 15 місце, Польща – 32 місце.

На сьогоднішній день в Україні присутня велика кількість відомих іноземних ТНК, таких як Procter&Gamble, Sun Interbrew, Cargill, Danone, McDonald's, Nestle, TetraPack, Carlsberg та ін. Водночас, ряд компаній, таких, як Microsoft, Vodafone (станом на 2015 рік, працює на території України як партнер компанії МТС-Україна) та інші, поки що не поспішають відкривати у нас виробництва, займаючись розподілом своєї продукції, виробленої за кордоном. І це досить влучно характеризує сучасний стан ставлення зарубіжного транснаціонального бізнесу до економіки України [14].

Капітал західних транснаціональних корпорацій в основному зосередився у харчовій (Nestle), та тютюновій промисловості (British American Tobacco), торгівлі (OLX), фінансах (BNP Paribas), тобто в галузях із швидкою оборотністю капіталу і забезпеченими ринками збуту. Ці інвестори поки розглядають свої інвестиції в Україну переважно як можливість забезпечити збут продукції без митних і протекціоністських обмежень. Більшість таких інвесторів реалізували свої проекти в Україні через створення виробництв "з нуля" або викуп акцій у фінансових посередників.

Окрім працюючих інвесторів, в Україні чимало компаній, в основному західних, які просто проводять моніторинг ринку на майбутнє. Західні корпорації інвестують в Україну мільйони доларів із метою зайняти певну нішу. Ці компанії, в більшості, займаються імпортом-експортом сільгосппродукції і супутніх товарів (пестициди, гербіциди).

Стратегії присутніх на ринку України міжнародних корпорацій, можна умовно розділити на три групи.

Перша група – компанії, що виготовляють товари і надають послуги внутрішнього споживання. Це PepsiCo, Philip Morris, Nestle і компанії-оператори на ринку зв'язку. Вони прийшли на український ринок із метою отримання прибутку. Їхній прихід в

Україну пов'язаний з тим, що у своїх країнах ринок уже давно сформований, обсяг прибутку стабільний протягом багатьох років, і, по суті, він однаковий з кожної нової партії проданого товару. Перспективи збільшити обсяги продажів товарів є вкрай низькими Тому, навіть якщо невелика кількість населення України зможе купувати їхню продукцію, ці компанії мають змогу збільшити загальний обсяг своїх продажів.

Таблиця 1.

Фінансові результати ТНК в Україні за перше півріччя 2015 р. [11]

№	Компанія	Галузь	Виручка за І півріччя 2015 р., млн. грн	Прибуток, млн. грн.	Виручка за 2014 рік, млн. грн.
1	JT International	Тютюнова	3776,7	463,9	7103,7
2	Philip Morris	Тютюнова	2907,3	513,8	5675,1
3	Imperial Tobacco	Тютюнова	2233,8	5,7	4299,4
4	ViOil	Харчова	2259,9	1,6	3359,9
5	Nestle	Харчова	2443,9	- 479,5	5305,5
6	PepsiCo	Харчова	3273,5	- 462,2	6068,5

Друга група – це категорія компаній, що ставить за мету зайняти нішу на новому ринку, що може бути вигідним у перспективі, коли Україна ввійде в стадію стабільного економічного розвитку. До таких компаній належать великі компанії-трейдери, що будують переробні заводи, торговці засобами захисту рослин і сільгосппродукцією. Яскравим представником цієї групи є американська компанія Cargill, яка інтенсивно розширює свою присутність на українському ринку.

Третя група – компанії, що інвестують через добре знання їх керівниками специфіки українських ринків (російські ТНК та корпорації країн СНД). Такі компанії в основному мають російське походження, що пояснюється насамперед фактом існування географічної спеціалізації.

Ще одним поширеним способом входження на український ринок іноземних ТНК є створення консорціумів. Ця форма відрізняється від попередньої більш гнучкою організацією бізнесу, яка може змінюватися в залежності від конкретних умов.

Придбання транснаціональними корпораціями активів на приватизаційних конкурсах є ще одним характерним способом входження ТНК в Україну. У 2006 р. в Україні було при ватизовано 23 об'єкти загальною вартістю 89 млн. дол. США. Це втричі більше, ніж у попередньому році, проте вартість угод поки що невелика. Так, у 2005 р. Фонд держмайна країни визнав переможцем приватизаційного конкурсу найбільшого у світі виробника сталі – металургійний холдинг Mittal Steel Germany GmbH по продажу 93,02% акцій відкритого Акціонерного товариства "Криворізького гірничо-металургійного комбінату "Криворіжсталь". Компанія Mittal Steel Germany GmbH входить у британсько-індійську групу Mittal Steel.

Висновок. Можна сказати, що ТНК на сьогоднішньому етапі розвитку світового господар ства відіграють важливу роль. Адже вони впливають на економіки приймаючих країн, при скорюють науково-технічний процес, інтернаціоналізацію господарського життя, залучають ся ПІІ, відкривається доступ до фінансових ресурсів ТНК, інтеграція до світових економічних процесів, доступ до зовнішніх ринків. Українським підприємствам слід вступати в співпрацю з іноземними ТНК не в якості джерела дешевих сировинних ресурсів або відсталого технологічного придатку, а використовувати переваги залучення іноземних інвестицій. Кожна із наведених вище стратегій ТНК на українському ринку тією чи іншою мірою впливає на розвиток конкуренції в Україні. Тобто діяльність ТНК на національному ринку може призводити до викривлення в розподілі конкурентних сил, змін конкурентного середовища. Крім того, корпорації при створенні нових робочих місць намагаються скоротити витрати, в тому числі за рахунок зменшення витрат на оплату раці персоналу, забезпечення безпеки праці, навчання персоналу та отримання інших конкурентних переваг від своєї діяльності.

Список використаних джерел

1. Аванесова І.В. Глобальні інвестиційні стратегії ТНК // Журнал Європейської економіки. – 2009. – № 2. – С. 119-128.

2. Аніловська Г.Я. Ринкова трансформація економіки України (економічна роль держави); Львівська комерційна академія. – Л., 2004. – 459 арк.: табл. – арк. 391-433

3. Башинська Г.І. Управління зовнішньоекономічною діяльністю транснаціональних корпорацій: Автореф. дис... канд. екон. наук: 08.02.03; Київ. ун-т ім. Т. Шевченка. Ін-т міжнар. відносин. – К., 1999. – 16 с.

4. Бесараб Є.О. Фінансове забезпечення діяльності фінансово-промислових груп в економічній системі держави: дис... канд. екон. наук: 08.04.01 / НАН України, Ін-т економіки. – К., 2003. – 201 арк. – арк. 181-188.

5. Дмитришен П. В. Особливості стратегії транснаціональних корпорацій в українській економіці / П.В. Дмитришен, В.А.Гарбар [Електронний ресурс]. – Режим доступу: www. rusnauka.com.

6. Касьянов Я.П. Економіка титанів на товарних ринках України // Маркетинг в Україні. – 2008. – № 4(50). – С. 28-33.

7. Хоменко І.Б. Особливості інвестиційної діяльності ТНК в Україні // Зовнішня торгівля:право та економіка. – 2008. – № 1. – С. 71-78.

8. Хрущ Н.Б. Концепція розвитку стратегії компанії в сучасному динамічному середовищі // Економіст. – 2008. – № 9. – С. 62-65.

9. 200 крупнейших компаний – Рейтинги – Forbes Украина [Електронний ресурс]. – Режим доступу: www:forbts/ua/ratings.

10. Biggest transnational companies [Електронний ресурс]. – Режим доступу: www:economist.com/blogs/graphicdetail/2012/07/focus-1/

11. Державна служба статистики України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: www:ukrstat.gov.ua

12. Doing Business project [Електронний ресурс]. – Режим доступу: www:doingbusiness.org

13. United nations conference on trade and developmend [Електронний ресурс]. – Режим доступу: www:unctad.org.

Гартованова Г.І.

Науковий керівник:
д.е.н., професор ***Єрохін С.А.***

МІЖНАРОДНІ ФІНАНСОВІ ОРГАНІЗАЦІЇ ТА ЇХ РОЛЬ В ІНВЕСТИЦІЙНОМУ ПРОЦЕСІ УКРАЇНИ

У статті розглянуто проблеми, пов'язані з діяльністю міжнародних фінансових організацій, таких як Міжнародний валютний фонд, Світовий банк, Європейський банк реконструкції і розвитку та інших в Україні, спрямовану на підтримку європейської інтеграції нашої країни, плану економічних реформ Уряду, ефективна реалізація якого сприятиме відновленню макроекономічної та фінансової стабільності в державі, здійсненню структурної модернізації національної економіки, а також створенню надійного підґрунтя для подальшого економічного зростання.

Ключові слова: *фінансові організації, інвестиції, інвестиційний процес, інвестиційний клімат, МВФ, СБ, ЕБРР, євроінтеграція.*

Гартованова А.И.

МЕЖДУНАРОДНЫЕ ФИНАНСОВЫЕ ОРГАНИЗАЦИИ И ИХ РОЛЬ В ИНВЕСТИЦИОННОМ ПРОЦЕССЕ УКРАИНЫ

В статье рассмотрены проблемы, связанные с деятельностью международных финансовых организаций, таких как Международный валютный фонд, Всемирный банк, Европейский банк реконструкции и развития и других, направленных на поддержку европейской интеграции нашей страны, плана экономических реформ Правительства, эффективная реализация котро-

го будет содействовать восстановлению макроэкономической и финансовой стабильности в стране, осуществлению структурной модернизации национальной экономики, а также созданию надежной основы для дальнейшего экономического роста.

Ключевые слова: *финансовые организации, инвестиции, инвестиционный процесс, инвестиционный климат, МВФ, ВБ, ЕБРР, евроинтеграция.*

Gartovanova A.I.

INTERNATIONAL FINANCIAL INSTITUTIONS AND THEIR ROLE IN THE INVESTMENT PROCESS IN UKRAINE

The problems associated with the activities of international financial institutions such as the International Monetary Fund, World Bank, European Bank for Reconstruction and Development and others, aimed at supporting the European integration of our country, the plan of economic reforms of the Government, the effective implementation of the MDM will help restore macroeconomic and financial stability in the country, the implementation of structural modernization of the national economy, as well as the creation of a sound basis for further growth.

Key words: *financial institutions, investments, investment process, investment climate, IMF, WB, EBRD, European integration.*

Постановка проблеми. Вона визначається практикою співробітництва України з міжнародними фінансовими організаціями в інвестиційній сфері і перспективами їх подальшого залучення до вирішення широкого кола економічних і фінансових проблем. Україна сьогодні є членом багатьох міждержавних організацій. За даними Єдиного державного реєстру міжнародних організацій, станом на 1 січня 2015 року, Україна набула членства в 77 інституціях міжнародного значення. Організації різні: від глобальних до регіональних, від загальнополітичних до профільних зі специфічними функціями [2].

Що стосується взаємовідносин України з міжнародними фінансовими організаціями то вона прагне використати їх, в першу чергу, з урахуванням національних інтересів. Співробітництво з такими із них, як Міжнародний валютний фонд (МВФ), Світовий Банк (СБ), Європейський банк реконструкції та розвитку (ЄБРР), Європейський інвестиційний банк та іншими має для нашої країни першочергове значення, оскільки від їх позицій багато в чому залежать сучасний стан і перспективи розвитку української економіки, її інтеграції в європейський економічний простір. Тому важливим з теоретичної та практичної точки зору є аналіз ролі міжнародних фінансових організацій в інвестиційному процесі з урахуванням їх специфіки діяльності в Україні.

Метою статті є аналіз практики співробітництва України з міжнародними фінансовими організаціями щодо їх ролі в інвестиційному процесі.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Теоретична база дослідження, охоплює різноманітні джерела інформації. Перш за все її складають наукові праці вітчизняних і зарубіжних вчених. Робота з ними показала, що ступінь вивченості ролі міжнародних фінансових організацій, як в цілому, так і кожної окремо можна назвати порівняно високою. В той же час, аналітичних робіт, які вивчали б сукупну діяльність провідних фінансових організацій в Україні з точки зору їх інвестиційної діяльності за період незалежності України, з нашої точки зору, недостатньо. Серед авторів слід виділити таких як, С.М.. Березовенко [11], Г.М. В.В. Биков [11], А.І. Волошин [11], Кредісов [11], Є.П. Качан [4] та ін.

В роботі широко використані офіційні документи виконавчих органів влади України, провідних міжнародних фінансових організацій.

Основні результаті дослідження. Трансформаційні процеси в Україні супроводжуються глибокою економічною кризою. Розбалансованість фінансової системи, платіжна криза, спричинена насамперед переходом до світових цін на енергоносії, військовими діями на Сході країни, відсутністю необхідних внутрішніх нагромаджень об'єктивно обумовили потребу в зовнішніх коштах для забезпечення сталого економічного зростання. У вирішенні цієї проблеми Україна покладає надзвичайно важливу роль на її співробітництво з міжнародними фінансовими організаціями в першу чергу з такими, як МВФ, СБ, ЕБРР, ЄІБ [2].

Наша країна є повноправним членом Міжнародного валютного фонду з 3 вересня 1992 року. В основі діяльності МВФ лежить надання кредитів країнам-членам цього фонду для підтримки курсу національної валюти, на фінансування дефіциту платіжного балансу та обслуговування зовнішнього боргу.

Тому кредити, що залучаються Україною від МВФ, використовуються для підтримки курсу національної валюти та для фінансування дефіциту платіжного балансу України і покликані пом'якшити економічні труднощі у процесі проведення економічних реформ, які дають змогу забезпечити у перспективі економічне зростання в країні.

Система кредитування, що використовується МВФ, включає такі форми, як безпосереднє фінансування, система поетапного фінансування, механізм пільгового фінансування, система спеціального фінансування.

В рамках співробітництва з МВФ протягом 2008-2013 років Україна отримала 9 250 млн. СПЗ (еквівалент 14 430 млн. дол. США) [3]. Після цього наступив період довгих переговорів. Активне співробітництво почалося лише після лютневих подій 2014 року. Рада директорів МВФ 30 квітня 2014 р. затвердила нову спільну програму "стенд-бай" на наступні 2 роки у сумі 17,1 млрд. дол. США. Програма МВФ для України розроблена з метою забезпечення підтримки плану економічних реформ Уряду України, ефективна реалізація якого сприятиме відновленню макроекономічної та фінансової стабільності в державі, здійсненню структурної модернізації національної економіки, а також створенню надійного підґрунтя для подальшого економічного зростання [6].

У відповідності до цієї програми у 2014 р. Україною отримано два транші – 7 травня у розмірі 3,2 млрд. дол. США та 4 вересня у розмірі 1,4 млрд. дол. США. 4 серпня 2015 року Україна отримала кошти від Міжнародного валютного фонду відповідно до рішення Ради директорів фонду про виділення другого траншу кредиту обсягом $1,7 млрд, які будуть спрямовані на поповнення міжнародних резервів. Першу частину позики – 5 мільярдів – Україна отримала у березні п.р. МВФ погодився виділити кошти лише після того як Верховна Рада схвалила необхідні закони і просунулися переговори з кредиторами щодо реструктуризації боргу [1]. Після надання чергового траншу МВФ золотовалютний запас України збільшився до $12 млрд. До кінця 2015 року планується виділення 3 и 4 траншів. За цих умов наші міжнародні резерви до кінця року зростуть до 18 млрд. доларів.

Серед міжнародних кредитно-фінансових організацій Світовий банк є другим, після МВФ, кредитором України. Співпраця України зі Світовим банком здійснюється відповідно до Стратегії партнерства МБРР і МФК з Україною на 2012-2016 фінансові роки, яку схвалено Радою директорів Світового банку 16 лютого 2012 року.

Портфель проектів України зі Світовим банком спрямовано на підтримку ключових напрямів економічних реформ, а саме: структурну перебудову базових галузей економіки, реформування фінансового та банківського секторів, охорону навколишнього природного середовища. Крім цього, кошти Світового банку спрямовуються на фінансування інвестиційних проектів в електроенергетиці, житловому та комунальному господарстві, соціальному секторі.

У 2014 р. портфель СБ в Україні поповнився новими інвестиційними проектами в сфері розвитку транспортної, муніципальної та енергетичної інфраструктури завдяки укладенню низки угод про позику між Україною та Міжнародним банком реконструкції та розвитку на загальну суму більше 3 млрд. дол. США. Відновлено системні позики СБ на політику розвитку, які є одночасно інструментом підтримки стратегічних реформ Уряду та фінансової підтримки загального фонду державного бюджету.

З того часу, як Україна стала членом Світового банку в 1992 році, загальна сума фінансування для країни становила понад дев'ять мільярдів доларів. Таким чином, кошти, що надходять від Світового Банку, на відміну від коштів МВФ, використовуються більш різноманітно. Вони спрямовані не тільки на погашення дефіциту бюджету й платіжного балансу, але й на реалізацію довгострокових інвестиційних проектів, підтримку українських підприємств, страхування імпорту [10].

Відповідно до Указу Президента України "Про членство України в Європейському банку реконструкції та розвитку" від 14 липня 1992 року №379/92 в серпні 1992 року Україна підписала статутні документи Європейського банку реконструкції та розвитку.

На сьогодні ЄБРР залишається одним з провідних інвесторів в економіку України, вкладення якого мають комплексний характер. Європейський банк реконструкції та розвитку надає значну підтримку економічним реформам в країні, що створює умови для розвитку стосунків між Україною та Банком, про що свідчить портфель проектів ЄБРР в Україні.

Станом на 1 січня 2014 року портфель ЄБРР в Україні нараховує 337 проектів із загальним обсягом фінансування більше 8,7 млрд. євро.

За період співпраці з ЄБРР (1993-2014 роки) в державному секторі економіки України, за проектами, кредитні кошти за якими залучені державою або під державні гарантії, укладено угод на загальну суму 674,94 млн дол. США та 1 487,35 млн. євро (в рамках 23 проектів), з яких станом на 01.03.2014 використано 1,12 млрд євро.

Станом на кінець 2014 року завершено реалізацію сімох спільних з ЄБРР проектів в державному секторі економіки України, суми позик ЄБРР в яких складають 121,88 млн. дол. США та 400,75 млн. євро відповідно. На стадії реалізації знаходиться п'ять проектів ЄБРР в державному секторі економіки Україні на загальну суму 2070 млн. євро, з них сума позики ЄБРР складає 1905 млн. євро, на стадії підготовки та ініціювання знаходиться ще 6 проектів, опрацьовується 7 нових проектів. Крім того, Банк збільшив обсяги фінансування у приватному секторі.

В цілому галузева структура кредитного портфелю проектів ЄБРР в державному секторі економіки складається таки чином, що 50% всього портфелю кредитів спрямовані на фінансування проектів розвитку транспортної інфраструктури, 39 % на підтримку проектів в енергетичній сфері, інші у фінансовий (8%), зв'язок (2%) та розвиток муніципалітетів (1%) [7].

З самого початку відносин між Україною та ЄБРР, значна увага приділялась фінансуванню заходів ядерної безпеки. ЄБРР є розпорядником Рахунку ядерної безпеки та Чорнобильського фонду "Укриття", заснованого в грудні 1997 року країнами Великої Сімки та іншими країнами-вкладниками для допомоги Україні у зв'язку з ліквідацією наслідків аварії на ЧАЕС [8].

Для України важливою є підтримка з боку ЄБРР проектів, які сприятимуть розвитку муніципальної інфраструктури міст України, охороні навколишнього середовища та транспортної інфраструктури [9].

Висновки. Підводячи підсумок, можна сказати, що міжнародні фінансові установи, такі як Міжнародний валютний фонд, Світовий банк, Європейський банк реконструкції і розвитку, Європейський інвестиційний банк та інші відіграють значну роль в організації міжнародних кредитних відносин і підтримці стабільності міжнародних розрахунків України.

По-перше, їх діяльність дозволяє внести регулюючий початок і певну стабільність в умовах глобалізації, забезпечуючи в цілому безперебійне функціонування валютно-фінансової системи країни. А в умовах нинішнього стану України достойно вистояти перед внутрішніми і зовнішніми викликами.

По-друге, вони покликані слугувати базою для налагодження співпраці між країнами, що у момент світового економічного спаду стає все більш актуальним.

По-третє, зростає значення міжнародних валютно-фінансових інституцій і організацій у сфері вивчення, аналізу і узагальнення інформації про тенденції світового фінансово-економічного розвитку і розробки практичних заходів з вирішення його найважливіших проблем.

Все сказане вище, на нашу думку, дозволяє виділити основні пріоритети України для створення сприятливого інвестиційного середовища, серед яких такі:

- як збереження культурної самобутності країни, її територіальної цілісності;
- підвищення конкурентоспроможності національної економіки на світовій арені, посилення науково-технічного та інтелектуального потенціалу;

- посилення економічної та політичної незалежності;
- покращення інвестиційного клімату реального сектору економіки та держави в цілому;
- структурна перебудова промислового комплексу, сприяння досягненню сучасного технічного рівня розвитку на основі нових технологій.

Зазначені напрями дозволять Україні з кожним роком усе глибше інтегруватися в європейську та світову спільноту, і відповідно підняти свій міжнародний авторитет.

Отже, інвестиції – це запорука зростання економічного розвитку України, що можуть стати вирішальним фактором для покращення діяльності реального сектора економіки та країни в цілому.

Список використаних джерел

1. Другий транш кредиту МВФ – уже на рахунках НБУ. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.5.ua/ekonomika/Hontarieva-Druhyi-transh-kredytu-MVF--uzhena-rakhunkakh-NBU-89373.html.
2. Єдиний державний реєстр міжнародних організацій, членом яких є Україна станом на 01.01.2015. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://mfa.gov.ua/ua/about-ukraine/international-organizations/io-register.
3. Інформаційна довідка щодо історії співпраці з Міжнародним валютним фондом. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.minfin.gov.ua/control/publish/article/main?art_id=388292&cat_id=353172.
4. Качан Є. П, Регіональна економіка : підручник / [Є.П. Качан та ін.] ; за ред. Є.П. ... Посібник / Л.Т. Шевчук – К.: Знання, 2011. – 319 с.
5. Рогач О. Міжнародні інвестиції: Теорія та практика бізнесу транснаціональних корпорацій: Підручник. – К.: Либідь, 2005. – 720 с.
6. Співробітництво України з міжнародними фінансовими інституціями у 2014 році. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://mfa.gov.ua/ua.
7. Співробітництво з Європейським банком реконструкції та розвитку. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.minfin.gov.ua.
8. Співробітництво України з міжнародними фінансовими інституціями у 2014 році. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://mfa.gov.ua.
9. Співробітництво з Європейським банком реконструкції та розвитку. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: www.minfin.gov.ua.
10. Україна отримає від Світового банку 500 мільйонів доларів. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: www.dw.com/uk.
11. Управління зовнішньоекономічною діяльністю. Частина 1. Березовенко С.М. Кредісов А.І., Березовенко С.М., Биков Г.М., Волошин В.В., Мазуренко В.П. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: www.ukrkniga.org.ua.

Гетьман А.А.

Науковий керівник:
к.е.н., доцент ***Матвійчук-Соскіна Н.О.***

ВИКОНАННЯ ВИМОГ ЩОДО УГОДИ ПРО ЗВТ УКРАЇНИ – ЄС

У статті досліджено сучасний стан співпраці України з країнами ЄС. Визначено основні задачі щодо інтеграції України в Європейський Союз. Визначено ті зміни, які вже відбулись в Україні та Українському законодавстві, а також висвітлені основні подальші дії.

Ключові слова: *Європейський Союз, міжнародний ринок, зона вільної торгівлі, реформи.*

Гетьман А.А.

ВЫПОЛНЕНИЕ ТРЕБОВАНИЙ ПО СОГЛАШЕНИЮ ОБ ЗСТ УКРАИНЫ – ЕС

В статье исследовано современное состояние сотрудничества Украины со странами ЕС. Определены основные задачи по интеграции Украины в Европейский Союз. Определены те

условия которые уже состоялись в Украине и украинском законодательстве, а также освещены основные подальшие действия.

Ключевые слова: *Европейский Союз, международный рынок, зона свободной торговли, реформы*

Hetman A.A.

PERFORMANCE REQUIREMENTS FOR THE FTA UKRAINE – EU

In the article the current state Ukraine's cooperation with the EU. The main directions of integration of Ukraine into the European Union. Determined the changes that have taken place in Ukraine and Ukrainsan legislegislation and highlighted the main next action.

Key words: *European Union, integrational market, free trade area, reforms*

Постановка проблеми. Актуальність теми полягає в тому, що Україна зараз має перехідний період і для того щоб співпрацювати з ЄС, а згодом стати рівноправним членом ЄС, Україна має виконати ряд умов, які покращать життя українців, дозволить нашій країні вийти на міжнародний ринок і зміцнити економіку. Безумовно є певні дії які наблизили України до Європи, до європейського рівня життя і стандартів.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Основні публікації: Угода про асоціацію України – ЄС [1], Закони України [3], [4], [17], постанова ВРУ [7], економічний журнал Форбс [26], та інше.

Мета дослідження. Мета – окреслення основних питань щодо вимог угоди. Для вирішення мети дослідження поставлені такі завдання: окреслити поняття Угоди про вільну торгівлю; висвітлити, які умови вже виконала Україна; показати,основні подальші дії України.

Основні результати дослідження. Європейський Союз – найбільший єдиний ринок у світі. Він охоплює 27 країн з населенням в одинадцять разів більшим, за населення України, та налічує майже 500 мільйонів споживачів з середнім річним доходом 39 тис доларів США (порівняно з 3 тис доларів в Україні).

Щоб Україна мала можливість легко та ефективно торгувати на цьому ринку, вона повинна увідповіднити свої товарні регламенти і стандарти безпеки до норм ЄС. Після підписання та впровадження всебічної поглибленої ЗВТ, тісніша економічна інтеграція з цим ринком забезпечить українським товарам відкритий доступ до ринку ЄС, який у 13 разів більший за український і оцінюється у 20 000 млрд доларів США.

Для України відкриття європейського ринку і підписання Угоди про асоціацію з ЄС є безумовно значущим і необхідним для забезпечення її подальшої інтеграції у глобальний економічний простір. Достатніми умовами успішності інтеграції економіки України у світове співтовариство виступає вирішення комплексу проблем, ключовою серед яких є забезпечення позитивних зрушень у структурі національної економіки та відповідних структурних реформ. На сьогодні економічна інтеграція України характеризується відсутністю широких виробничо-технологічних зв'язків з країнами ЄС, через що експорт України представлено переважно продукцією з низьким ступенем обробки.

Водночас в Україну з країн ЄС імпортується готова продукція, в тому числі інвестиційного призначення, що має більш високу додану вартість. Саме тому визначальним для України є не лише розширення доступу до європейських ринків, а й використання отриманих від підписання Угоди можливостей для реформування і підвищення конкурентоспроможності національної економіки, що має забезпечити зростання експорту українських високотехнологічних товарів, а значить, формування умов для збільшення заробітної плати працівників на основі підвищення продуктивності праці і таким чином зростання споживчого попиту на внутрішньому ринку. Особливо важливо в цьому процесі забезпечити включення окремих видів діяльності у технологічні ланцюги промислового виробництва країн ЄС, багато з яких інтенсивно реалізують нові промислові стратегії [1].

Зміни торговельного режиму внаслідок підписання Україною Угоди діятимуть у короткостроковому періоді і виражатимуться насамперед у змінах існуючих ставок імпортного мита шляхом відміни ЄС імпортного мита щодо українських товарів та

поступового зниження Україною імпортного мита щодо товарів з ЄС упродовж наступних п'яти років Угода також передбачає поглиблення співробітництва шляхом залучення українських суб'єктів господарювання до спільних науководослідницьких, комунікаційних та інформаційних проектів [2] (що передбачається розділами IV "Торгівля і питання, пов'язані з торгівлею" та V "Економічне та галузеве співробітництво" проекту Угоди) [1] тому, враховуючи порівняно високий науково-технічний потенціал розвитку економіки України, можна очікувати зростання українського експорту окремих видів високотехнологічних товарів та відповідних послуг.

Реальні зміни в Україні:

1. Конституційна реформа

- Утворено Конституційну Комісію, проведено її перше засідання, сформовано три робочих групи у складі Комісії (децентралізація, реформа правосуддя, права людини).

2. Реформа системи запобігання та боротьби з корупцією, виборче законодавство

- Прийнято Закон України "Про Національне антикорупційне бюро України". Завданнями цього правоохоронного органу є попередження, виявлення, припинення та розкриття корупційних злочинів [3].

- Прийнято Закон України "Про запобігання корупції", спрямований на комплексне реформування системи запобігання корупції відповідно до міжнародних стандартів, зокрема рекомендацій GRECO. Основними завданнями цього центрального органу виконавчої влади зі спеціальним статусом є: формування та реалізація антикорупційної політики; розробка Антикорупційної стратегії та планів заходів з її виконання; допомога органам влади у виявленні корупціогенних чинників [4].

- Прийнято Закон України "Про засади державної антикорупційної політики в Україні (Антикорупційна стратегія) на 2014-2017 роки", який визначає систему завдань і заходів щодо зменшення рівня корупції [5].

- На розгляд Верховної Ради внесено законопроекти:

"Про внесення змін до Конституції України (щодо недоторканності народних депутатів України та суддів)" [6];

"Про внесення змін до деяких законодавчих актів України щодо фінансування діяльності політичних партій" [7], а також відповідний законопроект про внесення змін до БК для визначення виду бюджетних витрат.

- Прийнято Закон України "Про внесення змін до деяких законів України щодо доступу до публічної інформації у формі відкритих даних"[8], спрямований на реалізації права на доступ до інформації, що становить суспільний інтерес шляхом запровадження механізму оприлюднення публічної інформації у вигляді відкритих даних.

3. Реформа системи правосуддя

- Прийнято закон України "Про забезпечення права на справедливий суд" [9], який передбачає такі суттєві зміни: запровадження оцінки кваліфікаційного рівня судді та перевірки доброчесності суддів; посилення дисциплінарної відповідальності суддів; більш прозорий механізм формування на конкурсних засадах складу Вищої кваліфікаційної комісії суддів України та Вищої ради юстиції.

- Прийнято закон "Про прокуратуру" [10], яким скасовано елементи так званого "загального нагляду" органів прокуратури за додержанням законодавства.

- Утворено Раду з питань судової реформи.

4. Реформа в сфері державного управління

На розгляд Верховної Ради внесено законопроекти "Про державну службу" [11] та "Про службу в органах місцевого самоврядування". Проект закону "Про державну службу" [11] зокрема передбачає: розмежування політичних та адміністративних посад, конкурсний добір на державну службу, в тому числі на посади вищого корпусу державної служби.

5. Дерегуляція

- Зменшено кількість податків та зборів з 22 до 9.

- Спрощено процедури дозвільного характеру та скорочено строки отримання спеціальних ліцензій і сертифікатів для компаній, що працюють у сфері АПК, паливно-енергетичного комплексу та у харчовій промисловості.

- Удосконалено порядок ліцензування певних видів господарської діяльності з метою спрощення для бізнесу та влади адміністрування процедур у сфері ліцензування.

- Спрощено процедуру отримання відомостей з Єдиного державного реєстру юридичних осіб та фізичних осіб – підприємців від Міністерства юстиції в Україні в режимі онлайн.

- 7 квітня 2015 року набув чинності Закон України "Про внесення змін до деяких законодавчих актів України щодо спрощення умов ведення бізнесу (дерегуляція)" [12].

6. Реформа державних закупівель

- Прийнято закон щодо залучення спеціалізованих організацій до державних закупівель лікарських засобів та медичних виробів.

- Стартувала пілотна система електронних державних закупівель ProZorro [13].

7. Податкова реформа, в тому числі відшкодування ПДВ

- Прийнято Закон України від 28 грудня 2014 р. № 71 "Про внесення змін до Податкового кодексу України та деяких законів України (щодо податкової реформи)" [14], яким передбачено норми, що сприятимуть збалансуванню інтересів контролюючих органів та платників податків, зокрема запроваджено новий механізм адміністрування ПДВ, який є одним із перших кроків у реформуванні податкової системи.

8. Зовнішній аудит

На розгляд Верховної Ради внесено нову редакцію Закону України "Про Рахункову палату" [15], що спрямований на визначення статусу Рахункової палати як незалежного органу зовнішнього державного контролю (аудиту), передбачає здійснення цим органом контролю за надходженням коштів до Державного бюджету України, збереженням та використанням державної власності відповідно до стандартів Міжнародної організації вищих органів фінансового контролю (INTOSAI).

Політичний діалог

- Прийнято закони щодо проведення регіональної політики європейського зразка "Про засади державної регіональної політики" [16], щодо реформи міжбюджетних відносин, а також про добровільне об'єднання територіальних громад. Ці закони започаткували процеси децентралізації, збільшення фінансової спроможності місцевих бюджетів, формування спроможних, самодостатніх територіальних громад.

- На розгляд Верховної Ради внесено проект закону України "Про сервісні послуги та сервісні центри Міністерства внутрішніх справ України", який зокрема встановлює граничні строки видачі посвідчень водія, реєстрації транспортних засобів, видачі реєстраційного свідоцтва на зброю тощо.

- Прийнято Закон "Про Національну поліцію" [17]. Завдяки цьому закону вища посада в національній поліції стане політично незалежною. Керівник національної поліції буде виключно служити закону, а міністр внутрішніх справ як політична фігура буде займатися визначенням державної політики у сфері охорони правопорядку.

- На розгляд Верховної Ради внесено проект Закону України "Про Державне бюро розслідувань" [18], пріоритетами роботи якого стануть розкриття діяльності злочинних організацій, а також злочини, пов'язані з тероризмом та особливо тяжкі насильницькі злочини.

- Офіційно розпочала роботу Консультативна місія ЄС з питань реформування цивільного сектору безпеки. Місія допомагатиме реформуванню органів внутрішніх справ та системи правосуддя.

- Урядом схвалено проект Закону України "Про затвердження національної стратегії у сфері прав людини" [19]. Проект Національної стратегії є всеосяжним документом, який стосується громадянських, політичних, соціальних, економічних прав та охоплює також ті виклики у сфері порушень прав людини, які виникли перед державою у зв'язку з агресією Російської Федерації, окупацією АРК та проведенням АТО.

Юстиція, свобода та безпека

- Результати 12 місій експертів ЄС з оцінки виконання Плану дій щодо лібералізації ЄС візового режиму для України засвідчили суттєвий прогрес у виконанні Україною відповідних критеріїв Плану дій.

- Розпочато прийом документів та оформлення паспорта громадянина України для виїзду за кордон з безконтактним електронним носієм біометричної інформації. Встановлено 610 робочих станцій з комплектами обладнання для оформлення паспорта громадянина України для виїзду за кордон з безконтактним електронним носієм у 204 територіальних підрозділах ДМС.

- Прийнято Закон України "Про запобігання та протидію легалізації (відмиванню) доходів, одержаних злочинним шляхом, фінансуванню тероризму та фінансуванню розповсюдження зброї масового знищення" [20], яким передбачено комплексне удосконалення національного законодавства у сфері фінансового моніторингу.

Торгівля і питання, пов'язані з торгівлею

- Державна фіскальна служба розробила і готова застосовувати механізми регулювання доступу на ринок Україні особливо чутливих товарів: цукру, свинини та м'яса птиці, одягу "секонд-хенд", а також поступового зниження експортно мита на шкіряну сировину, насіння соняшнику, брухт легованих чорних металів, брухт кольорових металів та напівфабрикатів з їх використанням, сталі нержавіючої, міді. Готується порядок регулювання імпорту в Україну легкових автомобілів походженням з Європейського Союзу.

- Починаючи із 3 січня 2015 р., діє нова редакція Закону України "Про стандартизацію" [21]. Закон передбачає приведення національної системи стандартизації у відповідність з європейською моделлю.

- З початком впровадження торговельної частини Угоди українські митниці зможуть здійснювати видачу сертифікатів з перевезення товару EUR.1 для підтвердження походження товарів з України та надання їм статусу товарів преференційного походження.

- Набув чинності Порядок надання та анулювання статусу уповноваженого (схваленого) експортера. Він передбачає, що український експортер, який часто перевозить товари за Угодою незалежно від фактурної вартості партії товарів, самостійно складає декларації інвойс, що прискорює процедуру експорту товару.

- Прийнято Закон України № 1648-VII "Про внесення змін до деяких законодавчих актів України щодо ідентифікації та реєстрації тварин" [22], згідно з яким вводиться обов'язкова ідентифікація та реєстрація всіх сільськогосподарських тварин. Застосування цього закону дозволить гарантувати споживачам, що вони вживатимуть м'ясну і молочну продукцію відомого походження – від зареєстрованих тварин, стан здоров'я яких підлягає обстеженню, а отже, така продукція є безпечною.

- Прийнято Закон України № 1602-VII "Про внесення змін до деяких законодавчих актів України щодо харчових продуктів" [23], Закон має на меті гармонізацію законодавства України із законодавством ЄС у сфері безпечності та якості харчових продуктів також передбачено створення єдиного контролюючого органу в сфері безпеки харчових продуктів, скасування дозвільних документів і процедур, які відсутні в ЄС, впровадження європейських принципів регулювання ГМО.

Енергетика

- Прийнято Закон України "Про ринок природного газу" [24], який спрямований на розвиток конкуренції на внутрішньому ринку природного газу.

- Схвалено План реформування газового сектору, яким передбачено проведення реструктуризації НАК "Нафтогаз України" до 2017 року.

- Урядом схвалено проект Закону України "Про Національну комісію, що здійснює державне регулювання у сферах енергетики та комунальних послуг" [25]. Закріплення статусу цієї комісії як незалежного державного колегіального органу випливає із зобов'язань України відповідно до Угоди про асоціацію між Україною і Європейським Союзом та положень Третього енергетичного пакету.

- Україна та Світовий банк підписали кредитну угоду на надання Україні 378,4 млн. дол. кредиту на фінансування проекту з розвитку вітчизняних магістральних електромереж [26].

- Україна та Європейський банк реконструкції та розвитку підписали кредитну угоду, яка передбачає виділення 65 млн. євро для державного підприємства НЕК "Укренерго" [27].

Економічне та секторальне співробітництво

- Відновлено дію Угоди між Україною та Європейським Співтовариством про наукове і технологічне співробітництво.

- Підписана Угода між Україною і Європейським Союзом про участь України у Рамковій програмі ЄС з наукових досліджень та інновацій "Горизонт 2020". Програма стане підґрунтям відновлення української науки та її повної інтеграції в європейський науковий простір. Україна увійшла до 11-ти провідних наукових країн світу, які визначені ключовими стратегічними партнерами ЄС в програмі ЄС "Горизонт 2020", а також визнана єдиним стратегічним партнером Євросоюзу у Східній Європі [28].

Основні подальші дії України [1]:

- Забезпечення супроводження у Верховній Раді законопроектів (до прийняття законів): "Про внесення змін до деяких законодавчих актів України щодо фінансування діяльності політичних партій" (реєстр. № 2563); "Про внесення зміни до статті 87 Бюджетного кодексу України" (реєстр. № 2564); "Про внесення змін до деяких законодавчих актів України у зв'язку з прийняттям Закону України "Про Національне антикорупційне бюро України" (реєстр. № 2492); "Про внесення змін до законів України "Про Національне антикорупційне бюро України" і "Про запобігання корупції" (реєстр. № 2494); "Про державну службу" (реєстр. № 2490); "Про службу в органах місцевого самоврядування" (реєстр. № 2489). "Про Рахункову палату" (реєстр. № 2072).

Політичний діалог

- Забезпечення супроводження у Верховній Раді законопроектів (до прийняття законів): "Про органи внутрішніх справ" (реєстр. № 2561); "Про сервісні послуги та сервісні центри Міністерства внутрішніх справ України" (реєстр. № 2567); "Про Державне бюро розслідувань" (реєстр. № 2114); "Про внесення змін до статті 124 Конституції України (щодо визнання положень Римського статуту)" (реєстр. № 1788).

Юстиція, свобода, безпека Завершення виконання критеріїв другої фази Плану дій щодо лібералізації ЄС візового режиму для України. Підготовка проекту нормативно-правового акта про надання повноважень на підписання Угоди про співробітництво між Україною та Європейським бюро з питань юстиції (Євроюст).

Торгівля і питання, пов'язані з торгівлею

- Забезпечення супроводження у Верховній Раді законопроектів (до прийняття законів): "Про державний контроль, що здійснюється з метою перевірки відповідності законодавству про безпечність та якість харчових продуктів і кормів, здоров'я та благополуччя тварин" (реєстр. № 4986-1 від 17.06.2014); "Про внесення зміни до статті 35 Бюджетного кодексу України" (реєстр.№ 0909 від 27.11.2014. – Прийняття (III-IV квартал); зміни до плану заходів щодо виконання зобов'язань в рамках Договору про заснування Енергетичного Співтовариства щодо впровадження єдиного підходу до створення системи підзаконних нормативно – правових актів, що діють у сфері моніторингу та контролю державної допомоги в Україні; зміни до плану заходів щодо проведення інституційної реформи у сфері моніторингу та контролю державної допомоги суб'єктам господарювання.

- Розроблення Порядку застосування спеціальних заходів щодо імпорту в Україну легкових автомобілів походженням з Європейського Союзу відповідно до статті 44 Угоди про асоціацію між Україною, з однієї сторони, та Європейським Союзом, Європейським Співтовариством з атомної енергії і їхніми державами- членами, з іншої сторони" (III-IV квартал).

- Опрацювання питання розвитку інституційної спроможності Антимонопольного комітету, зокрема внесення змін у додаток 1 до постанови Кабінету Міністрів України від 5 квітня 2014 р. № 85, розроблений на виконання Закону України "Про державну допомогу суб'єктам господарювання" (III квартал).

- Розроблення законопроекту "Про електронні комунікації" (III-IV квартал).

- Завершення підготовки дорожніх карт з наближення законодавства України до права ЄС у сферах (III-IV квартал): державних закупівель; телекомунікаційних послуг; поштових та кур'єрських послуг; фінансових послуг; міжнародного морського транспорту.

Енергетика

- Продовження реверсних поставок природного газу з Європи, вжиття заходів щодо збільшення відповідних обсягів.

- Практична реалізація прийнятого Закону України про ринок газу у якості ключового документу, розробка необхідного вторинного законодавства.

- Внесення та супроводження розгляду законопроекту "Про Національну комісію, що здійснює державне регулювання у сферах енергетики та комунальних послуг".

- Підготовка нормативно-правових актів, якими буде: визначено модель мінімальних запасів нафти та нафтопродуктів; передбачено план поступового нарощування запасів та програму фінансування; визначено відповідальний орган, а також кроки з апроксимації відповідного законодавства (III-IV квартал).

Інші сфери

- Продовження роботи зі Стороною ЄС щодо укладення Угоди між Україною та Європейським СоСоюзом і його державами членами про Спільний авіаційний простір(до підписання).

- Завершення розроблення законопроекту "Про електронні довірчі послуги" (III-IV квартал). – Ратифікація Угоди про відновлення дії Угоди між Україною та Європейським Співтовариством про наукове і технологічне співробітництво (до ратифікації).

- Ратифікація Угоди між Україною і Європейським Союзом про участь України у Рамковій програмі ЄС з наукових досліджень та інновацій "Горизонт 2020" (до ратифікації).

- Підготовка до укладення угод про приєднання України до програми ЄС з підвищення конкурентоспроможності малих і середніх підприємств (COSME) та програми у сфері культури "Креативна Європа" (III квартал).

- Внесення та супроводження розгляду законопроекту "Про внесення змін до деяких законодавчих актів України стосовно об'єднань єврорегіонального співробітництва".

Висновок. Євросоюз і Україна єдині в тому, що слід дотримуватися стандартів, які завжди є частиною угод про зони вільної торгівлі. Серед іншого мається на увазі правова безпека, визнання сторонами загальних юридичних правил. Угода з ЄС це тільки зона вільної торгівлі, яка не обмежує її учасників в праві самостійного ведення справ з іншими країнами-партнерами.

Можна сказати, що Україна готова до реальних змін і це має підтвердження. Можливо не стіль швидко і бездоганно все виходить, але головне, що є потенціал і бажання.

Якщо Україна все ж справиться з усіма вимогами, то позитивний результат не заставить себе довго чекати.

Список використаних джерел

1. Угода про Асоціація Україна – ЄС від 25.12.2015 р.: Урядовий портал // www.kmu.gov.ua.

2. Доповнення до Угоди А та В // zakon.rada.gov.ua.

3. Про Національне антикорупційне бюро України: Закон України від 12.02.2015, № 17 // zakon5.rada.gov.ua.

4. Про запобігання корупції: Закон України від 25.12.2015, № 49 // zakon.rada.gov.ua.

5. Про засади державної антикорупційної політики в Україні (Антикорупційна стратегія) на 2014-2017 роки": Закон України від 27.10.214, № 46 // /zakon5.rada.gov.ua.

6. Про подальшу роботу над законопроектом про внесення змін до Конституції України щодо недоторканності народних депутатів України та суддів: Постанова Верховної Ради України від 14.07.2015, № 594-VIII // zakon5.rada.gov.ua.

7. Про внесення змін до деяких законодавчих актів України щодо фінансування діяльності політичних партій: Проект Закону від 08.07.2010, № 50-51 // old.minjust.gov.ua.

8. Про внесення змін до деяких законів України щодо доступу до публічної інформації у формі відкритих даних: Закон України від 09.04.2015, № 319-VIII // zakon5.rada.gov.ua.

9. Про забезпечення права на справедливий суд: Закон України від 21.05.2015, № 469-VIII // zakon5.rada.gov.ua.

10. Про прокуратуру: Закон України від 2.07.2015 року, № 578-VIII //zakon5.rada.gov.ua.
11. Проект Закону про державну службу від 10.12.2015, № 889-VIII // rada.gov.ua.
12. Про внесення змін до деяких законодавчих актів України щодо спрощення умов ведення бізнесу(дерегуляція): Закон України від 12.02.2015, № 191-VIII //zakon5.rada.gov.ua.
13. Про внесення змін до деяких законодавчих актів України щодо спрощення умов ведення бізнесу(дерегуляція): Закон України від 25.10.2015, № 56-VIII // zakon5.rada.gov.ua.
14. Про внесення змін до Податкового кодексу України та деяких законодавчих актів України щодо податкової реформи: Закон України від 28.12.2014 № 71-VIII // zakon5.rada.gov.ua.
15. Про Рахункову палату: Закон України від 02.07.2015, N 576-VIII // zakon3.rada.gov.ua.
16. Про засади державної регіональної політики: Закон України від 05.02.2015 № 156-VIII // zakon3.rada.gov.ua.
17. Про Національну поліцію: Закон України від 02.07.2015, № 580-VIII // zakon5.rada.gov.ua.
18. Про Державне бюро розслідувань: Проект Закону від 12.11.2015, 794-VIII // w1.c1.rada.gov.ua.
19. Про затвердження Національної стратегії у сфері прав людини: Указ Президента України від 25.08.2015, № 501/2015 // zakon5.rada.gov.ua.
20. Про запобігання та протидію легалізації (відмиванню) доходів, одержаних злочинним шляхом, фінансуванню тероризму та фінансуванню розповсюдження зброї масового знищення: Закон України від 14.10.2014, № 1702-VII //zakon3.rada.gov.ua.
21. Про стандартизацію: Закон України від 05.06.2014, № 1315-VII //zakon3.rada.gov.ua.
22. Про внесення змін до деяких законодавчих актів України щодо ідентифікації та реєстрації тварин: Закон України від 14.08.2014 року, № 1648-VII //zakon3.rada.gov.ua.
23. Про внесення змін до деяких законодавчих актів України щодо харчових продуктів: Закон України від 22.07.2014 року, № 1602-VI // zakon3.rada.gov.ua.
24. Про ринок природного газу: Закон України від 09.04.2015 року, № 329-VIII // zakon5.rada.gov.ua.
25. Про затвердження Положення про Національну комісію, що здійснює державне регулювання у сферах енергетики та комунальних послуг: Указ Президента України від 10.09.2014, № 715/2014 //zakon3.rada.gov.ua.
26. http://forbes.net.ua/ua/news/1385493-svitovij-bank-vidiliv-ukrayini-378-mln
27. http://www.pravda.com.ua/news/2015/03/24/7062568/?attempt=1
28. http://2020.pntu.edu.ua.

Кібець О.І.

Науковий керівник:
к.е.н., доцент ***Костинець Ю.В.***

МІЖНАРОДНА МІГРАЦІЯ РОБОЧОЇ СИЛИ

У статті розглядаються сутність понять "міжнародна міграція" та "міжнародна міграція робочої сили". Визначені основні закономірності міжнародної міграції робочої сили з України в умовах глобалізації світової економіки.

Ключові слова: *міжнародна міграція, міжнародна міграція робочої сили, трудова міграція, глобалізація*

Кибец О.И.

МЕЖДУНАРОДНАЯ МИГРАЦИЯ РАБОЧЕЙ СИЛЫ

В статье рассматриваются сущность понятия "международная миграция" и "международная миграция рабочей силы". Определены сновне закономерности международной миграции рабочей силы из Украины в условиях глобализации мировой экономики.

Ключевые слова: *международная миграция, международная миграция рабочей силы, трудовая миграция, глобализация*

Kibets O.I.

INTERNATIONAL LABOR MIGRATION

The article deals with the essence of the concept of "international migration" and "international labor migration." The basic patterns of international labor migration from Ukraine in a globalizing world economy.

Key words: *international migration, international labor migration, labor migration, globalization*

Постановка проблеми. Сучасні особливості міграції – є проблемою, яка варта дослідження та вивчення через негативний, подекуди критичний, вплив цього явища на демографічну, політичну, економічну та соціальну ситуації. На сьогоднішній день у світі взагалі та в Україні зокрема досить актуальним є питання масової міграції серед усіх прошарків населення, що впливає на ринок праці, спричиняє, інколи й лише локальне, зростання безробіття, впливає на рівень життя корінних мешканців, розселення населення, його етнічний склад. Міграція також загострює демографічну кризу, яка, за прогнозами призведе до зменшення населення України до 36 мільйонів людей до 2050 року. Міграційні процеси українського населення умовно можна поділити на два періоди – міграцію радянських часів та пересування населення України, яке включене до світових міграційних процесів і є наслідком демократизації та лібералізації режиму кордонів.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Характеристика процесів міжнародної міграції робочої сили, їх причин і наслідків розкривається в наукових працях таких вчених: І. Ангелко [3], В. Близнюк [4], А.П. Гайдуцький [5], М.І. Пітюлич [9], В.О. Рюль [10] та інших.

Виділення невирішених раніше частин проблеми. Одними з суттєвих перепон на шляху України до довгострокового динамічного соціально-економічного зростання є перманентне зменшення чисельності населення країни та значний відплив з країни працездатного населення через структурні відповідності між структурно-кваліфікаційними характеристиками пропозиції та попиту на ринку праці. Відтак актуальним є завдання реальної оцінки наслідків сучасних міграційних рухів, яке має сприяти досягненню адекватності структури міграційних потоків потребам економіки і суспільства, розробці відповідних соціально-правових заходів, що запобігатимуть негативному впливу тіньової міграції.

Мета дослідження. Метою дослідження є вивчення процесів міжнародної міграції робочої сили.

Основні результати дослідження. Міжнародна міграція – це переселення людей, що залишають країну свого походження або постійного місця проживання, в іншу країну тимчасово або постійно" [2, с. 32]. Проте існує суттєва різниця між поняттями міграції та трудової міграції. Відповідно до поставленої мети, в даній статті розглядаються процеси міграції робочої сили.

Міграцію трудових ресурсів визначають як переміщення людей у міжнародному територіальному просторі з метою пошуку місця роботи без зміни місця постійного проживання [9, с. 96-100]. Відповідно, міжнародну трудову міграцію робочої сили розглядають як "переміщення працездатного населення з однієї країни в іншу в пошуках роботи, вищої заробітної плати, кращих умов життя, у процесі якої відбувається формування її інтернаціональної вартості [6, с. 387]

Суть терміна "трудова міграція" визначають як переміщення особи з метою тимчасового працевлаштування, що супроводжується перетинанням державного кордону (зовнішня трудова міграція) або меж адміністративно-територіальних одиниць України (внутрішня трудова міграція) [7, с. 474-475].

Відповідно до Європейської конвенції про правовий статус трудових мігрантів, термін "трудовий мігрант" означає громадянина Договірної Сторони, якому інша Договірна Сторона дозволила перебувати на її території для здійснення оплачуваної роботи [1]. Тобто обов'язковою умовою трудової міграції є працевлаштування. Міграа-

ція ж є більш загальним поняттям і крім отримання роботи може мати і інші цілі (об'єднання родин, туризм, відвідування родичів, навчання тощо).

На думку вчених, сучасна міжнародна міграція робочої сили являє собою складний феномен, який впливає на всі сторони розвитку суспільства – економіку, політику, демографічну ситуацію, національні відносини, ідеологію, релігію тощо. Це означає, що міждержавна трудова міграція охоплює все більш значну частину населення, зростає її роль в житті суспільства, відповідно доцільно визначити і проаналізувати основні її закономірності в умовах глобалізації світової економіки (рис. 1).

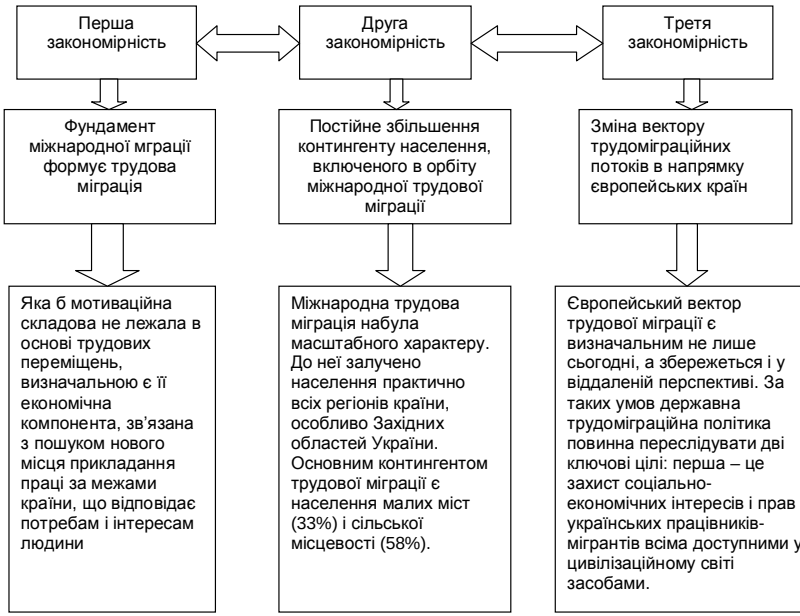

Рис. 1. Основні закономірності міжнародної міграції робочої сили з України в умовах глобалізації світової економіки [складено автором за [9]

Безумовно, що основним чинником формування інтелектуальних трудоміграційних потоків є процеси глобалізації, дія яких збережеться і у віддаленій перспективі. Підставою для такого висновку вчених є курс індустріально розвинених країн світу на інноваційний шлях розвитку, який формує попит на інтелектуальну працю в різних сферах економічної діяльності [9].

Оцінки значення міграційних процесів для суспільного розвитку неоднозначні, адже міграція, що є невід'ємною та однією з найбільш характерних рис динамічного сучасного способу життя, має як позитивні наслідки (перерозподіл трудових ресурсів планети, вирівнювання ступеня економічного розвитку, подолання відмінностей у рівні життя народів різних країн, здійснення мігрантами грошових переказів у країни походження для споживання домогосподарств та інвестування, наближення, взаємопроникнення і взаємозбагачення культур тощо), так і негативні (зміна репродуктивної поведінки мігрантів, послаблення та розрив сімейних зв'язків, поширення утриманських настроїв серед членів сімей трудових мігрантів, втрата кваліфікованих працівників й інтелектуального потенціалу держави, декваліфікація спеціалістів, асиміляція та втрата етнічних ознак, культурної самоідентифікації, відсутність соціального захисту мігрантів, дискримінація,

ксенофобія, зростання обсягів нелегальної міграції, примусової праці та торгівлі людьми).

Розв'язання міграційних проблем є важливим завданням для України. Донедавна майже неактуальне питання переміщення українських громадян на роботу за кордон, сьогодні перетворилося на проблему державної ваги. Все більше громадян України намагаються виїхати в інші країни на постійне, тривале або тимчасове проживання, вбачаючи в цьому надійний шлях вирішення багатьох життєвих проблем.

Демографічна криза, до якої головним чином, призводить міграція населення, – є наслідком старіння нації. Молодше покоління, женучись за забезпеченим та більш стабільним життям, покидає домівки, як наслідок – поступово вимирають, навіть, цілі села. Особливу увагу слід звернути на те, що масштаби трудової міграції з України збільшує її "ланцюговий" характер, який проявляється у тому, що вдале працевлаштування одного мігранта нерідко тягне за собою міграцію всіх його родичів і знайомих. У сільській місцевості дію цього чинника підсилюють розгалужені по населених пунктах сільського типу родинні зв'язки і груповий ("бригадний") характер працевлаштування чоловіків, які серед трудових мігрантів кількісно переважають [10].

Найчастіше українські заробітчани виїжджають за кордон терміном від 1 до 6 місяців. Це так звані мігранти-сезонники, більшість з яких працює за кордоном на тих робочих місцях, що не потребують тієї кваліфікації, яку вони мають. Основними країнами працевлаштування мігрантів-сезонників є Росія, Польща, Німеччина. На більш тривалий термін – у середньому 1,5-2 роки – трудові мігранти виїжджають до Італії, Іспанії, Португалії [5, с. 4].

Основними сферами зайнятості працівників-мігрантів є: будівництво, сільське господарство, колективні послуги (прибирання вулиць та будівельного сміття), транспорт і зв'язок, послуги домашньої прислуги (прибирання домівки, готування їжі, доглядання дітей та немічних людей похилого віку), промисловість (переважно виробництво товарів широкого вжитку – хлібобулочних виробів, одягу, взуття), сфера торгівлі та сервісу (у т. ч. готельний бізнес). При цьому розподіл трудових мігрантів за сферами діяльності суттєво варіює залежно від статі та країни перебування. Наприклад, у Польщі, Чехії, Словаччині і Португалії люди зайняті на будівництві та присадибному господарстві. В Італії, Великобританії, Німеччині, Іспанії мігранти доглядають за хворими й особами похилого віку. У США, Канаду, Ірландію, Ізраїль приїжджають працювати програмісти, медики, підприємці [8, с. 4; 5, с. 89]

Загалом соціологічні дослідження підтверджують, що орієнтація за кордон для постійного проживання більше притаманна особам, які мають досвід трудової міграції, ніж тим, хто такого досвіду не має, а з числа заробітчан – тим мігрантам, котрі частіше і довше перебували за кордоном [8, с. 6]. Таким чином, трудова міграція виступає фактором, що підвищує ризик еміграції. Тобто нинішні тимчасові поїздки на заробітки можуть перетворитися для України у незворотні втрати населення. Окрім того, ця перспектива стає більш реальною зі збільшенням строків заробітчанських поїздок, створенням умов для мігрантів у країнах-реципієнтах, кращою адаптацією українських мігрантів за кордоном, покращенням внаслідок цього їх заробітків та умов проживання.

Висновки. Отже, сучасна міграція має досить вагоме підґрунтя. Вважаємо, що однією з головних причин, яка спонукає населення мігрувати – це пошук в інших регіонах чи, навіть, за кордоном робочих місць, яких не вистачає, або які є низькооплачуваними у регіонах власне мігруючого населення. Така міграція трудової сили є сьогодні найбільш популярною. Але в той самий час, у зв'язку з такою тенденцією – у розвинених країнах та регіонах зростає попит на порівняно дешеву робочу силу. Складна політична ситуація на сьогодні також є однією з основних причин масового переміщення населення. Не менш важливою проблемою є і нелегальна міграція.

Тенденції міграції вказують на нагальну потребу негайного запровадження в Україні жорсткого контролю, спрямованого на обмеження міграційних потоків. Вирішенням проблеми мусить займатись держава, яка перш за все має покращувати рівень життя та забезпечувати нові робочі місця.

Загалом державна міграційна політика має базуватись на збереженні та розвитку людського потенціалу; забезпеченні ефективної зайнятості; зростанні оплати праці і

доходів; підвищенні рівня соціальної безпеки і соціальної захищеності працівників; залученні інвестицій у безперервне професійне навчання; заохоченні високої мотивації до праці, творчої реалізації працівників; прагненні до набуття конкурентних переваг у праці та освітньо-професійному розвитку; забезпеченні конкурентоспроможності робочих місць

Таким чином, інтеграція України у світовий ринок передбачає всебічне врахування тенденцій розвитку сучасної міжнародної трудової міграції, її форм та особливостей, механізму її державного регулювання.

Список використаних джерел

1. Європейська конвенція про правовий статус трудящих-мігрантів [Електронний ресурс]: ратифікована з застереженням Законом № 755-V (755-16) від 16.03.2007 р. – Режим доступу: iom.org.ua/ua/legislation-ukr/migration-related-legislation-ukr/workers-and-members-of-their-families.html.
2. Док. ООН A/CN.4/SER.A/1993/Add.1 // Ежегодник комиссии международного права. – Т. 2. Нью-Йорк; Женева: ООН, 1993. – P. 32, 254-259
3. Ангелко І. Соціально-економічні наслідки впливу міжнародної міграції робочої сили на добробут населення України/ І. Ангелко // Вісник Тернопільського національного економічного університету. – 2014. – Вип. 2. – С. 65-73.
4. Близнюк В. Соціально-економічні складові трудової міграції / В. Близнюк // Вісник Київського національного торговельно-економічного університету. – 2014. – № 4. – С. 20-32.
5. Гайдуцький А. П. Характерні риси української трудової міграції за кордоном / А. П. Гайдуцький // Економіка та держава. – 2007. – № 9. – С. 88-92
6. Економічна енциклопедія: У трьох томах. –Том 2 / Редкол.: С.В. Мочерний (відп. ред.) та ін. – Київ: Видавничий центр "Академія", 2001. – 848 с.
7. Капітан В. Трудова міграція як аспект проблеми зайнятості в Україні / В. Капітан // Ефективність державного управління. – 2012. – Вип. 32. – С. 474-481.
8. Міграція в Україні: факти і цифри. – 2-ге вид. – К. : Міжнар. орг-ція з міграції (МОМ) в Україні, 2013. – 14 с
9. Пітюлич М.І. Новітні тенденції розвитку міжнародної трудової міграції та їх наслідки для України / М.І. Пітюлич// Науковий вісник Мукачівського державного університету. Серія: Економіка. – 2014. – Випуск 1 (1). – С. 96-100
10. Рюль В.О. Особенности трансграничной трудовой миграции (на примере Закарпатья) / В.О. Рюль [Электронный ресурс]. – Режим доступу: cyberleninka.ru/article/n/osobennosti-transgranichnoy-trudovoy-migratsii-na-primere-zakarpatya.pdf

Марчук М.О.

Науковий керівник:
к.е.н., доцент ***Костинець Ю.В.***

ЧИННИКИ ВПЛИВУ НА СТАН МІЖНАРОДНОГО ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ

У статті досліджено особливості формування сучасного стану туристичної галузі, чинників її розвитку та існуючої проблематики. Визначено основні поняття, чинники та складові туризму в Україні. Узагальнено проблеми необхідності відповідності національних та міжнародних стандартів туристичної індустрії з урахуванням особливостей економічного середовища регіону.

Ключові слова: *чинники, туризм, міжнародні стандарти, економіка*

Марчук М.А.

ФАКТОРЫ ВЛИЯНИЯ НА СОСТОЯНИЕ МЕЖДУНАРОДНОГО ТУРИЗМА В УКРАИНЕ

В статье исследованы особенности формирования современного состояния туристической отрясли, факторов его развития и существующей проблематики. Определены основные понятия, факторы и составляющие туризма в Украине. Обзор проблемы необходимости

соответствия национальных и международных стандартов туристической индустрии с учетом особенностей экономической среды региона.

Ключевые слова: *факторы, туризм, международные стандарты, экономика.*

Marchuk M.O.

FACTORS OF INFLUENCE ON THE STATE OF INTERNATIONAL TOURISM IN UKRAINE

In the article the factors of the formation tourism industry and importance in the dynamics of development and ego issues. The basic concept, factors and included parts of tourism in Ukraine. Generalized problems necessity of compliance with national and international standards, taking into the features of the economic environment of the region.

Key words: *factors, tourism, international standards, economy*

Постановка проблеми. Із розвитком і розширенням світових кордонів туризм стає основою, головним індикатором аналізу стану та благополуччя світу загалом і кожної держави окремо. Ведення туристичного бізнесу, розвиток індустрії туризму на державному і міжнародному рівнях має ряд невирішених проблем, пов'язаних з тим, що законодавство різних країн має відмінності, а вплив цілого ряду економічних, політичних і соціально-культурних факторів грає визначну роль у формуванні туристичного ринку, його стабільності та розвитку.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Питання туристичної галузі розглядали такі вченні, як: М. Бондаренко [2], С. Грабовенська [3], Н. Карачина [5], П. Пуцентейло [4], І. Смирнов [11], О. Трохимець [13], І. Чебан [13], І. Школа [7,9] та інші. В роботах цих авторів досліджуються методологічні, теоретичні та практичні аспекти розвитку туристичної сфери в Україні та світі.

Ознайомившись з науковими працями зарубіжних та вітчизняних вчених, можна зробити висновок, що питання основних проблем, умов, чинників міжнародного туризму розглядаються та активно вивчаються. Але окрім основних питань, які вивчаються, не потрібно забувати про наявність ряду невирішених проблем. Також зазначимо, що питання розвитку міжнародного туризму в Україні під впливом процесів глобалізації та інтеграції потребує додаткового вивчення, адже воно є надзвичайно актуальним.

Мета. Визначити основні поняття, чинники та складові туризму в Україні. Узагальнити проблеми необхідності відповідності національних та міжнародних стандартів туристичної індустрії з урахуванням особливостей економічного середовища регіону.

Виклад основного матеріалу дослідження. Відповідно до Закону України "Про туризм" до міжнародного туризму належать: в'їзний туризм – подорожі в межах України осіб, які постійно не проживають на її території, та виїзний туризм – подорожі громадян України та осіб, які постійно проживають на території України, до іншої країни. Необхідно зазначити, що з прийняттям Закону України "Про туризм" було задекларовано сприятливі умови для підприємництва і розвитку туристично-рекреаційних регіонів, удосконалення і пропаганди національної культури в Україні та за її межами [1]. Проаналізувавши погляди Н.П. Карачиної, можна зробити висновок, що створення високорозвиненої конкурентоспроможної туристичної галузі в нашій країні приверне увагу іноземців, підвищить авторитет держави на світовому рівні, що в свою чергу сприятиме залученню зарубіжних інвестицій. Принципово нова політична, економічна й соціальна ситуація, що склалася в Україні, її вихід як самостійного суб'єкта на міжнародну туристичну арену потребує системного державного підходу до організації туристичної галузі в нашій державі. Звичайно, в цьому випадку, центральною проблемою стає пошук інвестицій. Зрозуміло, що здійснення подібної акції вимагає великої організаційної підготовки і розробки відповідних законодавчих проектів [5] .

Зростання ролі міжнародного туризму – відображення розширення зовнішньоекономічних зв'язків у світовій системі. Це стосується й України, де розвиток іноземного туризму набирає все більших темпів. Розвиток міжнародного туризму суттєво впли-

ває на зайнятість населення, його мобільність [2].

Важливо зазначити, що Україна як незалежний суб`єкт на світовому ринку послуг вперше заявила про себе на туристичному салоні у Познані в 1993 році, коли було укладено понад 300 контрактів, переважно з приймання туристів у країні [13].

Однією з ключових проблем туристичної індустрії в Україні є те, що наявні туристичні ресурси використовуються не в повному обсязі, оскільки одночасна місткість природних ресурсів України з урахуванням можливого навантаження та екологічних вимог – до 50 млн. осіб (фактичний рівень використання внутрішніх туристично-рекреаційних ресурсів – 7-9%). Це спричинено відсутністю коштів на проведення маркетингу туризму в Україні, що викликає негативне ставлення в потенційних туристів; низький рівень сервісу [9].

З огляду на це, Україна сьогодні не створює відповідної конкуренції на ринку туризму багатьом країнам Центральної та Східної Європи, що межують із нею, в яких скасовано візові вимоги до громадян Сполучених Штатів, Канади і країн-членів Європейського Союзу, інтенсивно здійснюється маркетинг туристичних послуг та продуктів. Світовий досвід засвідчує, що індустрію туризму можна розвивати і в період економічних криз, оскільки витрати на створення одного робочого місця тут у 20 разів менші, ніж у промисловості, а оборотність інвестиційного капіталу в 4,2 рази вища, ніж в інших галузях господарства. Деякі регіони уже сьогодні попри усі економічні негаразди із особливим ентузіазмом взялися за створення нових місць відпочинку, відновлення існуючих пам`яток і культурних центрів [9].

Україна має вигідне географічне та геополітичне розташування, розвинуту транспортну мережу, володіє значними природно-рекреаційним та історико-культурними ресурсами. Забезпечити належну віддачу від цього потужного потенціалу, використати його в інтересах активного відпочинку та оздоровлення можна лише за чіткої організації туризму, створення і зміцнення матеріально-технічної бази, залучення до неї досвідчених і кваліфікованих кадрів, тобто за умови ефективного управління туризмом [7].

Зазначимо, що фактори впливу на розвиток туризму різноманітні й багатогранні. Наявність сприятливих факторів приводить до лідерства окремих регіонів і країн у світовому туризмі, і навпаки, небажані фактори знижують туристичний потік.

Основні фактори, що впливають на розвиток туризму, можна розподілити на дві групи: статичні і динамічні, складові цих факторів зазначені на малюнку нижче.

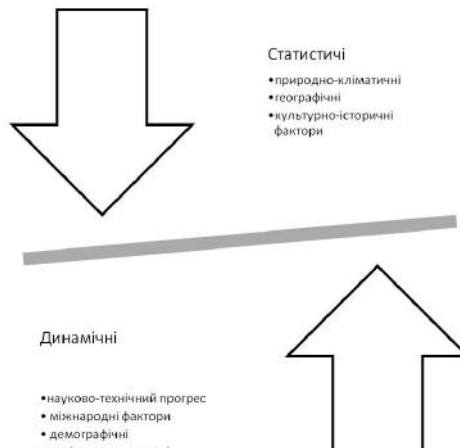

Рис. 1. Фактори впливу на розвиток туризму (розроблено автором) [14]

Статичні мають незмінне в часі значення. Динамічні ж – це постійно діючі фактори, що в певні періоди можуть підсилюватися чи послаблюватися різними менш масштабними й короткочасними кон'юнктурними змінами, такими як, наприклад, економічні кризи, природні катаклізми, погроза тероризму і тому подібне. Вагомість динамічних факторів сьогодні надзвичайно висока, про що свідчить Рис.1. Враховуючи стрімкий занепад на економічній та політичній аренах не лише України, а й усього світу роль динамічних факторів виходить на перший план.

Найважливіші фактори, що зумовлюють розвиток туризму за кордоном:

Рис. 2. Фактори розвитку туризму за кордоном (розроблено автором) [14]

Підтримка збоку державних органів. Досвід різних країн показує, що успіх розвитку туризму прямо залежить від того, як на державному рівні сприймається ця галузь, наскільки вона користується державною підтримкою.

Зростання суспільного багатства. У післявоєнні роки в розвинутих країнах світу значно збільшилися доходи на душу населення. При цьому витрати на харчування і предмети розкоші скорочуються, а частка витрат на туризм збільшується. Усереднені дані за різними країнами свідчать, що в загальній сукупності витрат витрати на подорожі за підрахунками автора статті становлять приблизно 12-19 %.

Розвиток транспорту сприяв збільшенню мобільності суспільства і, відповідно, зростанню подорожей.

Урбанізація. Концентрація населення в містах, відрив від природи викликає необхідність проведення вільного часу поза зонами постійного проживання. Найвищий рівень урбанізації в країнах Північної Америки (77 %) і Європи (71 %) [14]. Ці регіони є основними "постачальниками" туристів. Усередині однієї країни ступінь туристичної активності міського населення значно вищий, ніж сільських жителів. Причому чим більше місто, тим більша кількість жителів віддають перевагу подорожі.

Рівень суспільної свідомості. У перші післявоєнні роки люди використовували вільний час для відновлення фізичних і розумових сил з метою підвищення продуктивності праці; у 60-70-і роки пріоритетним напрямком стає споживання і нагромадження матеріальних благ (придбання нерухомості, товарів, тривалого користування, предметів розкоші і тому подібне). У 80-ті роки споживання матеріальних благ поступається місцем духовним цінностям, зокрема, потребі в подорожах [4].

Увесь комплекс чинників, що впливають на розвиток міжнародного туристичного бізнесу, можна поділити на дві групи:

– чинники, що діють незалежно від діяльності організацій індустрії туризму (мотиваційні, економічні, політичні, географічні, соціальні, екологічні);

– чинники, що сприяють розвитку туризму, які активно використовують туристичні організації у своїй діяльності (науково-технічний потенціал).

Однак поряд із позитивними чинниками туризм відчув негативний вплив низки різнорідних чинників, серед яких – природні катастрофи, соціальні потрясіння, війни,

економічні кризи. Незважаючи на це, з 1950 року (початок регулярного обліку туристичних потоків) не було відзначено жодного значного спаду темпів зростання міжнародного туризму, який за період останніх 15 років зростав щорічно на понад 4% [11].

На сьогоднішній день туризм виступає важливою частиною світової економіки. За даними Міжнародної туристичної організації частка туризму в світовому ВВП становить близько 9 % та близько 30 % у світовому експорті послуг та 6 % від обсягів світової торгівлі. В галузі туризму працює більш ніж 235 млн. осіб або кожний 12 працівник [10].

Автор погоджується з думкою Генерального секретаря UNWTO Талеба Ріфаї про те, що в умовах нинішньої економічної невизначеності туризм є одним з небагатьох секторів економіки у світі, який активно розвивається та стимулює економічний прогрес у країнах що розвиваються і у розвинених країнах, а що ще більш важливо, створює робочі місця [6].

Що стосується України, то в нашій країні існують всі передумови для розвитку туристичної сфери.

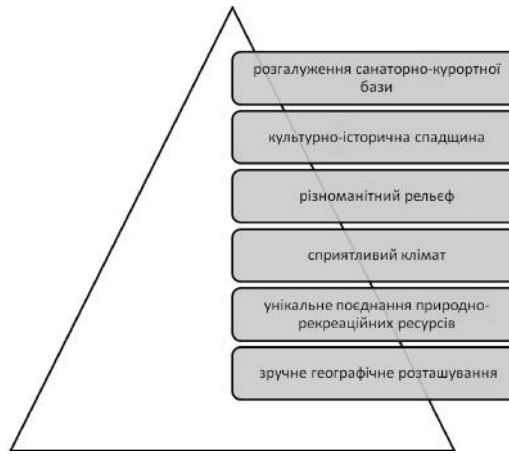

Рис. 3. Передумови розвитку туризму в Україні [розроблено автором] [3]

Усі вищеперераховані фактори зумовлюють конкурентні переваги України в пропозиції туристичного продукту. Туристичний потенціал України на сьогодні розкрито не повною мірою, про що свідчить 1,5-2,5 % частка туристичної галузі в структурі ВВП країни [3]. Основними перепонами розвитку туристичного сектору в Україні сьогодні виступають чинники управлінського, економічного, екологічного, соціального та культурного характеру.

Незважаючи на ряд несприятливих чинників, туристична галузь в Україні динамічно розвивається. Аналіз туристичних потоків показує стабільний розвиток в'їзного туризму протягом останніх 10 років (середньорічний приріст становив 12,6 %), відносно стабільний розвиток виїзного туризму (середньорічний приріст – 3,8 %), та стабільну динаміку внутрішніх потоків (2,7 %), що може свідчити про підвищення рівня конкурентоздатності України на міжнародній арені. Розвиток туристичної діяльності в свою чергу сприяв інвестиціям в галузь і, відповідно, подальшому підвищенню рівня конкурентоспроможності галузі [12].

Вважають, що туристична інфраструктура країни сьогодні розвинена недостатньо і застаріла морально. Варто зосередити увагу на тому, що внутрішні туристичні потоки достатньо забезпечені в'їзним туристичним потоком і відчувають нестачу у вітчизняних туристах, причому протягом 2013 року частка внутрішніх туристів на

ринку мала тенденцію до скорочення. А у 2014 році динаміка мала позитивне значення, про що свідчать дані табл.1.

Останнім часом у сфері туризму відбуваються серйозні позитивні зміни: розробляються нові маршрути, розвивається готельна інфраструктура, підвищується рівень обслуговування туристів і поліпшується відвідуваність туристичних об'єктів. Туристично-рекреаційні можливості України викликають велику зацікавленість у представників міжнародної туристичної індустрії. Усі ці фактори впливають на динамічне зростання туристичних потоків та надходжень від туристичної діяльності. Виходячи з таблиці нижче (табл.1) ми можемо помітити спад деяких показників, але, наприклад, загальна кількість екскурсантів, за 2014 рік збільшилась мало не в два рази (на 0,52 млн. чоловік, що на 43,99 % більше ніж показник 2013 року) і це без урахування тимчасово окупованої території [8].

Таблиця 1.

Туристичні потоки та їх динаміка *[розрахунок автора за даними [8]]*

	К-ть громадян, які виїжджали за кордон (усього), млн. ос.	Абс.	Відн. %	К-ть громадян, які відвідали Україну (усього), млн. ос.	Абс.	Відн. %	К-ть екскурсантів, млн. осіб	Абс.	Відн. %
2005	16,45	-	-	17,63	-	-	1,70	-	-
2006	16,88	0,42	2,50	18,94	1,31	6,89	1,77	0,06	3,63
2007	17,33	0,46	2,65	23,12	4,19	18,11	2,39	0,62	26,09
2008	15,50	-1,84	-11,85	25,45	2,33	9,14	2,41	0,01	0,53
2009	15,33	-0,16	-1,07	20,80	-4,65	-22,36	1,91	-0,50	-26,00
2010	17,18	1,85	10,75	21,20	0,40	1,91	1,95	0,04	2,26
2011	19,77	2,59	13,11	21,42	0,21	0,99	0,82	-1,13	-137,36
2012	21,43	1,66	7,74	23,01	1,60	6,94	0,87	0,04	4,86
2013	23,76	2,33	9,80	24,67	1,66	6,72	0,66	-0,21	-31,48
2014	22,44	-1,32	-5,90	12,71	-11,96	-94,09	1,17	0,52	43,99

Динамікою у статистиці називають зміну соціально-економічного явища в часі. Відносна величина динаміки характеризує напрям та інтенсивність зміни показника за часом і визначається співвідношенням його значень за два періоди або моменти часу. Саме таку динаміки можна побачити у таблиці 1. Порівнюючи значення показників кількості виїжджаючих з України, дістанемо темпи їх зростання (чи спаду, як в 2008 та 2014 роках). Цікавим є те, що зменшення кількості тих, хто виїжджав з України у 2008 на 1,84 млн. чоловік у відсотковому вираженні було спадом у 11,85 %, в той час як зменшення цього показника у 2014 на 1,32 млн. чоловік є зменшенням лише на 5,9 %. Зменшення ж кількості тих, хто виїжджав з України свідчить про зменшення добробуту населення і з огляду на схожі спади в часи економічних криз (у 2008 та 2009 роках), можна робити висновок про адекватність такого явища і сподіватись на подальше зростання кількості тих, хто зможе виїхати за кордон не лише для пошуку роботи чи нового місця проживання, а за новими враженнями уже в найближчому майбутньому. Показник кількості тих, хто приїжджав в Україну, останні роки мав позитивну динаміку до 2014 року. Зростання зазначеного показника у 2012 та 2013 на 1,6 та 1,62 млн. осіб відповідно було наслідком проведеного в Україні чемпіонату по футболу та ряду інших факторів, а спад цього показника у 2014 на 11,96 млн. осіб, що є зменшенням на 94,09 відсотків – наслідком нестабільної політичної ситуації, збільшення терористичних загроз, проведення воєнних дій та економічного спаду.

Висновки. При аналізі сучасного стану міжнародного туризму в Україні необхідно враховувати особливості його інтегрування у світову економіку. В той же час слід зауважити, що туристична галузь України має цілий ряд проблем, що гальмують розвиток туризму: відсутність цілісної системи державного управління туризмом у

регіонах; недостатність методичної, організаційної, інформаційної та матеріальної підтримки суб'єктів підприємництва туристичної галузі з боку держави; невідповідність переважної більшості туристичних закладів міжнародним стандартам; незадовільний стан туристичної, сервісної та інформаційної інфраструктури в зонах автомобільних доріг та міжнародних транспортних коридорів; недостатня забезпеченість туристичної галузі висококваліфікованими спеціалістами; недосконалість бази даних стосовно об'єктів туристичної сфери.

Крок уперед у туристичній сфері України можливий лише за умови суцільного і всебічного його розвитку. Економічний розвиток, його зростання і підвищення рівня культури й освіченості усіх громадян у різноманітних сферах життєдіяльності може стати запорукою процвітаючого у нашій країні туризму.

Список використаних джерел

1. Про туризм: Закон України від 15.09.1995 № 324/95-ВР [Електронний ресурс]. – Режим доступу: zakon.rada.gov.ua.
2. Бондаренко М.П. Туристичний сектор економіки України: реалії та перспективи / М. П.Бондаренко // Економіка і прогнозування. – 2011. – № 1. – С. 104-119.
3. Грабовенська С.П. Сучасний стан і тенденції розвитку туристичної сфери в Україні. Грабовенська С.П. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: www.newbiznet.com.ua.
4. Пуцентейло П.Р. Економіка і організація туристично-готельного підприємництва: Навчальний посібник. – К.: Центр учбової літератури, 2007. – 344 с.
5. Карачина Н.П. Розвиток міжнародного туризму в Україні у контексті світової інтеграції / Н.П. Карачина, О.О. Савіцька // Молодий вчений. – 2014. – №5. – С. 109-113.
6. Международный туризм: движущая сила восстановления экономики [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://media.unwto.org/ru.
7. Менеджмент туристичної індустрії: Навчальний посібник / За ред. проф. Школи І.М. – Чернівці: ЧТЕІ КНТЕУ, 2003. – 662 с.
8. Офіційний сайт Державної служби статистики. Колективні засоби розміщування [Електронний ресурс]. – Режим доступу: www.ukrstat.gov.ua.
9. Розвиток туристичного бізнесу регіону: Монографія / За ред. доктора економічних наук, професора Школи І.М. – Чернівці: Книги – ХХІ, 2007. – 292 с.
10. Світова туристична організація UNWTO. Офіційний сайт [Електронний ресурс]. – Режим доступу: ww.unwto.org
11. Смирнов І.Г. Фінансові потоки та моделі управління в міжнародному туристичному бізнесі // Зовнішня торгівля, право та економіка. – 2006. – № 5. – С. 18-24.
12. Статистичний щорічник України за 2011 рік / Державна служба статистики України / Київ, ТОВ "Август Трейд", 2012 – 559 с.
13. Трохимець О.І. Розвиток туризму в Україні та його стратегічне значення для національної економіки // Держава та регіони. Сер. Економіка та підприємництво. – 2012. – Вип. 3. – С. 62-66
14. Чебан І. Урбанізація і її вплив на розвиток туризму / І. Чебан [Електронний ресурс]. – Режим доступу: blogggeogr.blogspot.com.

Осос П.А.

Науковий керівник:
к.е.н., доцент ***Матвійчук-Соскіна Н.О.***

ПРІОРИТЕТИ ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНОЇ ПОЛІТИКИ УКРАЇНИ НА ПРИКЛАДІ СПІВПРАЦІ З ПОЛЬЩЕЮ

У статті досліджено сучасний стан зовнішньоекономічної політики України, поглиблення співпраці з нашим стратегічним партнером Польщею. Визначено основні напрямки та проблеми інтеграції України в Європейський Союз. Узагальнено проблему зовнішньоекономічної політики України, та рекомендації щодо її вирішення.

Ключові слова: *Зовнішньоекономічна політика, Європейський Союз, Східне партнерство, товарна структура, інвестиції*

Осос П.А.

ПРИОРИТЕТЫ ВНЕШНЕЭКОНОМИЧЕСКОЙ ПОЛИТИКИ УКРАИНЫ НА ПРИМЕРЕ СОТРУДНИЧЕСТВА С ПОЛЬШЕЙ

В статье исследовано современное состояние внешнеэкономической политики Украины, углубление сотрудничества с нашим стратегическим партнером Польшей. Определены основные направления и проблемы интеграции Украины в Европейский Союз. Обобщены проблеми внешнеэкономической политики Украины, и рекомендации по ее решению.

Ключевые слова: *Внешнеэкономическая политика, Европейский Союз, Восточное партнерство, товарная структура, инвестиции*

Osos P.A.

PRIORITIES OF THE EXTERNAL ECONOMIC POLICY OF UKRAINE ON THE EXAMPLE OF COOPERATION WITH POLAND

In the article the current state of the external economic policy of Ukraine as well as deepening of cooperation with our strategic partner – Poland are investigated. The main directions and problems of integration of Ukraine into the European Union are defined. The problems of the external economic policy of Ukraine are generalized, and the recommendation about their solving are given.

Key words: *External economic policy, European Union, Eastern Partnership, commodity structure, investments*

Постановка проблеми. Зовнішньоекономічна політика держави є важливим і невід'ємним інструментом, для формування ефективного зовнішньоекономічного механізму, який здатен позитивно впливати на позитивне сальдо торгового балансу Україні.

Ефективна зовнішньоекономічна політика сприяє зміцненню експортного потенціалу країни ,підвищенню конкурентоспроможності українських товарів на світових ринках, а також залучення іноземних інвестицій в усі галузі народного господарства.

Аналіз останніх публікацій і досліджень. Особливості зовнішньоекономічної політики розглядалися в працях зарубіжних та вітчизняних вчених серед дяких: О. Єлісєєва [4], А. Лізогуб [6], С. Науменко [9], М.О. Паламарчук [7], Г.М. Филюк [10] та інших.

Мета і задачі дослідження. Метою даного дослідження є вдосконалення ефективного формування зовнішньоекономічної політики України орієнтуючись на стратегічну співпрацю з Польщею, для зміцнення експортного потенціалу країни і отримання прибутків від ЗЕД.

Основні результати дослідження. Ефективність зовнішньоекономічної політики України та її міжнародний авторитет залежить від результатів внутрішніх реформ та формування ефективного внутрішнього економічного механізму, а саме подолання корупції, дотримання верховенства права, створення справедливої судової системи та підвищення добробуту громадян України шляхом формування концепцій для демократичного європейського розвитку України.

Якщо говорити про значення зовнішніх партнерів у здійсненні модернізації в Україні, то найбільша роль з огляду на географічні чинники, безперечно, належить Європейському Союзу, який є найближчим до нас серед гравців, що мають високий потенціал впливу на глобальні процеси та сформовані на основі порядків відкритого доступу. Хоча, варто визнати, членство України у цій структурі в середньостроковій перспективі є нереалістичною метою, Європейський Союз є безальтернативним як політичний та економічний партнер, і орієнтування на нього визначає пріоритетний напрям інтеграційних зусиль. ЄС виконує й особливу роль зразка функціонування порядків відкритого доступу в суспільствах, найбільш культурно близьких до українського. Хоча нині адекватно відтворити цей зразок в Україні неможливо, та й навряд чи доцільно, складно переоцінити його роль як джерела натхнення не лише для ініціаторів реформ, а й широких верств населення.

Держава член будучи членом Європейського союзу не може захиститись від негативних економічних впливів не проводячи ефективної як і внутрішньої так і зовнішньої економічної політики. Європейська інтеграціє є лише інструментом, який дає додаткові можливості для прискорення розвитку держави.

Головним завданням Євросоюзу, реалізованим у межах ініціативи Східного партнерства, мало бути поступове втягнення пострадянських країн у правове поле ЄС із дотриманням уже традиційної тактики "впливати, але не втручатися" і без надання особливих преференцій комусь із учасників [7].

В процесі вироблення пріоритетів зовнішньоекономічної безпеки України, в довгостроковій перспективі за умов інтеграції до ЄС, необхідно передусім виходити з умов функціонування спільного ринку Європейського Союзу. Свобода руху товарів є однією із чотирьох базових свобод Спільного ринку. Це означає не лише скасування всіх митних зборів, прийняття спільних митних тарифів та принципів торговельної політики, а й зняття будь-яких бар'єрів позатарифного характеру. У сферах, щодо яких ЄС вимагає гармонізації, має бути запроваджено нові стандарти, технічні норми та оцінку відповідності, тоді, як у сферах, що не підлягають гармонізації, обмеження має бути знято. Лібералізація руху товарів означає, що українським виробникам треба підвищити свою конкурентоспроможність, що призведе до зміцнення економічної безпеки країни в сфері зовнішньої торгівлі, і водночас скористатися перевагами доступу до ринку ЄС.

Вільний рух капіталу є основною умовою членства в ЄС. Україні необхідно скористатися його перевагами для прискорення темпів економічного зростання. Така свобода означає право підприємств і приватних осіб із країн ЄС необмежено інвестувати в Україні, право вільного трансферу прибутків і капіталу, а також право українських суб'єктів інвестувати за кордоном. Зважаючи на відмінності в надлишку та середній вартості факторів виробництва в Україні та ЄС, у цілому баланс руху капіталу має бути сприятливим для України [9].

Для осмисленого і цілеспрямованого здійснення зовнішньоекономічної та конкурентної політик необхідно чітко визначити їхню змістовну сутність.

Відповідно до ст.10 Господарського кодексу України, зовнішньоекономічна політика – це політика, спрямована на регулювання державою відносин суб'єктів господарювання з іноземними суб'єктами господарювання та захист національного ринку і вітчизняного товаровиробника" [2]. Зовнішньоекономічна політика тлумачиться як:

- діяльність державних законодавчих та виконавчих органів, спрямована на формування ефективних економічних відносин держави на міжнародній арені;
- політика, яка випливає з об'єктивно існуючих порівняльних і конкурентних переваг у різних галузях господарства передбачає пріоритет національних економічних інтересів в системі методів і форм регулювання світогосподарських зв'язків, ґрунтується на засобах тарифного та нетарифного регулювання, спрямована в цілому на створення конкурентного ринкового середовища, поступове формування економіки, орієнтованої на експорт;
- політичне оформлення міжнародних економічних зв'язків країни тощо. Таким чином, незважаючи на уявну відмінність підходів до трактування зазначено поняття, можна відмітити їх беззаперечну схожість у плані визначення головної мети зовнішньоекономічної політики держави;
- захист національних інтересів на міжнародній арені.

Не вдаючись у детальні пояснення особливостей реалізації зовнішньоекономічної політики України, окреслимо лише основні її суперечності у сфері зовнішньої торгівлі.

По-перше, лібералізація зовнішньої торгівлі на початку 90-х рр. XX ст., спрямована на розвиток конкуренції на внутрішньому ринку, насправді не забезпечила досягнення очікуваного результату. Різке збільшення імпорту товарів до України значно посилило вплив інфляційних процесів за рахунок пригнічення розвитку вітчизняного виробництва і спрямування дефіцитних валютних ресурсів не на технологічне оновлення власного виробництва, а на закупки великих партій споживчих товарів нерідко не найкращої якості.

По-друге, запровадження класичних механізмів захисту внутрішнього ринку також засвідчило помилковість цієї стратегії та не відповідає курсу на експортну експансію, взяту на озброєння всіма економіками сучасного світу, що динамічно розвиваються. З одного боку, в Україні захист виробника має в цілому пасивний характер, тобто спрямований на зниження рівня конкуренції з боку імпорту. Надання державної підтримки окремим підприємствам за відсутності довгострокової комплексної загальнодержавної програми структурної перебудови не забезпечило підвищення їх конкурентоспроможності. Навпаки, це тільки гальмувало прогресивні структурні зрушення. Навіть підприємства-монополісти, що є експортоорієнтованими і забезпечували в умовах економічного зростання високий рівень прибутковості, не модернізовані та характеризуються високим рівнем енергомісткості, а також залежності від імпортних поставок.

По-третє, нераціональною є структура експорту – імпорту товарів і послуг: експортуються, в основному, товари з низькою часткою доданої вартості, а імпортуються, головним чином, традиційні товари й послуги з високою її часткою. У структурі товарного експорту на сировинну продукцію припадає близько 60%, а на високотехнологічну – відповідно, лише 3%. Серед зазначеної номенклатури: аерокосмічна техніка, телекомунікаційне та електротехнічне устаткування, неелектрична техніка, хімічні продукти, наукові прилади, фармацевтичні продукти, комп'ютерна та офісна техніка, електрична техніка.

По-четверте, механізми регулювання імпорту за допомогою стандартів, екологічних, санітарних та інших норм безпеки споживання, також залишаються малоефективними, що, у свою чергу, створює ідеальні умови для перетворення ринку України на ринок збуту за низькими цінами недоброякісних і небезпечних для здоров'я або для навколишнього природного середовища товарів [10].

Східне партнерство не є програмою допомоги чи інфраструктурним проектом, а скоріше політичною пропозицією країнам регіону зміцнювати зв'язки з ЄС, яка надає досить дієві механізми взаємодії

Говорячи про найближчого сусіда і стратегічного партнера в ЄС для України Польщу, процес інтеграції якої з Євросоюзом був досить складним, а після першої спроби здійснення його взагалі було відтерміновано на десятки років. Нині з огляду на політико-правові реалії у Євросоюзі позиція Польщі як одного з ключових гравців є не лише вагомою, а й часом вирішальною. ЇЇ досвід на шляху до членства в Євросоюзі не лише є цінним практичним матеріалом, а й становить науковий інтерес для інших європейських держав-потенційних кандидатів на вступ до ЄС. Такий досвід може бути використано зокрема і Україною [6].

Республіка Польща сьогодні є прикладом країни, де ефективні економічні і суспільно-політичні реформи привели до потужного економічного зростання та політичної стабільності. Країна впоралася з наступом світової фінансової кризи,а її авторитет і політична вага у світі невпинно зростає. Країна змогла здійснити багато перетворень і характеризується як одна з найбільш стабільних та передбачуваних в Європі [1].

Зовнішньоекономічна діяльність є одним з головних факторів розвитку економіки Польщі. Протягом останніх 20 років в Польщі стабільно зростають як експорт, так і імпорт.

Що стосується імпорту товарів до Польщі, то, за даними Центрального статистичного управління Польщі, в 2014 році він сягнув 165,6 млрд. євро у порівнянні з 156,9 млрд. євро у 2013 році. [8].

Товарна структура польського імпорту у 2014 році.

Більшість товарів польського імпорту становлять обладнання та матеріали, необхідні для розвитку та модернізації виробництва, його технічного переозброєння. Так, це машини і транспортне устаткування (38,8% всього обсягу імпорту), проміжні промислові товари (21,0%), хімічні речовини (15,0%), мінеральні речовини, паливо, мастильні матеріали і пов'язані з ними матеріали (12,6%), а також інші промислові товари (9,0%) [8].

Незважаючи на те, що Польща є важливим експортером сільськогосподарських товарів, імпорт таких товарів також стабільно зростає.

Географічна структура польського імпорту у 2014 році.

Основні партнери по імпорту:

- розвинуті країни – 65,4% від загального обсягу імпорту;

з них:

- країни-члени Європейського Союзу – 58,6%;
- країни-члени Єврозони – – 46,1%;
- країни, що розвиваються, – 22,6%;
- країни Центральної та Східної Європи -12,0% [5].

Говорячи про співпрацю України та Польщі, розглянемо торгівлю товарами та послугами між Україною та РП (табл.1).

Таблиця 1.

Торгівля товарами та послугами між Україною та РП *[3]*

Рік	Обсяги, млн. дол. США		
	Імпорт в Україну	Експорт в РП	Взаємні обсяги торгівлі товарами і послугами
2010	2 924,4	1 878,7	4 803,1
2011	3 321,4	2 927,7	6 249,1
2012	3 743,5	2717,6	6 461,1
2013	4 234,3	2 761,1	6 995,4
2014	3 212,3	2 844,7	6 057,0
9 м. 2015	1 748,4	1 585,8	3334,2

За 9 місяців 2015 року обсяги зовнішньої торгівлі товарами України з Республікою Польща склали 3 133,0 млн. дол. США та у порівнянні з аналогічним періодом 2014 року зменшились на 20,1%. При цьому рівень українського експорту до РП становив 1 454,0 млн. дол. США, та у порівнянні з аналогічним періодом 2014 року зменшився на 29,7%. Рівень польського імпорту до України склав 1 679,0 млн. дол. США, та у порівнянні з аналогічним періодом 2014 року зменшився на 26,4% [8].

Від'ємне сальдо у зовнішній торгівлі з РП за 9 міс. 2015 року склало 225,0 млн. дол. США.

Обсяги зовнішньої торгівлі послугами України з Республікою Польща за результатами 9 міс. 2015 року впали на 23,2% від аналогічного рівня 2014 року і склали 201,2 млн. дол. США. Рівень українського експорту послуг до РП за 9 міс. 2015 року склав 131,8 млн. дол. США (спад на 15,2%), а рівень польського імпорту послуг до України – 69,4 млн. дол. США (спад на 37,8%) [8].

Одним з найважливіших напрямків співпраці є інвестиційне партнерство двох держав: в Україні йде інтенсивна робота над покращенням інвестиційного клімату, спрощенням податкового законодавства та дозвільної системи. Сьогодні польська продукція і послуги широко представлені на українському ринку. В Україні успішно працюють підприємства і банки з польським капіталом: фабрика будівельної кераміки "Церсаніт", фабрика паркету "Барлінек", меблева фабрика "Новий Стиль", фабрика упаковки "Кен-Пак", фабрика автозапчастин "Інтер-Гроклін", фабрика металообробки "Полімекс-Мостосталь", банк "Кредо", "Плюс-банк" та ін. Зовсім недавно, був підписаний меморандум про взаєморозуміння між польським "Bank Gospodarstwa Krajowego" і Державним експортно-імпортним банком України.

У свою чергу, українські інвестори також беруть активну участь у розвитку польської економіки. Зокрема, український капітал широко представлений у Польщі такими підприємствами, як: Варшавський автомобільний завод (інвестор – "АвтоЗАЗ"), металургійний комбінат "Гута Ченстохова" (інвестор – корпорація "Індустріальний союз Донбасу"), суднобудівний завод "стічні Гданську" (інвестор – "ІСД"),Стан та тенденції розвитку торгівельно-економічних... (інвестор – "Приват"), завод освіт-

лювальних приладів "Геліос" (інвестор "Іскра"), переробній завод "T.B. Fruit Dwikozy" (інвестор – компанія "T. B. Fruit "

Станом на 1 липня 2015 р., обсяги польських інвестицій в Україні становили 790,8 млн. дол. США, що складає 1,8% від загального обсягу іноземних інвестицій в Україну. З початку 2015 р. польські інвестиції скоротилися на 40,4 млн. дол. США [9].

Пік інвестицій було зафіксовано 1 липня 2013 року – на рівні 945,3 млн. дол. США. За даними Держкомстату України, за результатами 2013 року обсяги польських інвестицій в Україні зменшилися на 71,0 млн. дол. США, а за 2014 рік ще на 14,2 млн. дол. США.

Найвагомішими польськими інвестиціями в Україні є: фабрика будівельної кераміки "Церсаніт", фабрика паркету "Барлінек", меблева фабрика "Новий Стиль", фабрика упаковки "Кен-Пак", фабрика автозапчастин "Інтер-Гроклін", фабрика.

металообробки "Полімекс-Мостосталь", банк "Кредобанк", "Плюс-банк", кластерне утворення "Агромісто" [4].

За даними Державного комітету статистики України, обсяги українських інвестицій в польській економіці станом на 01.07.2015 р. склали 51,3 млн. дол. США, що становить 0,8% від загального обсягу українських інвестицій за кордоном. З початку 2015 р. українські інвестиції скоротилися на 2,1 млн. дол. США [3].

Висновки. Основним та безальтернативним рішенням для України – це інтеграція в Європейський союз та поглиблення співпраці з нашим стратегічним партнером Польщею. Для цього потрібно провести ряд реформ, а саме:

- технологічне оновлення власного виробництва,
- модернізація та зменшення енергомісткості на підприємствах вітчизняного виробника.
- спрямувати дії для забезпечення експорту товарів в основному з високою часткою доданої вартості,
- розробка нових стандартів контролю якості продуктів та послуг, екологічних, санітарних та інших норм безпеки споживання
- розробка механізму забезпечення у структурі товарного експорту перевагу високотехнологічній продукції

Список використаних джерел

1. Вступ Польщі до Європейського Союзу, НАТО та його наслідки // Незалежний аналітичний центр геополітичних досліджень [Електронний ресурс]. – Режим доступа: bintel.com.ua/uk.

2. Господарський Кодекс України: Відомості Верховної Ради України від 20.09.2015, підстава № 1602-18 // zakon.rada.gov.ua.

3. Державний комітет статистики. [Електронний ресурс]. – Режим доступа: www.ukrstat.gov.ua.

4. Єлисєєва О. Стан та тенденції розвитку торгівельно-економічних відносин України та Польщі. / О. Єлисєєва // Zeszyty Naukowe WSEI seria: EKONOMIA. – 2014. – № 1. – С. 199-208. – Режим доступа: www.bn.org.pl.

5. Комітет з питань ЗЕД Інформаційно-аналітична довідка / Київська Торгово-промислова палата [Електронний ресурс]. – Режис доступа: kiev-chamber.org.ua.

6. Лизогуб А. Історико-правові передумови інтеграції Польщі з Євросоюзом / А. Лизогуб // Віче. – К., 2007. – № 21-22. – С. 27-29 // libtomcat.knteu.kiev.ua.

7. Паламарчук М. О. Виклики модернізації в Україні: політичні аспекти : Монографія / М. О. Паламарчук / За ред. О. В. Литвиненка. – К.: НІСД, 2014. – 152 с.

8. Посольство України в Республіці Польща / Довідка [Електронний Ресурс]. – Режим доступа: poland.mfa.gov.ua.

9. Науменко С.В. Стратегія забезпечення зовнішньоекономічної безпеки України за умови вступу до Європейського Союзу / С.В. Науменко // Регіональна економіка. – 2007. – № 4. – С. 26-33.

10. Филюк Г.М. Зовнішньоекономічна та конкурентна політика України: суперечності розвитку, напрями гармонізації / Г. М. Филюк // Укр. соціум. – 2014. – № 1. – С. 99-105.

Пікарчук М.С.
Науковий керівник:
к.е.н., ст. викладач ***Костинець Ю.В.***

ПЕРСПЕКТИВИ УКРАЇНИ НА МІЖНАРОДНОМУ РИНКУ ПОСЛУГ

У статті проаналізовано фактори, що впливають на розвиток сфери послуг в тій чи в іншій країні, які допомагають вийти на міжнародний ринок послуг. За рахунок цього аналізу зроблені висновки щодо входження України на міжнародний ринок послуг

Ключові слова: *Сфера послуг, національні ринки, міжнародні ринки, фактори послуг, послуги.*

Пикарчук Н.С.

ПЕРСПЕКТИВЫ УКРАИНЫ НА МЕЖДУНАРОДНОМ РЫНКЕ УСЛУГ

В статье проанализированы факторы, влияющие на развитие сферы услуг в той или в другой стране, которые помогут выйти на международный рынок услуг. За счет этого анализа сделаны выводы о вхождении Украины на международный рынок услуг

Ключевые слова: *Сфера услуг, национальные рынки, международные рынки, факторы услуг, услуги.*

Pikarchuk N.S.

UKRAINE'S PROSPECTS IN INTERNATIONAL MARKETS SERVICES

The article analyzes the factors that influence the development of services in one or another country to help to enter the international market services. Through this analysis conclusions were made on the entry of Ukraine into the international market services.

Key words: *The service sector, national markets, international markets, factors services, services.*

Постановка проблеми та її зв'язок з важливими науковими або практичними завданнями. Розвиток всієї економіки держави залежить від багатьох факторів. Одним із цих факторів є розвиток сфери послуг. На даному етапі розвитку суспільства сфера послуг грає велику роль і має певний вплив. Глобальний експорт комерційних послуг у 2014 р. виріс на 4% і склав 4,9 трлн дол. У 2014 р. всі регіони світу продемонстрували зростання поставок комерційних послуг від 1% до 6%. Єдиним винятком є зона СНД, де даний показник зменшився на 8%, включаючи скорочення поставок транспортних послуг – 3%, туристичних послуг – 12% і так званих. інших послуг – 5% [12]. Через це вивчення особливостей і факторів сфери послуг має велике значення для розвитку в економіці, щоб триматись на рівні розвинених країн.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Вивчали і досліджували цю проблему такі вчені як І. Аракелова [1], В. Геєць [12], В. Козик [5], І. Крючкова [12], С. Кучин [6], Е. Ліанова [12], О. Любіцева [7], Я. Остафійчук [9], Л. Панкова [5], А. Філіпенко [12], В. Опарін [12], Сарматицька Н. В. [6], В. Федорова [12] та інші. В роботах наведених вище авторів досліджуються методологічні, теоретичні та практичні аспекти розвитку сфери послуг в Україні та світі.

Невирішені раніше частини загальної проблеми. Незважаючи на велику кількість праць, присвячених вивченню міжнародного ринку послуг, динаміка його розвитку вимагає постійних ґрунтовних системних досліджень для визначення перспектив входження України на нього.

Мета дослідження. визначити перспективи України на міжнародному ринку послуг.

Основні результати дослідження. Дослідник В. Козик наголошує на тому, що протягом тривалого часу в Україні домінувала думка, що економічне зростання в країні можна забезпечити лише за рахунок розвитку важкої промисловості – металургії, хімії, машинобудування, енергетичного сектора [5, с. 177].

Автор цієї статті, погоджуючись з думкою С. Кучина і Н. Сарматської, вважає доцільним наголосити на тому, що більшість країн світу перейшли від виробництва товарів до виробництва послуг. Саме послуги є джерелом довгострокового економічного зростання країн, що розвиваються, причому важливішим, ніж промисловість [6].

Відповідно, необхідно визначити сутність терміну "послуга".

Автор статті вважає, що найбільш доцільним є використання такого поняття "послуги" як : Послуги – це дії, результат яких споживається в процесі їх надання. Вони становлять собою діяльність індивіда на користь іншої особи. Тобто це "цілеспрямована діяльність, результати якої мають прояв в корисному ефекті" [7, с 32].

В міжнародній торгівлі розглядають понад 600 різновидів послуг, об'єднаних в такі класифікаційні групи [7, с.36]:

- транспортне обслуговування з підрозділом на пасажирські та вантажні перевезення;
- мандрівки ділові та особисті;
- зв'язок;
- будівництво;
- страхування;
- фінансові;
- комп'ютерні, інформаційні послуги;
- роялті та ліцензування;
- інші бізнес послуги, такі як посередницькі, технічні, лізінгові;
- персональні, культурні та рекреаційні послуги;
- послуги державних установ.

Послуги виробничі – нематеріальний результат виробничої діяльності, що виявляється безпосередньо у виді діяльності, спрямованої на зміну споживчих властивостей продукції [3, с. 50].

Послуги матеріальні – послуги, надані споживачам переважно у сфері обігу суспільного продукту. Матеріальні послуги містять у собі діяльність підприємств і організацій вантажного транспорту, заготівлі, торгівлі, матеріально-технічного постачання [3, с.50].

Послуги на світовому ринку – послуги, що надходять на зовнішній ринок, які здебільшого не мають упредметненої форми. Вони утворюють світовий ринок послуг, що розчленовується на більш вузькі ринки: ліцензій і ноу-хау, інженерно-консультаційних, транспортних послуг тощо [3, с.50].

Послуги з післяпродажної підтримки товару – послуги, спрямовані на підкріплення реального товару [3, с.50].

Послуги торгові – додаткова діяльність торговельного підприємства, спрямована на надання допомоги покупцям у здійсненні купівлі товарів, їхній доставці і використанні [7, с.121].

Сфера послуг – частина економіки, яка включає всі види комерційних послуг. Саме сфера послуг складає в економічно розвинутих країнах основну частину економіки (більше 50%). Решотою частин економіки прийнято вважати промисловість і сільське господарство [10].

Фактори, що сприяють розвитку сфери послуг, треба розглядати з двох позицій: з точки зору розвитку матеріального виробництва; з точки зору змін, що відбулися в економічній поведінці домогосподарства. З першої позиції йдеться про науково-технічний прогрес. Нові технології, в тому числі інформаційні, різко підвищили вимоги до складу і якості робочої сили, рівня менеджменту і маркетингу на підприємствах. Підготовку таких спеціалістів може забезпечити тільки розвинена сфера послуг. В оснащенні і результатах матеріального виробництва помітну роль стали відігравати складна техніка та обладнання, що спричинило підвищення рівня технічного обслуговування виробництва, створення сервісних центрів, тобто розширення зовнішньої і внутрішньої послугової діяльності; зріс попит на виробничі (монтаж, інжиніринг, лізинг) та після продажні послуги (кредит, ремонт). Також, автоматизація виробничих процесів зумовила суттєве зростання продуктивності праці, що, в свою

чергу, призвело до абсолютного витіснення робочої сили за межі матеріального виробництва, переливу її у сферу послуг. Такі зміни у суспільному виробництві отримали назву "софтизація" – процес зростання ролі нематеріальних ресурсів у забезпеченні суспільного відтворення, під яким розуміють насичення економіки науково-технічними розробками, інформацією, сучасними засобами зв'язку, оптимізацію й оперативність управління, зростання значення послуг із консалтингу, інжинірингу тощо [6]. Автор даної статті погоджується з наведеними факторами, але вважає доцільним акцентувати увагу на такому факторі, як дохід населення.

Збільшення доходів населення – один із найважливіших факторів у розвитку сфери послуг, саме тому розвинена сфера послуг є атрибутом багатого суспільства. Цей взаємозв'язок реалізується через поведінку споживача, який розглядає свій дохід як засіб купівлі тих чи інших благ. Статистика свідчить, що чим більше у людини вільного часу, тим більше вона потребує послуг.

Демографічні зміни також відіграють певну роль у розвитку сфери послуг. З одного боку, вони об'єктивно визначають масштаби сфери послуг через збільшення (зменшення) чисельності населення, з іншої – детермінують структуру цієї сфери, оскільки збільшення, наприклад, частки людей похилого віку (процес старіння населення, характерний для всіх розвинених країн), спричинює зростання попиту на медичні та рекреаційні послуги.

Дослідження факторів розвитку сфери послуг дозволяє зрозуміти її роль в сучасних умовах. Отже, роль сфери послуг проявляється в тому, що вона:

- є важливим сектором національного і світового господарства;
- відіграє важливу роль у розвитку людського капіталу;
- впливає на функціонування і розвиток матеріального виробництва;
- сприяє збільшенню вільного часу;
- створює можливості для повнішого задоволення і розвитку потреб людей і суспільства;
- є найважливішим елементом формування сучасної якості життя;
- забезпечує якість економічного зростання і підвищення конкурентоспроможності країни [12, с.292].

Особливістю розвитку сфери обслуговування у період формування ринкової економіки є збільшення питомої ваги послуг, які надають населенню за плату, а також розвиток комерційного сектора. До платних послуг належать побутові, житлово-комунальні, пасажирського транспорту, зв'язку, культури, деякі послуги установ освіти, охорони здоров'я, фізичної культури і спорту, правові, фінансових установ, санаторно-курортні, туристсько-екскурсійні, послуги дитячих дошкільних закладів та ін. В останні роки послуги були основним сектором, що забезпечують збільшення доданої вартості в економіці, і надалі їхня ключова роль у підтримці економічного зростання в Україні збережеться.

Як вже було зауважено, то люди прагнуть використовувати послуги, проте все залежить від доходів людини. У сфери послуг є ринки, попит на яких настільки великий і ціна рівноваги визначена так високо, що стає недоступною для більшості членів суспільства (наприклад, ринок житла в Україні). По-друге, ціновий механізм регулювання для деяких видів послуг не спрацьовує. Специфіка механізму функціонування ринку послуг і розвитку сфери обслуговування в Україні у перехідний період зумовлює особливості їхнього державного регулювання, яке передбачає регулювання підприємницької діяльності суб'єктів ринку, що надають платні послуги населенню, і державну підтримку розвитку некомерційного сектора сфери обслуговування.

Крім цього, деякі галузі соціального комплексу відносяться до найприбутковіших у господарстві, попри довгостроковий період окупності. Це туризм, санаторно-курортне господарство, освіта. Доцільно зазначити, що загальне послаблення підприємницької активності внаслідок погіршення умов господарювання негативно відобразиться на сегменті ринку, що є найбільш динамічним та приносить суттєву частку прибутків у країнах, де він найбільш розвинений, – на ділових послугах.

Попит на послуги з боку підприємств значною мірою залежить від динаміки діяльності малого бізнесу. Необхідними умовами, що закладають базу для нормаль-

ного функціонування та розвитку ринку нефінансових послуг, мають стати відповідне нормативно-правове забезпечення розвитку ринку послуг та забезпечення методологічної бази для проведення співставлення показників розвитку сфери послуг [4, с. 113].

Ще одним, важливим саме для України, фактором розвитку сфери послуг став незначний стартовий капітал. Ринок послуг саме з цієї причини є привабливим для підприємців. З одного боку, багато видів послуг не потребують значного стартового капіталу, що дозволяє сподіватися на швидку віддачу вкладень. З іншого боку, розвиток сфери послуг створює сприятливі умови для використання праці висококваліфікованих працівників.

Важливою складовою проблеми створення умов для розвитку ринку послуг є вдосконалення дії механізму місцевого самоврядування, тобто залучення громади до активної участі у визначенні пріоритетних напрямів зростання ринку послуг, посилення впливу населення на рішення регіональних органів влади, застосування механізму партнерства для стимулювання розвитку перспективних видів діяльності в сфері послуг.

Отже, факторами, які впливають на розвиток сфери послуг, є ВВП; доходи населення; індекс споживчих цін; обсяг реалізованих послуг.

Ці фактори, впливають на вартість послуги або на можливість її споживання, таким чином, надають прямий або опосередкований вплив на функціонування сфери послуг [1].

В Україні на даний момент ситуація по цих факторах характеризується даними, наведеними в таблиці 1:

Таблиця 1

Статистичні показники факторів розвитку сфери послуг в Україні *[10]*

Рік	2012	2013	2014
Обсяг реалізованих послуг (тис дол. США)	13527575,8	14836264,2	11520850,7
Індекс споживчих цін (%)	99,8	100,5	124,9
Доходи населення (млн. грн.)	1407197	1529406	1531070
ВВП млн. грн	1408889	1454931	1566728

Як свідчать дані табл. 1, обсяг реалізованих послуг за 2014 рік зменшився, що спричинило уповільнення розвитку економічного стану країни

Також автор порівнює Україну з більш розвинутими країнами які є лідерами експорту послуг у світі, що показує наскільки є актуальне це питання і до чого треба прагнути (рис. 1)

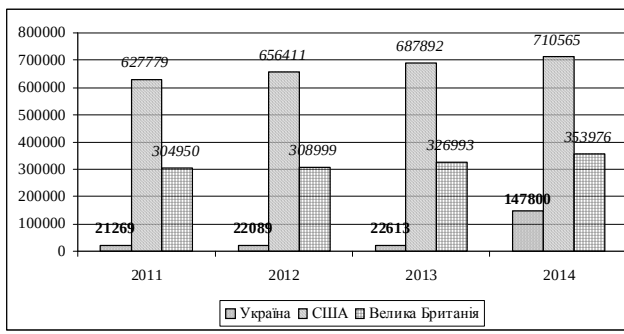

Рис. 1. Обсяги експорту послуг України, США, Великої Британії, млн. дол. США [побудовано автором за даними [14]]

Автор вибрав економічно розвинені країни, які мають досвід у реалізації сфери послуг в економічних відносинах, що дозволяє їм досягти вищих економічних результатів.

Як ми бачимо на рис.1 то різниця дуже велика. Порівнюючи Україну хоча б з Великобританією ми бачимо який великий шлях ми повинні пройти щодо покращення сфери послуг заради того щоб підвищити ефективність функціонування національної економіки. На думку автора, саме розвиток сфери послуг може допомогти Україні вийти на новий рівень, і досягнути вищих вершин, і саме досвід таких країн як Великобританія і США зможуть допомогти Україні вийти на новий шлях.

Висновки. Підсумовуючи, можемо зробити висновок, що на даному етапі розвитку суспільства, в наш час технологій людина має більше часу на задоволення своїх потреб, а потреби її більше ніж на 50 % складаються з отримання тих чи інших видів послуг(зважаючи на дохід). І саме цей вільний час обумовлює необхідність постійного і прискореного розвитку різних видів діяльності у сфері послуг. Збільшується частка людей, які орієнтуються на пріоритети духовного зростання і фізичного самовдосконалення, тому зростають роль і масштаби освітніх, спортивних, туристичних та інших послуг.

На жаль, стан сучасної економіки України характеризується такими тенденціями, як уповільнення економічного зростання, але сфера послуг є тим динамічним сектором економіки, де попит постійно зростає. Досвід економічно розвинених країн показує, що реалізація потенціалу сфери послуг у системі економічних відносин дозволить досягти вищих економічних результатів.

Вивчення факторів та особливостей розвитку сфери послуг в Україні дасть можливість розробити ефективну державну політику, що буде сприяти економічному розвитку і стабілізації економіки в майбутньому.

Список використаних джерел

1. Аракелова І.О Аналіз впливу основних факторів на розвиток сфери послуг на основні розробки багатофакторної математичної моделі / І.О. Аракелова [Електронний ресурс]. – Режим доступу: www.economy.nayka.com.ua.
2. Бочан І.О. Глобальна економіка: Підручник / І.О. Бочан, І.Р. Михасюк. – К.: Знання 2007. – 403 с.
3. Гребньов М.Г. Словник ключових термінів з дисципліни "Маркетинг". – К.: КНЕУ, 2003. – 80 с.
4. Данилишин Б.М. Сфера та ринок послуг у контексті соціальної модифікації суспільства / Б.М. Данилишин, В.І. Куценко, Я.В. Остафійчук. – К.: ЗАТ "Ніч лава", 2005. – 328 с.
5. Козик В.В. Міжнародна економіка та міжнародні економічні відносини: практикум / В.В. Козик, Л.А. Панкова, О.Ю. Григор'єв, А.О. Босак. – К.: Вікар, 2006. – 589 с.
6. Кучин С.П., Сарматицька Н.В. Особливості та перспективи розвитку сфери послуг в Україні / С.П. Кучин, Н.В. Сарматицька [Електронний ресурс]. – Режим доступу: old.bumib.edu.ua.
7. Любіцева О.О. Ринок туристичних послуг (геопросторові аспекти) – К.: Альтерпрес, 2002. – 436 с.
8. Мочерний С. В. Економічна теорія: підручник / С.В. Мочерний, М.В. Довженко. – К.: Видавничий центр "Академія", 2004. – 856 с.
9. Остафійчук Я.В. Потенціал сфери послуг у стимулюванні розвитку регіонів шляхом формування міжрегіональних науковоосвітньовиробничих кластерів з урахуванням принципу поляризованого просторового розвитку / Я.В. Остафійчук // Національне господарство України: теорія та практика управління: зб. наук. праць. – К.: Рада по вивченню продуктивних сил України НАН України, 2009. – № 84. – С. 86-91.
10. Соціально-економічне зростання сфери послуг [Електронний ресурс]. – Режим доступу: studopedia.com.ua.
11. Статистична інформація Державної служби статистики України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: www.ukrstat.gov.ua.
12. Філіпенко А. Основні проблеми економіки розвитку: Пер. з англ. / А. Філіпенко, В. Гєєць,І. Крючкова, Е. Ліанова, В. Опарін, В. Федорова. – К. : Либідь, 2003. – 684 с.
13. Итоги мировой торговли товарами и услугами в 2014 году [Електронний ресурс]. – Режим доступу: www.webeconomy.ru.

14. World Development Indicators [Електронний ресурс]. – Режим доступу: databank.worldbank.org.

Порецков В.А.

Науковий керівник:
к.е.н., доцент ***Матвійчук-Соскіна Н.О.***

ОСНОВНІ НАПРЯМКИ ДІЯЛЬНОСТІ ТНК В НАЦІОНАЛЬНІЙ ЕКОНОМІЦІ УКРАЇНИ

У статті описана діяльність ТНК в Україні. Розглянуто концепцію та практичний механізм узгодження інтересів ТНК зі стратегічними пріоритетами національної економіки.

Ключові слова: *Транснаціональна корпорація (ТНК), стратегія ТНК.*

Порецков В.А

ОСНОВНЫЕ НАПРАВЛЕНИЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ТНК В НАЦИОНАЛЬНОЙ ЭКОНОМИКЕ УКРАИНЫ

В статье описанная деятельность ТНК в Украине. Рассмотрена концепция и практический механизм согласования интересов ТНК со стратегическими приоритетами национальной экономики.

Ключевые слова: *Транснациональная корпорация (ТНК), стратегия ТНК.*

Poretskov V.A.

BASIC DIRECTIONS OF TNCS IN THE NATIONAL ECONOMY OF UKRAINE

In the article describes activity of TNCs is in Ukraine. Conception and practical mechanism of concordance of interest of TNCs are considered with strategic priorities of national economy.

Key words: *Transnational corporations (TNCs), TNCs strategy.*

Постановка проблеми. Актуальність статті зумовлена тим, що на сучасному етапі розвитку світової економічної системи транснаціональної корпорації (ТНК) стали однією з визначальних рушійних сил світової економіки. Тому, без сумніву дослідження принципів та механізмів діяльності ТНК, дозволить виробити концепції регулювання їхньої діяльності на рівні державної економічної політики. Для України, що перебуває на початковому етапі інтеграції у світову економічну систему, дослідження стратегії та механізмів закордонної експансії ТНК є в край важливим ще й тому, що експансія іноземних ТНК на вітчизняний ринок поки що є одним із суттєвіших наслідків інтеграційних процесів. Оскільки в нашій країні ТНК не набули повної своєї потужності, то Україна ще здатна впливати на їх діяльність на своїй території і тому особливо потребує зваженої державної політики щодо її регулювання.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Проблематику теми роботи висвітлюється у працях такими науковцями як О.В. Зав'ялова [5], В.Є. Сахаров [10].

Мета дослідження. Визначення та аналіз законодавчої бази діяльності ТНК в Україні, класифікація інструментів і методів удосконалення державного регулювання діяльності ТНК в Україні.

Основні результати дослідження. Створення ТНК відбувається послідовно, в декілька етапів, на першому з яких в Україні та інших країнах – потенційних партнерах створюються вертикально інтегровані структури виробничого характеру. Основна мета створення подібних вертикально інтегрованих структур полягає у тому, щоб замкнути та оптимізувати ланцюг "постачання – виробництво"; домогтися мінімізації собівартості вихідної продукції; забезпечити перехід до програм тотального управління якістю за рахунок тестування вихідної сировини, матеріалів та комплектуючих, забезпечити їх високу якість [9, с 72]. У результаті створення подібних вертикально інтегрованих структур виробничого характеру можна буде на виході отримувати ви-

соякісний конкурентоспроможний продукт (конкурентоспроможність забезпечуватиметься за рахунок підвищення якості та оптимізації витрат) для внутрішнього та світового риків.

Слід зазначити, що Україна вже має певні успіхи у створенні подібних структур: Індустріальний союз Донбасу, Інтерпайп, АКБ "Приватбанк", концерн "Металургія" та інтегрована структура на чолі з АКБ "Фінанси та кредит". Особливістю українських вертикально інтегрованих компаній є те, що вони сформувалися на базі виробничих комплексів радянського періоду (до розпаду в СРСР був найвищий рівень галузевої інтеграції), а в розвинутих країнах великий бізнес функціонував за принципами міжгалузевої інтеграції, злиття банківського і промислового капіталів. У результаті цього всі подібні українські структури являють собою закінчені виробничі ланцюги. Україна, як і інші держави з перехідною економікою, не змогла встояти перед потужним натиском ТНК через МВФ, СОТ та інші міжнародні економічні організації.

Проте важливо пам'ятати про загрозу тотального корпоративного глобалізму ТНК, що виник унаслідок злоякісного повороту в розвитку об'єктивних і в цілому прогресивних процесів глобальної та регіональної інтеграції. Наразі глобальний тоталітаризм ТНК став для всього світового співтовариства реальною загрозою безпечному і сталому розвитку. У XXI столітті вона перетвориться на один із головних конфліктів не тільки в економічній, а й у політичній сфері. Національний і міжнародний солідаризм та консолідація – єдино прийнятна глобальна ідеологія і стратегія нинішнього століття.

Прагнення замовчати небезпеки, пов'язані з тотальним поширенням корпоративного глобалізму, завдає величезної шкоди світовому співтовариству, і Заходу також. У таких умовах на наукову громадськість покладається особлива відповідальність за те, щоб окреслена проблема стала предметом обговорення і поетапного солідарного вирішення в рамках ООН та інших міжнародних і регіональних інтеграційних об'єднаннях, наприклад ЄС.

Сучасна система силового корпоративного глобалізму, що зародилася в 90-х роках, є не тільки реальністю, а й світовою владою. Понад 66 тис. ТНК перетворилися на глобальні корпорації та утворили глобальну мегамережеву систему, що містить більш як 600 тис. компаній і визначає розвиток економіки та фінансів усього світу. Вона несе в собі смертельну загрозу народному підприємництву і ринковому капіталізму загалом. Як підкреслює Дж. Сорос, криза та конфлікт глобального капіталізму є незворотними. Ще більшою загрозою безпечному розвитку є глобальний економічний диктат ТНК, що спричинює нестабільність і фінансові обвали на кшталт російського та південно-східно-азійського (1998 р.) [20].

Тотальний фінансовий диктат ТНК має важкі, найчастіше руйнівні наслідки:

1) глобальні фінансові спекуляції та віртуалізацію світової економіки;

2) обвальні фінансові кризи (1998-2004-2008 рр.);

3) дестабілізацію і розвалення світової фінансової системи;

4) знесилювання національних економік менш розвинутих країн, підрив їхньої економічної безпеки;

5) монополізацію інвестиційних ресурсів розвитку (90% світових інвестицій), стратегічних ринків;

6) цінову диктатуру;

7) силове звуження зони розвитку межами "глобальної корпоративної мережевої системи";

8) встановлення контролю над національними урядами і суспільствами.

Наведені прояви нового феномена глобального корпоративного економічного порядку та нового суспільного ладу – глобалізму – загрожують небаченим глобальним конфліктом і світовою катастрофою.

Тотальна влада глобальних корпорацій підриває конкуренцію та міжнародну конкурентоздатність багатьох країн, і західних також. Усеосяжна монополізація розвитку, його концентрація в обмеженій зоні надрозвинених країн перетворює економічну конкуренцію у глобальний конфлікт розвитку. Наслідки поширення нового глоба-

лізму катастрофічні. Вони мають формаційний і цивілізаційний характер. Безпека світового розвитку безпосередньо залежить від солідарної відповідальності та солідарних дій усіх держав світу [17].

Зважаючи на усі проблеми та недоліки, які можуть виникнути в державі через розвиток могутніх ТНК, слід звернути увагу на державний контроль щодо діяльності ТНК. На сьогоднішній день, правове регулювання діяльності ТНК здійснюється за трьома рівнями: внутрішнє законодавство, двосторонні угоди та багатосторонні угоди.

Внутрішнє законодавство передбачає підпорядкування діяльності філіалів та дочірніх підприємств ТНК національному законодавству. В Україні відповідні норми містяться в ст. 3 Кодексу законів про працю України; Господарському кодексі України (ст. 116 "Підприємство з іноземними інвестиціями", ст. 117 "Іноземне підприємство"), Законах України "Про зовнішньо – економічну діяльність", "Про захист іноземних інвестицій", "Про усунення дискримінації в оподаткуванні суб'єктів підприємницької діяльності, створених з використанням майна та коштів вітчизняного походження" та інших, а також у багатьох підзаконних актах, таких як Інструкція про порядок реєстрації представництв іноземних суб'єктів господарської діяльності в Україні тощо [19].

Проте одностороннє регулювання діяльності ТНК має чимало недоліків, оскільки завдяки своїй організаційній структурі ці компанії здатні уникати контролю з боку однієї держави. Крім того, підрозділи ТНК реалізують політику головного підприємства, тому необхідно враховувати вплив, який здійснює законодавство країни їх базування. Часто країни-експортери капіталу намагаються поширити внутрішнє законодавство на підрозділи національної компанії, що розташовані за кордоном. Рекомендації Організації Об'єднаних Націй щодо ТНК виходять з того, що як тільки філія багатонаціональної компанії створюється в іншій країні, закони країни базування припиняють свою дію і застосовуються закони приймаючої країни.

Другий рівень регулювання становлять двосторонні інвестиційні та інші угоди, що укладаються між зацікавленими державами. Такі угоди мають тенденцію до уніфікації, в них часто містяться майже однакові за змістом норми, хоча вони і не є ідентичними. Україна уклала понад 50 угод про сприяння та взаємний захист інвестицій, які гарантують сприятливі, стабільні й прозорі умови для інвесторів іншої країни.

Зокрема, Угода про партнерство та співробітництво між європейськими співтовариствами і Україною від 14 червня 1994 року [18] містить положення, які встановлюють гарантії діяльності підрозділів національних компаній на території договірних сторін. Зокрема, передбачається, якщо нові закони чи правила, які запроваджуються в Україні, значно обмежують умови для заснування компаній співтовариства на її території і функціонування їх дочірніх компаній і філій, заснованих в Україні, ніж ті, що діяли на день підписання Угоди, то такі закони чи правила не застосовуються упродовж трьох років після набуття їх чинності до дочірніх компаній і філіалів, які були створені в Україні на момент набуття чинності відповідних актів.

Третім рівнем регулювання діяльності ТНК є міжнародні багатосторонні угоди. Чимало таких угод щодо ТНК є регіональними. Корпорація створюється добровільно як на основі міжурядових угод, так і іншим, не забороненим за-конодавством сторін способом. Порядок реєстрації корпорації визначається законодавством держави – місця її реєстрації. Відповідно до зобов'язання корпорації та/чи головного підприємства (центральної компанії), що виникли внаслідок участі в діяльності корпорації, учасники несуть відповідальність згідно із законодавством сторін, юридичні особи яких входять до корпорації. Оподаткування таких юридичних осіб здійснюється за їх місцезнаходженням відповідно до законодавства держави – місця перебування.

Тому як один із варіантів в Україні необхідно розробити і прийняти на законодавчому рівні концепцію державного регулювання діяльності ТНК і підтримки вітчизняних суб'єктів господарювання. Таку концепцію слід прийняти у формі Закону України "Про державне регулювання діяльності ТНК".

Зміст такого Закону повинен визначати сферу регулювання діяльності ТНК на території України. Зокрема, він не повинен поширюватися на діяльність в Україні

Міжнародного банку реконструкції та розвитку, Міжнародного валютного фонду та інших міжурядових міжнародних організацій, за винятком випадків, коли міжурядова міжнародна організація здійснює пряму інвестицію [2, с. 163-164].

У Законі слід також чітко визначити мету державного нагляду за діяльністю ТНК: проведення єдиної державної політики щодо діяльності ТНК на території України; сприяння інтеграції в європейський та світові ринки; забезпечення рівних можливостей для доступу на національний ринок ТНК вітчизняних виробників; дотримання ТНК вимог національного законодавства; запобігання монополізації, використанню недобросовісної реклами та створення умов розвитку добросовісної конкуренції на вітчизняному ринку; контроль за прозорістю та відкритістю українського ринку.

Важливе значення має також законодавче закріплення завдань державного нагляду за діяльністю ТНК. На мою думку, воно полягає у такому:

1) формуванні та забезпеченні реалізації єдиної державної політики щодо функціонування ТНК на території України, сприянні адаптації національного ринку до міжнародних стандартів;

2) вирішенні стратегічних системних питань розвитку національної економіки України, в тому числі за участю вітчизняних ТНК;

3) координації діяльності органів державної влади з питань функціонування ТНК на території України;

4) здійсненні державного регулювання та контролю за фінансовими трансакціями ТНК на території України, додержанні законодавства у цій сфері.

Не менш важливе значення мають форми державного нагляду за діяльністю ТНК. Державне регулювання за діяльністю ТНК повинне здійснюватися шляхом: ліцензування господарської діяльності ТНК в Україні (наприклад, тютюнове виробництво, алкогольна промисловість і т. ін.) [12, с. 34]; нагляду за дотриманням ТНК вимог національного законодавства; розкриття інформації ТНК про себе та свою діяльність; прозорої звітності ТНК: яким чином і якими засобами створений статутний капітал, зайнятість робочих місць (вітчизняними і іноземними працівниками, їх зарплата), кількість впроваджень у національну економіку ноу-хау; запобігання небажаним подіям у результаті діяльності ТНК, що можуть завдати істотної шкоди національним інтересам України; застосування заходів щодо припинення порушень, перш за все у сфері антимонопольного, господарського законодавства та законодавства про цінні папери.

З метою координації діяльності органів державної влади з питань державного нагляду за функціонуванням ТНК необхідно створити Координаційну раду з питань ТНК, яка має бути дорадчим органом.

Здійснювати державний нагляд за діяльністю ТНК мають:

1) Координаційна рада з питань ТНК;

2) Національний банк України – щодо послуг банків з метою здійснення банківських операцій, які проводяться ТНК, передусім, якщо вони можуть вплинути на стабільність національної грошової одиниці – гривні;

3) Міністерство фінансів України і Національний банк України щодо послуг, пов'язаних з розміщеннями (видачею), обігом та анулюванням державних цінних паперів, а також реалізацією прав за державними цінними паперами, що придбані ТНК;

4) Державна комісія з цінних паперів та фондового ринку щодо операцій з цінними паперами за участі ТНК (емітентів, інвесторів, професійних учасників ринку цінних паперів);

5) Інші органи державної влади: Податкова адміністрація України, Антимонопольний комітет України, МВС України, СБУ, Прокуратура України, які повинні здійснювати нагляд за дотриманням чинного законодавства України ТНК у межах своїх повноважень.

Органи державної влади повинні мати повноваження щодо [13, с. 55]:

1) розроблення правил, стандартів та вимог щодо здійснення ТНК певного виду господарської діяльності;

2) сертифікації певного виду фахівців ТНК;

3) ліцензування певних видів господарської діяльності ТНК;

4) збору, узагальнення та аналітичної обробки статистичної інформації про діяльність ТНК;

5) збору, узагальнення та аналітичної обробки інформації, яка міститься у статутних документах дочірніх підприємств, представництв та філій ТНК: статуті, установчому договорі, положеннях про наглядову раду, правління, ревізійну комісію, про порядок скликання та проведення зборів акціонерів та інших учасників;

На сучасному етапі існує значний взаємозв'язок між структурними зрушеннями в економіці і діяльністю ТНК. Цей взаємозв'язок виражений у визначальній дії ТНК з точки зору розвитку тих чи інших галузей в різних регіонах і країнах. Розвинуті країни, на які припадає в середньому 80% руху світового капіталу, здійснюючи взаємне інвестування, вкладають інвестиції в основному у високотехнологічні і наукомісткі галузі та у сферу послуг. Це призводить до того, що на світовому рівні спостерігається орієнтація ПІІ на галузі високих технологій та третинний сектор. ТНК розвинутих країн виносять за кордон традиційні, трудомісткі, екологічно небезпечні галузі, залишаючи на території своїх країн галузі у більшому ступені орієнтовані на високі технології, науковий внесок і постіндустріальне суспільство. Таким чином, ТНК впливають не тільки на структуру економіки країн-реципієнтів, але й країн-донорів [14, с. 63-64].

Висновки. Отже, діяльність ТНК на території України може призвести до тяжких наслідків в різних сферах нашого життя, тому з метою мінімізувати усі негативні ризики, дуже важливо створити новий, надійний і чіткий механізм державного регулювання та нагляду за діяльністю ТНК.

Реалізація запропонованих пропозицій на законодавчому рівні, на мою думку, справить позитивний вплив на вітчизняну економіку шляхом формування її національної моделі. Така модель, перш за все, повинна передбачати надання пріоритетів у розвитку національного ринку вітчизняним суб'єктам господарювання (у тому числі становлення вітчизняних ТНК), а також у формуванні привабливого інвестиційного іміджу України для залучення інвестицій потужних ТНК на взаємовигідній основі). Органи державного регулювання та нагляду повинні здійснювати глобальний консолідований нагляд за діяльністю ТНК, які здійснюють активні міжнародні операції. Ефективним тут має бути застосування моніторингу щодо всіх аспектів міжнародних операцій, що проводяться ТНК на глобальній основі, в основному через їх філії, спільні підприємства, дочірні підприємства і представництва.

Список використаних джерел

1. Бізнес-адміністрування: магістерський курс: Підручник / За ред. д.е.н., проф. Л. Г. Мельника, д.е.н., проф. С. М. Ілляшенка та к.е.н., доц. І. М. Сотник. – Суми: ВТД "Університетська книга", 2008. – 896 с.

2. Гельнер І. Модифікація системи державного регулювання діяльності ТНК в Україні // Підприємництво, господарство і право. – 2006. – № 4. – С. 163-166.

3. Данніков О.В Проблеми побудови та функціонування франчайзингових систем в Україні // Маркетинг в Україні. – 2008. – № 5(51). – С. 62-69.

4. Дацків Р.М., Мокій А.І., Семів С.Р. Регіональні аспекти формування загальнодержавної стратегії залучення іноземних інвестицій // Зб. матеріалів другої наук.-практ. конф. УАЗТ "Диверсифікація зовнішньоекономічних зв'язків України в умовах ринкової трансформації національної економіки. – К.: УАЗТ, 1999. – С. 84-88.

5. Зав'ялова О.В., Сахаров В.Є. Транснаціональні корпорації: Навчальний посібник. – К.: Національна академія управління, 2008. – 218 с.

6. Зелінська О.М. Державне регулювання і перспективи діяльності ТНК в Україні / О. М. Зелінська // Економічні науки. Сер.: Економічна теорія та економічна історія. – 2013. – Вип. 10. – С. 79-88.

7. Козак Ю.Г. Транснаціональні корпорації: особливості інвестиційної діяльності 2-ге вид. перероб. та доп. Навч. посіб. / За ред. Якубовського С.О., Козака Ю.Г., Логвінової Н.С. – К.: Центр учбової літератури, 2011. – 472 с.

8. Копійка Я.С. Економічна сутність ТНК і особливості нормативно-правового регулювання їх діяльності на території України / Я.С. Копійка // Управління розвитком. – 2014. – № 6. – С. 54-57.

9. Костицький В.В. Економіко-правові проблеми концентрації капіталу: від промислово-фінансових груп до транснаціональних компаній // Право України. – 2002. – № 3. – С 70-75.

10. Міжнародна економіка: Навчальний посібник / В.Є. Сахаров, С.А. Єрохін, О.В. Зав'ялова та ін.; за заг. ред. проф. В.Є. Сахарова. – К.: Національна академія управління, 2007 р. – 432 с.

11. Мокій А.І., Семів С.Р. Державний протекціонізм у процесі інтеграції кооперативного сектора економіки // Зб. матеріалів IV міжн. наук.- практ. конф. УАЗТ "Проблеми регулювання зовнішньоекономічної діяльності України в сучасних умовах", 25 травня 2001 р. – К.: УАЗТ, 2001. – С. 58-64.

12. Пестушко В.О. ТНК в економіці України // Географія та основи економіки в школі. – 2008. – № 7-8. – С. 34.

13. Пестушко В.О. ТНК у світовій економіці // Географія та основи економіки в школі. – 2008. – № 3. – С. 54-55.

14. Рубцова М.Ю. Становлення вітчизняних ТНК як сучасна форма включення України до світогосподарських зв'язків // Зб. наук, праць Інституту світової економіки і міжнародних відносин НАН України. – К, 2001. – Вин. 30. – С 58-64.

15. Швець В.Я. Діяльність ТНК в Україні: механізм законодавчого регулювання / В.Я. Швець // Академічний огляд. – 2014. – № 2. – С. 135-140.

16. Щербак О.В. Діяльність ТНК в Україні та їх вплив на економічний розвиток країни / О. В. Щербак // Вісник соціально-економічних досліджень. – 2013. – Вип. 4. – С. 376-380.

17. Інтернет-холдінг / Наукові статті та матеріали [Електронний ресурс]. – Режим доступу: // soskin.info/ea.php?pokazold=20040901&n=9&y=2004

18. Україна. Закони. [Текст]: офіц. вид. – К.: Велес, 2008. – 135 с.

19. Україна. Закони. [Текст]: офіц. вид. – К.: Велес, 2015. – 256 с.

20. Російський дефолт 1998 року [Електронний ресурс]. – Режим доступу: uk.wikipedia.org/wiki/Російський_дефолт_1998_року.

Самойленко А.О.

Науковий керівник:
к.е.н., ст. викладач ***Костинець Ю.В***

ПЕРЕВАГИ ТА НЕДОЛІКИ ВПЛИВУ ДІЯЛЬНОСТІ МІЖНАРОДНИХ ВИРОБНИЧИХ МЕРЕЖ ТНК НА НАЦІОНАЛЬНУ ЕКОНОМІКУ

У статті проаналізовано загальний вплив міжнародних виробничих мереж ТНК на національну економіку в цілому та зокрема на економіку України. Розглянуті основні причини, цілі і мотиви виведення ТНК на зарубіжний ринок. Виявлені переваги та недоліки діяльності ТНК у світі та в Україні.

Ключові слова: *транснаціональні корпорації (ТНК), діяльність ТНК, глобалізація, глобальна економіка, національна економіка.*

Самойленко А.О.

ПРЕИМУЩЕСТВА И НЕДОСТАТКИ ВЛИЯНИЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ МЕЖДУНАРОДНЫХ ПРОИЗВОДСТВЕННЫХ СЕТЕЙ ТНК НА НАЦИОНАЛЬНУЮ ЭКОНОМИКУ

В статье проанализировано общее влияние международных производственных сетей ТНК на национальную экономику, в частности, на экономику Украины. Рассмотрены основные причины, цели и мотивы выхода ТНК на зарубежный рынок. Обнаружены преимущества и недостатки деятельности ТНК в мире и в Украине.

Ключевые слова: *транснациональные корпорации (ТНК), деятельность ТНК, глобализация, глобальная экономика, национальная экономика.*

Samoilenko A.O.

ADVANTAGES AND DISADVANTAGES OF THE INFLUENCE OF THE MULTINATIONAL CORPORATION'S NETS ACTIVITIES ON NATIONAL ECONOMY

The key point analyzed in this article is the general influence of multinational company's (MNC's) nets on national economy, particularly on economy of Ukraine. The principal reasons, goals and motives of entering the foreign market are closely examined. There are also found the advantages and current system shortcomings of MNC activity in the world and Ukraine.

Key words: *multinational corporations (MNC), activity of multinational corporations, globalization, global economy, national economy.*

Постановка проблеми. Останнім часом ТНК здобули звання найважливішого фактору розвитку світової економіки і міжнародних економічних відносин. Завдяки їх бурхливому розвитку за минуле десятиліття відбулося загострення міжнародної конкуренції, а також поглиблення міжнародного поділу праці. Слід зазначити, що станом на сьогоднішній день, транснаціональні корпорації є прямими і безпосередніми учасниками всіх світових господарських процесів та є ключовим суб'єктом світової економіки.

На сьогоднішній день ми маємо досить складне економічне і політичне становище в Україні. Таке становище вимагає від нас негайного підвищення конкурентоспроможності українських товарів на міжнародному ринку. Одним з факторів, що здатні вплинути на економіку країни, є діяльність ТНК. Але необхідно зауважити, що вплив діяльності ТНК завжди є двояким і важливо зменшити вплив негативних наслідків діяльності ТНК до мінімуму.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Проблемами дослідження діяльності ТНК займалося чимало зарубіжних та вітчизняних вчених, зокрема таких: П. Баклі [12], Р. Вернон [13], Дж. Даннінг [11], Баула О.В. [1], Никитюк Т.Л. [1], В. Я. Швець [10], Л. Молчанова [5], М.П. Овчарук [7], А. Рєпіч [9], Болгарова Н. К.[2], Крейдич Т.В. [4] та ін.

Виділення невирішених раніше частин загальної проблеми. Регулювання діяльності міжнародних виробничих мереж ТНК на території України.

Метою дослідження є з'ясування переваг та недоліків впливу міжнародних виробничих мереж ТНК на національну економіку України.

Основні результати дослідження. ТНК стали наслідком міжнародних економічних відносин, які розвиваються досить динамічно. Та з іншого боку – вони самі виступають дуже значимим механізмом впливу на ці відносини, формуючи нові та змінюючи вже існуючі. Останні п'ятдесят років вплив ТНК зростає особливо динамічно.

Наразі, глобальна господарська система складається з понад 500 найбільших ТНК, що володіють неабиякою економічною владою. Дані 500 корпорацій реалізують біля 80% усієї зробленої електроніки і хімії, 95% фармацевтики та 76% продукції машинобудування [5].

Але є 100 найбільших корпорацій, що займають провідну позицію у глобальній економіці. Цікаво, що ці 100 ТНК контролюють 70% усіх прямих іноземних інвестицій. І більшість розміщується у промислово-розвинених країнах. Загалом існує така географічна структура розміщення 100 найбільших ТНК світу (за даними доповіді ЮНКТАД):

- США (біля 30%);
- Японія (20%);
- Німеччина і Франція (по 10%);
- Великобританія (7%);
- Швейцарія (5%) [5].

Зазначені країни розташовують у себе 82 зі 100 ТНК. Стосовно загальної суми розподілу активів – 70% активів 100 ТНК припадає на США і Японію [3].

Причини виведення компанії на зарубіжний ринок можна і потрібно розглядати на трьох рівнях:

1. Глобальний рівень – тренд міжнародних економічних відносин;
2. Національний рівень – місце країни в міжнародному поділі праці;
3. Фірмовий рівень (мікрорівень).

Найбільш важливою сучасною тенденцією на глобальному рівні є глобалізація. Мається на увазі поступова політична, економічна і культурна інтеграція всього світу, в поєднанні з регіональною інтеграцією. Даний процес забезпечує умови для формування напрямку зовнішньоекономічних зв'язків.

На національному рівні це може бути обумовлене, наприклад, таким фактором: перехід до ринкової економіки, що спровокував лібералізацію економіки та економічних відносин, в тому числі і зовнішньої торгівлі.

На мікрорівні кожна компанія приймає власне рішення щодо виходу на зовнішній ринок.

Можна виділити наступні основні цілі і мотиви виходу компанії на міжнародний ринок у вигляді схем (рис. 1, 2).

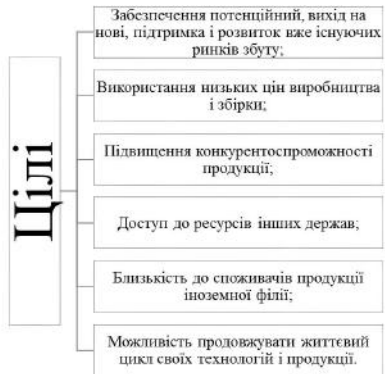

Рис. 1. Цілі виходу компанії на міжнародний ринок [Складено автором за [5, 1]]

Рис. 2. Мотиви виходу компанії на міжнародний ринок [Складено автором за [5, 1]]

Звичайно, загальний вплив ТНК на глобальну економіку можна вважати позитивним. Але існують різні погляди, щодо впливу ТНК, особливо це стосується країн третього світу. Тож, як і будь-що, вплив ТНК на світову економіку має дві сторони однієї медалі. Розглянемо вплив в двох площинах: позитивній і негативній.

Основні позитивні аспекти і переваги можна виокремити у наступний перелік (рис. 4):

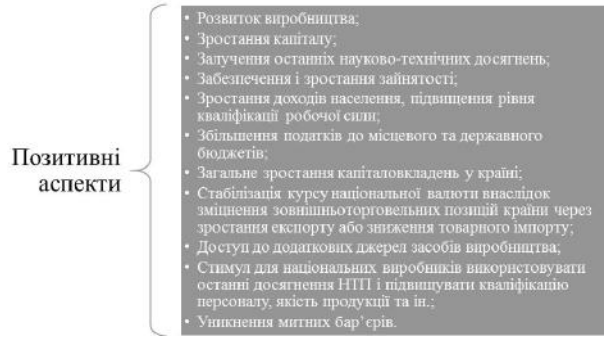

Рис. 4. Позитивні аспекти впливу ТНК на світову економіку [Складено автором за [1, 5]]

Як бачимо, перелік переваг досить значний. Та хотілося б відмітити, що жодна компанія не наголошує на загрозах, що вона може нести для національної економіки. Отже, виділимо наступні негативні аспекти, зумовлені діяльністю ТНК (Рис.5):

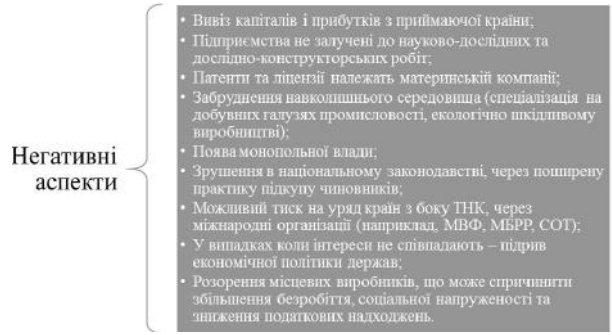

Рис. 5. Негативні аспекти впливу ТНК на світову економіку [Складено автором за [1, 5]]

Негативні аспекти впливу ТНК на національну економіку є досить вагомими, що змушує задуматися і добре проаналізувати всі "за" і "проти" перед тим, як робити певні висновки.

Але все ж, не дивлячись на вищевказані загрози, важко навіть уявити які будуть наслідки, якщо ТНК припинить свою діяльність в країні базування. Варто лише уявити масштаби безробіття в певній галузі при згортанні діяльності корпорації. Фінансове навантаження одразу переходить на бюджет приймаючої країни.

Що стосується України і впливу ТНК на національну економіку, проаналізуємо як саме відбувався цей вплив і що він являє собою на сьогоднішній день.

Створення ТНК відбувалося послідовно, в декілька етапів. На першому етапі в Україні та інших країнах – потенційних партнерах повинні створюватися вертикально інтегровані структури виробничого характеру. Основна мета створення подібних вертикально інтегрованих структур полягає у тому, щоб замкнути та оптимізувати ланцюг "постачання – виробництво"; домогтися мінімізації собівартості вихідної продукції; забезпечити перехід до програм тотального управління якістю за рахунок тестування вихідної сировини, матеріалів та комплектуючих, забезпечити їх високу якість [3].

Певний досвід і успіхи у створенні подібних структур на сьогоднішній день Україна вже має. Це індустріальний союз Донбасу, Інтерпайп, АКБ "Приватбанк", концерн "Металургія" та інші. Такі українські структури (і подібні до них) є закінченими виробничими ланцюгами завдяки тому, що вони сформувалися на базі виробничих комплексів радянського періоду, а в розвинутих країнах великий бізнес функціонував за принципами міжгалузевої інтеграції, злиття банківського і промислового капіталів.

Але, насамперед, основною передумовою виникнення ТНК на території України стало отримання країною незалежності і, як наслідок, виникнення умов для формування великого ринку для виробництва товарів і послуг. Не менш важливою передумовою також стала дешева робоча сила і багаті природні ресурси.

Найбільш привабливими галузями в Україні для іноземних інвесторів та ТНК з США та ЄС є:

- Харчова промисловість;
- Торгівля;
- Фармацевтика;
- Фінансовий сектор [7].

Звичайно, свого часу Україна, як і інші держави з перехідною економікою зіткнулася з "натиском" ТНК через такі міжнародні економічні організації як МВФ, СОТ та інші. Але великою проблемою є те, що на практиці, заходи, які здійснюють з реформування економіки, не дають необхідного результату. Доказом є, наприклад, зовнішній борг України.

В даній статті вже було проаналізовано загальний вплив ТНК на національні економіки. Далі автор вважає за необхідне проаналізувати вплив ТНК саме на економіку України.

Більшість вчених та експертів вважають вплив ТНК на економіку України двояким. Як приклад негативного впливу: у своєму виступі Сергій Кондрюк (Голова ФПУ) зауважив, що ТНК приходять в Україну не заради доброчинності. Він зазначив, що причини, які спонукають Україну приймати іноземні компанії, полягають у потребі інвестицій, нових технологій. Проте такі очікування не завжди справджуються. Адже, передусім, метою ТНК є дешеве використання природних ресурсів країни, до якої прибуває транснаціональна компанія, і, на жаль, Україна не захищає їх. Також автор додав, що наша країна відчиняє двері для розташування шкідливих виробництв [9]. Експерти зазначають, що іноземні власники ставляться зневажливо до законодавства України, відмічають багато порушень соціально-економічних прав трудящих. Порушення також призводять до надексплуатації персоналу, високого рівня травматизму та його приховування, а у результаті маємо неформальну зайнятість, несплату внесків загальнообов'язкового державного соціального страхування та ухилення від сплати податків [9].

Тож, розділимо вплив ТНК на українську економіку на позитивні і негативні аспекти і виявимо в чому полягає проблема впливу (табл. 1).

Згідно вищевказаного, зазначимо, що на сьогоднішній день країні вкрай необхідне усунення негативних наслідків діяльності ТНК.

На думку автора, одним з варіантів покращення ситуації є розробка і прийняття на законодавчому рівні концепції державного регулювання діяльності ТНК і підтримки вітчизняних суб'єктів господарювання. Тобто необхідно зробити великий акцент на законодавче врегулювання ТНК.

Як з'ясувалося, діяльність ТНК в Україні підпадає під регулювання таких законів: "Про зовнішньоекономічну діяльність", "Про інвестиційну діяльність", "Про

державну програму заохочення іноземних інвестицій", "Про загальні засади створення і функціонування спеціальних (вільних) економічних зон", "Про режим іноземного інвестування" [5].

Таблиця 1.

Аспекти впливу діяльності ТНК на економіку України *[10]*

Позитивні аспекти	Негативні аспекти
Динамічний розвиток торгівлі	Тиск ТНК на уряд для задоволення власних інтересів
Значній інвестиційні надходження	Значна фінансова залежність від стратегії ТНК
Підвищення якості виробничої стандартизації	Домінування над національними виробниками
Поповнення доходів бюджету за рахунок додаткових податкових надходжень	Значне споживання невідновлювальних природних ресурсів
Модернізація підприємств за рахунок впровадження інновацій	Шкідливе виробництво
Розширення ринку зайнятості	Захоплення ТНК найбільш розвинутих та перспективних сегментів внутрішнього ринку
Розвиток експорту через світові транснаціональні структури	Звуження інвестиційного потенціалу через вивезення капіталу, транснаціональні злиття і поглинання
Залучення зарубіжного досвіду ефективного менеджменту	Технологічна консервація економіки через використання трансфертних цін ТНК
Формування позитивного міждержавного іміджу держави	Стримування національного експорту через монопольні позиції ТНК

Але немає жодного закону, який би регулював діяльність ТНК на території України. Тому важливо створити саме такий закон, що буде містити в собі поняття "ТНК", "дочірнє підприємство ТНК", "філія ТНК", адже в вищезазначених законодавчих актах це відсутнє. Новий законодавчий акт має визначати чіткі правила поведінки ТНК на території держави, зазначати певні сектори промисловості, що потребують капіталовкладень та ті, що необхідно захищати від іноземних інвестицій.

Норми регулювання діяльності ТНК не мають заважати розвитку інвестиційного клімату в Україні. Дуже важливим є вдосконалення системи статистичної звітності, розробка та впровадження системи узгоджених показників щодо діяльності ТНК в Україні [10].

Висновок. Вплив міжнародних виробничих мереж ТНК на національну економіку є багатогранним і залежить від багатьох факторів. Загалом, як засвідчила практика останніх десятиріч, вплив ТНК на економіку приймаючої країни є позитивним.

Роль ТНК в економіці України є дійсно великою. Успішна діяльність ТНК на території Україна змогла б вирішити багато таких проблем, як велика заборгованість, несприятливий інвестиційний клімат країни. Щодо усунення негативних наслідків діяльності ТНК в Україні, з'являється необхідність у новому законодавчому акті, який зміг би чітко визначити правила поведінки ТНК. Правила мають бути простими і чіткими, як і система їх оподаткування. Адже ТНК здатні значно покращити становище української економіки, підвищити конкурентоспроможність українських товарів на світовому ринку.

Список використаних джерел

1. Баула О.В., Никитюк Т.Л. ТНК як одна з детермінант розвитку світової економіки // Електронний посібник з дисципліни: Міжнародна економіка, 2011. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: www.lib.lntu.info.

2. Болгарова Н.К. Транснаціоналізаційні процеси в економіці України / Н.К. Болгарова, Т. М. Паневник // Бізнес Інформ. – №12. – 2013. – С. 33-38.

3. Костицький В. Економіко-правові проблеми концентрації капіталу: від промислово-фінансових груп до транснаціональних компаній // Право України. – 2002. – № 3. – С 70-75. с 72

4. Крейдич Т.В. Тенденции транснационализации мировой экономики в условиях глобализации/Крейдич Т.В. // Вестник МГТУ. – Т. 13. – №1. – 2010. – С. 209-214

5. Молчанова Е. Взаємодія транснаціональних корпорацій з національними економіками на прикладі України [Електронний ресурс] / Е.Молчанова// Матеріали Фонду ім. Фрідріха Еберта, 2012. – Режим доступу: library.fes.de.

6. Ночвіна І.О. Особливості діяльності транснаціональних корпорацій в Україні та їх вплив на національну економіку/ Збірник наукових праць Харківського національного педагогічного університету імені Г.С. Сковороди // "Економіка" – 2014. – вип. 14. – С. 200-207. – Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/j-pdf/znpkhnpu_eko_2014_14_23.pdf.

7. Овчарук М.П. Особливості поширення та впливу ТНК на економіку України/ М.П. Овчарук, М.В.Мотриченко// Фінансовий простір. – 2013. – No3(11). – С. 61-67.

8. Рогач О. Міжнародні інвестиції: Теорія та практика бізнесу транснаціональних корпорацій: Підручник. – К.: Либідь, 2005. – 720 с.

9. Рєпіч А., ТНК: добро чи зло для України? / Рєпіч А.// Газета професійних спілок України – 2013. – №45. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: www.psv.org.ua.

10. Швець В.Я.. Діяльність ТНК в Україні: механізм законодавчого регулювання [Електронний ресурс]. – Режим доступу: duep.edu/uploads/vidavnitstvo14-15/9532.pdf

11. Dunning J. H. Multinational Enterprises and the Global Economy. – Wokingham: Addison-Wesley, 1993. – P. 687.

12. Buckley P. Internalization Thinking: From the Multinational Enterprise to the Global Factory/ P.Buckley//International Business Review.-June, 2009. – Vol. 18. – No 3. – P. 224-235.

13. Vernon R. The Product Cycle Hypothesis in a New International Environment / R. Vernon // Oxford Bulletin of Economics and Statistics. – 1979. – Vol. 41. – No4. – P. 255-267.

Сімоненко Ю.В.

Науковий керівник:
к.е.н., професор ***Соскін О.І.***

ЕКСПОРТНИЙ ПОТЕНЦІАЛ УКРАЇНИ: СУЧАСНИЙ СТАН ТА ПЕРСПЕКТИВИ ОПТИМІЗАЦІЇ

У статті на основі узагальнення результатів дослідження розглянуто поняття експортного потенціалу як вагомого чинника впливу на економічне зростання, інтеграцію країни у світове господарство. Обгрунтовано концепцію взаємозв'язку експортного потенціалу країни з національною конкурентоспроможністю завдяки дії сукупності чинників.

Ключові слова: *Експортний потенціал, експорт, експортна квота, конкурентоспроможність.*

Симоненко Ю.В.

ЭКСПОРТНЫЙ ПОТЕНЦИАЛ УКРАИНЫ: СОВРЕМЕННОЕ СОСТОЯНИЕ И ПЕРСПЕКТИВЫ ОПТИМИЗАЦИИ

В статье на основе обобщения результатов исследования рассмотрено понятие экспортного потенциала как весомого фактора влияния на экономический рост, интеграцию страны в мировое хозяйство. Обосновано концепцию взаимосвязи экспортного потенциала страны с национальной конкурентоспособностью при помощи действия совокупных факторов.

Ключевые слова: *Экспортный потенциал, экспорт, экспортная квота, конкурентоспособность.*

Simonenko J.V.

UKRAINE EXPORT POTENTIAL: CURRENT STATE AND PROSPECTS OF OPTIMIZATION

In this article the meaning of export potential is described as significant factor of influence on the economic growth and country integration in world economy using the basis of summarized research

results, examined in special editions. The concept relationship between country export potential and national competitiveness with the help of aggregate factors.

Key words: *Export potential, export, export quota, competitiveness.*

Постановка проблеми. На сучасному єпаті розвитку світового господарства економічний стан держави такими факторами, як внутрішні ресурси країни і ступінь її інтеграції в світогосподарську систему. Одним з найважливіших факторів інтеграції України до світового господарства є створення ефективного механізму стабільного розвитку експорту. Це головним чином залежить від можливостей вітчизняних підприємств виробляти і реалізовувати товари, які відповідають вимогам світового ринку за якістю, ціною та рівнем сервісу. І хоча в Україні сформувалася експортноорієнтована модель економіки, у якій стратегічна роль експорту полягає в тому, що він має бути засобом сприяння економічному зростанню, зараз вона не відповадає реальним можливостям країни, що призводить до необхідності внесення суттєавих змін до структури українського експорту.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Формування і реалізація експортного потенціалу є складним процесом, який охоплює як зовнішньоекономічні, так і внутрішньоекономічні складові та чинники. Дослідженню різних аспектів цього процесу присвячені праці багатьох вітчизняних вчених, зокрема В. Мовчан [5], Л. Кутідзе [4], Ю. Верланов [1], Н. Осадча [8], О. Школьний [12], І. Орлик [7], Н. Резнікова [10]. Але деякі аспекти данної проблеми потребують уточнень, що обумовлює актуальність та необхідність поглибленного вивчення експортного потенціалу України.

Мета дослідження. Визначення сучаного стану експорту України, аналіз перспектив для покращення його ефективності та розробка пропозицій щодо покращення експортного потенціалу.

Основні результати дослідження. Значний вплив на український експорт справляє комплекс внутрішніх і зовнішніх чинників. Серед внутрішніх, які мають гострий проблемний характер, можна виділити наступні:

- недосконаліть норм українського законодавства у сфері управління здійсненням і розвитком експортної діяльності, порівняно з нормами, що прийняті у міжнародній практиці;
- низька конкурентоспроможність вітчизняної промислової продукції;
- важкий фінансовий стан більшості підприємств обробної промисловості і конверсійних виробництв, що робить практично неможливим інвестування у перспективні, орієнтовані на експорт проекти за рахунок внутрішніх ресурсів;
- штучне стримування курсу гривні в рамках "валютного коридору" звужує можливості використання курсового фактору з метою просування експорту;
- недостатній розвиток вітчизняних систем сертифікації і контролю якості експортної продукції на фоні значного посилення вимог до споживчих і екологічних характеристик, а також до безпеки продукції, яка реалізується на ринках промислово розвинених країн;
- випереджаюче зростання цін на продукцію та послуги природних монополій у порівнянні зі збільшенням цін на вироби обробної промисловості та продукцію агропромислового комплексу [1, с. 55];
- недостатність спеціальних знань і досвіду роботи у сфері експорту у більшості українських підприємців, а також недостатня координованість їх діяльності на зовнішніх ринках.

Вищезазначені внутрішні чинники значно стримують розвиток експортоорієнтованих галузей, але також вагомим є негативний вплив зовнішніх чинників, серед яких можна виділити: посилення міжнародної конкуренції протягом останнього десятиліття; стрімке підвищення вимог споживачів до якості продукції, зумовлене впровадженням у виробництво інноваційних технологій; використання країнами більш витончених форм протекціонізму, а також політичної підтримки розвиненими країнами своїх експортерів; збереження елементів дискримінації українських експортерів за кордоном; низький світовий рейтинг надійності України для кредитів та інвестицій

[8, с. 136], що ускладнює використання іноземних фінансових ресурсів для розвитку експортного потенціалу країни; низька ефективність політики України в напрямі міжнародної економічної інтеграції.

Враховуючи внутрішні і зовнішні чинники, які визначають сучасний стан і перспективи розвитку українського експорту, а також те, що питання державної підтримки експортоорієнтованих виробників залишається невирішеним на багатьох рівнях, назріла необхідність невідкладних кроків щодо формування цільової системи заходів державного стимулювання та вдосконалення експорту, тим паче що на сьогодні в Україні не існує окремої офіційно затвердженої стратегічної програми сприяння експорту. Так, у 2010 р. на громадське обговорення було винесено проект "Національної стратегії розвитку експорту України", підготовлений Міністерством економічного розвитку і торгівлі України, але, на жаль, ця стратегія так і не була затверджена [5, с. 7].

У комплексі економічних заходів щодо стимулювання зовнішньої торгівлі України найбільш ефективним засобом є фінансове сприяння держави вітчизняним експортерам, в тому числі із залученням коштів державного бюджету, яке передбачає використання механізмів кредитування експорту, страхування експортних кредитів, надання державних гарантій [12, с. 44]. При цьому, заходи щодо стимулювання експорту за рахунок коштів держбюджету повинні відповідати нормам і вимогам СОТ, що визначають прийнятий в світовій практиці порядок надання державної підтримки експорту.

Враховуючи сучасний стан української економіки і актуальність проблем розвитку зовнішньоторговельного потенціалу країни, а також те, що недосконалість існуючої фінансової підтримки експортерів, зокрема низька дієздатність систем державного експортного кредитування і страхування є одними з основних причин формування негативного сальдо зовнішньоторговельного балансу, домінантними завданнями в галузі фінансового сприяння експорту мають стати наступні:

- удосконалення нормативно-правової бази, яка має чітко затвердити головні напрями підтримки національних виробників;
- фінансування програм розвитку пріоритетних проектів розвитку стратегічних експортоорієнтованих підприємств;
- надання кредитно-страхової підтримки та податкових пільг підприємствам-виробникам високотехнологічної та інноваційної продукції, яка експортується;
- надання державою гарантійних зобов'язань щодо кредитних ресурсів, які залучаються уповноваженими банками для забезпечення обіговими коштами виробництв і організацій, орієнтованих на експорт своєї продукції;
- страхування експортних кредитів від комерційних та політичних ризиків для забезпечення захисту експортерів;
- надання зв'язаних кредитів країнам-імпортерам вітчизняної продукції (як це практикують у своїй діяльності експортні банки Німеччини, Японії та інших країн) [6, с. 280];
- створення національної лізингової компанії, яка б забезпечувала сприятливі умови для закупівель іноземними замовниками високотехнологічних українських товарів. Це могло б стати одним із напрямів реалізації програм з фінансування потенційних покупців вітчизняної продукції;
- впровадження системи добровільного страхування експортних кредитів на випадок неплатоспроможності покупця через форс-мажорні обставини, зростання втрат від коливань валютного курсу, відмови іноземного покупця від продукції тощо.

З метою стимулювання експорту в Україні у 2012 р. Верховна Рада запропонувала законопроект "Про державну фінансову підтримку експортної діяльності"[9], яким передбачалось створення спеціалізованої державної фінансової структури, яка би доповнювала діяльність Укрексімбанку та інших приватних банків. Але на законопроект було накладено вето. Головними його недоліками були неврегульованість механізму діяльності суб'єктів, що отримують фінансову підтримку, відсутність чітких критеріїв відбору контрактів та суб'єктів господарювання, страхування, перестрахування ризиків та гарантування виконання зобов'язань яких здійснюється державною фінансовою структурою. Крім цього, виявилось, що напрями діяльності цієї установи багато в чому дублюватимуть діяльність Укрексімбанку, яка є досить успішною.

Також необхідно зазначити, що на сьогодні українські підприємства майже не користуються послугами інструментів торговельного фінансування, які пропонуються на ринку українськими банками. Це пов'язано, в першу чергу, з вартістю торговельного фінансування, яка значно вища в Україні, ніж в багатьох країнах-торговельних партнерах, і підтверджується результатами опитування, проведеного Інститутом економічних досліджень і політичних консультацій. Воно показало, що бізнесу вигідніше отримати торговельне фінансування непрямо, тобто завдяки закордонним партнерам, аніж звертатись до українських банків. За оцінками учасників ринку, лише близько 2% торговельного потоку в Україні покрито інструментами торговельного фінансування [5, с. 31]. Отже, доки в Україні вартість банківських послуг залишається високою, створення окремої спеціалізованої структури з кредитування експорту на сьогодні недоцільним.

Також одним із найважливіших напрями підтримки експорту, особливо товарів з високим ступенем обробки, є використання важелів податкового регулювання. У процесі вдосконалення діючої податкової системи України в напрямку підсилення її стимулюючого впливу на вітчизняних виробників доцільно вивчити та апробувати можливі форми податкового заохочення експортерів для внесення відповідних коректив у існуючі законодавчі акти, в тому числі:

- відміна ПДВ на вироби, що виготовляються з ліцензіями як для зовнішнього, так і внутрішнього ринку. Без цього, як правило, ліцензійна продукція машинобудування не стане конкурентоспроможною (в порівнянні з витратами виробництва у ліцензіара українське підприємство-ліцензіат несе додаткові витрати по сплаті ПДВ та мита на імпортні комплектуючі) [7, с. 218];

- розробка комплексу заходів щодо зниження непрямого оподаткування експорту послуг і приведення механізму його регулювання у відповідність із вимогами СОТ;

- звільнення експортерів від сплати податку на рекламу експортних товарів;

- зниження розмірів державного мита при розгляданні в арбітражних судах позовів, пов'язаних з виробництвом та наступним експортом товарів і послуг.

Крім цього, доцільно дослідити можливості стимулювання використання промислового устаткування для виробництва експортної продукції шляхом зниження ставки податку на майно чи за допомогою його часткової компенсації через зменшення інших обов'язкових платежів.

Як нами вже зазначалося, важливим є спрямування управлінських дій держави на збільшення високотехнологічних товарів у структурі українського експорту. Одним з найефективніших механізмів прискорення переходу до високотехнологічних виробництв може стати запровадження кластеризації економіки в Україні, тобто виділення певних територій розвитку високотехнологічного виробництва – кластерів. Вважаємо, що кластеризація надає поштовх виробничо-територіальному і соціально-економічному аспектам розвитку регіонів на основі використання всіх внутрішніх можливостей. Адже кластери є більш ефективними в порівнянні з окремими підприємствами, навіть такими, які мають значний виробничо-технічний потенціал [3, с. 98]. Інфраструктура кластерів має складатися із промислових підприємств, науково-дослідних компаній та суміжних інформаційно-дорадчих організацій, які мають працювати в одній галузі економіки та розташовуватися в одному регіоні. Ефективність кластеризації економіки має підтвердження в європейському досвіді. Так, динамічні кластерні програми діють як у сфері новітніх технологій, так і у сфері традиційних галузей виробництва в Німеччині, Італії, Іспанії, Великобританії, Данії [4, с. 101]. Тому вважаємо, що кластеризація економіки повинна запроваджуватись і в Україні, адже вона сприяє більш ефективному використанню природно-ресурсного потенціалу регіонів, що забезпечує сталий соціально-економічний розвиток країни. При цьому основним методом формування регіональних кластерних структур повинно бути не спонтанне їх виникнення, а чітка та взаємоузгоджена керованість цим процесом з боку центральних та регіональних органів державного управління.

Підвищення конкурентоспроможності вітчизняної продукції на зовнішніх ринках також повинно бути одним із пріоритетних завдань Програми розвитку експортного

потенціалу України. В цьому аспекті великого значення набуває організація в країні ефективної системи сертифікації експортної продукції. Наприклад, як варіант, можна рекомендувати створення в країні державної інспекції з якості експортних товарів. Ця установа змогла б не тільки служити бар'єром на шляху проникнення недоброякісної продукції на зовнішні ринки, але і сприяла б випуску конкурентоспроможної продукції з урахуванням сучасних вимог іноземних споживачів до її якості. Також важливим аспектом є участь України в роботі міжнародних та регіональних організацій із сертифікації з метою взаємного визнання результатів іспитів експортованої продукції.

Проблема розвитку та реалізації експортного потенціалу України вимагає також докорінного поліпшення інформаційного забезпечення зовнішньоторговельної діяльності. Першочерговим завданням в цьому напрямку є створення системи зовнішньоторговельної інформації. Для ефективного функціонування даної системи буде потрібно сформувати розгалужену мережу інформаційно-консультативних служб, які змогли б забезпечити оперативне надання зовнішньоторговельної інформації у зручній для клієнта формі. Серед найбільш актуальних і перспективних проектів в галузі інформаційного забезпечення експорту можна виділити наступні:

- створення Українського інформаційно-консалтингового центру сприяння експорту, в якому концентрувалася б повна база даних українських підприємств та їх торговельних партнерів з питань комерційних заявок і пропозицій, нормативно-правових та законодавчих актів з метою надання послуг суб'єктам господарської діяльності в сфері експорту, і який також здійснював би моніторинг здійснення експортно-імпортних операцій;

- створення Українського інформаційного центру СОТ щодо стандартизації, сертифікації і технічних бар'єрів у торгівлі, який сприяв би поінформованості національних експортерів щодо стандартів і технічних вимог до традиційних та потенційно нових українських експортних товарів [10, с. 32];

- створення і розвиток системи інформатизації щодо сучасних досягнень української та закордонної науки і техніки, передового виробничого і підприємницького досвіду з використанням можливостей науково-дослідних центрів та українських закордонних установ.

Представництво України в міжнародних організаціях, зокрема в СОТ, також потребує удосконалення. На сьогоднішній день діє Постійне представництво України при ООН та інших міжнародних організаціях у Женеві, яке підпорядковане Міністерству закордонних справ України. Фактично у складі Представництва є лише один економіст, який професійно займається питаннями роботи України як члена СОТ [5, с. 34]. Отже, сьогоднішнє представництво України у СОТ є недостатнім, що відображається на ефективності захисту її інтересів з огляду на членство у СОТ. Тому необхідно залучити до роботи у Представництві більшу кількість висококваліфікованих спеціалістів, які б відповідали за такі основні напрямки, як: доступ до ринку, технічні бар'єри в торгівлі, санітарні і фіто-санітарні заходи, торговельні питання в сфері захисту прав інтелектуальної власності тощо.

Таким чином, за умов відсутності офіційно затвердженої стратегічної програми сприяння експорту, та з метою реалізації запропонованого комплексу заходів щодо вдосконалення експортного потенціалу України конче необхідно розробити єдину цільову програму розвитку експортного потенціалу України запровадження якої сприятиме узагальненню і систематизації пріоритетних завдань у сфері державної підтримки експортоорієнтованих галузей.

Стратегічною метою даної програми має стати підвищення ефективності і масштабів експортної діяльності країни на основі розширення асортименту і поліпшення якості продукції, удосконалення товарної і географічної структури експорту, використання прогресивних форм міжнародного торговельно-економічного співробітництва, а тактичною метою – нарощування експорту на традиційних українських ринках для скорішого відродження вітчизняного виробництва і подальшої перебудови національної економіки.

Головним завданням програми має бути формування в країні сприятливих економічних, організаційних, правових та інших умов для розвитку експортного потенці-

алу і підвищення ефективності його використання, а також створення механізмів надання державної фінансової, податкової, інформаційно-консультативної, маркетингової, дипломатичної та інших видів допомоги вітчизняним експортерам.

Таким чином, формування ефективного механізму розвитку і реалізації експортного потенціалу України потребує вирішення органами державного управління перспективних завдань, а саме:

1. Забезпечення макроекономічної стабільності та умов для розвитку підприємництва, залучення іноземних інвестицій в Україну.

2. Забезпечення функціонування механізмів кредитування і страхування експорту за участю держави, а також надання державних гарантійних зобов'язань щодо експортних кредитів.

3. Погодження заходів, що приймаються у сфері зовнішньоекономічної діяльності, з цілями і задачами програми реалізації експортного потенціалу України, а при потребі – проведення експертизи проектів законів та інших нормативних актів, виходячи з їх впливу на розвиток вітчизняного експортного потенціалу.

4. Широке залучення українських ділових кіл до проведення спеціальних заходів щодо стимулювання експорту.

5. Створення системи зовнішньоторговельної інформації та інформаційно-консультаційних служб, які включали б їх регіональні і закордонні представництва.

6. Організація оперативної роботи державних органів щодо активного просування української експортної продукції на зовнішні ринки та захист вітчизняних експортерів за кордоном.

Реалізація цих завдань вимагатиме щорічних бюджетних асигнувань, об'єми яких доцільно визначати, виходячи з існуючої світової практики, відкоригувавши їх з урахуванням сучасного стану української економіки і сформованої структури українського експорту.

Висновки. Виходячи із вищевикладеного, зазначимо, що держава має спрямовувати значні зусилля на подолання проблем, які існують у сфері розвитку експортного потенціалу. Тому з метою вирішення цих проблем та реалізації перспективних державних управлінських заходів пропонується розробити цільову програму розвитку експортного потенціалу України.

Реалізація цієї програми дозволить створити сприятливі умови для динамічного розвитку експорту на основі прогресивної зміни спеціалізації та підвищення конкурентоспроможності національної економіки, підвищити якість української продукції і закріпити присутність національних експортерів на традиційних ринках збуту продукції та сприяти виходу на нові зовнішні ринки, а також забезпечити процес інтеграції України у європейську та світову економічні спільноти. Зазначені у статті проблеми мають дискусійний характер, що обумовлює необхідність здійснення подальших наукових пошуків у даному напрямку.

Список використаних джерел

1. Верланов Ю.Ю. Передумови формування зовнішньоторговельної політики країни в контексті економічної безпеки / Ю.Ю. Верланов, А.А. Васильєв // Наукові праці Чорноморського державного університету ім. П. Могили. – 2009. – Т. 64. – Вип. 51. – С. 53-59.

2. Інтернет-портал "Комплексна система інформаційно-консультаційної підтримки та розвитку експорту". [Електронний ресурс]. – Режим доступу: www.ukrexport.gov.ua.

3. Концентрация экономики и конкурентоспособность стран мира [Текст] / Н.А. Кизим, В.М. Горбатов; Ин-т пробл. развития о-ва. – Х.: ИНЖЭК, 2005. – 214 с.

4. Кутідзе Л.С. Експортний потенціал регіону: сутність, діагностика, механізми реалізації: монографія / Л.С. Кутідзе; МОНМС України, ДВНЗ "Запоріз. нац. ун-т". – Запоріжжя, 2011. – 318 с.

5. Мовчан В. Політика сприяння експорту в Україні після адміністративної реформи / В. Мовчан. – К.: ПРООН, 2012. – 43 с.

6. Навроцька Н.А. Конкурентоспроможність української економіки в умовах глобалізації / Н.А. Навроцька // Вісник Донецького національного університету. Серія “Економіка і право”. – Вип. 2, Т. 1. – 2010. – С. 278-285.

7. Орлик І. О. Проблеми та пріоритети розвитку зовнішньоекономічної діяльності підприємств торгівлі України [Електронний ресурс] / І. О. Орлик // Науковий вісник НЛТУ України. – 2012. – Вип. 22.2. – С. 216-221.

8.Осадча Н.В. Системне уявлення щодо регуляторного митного режиму в умовах глобалізації зовнішньоекономічної діяльності / Н.В. Осадча // Вісник економічної науки України. – 2009. – № 1. – С. 134-145.

9. Проект закону: Про державну фінансову підтримку експортної діяльності. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: zakon3.rada.gov.ua/laws/show/4204-vi

10. Резникова Н. Экспортные проблемы украинской экономики / Н. Резникова // Финансовые рынки и ценные бумаги. – 2008. – № 12. – С. 30-33.

11. Управління експортним потенціалом України: монографія / А. А. Мазаракі [та ін.] ; за заг. ред. А. А. Мазаракі. – К.: КНТЕУ, 2007. – 210 с

12. Школьний О.О. Стимулювання виходу українських підприємств на зовнішні ринки / О.О. Школьний // Формування ринкових відносин в Україні. – 2009. – № 1. – С. 42-46.

Халіков Р.Б.

Науковий керівник:
к.е.н., доцент ***Соскін О.І.***

ІНТЕГРАЦІЙНІ ПРІОРИТЕТИ УКРАЇНИ

У статті розглянуто основні проблеми участі України в інтеграційних процесах в Європі та проаналізовано сучасний стан та перспективи участі України в цих процесах. Визначено переваги та недоліки сучасного стану інтеграційних процесів.

Ключові слова: *Інтеграція, інтеграційні процеси, інтеграційна політика, СНД, Митний союз, ЄС, МВФ, СОТ, ООН, Світовий банк.*

Халиков Р.Б.

ИНТЕГРАЦИОННЫЕ ПРИОРИТЕТЫ УКРАИНЫ

В статье расмотренны основные проблемы участия Украины в интеграционных процессах в Европе, а также анализу современного состояние и перспективы участия Украины в этих процессах. Определены преимущества и недостатки современного состояния интеграционных процессов.

Ключевые слова: *Интеграция, интеграционные процессы, интеграционная политика, СНГ, Таможенный союз, ЕС, МВФ, ВТО, ООН, Всемирный банк.*

Khalikov R.B.

INTEGRATION PRIORITIES OF UKRAINE

This article shows the main problem of Ukraine and it's participation in integration processes in Europe analyzes the current state and prospects of Ukraine's participation in these processes. It describes advantages and disadvantages of the current state of the integration process.

Key words: *Integration, integration processes, integration policies, CIS, Customs union, European union, IMF, WTO, UN, World Bank Group.*

Постановка проблеми. Сучасний стан розвитку економіки передбачає втілення в програму соціально-економічного розвитку політики інтеграційних процесів. Інтеграція економіки зумовлює перспективний шлях вдосконалення та розширення світових процесів в різних галузях господарства. Інтеграцію як процес неможливо уявити без збільшення кола партнерів та розробки новітніх технологій та послуг. Хоча інтеграційні процеси не завжди приводять до позитивних наслідків в економіці, що зумовлюється занадто великим впливом тих ідей і процесів, які входять в процеси інтегрованої держави. Отже, дана тематика є актуальною.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Інтеграційним процесам значну увагу приділило багато дослідників, серед них можна виділити О. Горячов [1], Б.В. Дани-

лишин [2], Є.П. Качан [3] та інші. Роботи зазначених авторів сприяли розширенню уявлень про інтеграційні процеси.

При загальності цілей усіх проведених досліджень, різні автори, по різному розглядають інтеграційні процеси в Європі, і особливо специфіку та перспективи участі України в цих інтеграційних процесах.

Мета дослідження. Проаналізувати сучасний стан інтеграційних процесів в Україні та перспективи їх розвитку.

Основні результати дослідження. Перш ніж перейти до аналізу інтеграційних процесів, необхідно визначити що ж таке інтеграція та її вплив на економічні процеси.

Економічна інтеграція являє собою об'єктивний процес розвитку стійких економічних зв'язків і поділу праці національних господарств, що близькі за економічним рівнем.

Основою інтеграції є вимоги високорозвинутих продуктивних сил, що переросли межі національних господарств. Інтеграційний процес у своєму розвитку проходить декілька стадій, у тому числі: створення єдиного ринку з уніфікацією юридичних та економіко-технічних умов торгівлі, спрямування капіталу і робочої сили, утворення валютного та економічного союзів [4].

На даний час велику роль у розвитку інтеграції в Україні відіграє її співпраця з такими міжнародними організаціями як Європейський Союз, Митний союз, країни СНД, СОТ, ООН, а також такими фінансовими інституціями як МВФ та Світовий Банк.

Щодо ЄС, то в останні роки відбулися позитивні зміни в співпраці даного об'єднання з Україною. ЄС виступає найбільшим надавачам двосторонньої підтримки Україні. Сфера співробітництва між ЄС та Україною дуже різноманітна: наука і технологія, вища освіта, промисловість, сільське господарство, енергетика, транспорт, телекомунікації тощо.

Європейський Союз надає гранти, економічну, технічну та фінансову допомогу у формі позик для підтримки платіжного балансу, а також виступає найбільшим інвестором в Україні.

Заходи, що здійснюються у сфері інституційної реформи і розвитку, зосереджуються на адаптації інституційної структури, яка сприяє розвитку суспільства на базі демократичних принципів та ринкової економіки [2].

Суть таких заходів полягає в наступному:

- сприяння адаптації українського законодавства до вимог світового ринку;
- забезпечення підтримки процесу реформ шляхом підготовки державних службовців на центральному і місцевому рівнях;
- сприяння розробці всебічної політики зайнятості і вирішенню питань безпеки праці, а також перепідготовки та перекваліфікації працівників;
- забезпечення підтримки в посиленні соціального захисту населення;
- сприяння розвитку системи кваліфікаційного навчання менеджменту для підтримки підприємництва в Україні.

Позитивним у співпраці України з ЄС є укладення угоди про Партнерство і Співробітництво, яка передбачає допомогу Співтовариства у справі поступового зближення валютної політики України з політикою Європейської валютної системи. Інтеграція у світові валютні системи має стати для України стратегічно важливим напрямом, оскільки для економічних та соціальних зрушень непотрібні доступ до Міжнародного капіталу та валютна стабільність.

Нині ЄС є другим найбільшим торговим партнером України після Росії, в торгівлі з якою, як відомо, переважає імпорт енергоносіїв. Україною підписана Угода про торгівлю з країнами ЄС, але для повної її реалізації потрібно укласти цілу низку домовленостей, зокрема у сфері стандартизації і сертифікації товарів. Україна ще не досягла такого рівня конвергенції з економікою країн Західної Європи і не може відповідати висунутим критеріям (обмеження щодо темпів інфляції, банківських процентних ставок, процентів за державними цінними паперами, обмінних курсів валют, основних параметрів податкової політики), необхідним для майбутньої валютної інтеграції на найближчий період.

Стратегічною метою України є її приєднання до Європейського Союзу. Це сприятиме повній інтеграції України у Світову економіку, основою якої є урядом підписана

угода про співробітництво з ЄС. Однак, на сьогоднішній день існує низка недоліків співпраці України та Європейського Союзу [5].

Світові аналітики виділяють можливі негативні наслідки, які можуть зробити Україну ще слабкішою на світовій арені, ніж вона є зараз.

Перш за все, це є наслідки дотаційної політики Євросоюзу, адже, видача великих сум для держави, може призвести до втрати місцевої економіки свого державного суверенітету, оскільки управління фінансами та економікою буде здійснювати Євро Союз.

По-друге, висока конкуренція на європейському ринку продовольчих та промислових товарів залишають українську продукцію без шансів, зокрема для України дістануться дорогі європейські продукти, які не зможуть конкурувати з вітчизняними продуктами.

Найвагомішою втратою України стануть стосунки з Росією. Російський ринок є основним споживачем української продукції, закриття митних меж неминуче призведе до посилення російської політики відносно експорту нафти, а також попиту на українську продукцію.

Неабияку роль у зовнішньоекономічних зв'язках відіграють економічні відносини з країнами Співдружності Незалежних Держав (СНД). Міжнародні зв'язки України з країнами СНД здійснюються як у зовнішній торгівлі, так і в економічному, науково-технічному і культурному співробітництві, в міжнародному туризмі, військово-стратегічному співробітництві та інших формах. Політична й географічна близькість до пострадянських держав, підкріплена угодами СНД майже з усіх глобальних питань багатостороннього співробітництва, зумовлює орієнтацію української зовнішньої торгівлі на ринки саме цих країн. Втім, роки існування СНД засвідчили, що Співдружність у передбачуваному вигляді остаточно так і не відбулася, оскільки її координуючі органи практично не мали впливу на розвиток економік країн-учасниць. Елементи інтеграції виникали переважно за рахунок двосторонніх угод [8].

На сьогоднішній день в Україні нестабільна економічна та політична ситуація. Головною причиною є те, що країна розділилась на дві частини, перша частина бажає вступити до ЄС, друга до Митного Союзу.

Основним мотивуючим фактором приєднання до Митного союзу для України наряду з іншими можливими привілеями є зниження ціни на російський газ, наявність великого ринку збуту товарів, скасування митних зборів на імпортовані товари, розвиток зовнішньоторговельних відносин, вирішення проблеми транзиту товарів та послуг через Україну.

Не зважаючи на очевидні переваги від спрощення торгівельних відносин між Україною та Митним союзом, процес інтеграції у східному напрямку значно гальмується політичними суперечностями та численними економічними проблемами притаманними національній економіці: низька конкурентоспроможність та якісь продукції, застарілі технології, високий рівень безробіття, нераціональна структура експорту та імпорту, висока енергоємність виробництва у країнах Митного Союзу, а також використання України як сировинної бази.

Щодо Світової організації торгівлі, то приєднання до неї України було результатом концентрації величезних політичних зусиль і глибокого усвідомлення можливостей, які випливають з інтеграції в світову торговельну систему.

Без членства в СОТ Україна не змогла б розпочати переговори з Європейським Союзом та іншими міжнародними організаціями. Членство в СОТ, як передумова інтеграції до ЄС, виходить з того, що сьогодні частка співробітництва між країнами відбувається на торговельно-економічному рівні. Крім того, для європейської сторони статус України як члена СОТ є базовим критерієм відповідності її економіки міжнародним стандартам бізнесу, торгівлі та інвестицій, що є, так би мовити, фільтром, через який необхідно пройти, щоб довести свою готовність підтримувати ділові відносини з європейськими партнерами за зрозумілими їм правилами.

Вступ до СОТ є вкрай суттєвим фактором формування привабливого іміджу України на міжнародній арені, що насамперед впливає на становлення ділового середовища як для національних, так й іноземних компаній, а також на її економічний розвиток.

З моменту вступу України до СОТ вона отримала такі переваги:

- одержання режиму найбільшого сприяння в торговельному просторі всіх країн-членів СОТ, тобто одночасне покращення умов торгівлі із більш ніж 150 країнами світу, на частку яких припадає понад 95% світової торгівлі;
- зменшення тарифних і нетарифних обмежень доступу українських товарів на товарні ринки країн-членів СОТ;
- отримання можливості захисту інтересів українських виробників згідно з процедурою розгляду торговельних спорів Світової організації торгівлі;
- набуття офіційного статусу переговорного процесу зі створення зони вільної торгівлі з ЄС;
- скасування квот на експорт української продукції металургії до ЄС;
- доступ до дешевших комплектувальних, устаткування і сировини;
- забезпечення недискримінаційного транзиту товарів та послуг [3].

Основними недоліками вступу України до СОТ є те, що ця співпраця розпочалася в період фінансової кризи, що поки що не дає позитивних результатів розвитку. Як член СОТ, Україна взяла на себе низку зобов'язань щодо подальшого реформування торговельного режиму. Найбільш суттєвою проблемою української системи торгівлі є невідповідність національних стандартів і технічних норм і правил вимогам світового ринку – на сьогоднішній день до вимог СОТ адаптована лише четверта частина. Тож впровадження заходів для підвищення рівня їх відповідності дозволить підвищити конкурентоспроможність українських товарів та послуг і сприятиме відкритості доступу на інші ринки [1].

Україна бере також участь у багатьох підрозділах ООН: МОП – Міжнародній організації праці; ВОЗ – Всесвітній організації охорони здоров'я; ФАО – продовольчій та сільськогосподарській організації; МАТАТЕ – міжнародній комісії з атомної енергетики та ін. Україна є активним учасником у роботі європейських політичних організацій: Раді Європи та Парламентській Асамблеї Ради Європи.

Отже, порівняно високий економічний, науково-технічний, мінерально-сировинний і трудовий потенціал, надзвичайно вигідне економіко-географічне та геополітичне положення в центрі Європи створюють об'єктивні умови для забезпечення взаємовигідного міжнародного поділу праці, спеціалізації, кооперування та інтеграції у світовий економічний простір.

Співпраця з Міжнародним валютним фондом є важливою з огляду на необхідність збереження належного іміджу країни, що сприятиме підвищенню її кредитного рейтингу на світових фінансових ринках, зменшенню відсоткових ставок по кредитах, дозволить зберігати привабливість для іноземних інвесторів.

Кредити МВФ заохочують зростання споживання, сприяють удосконаленню банківської та грошово-кредитної системи держави, надходженню іноземних інвестицій, стимулюють розвиток торгівлі.

Відносини України з МВФ мають сприяти вирішенню проблем, які можуть виникнути перед Україною у короткостроковому періоді, а також проведенню реформ, що є необхідними для забезпечення стійкого відновлення економіки країни в середньостроковій перспективі.

МВФ надає Україні довгострокові, порівняно дешеві кредити, які сприяють вирішенню проблем платіжного балансу, з вимогою виконання деяких умов. Але Україна не виконує всі вимоги МВФ, що обумовлює затримання подальшого кредитування [2].

Світовий банк відіграє важливу роль у наданні фінансової та технічної допомоги для України при цілісному та системному переході до ринкової економіки, починаючи з часів вступу нашої держави до цієї інституції у 1992р.

Світовий банк допоміг модернізувати бюджетну систему України шляхом створення Державного казначейства, усунення бартерних платежів і поліпшення загальної фінансової та платіжної дисципліни.

Співробітництво зі Світовим банком здійснюється на основі прийнятої у лютому 2012 році нової Стратегії партнерства з Україною на 2012-2016 рр., яка спрямована на допомогу Уряду у реалізації програми економічних реформ та інтеграції з ЄС.

Основну увагу в даній Стратегії зосереджено на стратегічних пріоритетах розвитку країни, включаючи стале економічне зростання, підвищення рівня конкурентоспроможності національної економіки, ефективне реформування державних фінансів та поліпшення якості державних послуг.

З метою підвищення ефективності використання кредитних коштів у 2008 році Світовим банком змінено умови отримання позик. На сьогодні максимальний термін залучення позик – 30 років (при дотриманні середнього терміну погашення позик 18 років), єдиним фінансовим збором є разова комісія у розмірі 0,25 % від суми позики (27 вересня 2007 року Радою Виконавчих директорів скасовано сплату комісії за резервування, яка складала 0,25% від невибраної суми позики).

Продовжується реалізація 9 інвестиційних проектів на реалізацію яких виділено 12 позик на загальну суму 1 681,6 млн. дол. США, з яких вибрано 783,9 млн. дол. США (або 29,3%) [7].

Висновок. Україна в інтеграційних процесах як основну мету визначає співробітництво з різними міжнародними організаціями та фінансовими інституціями. Ця співпраця направлена на розвиток економічних, соціальних та геополітичних процесів в Україні. Інтеграція України в світову спільноту має як позитивні так і негативні наслідки. Основним приоритетним напрямом у розвитку інтеграційних процесів України є вихід її на світовий ринок як держави з позитивним економічним та політичним іміджем.

Перспектива членства в ЄС для України є додатковим вагомим стимулом та мотиваційним фактором внутрішніх реформ, цивілізованого врегулювання всіх внутрішніх та зовнішніх неузгодженостей. Від інтеграції України до ЄС виграють не тільки ці дві сторони, але й уся центрально континентальна Європа, адже після розширення Європейського Союзу за рахунок країн Центрально-Східної Європи та держав Балтії, Європейський союз максимально наблизився до України, що надає особливого статусу їхнім відносинам і створює реальні можливості для співпраці.

Також можна сказати, що Україна як суверенна держава поки що не має такого значного впливу на інтеграційні процеси в Європі як цього хотілося б, але основи для руху у вірному напрямі вже було закладено. Перебуваючи в центрі Європи, поряд з державами що активно перебудовують свої економіки, Україна помітно відстала та не встигає за процесами, що відбуваються в сусідніх країнах.

Зараз Україна перебуває на важливому етапі пошуку свого місця в новій системі міжнародної спільноти, побудові нових відносин з європейськими структурами.

Список використаних джерел

1. Горячов О.В. Результати вступу України до СОТ. – 2010. – № 11. – С.54-58. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: naub.oa.edu.ua.

2. Данилишин Б. В. Навіщо Україні СОТ, або що змінилося за 5 років. – 2012. – №52790. – С. 128-133. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: naub.oa.edu.ua.

3. Качан Є. П, Регіональна економіка: підручник / [Є.П. Качан та ін.]; за ред. Є.П. Посібник / Л.Т. Шевчук – К.: Знання, 2011. – 319 с.

4. Манів З.О., Луцький І.М., Манів С.З. Регіональна економіка: Навчальний посібник. – Львів: «Магнолія 2006», 2009. – 638 с.

5. Солонінко К.С. Інтеграційна політика України: інституційні аспекти. – 2012. – № 52. – С. 55-58. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: naub.oa.edu.ua.

6. Офіційний сайт Міністерства фінансів України. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.minfin.gov.ua.

7. Офіційний сайт Міністерства закордонних справ України. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: mfa.gov.ua/ua.

8. Офіційний сайт Україна і Світова Організація Торгівлі. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: wto.in.ua.

Халюк О.О.

Науковий керівник:
к.е.н., професор ***Соскін О.І.***

МІЖНАРОДНА МІГРАЦІЯ РОБОЧОЇ СИЛИ ТА УЧАСТЬ В НІЙ УКРАЇНИ

У статті розкрито сутність трудової міграції, необхідність і можливість цих процесів, набуття ними певних особливостей в умовах глобалізації. Проаналізовано стан сучасного етапу міжнародної міграції робочої сили та участь України в ній. Зосереджена увага на необхідності та можливості міжнародної міграції робочої сили в країнах світу й в Україні, зокрема. Надано пропозиції щодо підвищення ефективності участі України в процесах міжнародної міграції робочої сили та поліпшення державної міграційної політики України.

Ключові слова. *Глобалізація, іноземці, міжнародна міграція робочої сили, робоча сила.*

Халюк О.О.

МЕЖДУНАРОДНАЯ МИГРАЦИЯ РАБОЧЕЙ СИЛЫ И УЧАСТИЕ В НЕЙ УКРАИНЫ

В сиаите раскрыта сущность трудовой миграции, необходимость и возможность этих процессов, приобретение ними определенных особенностей в условиях глобализации. Проанализировано состояние современного этапа международной миграции рабочей силы и участия Украины в ней. Сосредоточено внимание на необходимости и возможности международной миграции рабочей силы в странах мира и в Украине, в частности. Даны предложения по повышению эффективности участия Украины в процессах международной миграции рабочей силы и улучшения государственной миграционной политики Украины.

Ключевые слова. *Глобализация, иностранцы, международная миграция рабочей силы, рабочая сила.*

Khaliuk O.O.

INTERNATIONAL MIGRATION OF LABOUR POWER AND UKRAINIAN PART OF IT

The essence of labour migration, the need and possibility of these processes, their acquisition of certain features of globalization are discovered in the article. The condition of the current stage of international labour migration and Ukraine's participation in it are analyzed in it. The need and possibilities of international labour migration in the world and in Ukraine, particularly, are paid much attention to. Increasing the efficiency of Ukraine's participation in the processes of international labor migration and improving the state migration policy of Ukraine are proposed.

Key words. *Globalization, foreign, international migration of labour, labour.*

Постановка проблеми. Дослідження глобальних економічних процесів має велике практичне значення. Воно дозволяє визначити вектор стратегічного розвитку кожної держави в умовах глобальності зовнішньоекономічних зв'язків між країнами. Для здійснення довгострокової програми розвитку Україні необхідно визначити головні принципи цієї стратегії й засоби її здійснення з метою реалізації відповідної зовнішньоекономічної доктрини нашої держави. У даній проблематиці розкрито сутність міжнародної міграції робочої сили, проаналізовані її основні причини, з'ясовані наслідки для країн – донорів та для приймаючих країн. Однак, швидкоплинний процес розвитку й змін економічних відносин країн світу, обгрунтовано привертає все більшу увагу до дослідження цієї проблеми, особливо її стану за сучасних умов.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Міжнародна міграція робочої сили посідає чинне місце в системі міжнародних економічних відносин. Дослідження цієї проблеми завжди є актуальним, цікавим і корисним щодо розгляду економічних відносин між країнами світу. Дану проблематику досліджували і досліджують такі науковці, як: О.А. Грішнова [2], Е.М. Лібанова [4], Н. Мамонтова [6], Т.П. Петрова [8], Г.О. Харламова [9] та інші.

Мета статті. Дослідити особливості міжнародної міграції робочої сили в умовах глобалізації та проаналізувати участь України в цих процесах, надавши пропозиції щодо покращення ситуації.

Основні результати дослідження. Історично явище міграції робочої сили є необхідним та природним атрибутом міжнародних відносин, спільного існування різних народів, етнічних і соціальних груп населення, країн. Вільне або примусове переміщення значних мас людей відбувалося завжди – настільки, наскільки "вистачає" історичної пам'яті людства. Серед причин, що впливають на міграцію, вирізняють неекономічні та економічні. До першої групи включаються політико – правові, релігійні, етнічні (з'єднання сімей і переїзд на історичну батьківщину), екологічні, освітньо – культурні, психологічні чинники. До економічних факторів слід віднести насамперед наявність країн із різним рівнем соціально-економічного розвитку, що викликає переміщення робочої сили з бідних країн до країн з високим рівнем життя; стан національного ринку праці й тенденції його розвитку; структурну перебудову економіки, яка супроводжується зростанням потреб у робітниках високої кваліфікації, з одного боку, та наявністю структурного безробіття, з іншого; зростання масштабів міграції капіталу, функціонування ТНК, спільних підприємств тощо. Огляд чисельних наукових праць, присвячених міжнародній міграції робочої сили, дозволяє стверджувати, що посилення міграційного руху переважно відбувається під впливом економічних факторів. Визначаючи причини світової міграції слід розрізняти необхідні та достатні умови її здійснення. Економічні чинники створюють необхідні умови, однак самі по собі вони не можуть вважатися достатніми умовами трудової міграції. Це означає, що при наявності економічних чинників, міграція може й не відбутися доти, доки певна подія в особистому житті не прискорить її і не стане поштовхом до руху. Отже, домінуюча роль належить економічним чинникам, які діють у взаємозв'язку й взаємозалежності з іншими факторами. Міжнародні міграційні процеси завжди стосувалися українців та тих народів, що мешкали на території сучасної України: анти, скіфи, сармати, монгольські орди, присутність на українських землях Польщі, Австро – Угорщини, Росії. Перша Світова війна спричинила масову евакуацію українців на схід СРСР, зокрема до Сибіру, республік Середньої Азії. Надалі – втеча українців від голодомору 30 -х років XX ст., примусове переміщення остарбайтерів, виїзд українців за часів СРСР на освоєння цілини, до об'єктів комсомольського будівництва та нафтогазових розробок Сибіру, етнічна еміграція євреїв до Ізраїлю, переїзд значної частини науково-творчої інтелігенції до Москви у 60-80 -ті роки XX ст. Нарешті, масовий виїзд фахівців та робітників у пошуках кращої долі вже у пострадянські часи передусім до країн Західної Європи, США та Ізраїлю. Враховуючи, що від'їздили на той час ще молоді люди репродуктивного віку, це спричинило старіння населення України. За часів незалежності формування ринкових методів господарювання відбувалося в умовах гострих кризових явищ в економічному, соціальному й політичному житті. Ринкова трансформація економіки України здійснюється вкрай не послідовно і безсистемно, що призвело до зростання негативних явищ, поглиблення господарського хаосу. Внаслідок постійного відбору фахівців шляхом їх виїзду до Москви та на Захід, Україна поступово втрачає науковців, фахівців високої кваліфікації, а це ще більше ускладнює подолання складнощів трансформаційного періоду. Зростання відкритості українського суспільства за часів незалежності неминуче призводить до все більшого втягнення України в міжнародні міграційні процеси [11].

Більші чи менші українські діаспорні групи існують у багатьох країнах Європи й інших частинах світу. По кілька десятків тисяч українців, не беручи до уваги сучасної заробітчанської еміграції, живуть у Франції (близько 40 тис. осіб), Великобританії (близько 30 тис. осіб), Німеччині (25 тис. осіб), Сербії (близько 25 тис. осіб), Хорватії (15-20 тис. осіб), Чехії (15 тис. осіб), Італії і Ватикані (близько 10 тис. осіб). Українські громади по кілька тисяч осіб обліковуються в Австрії (4 тис.), Бельгії (4 тис.), Угорщині (4 тис.), Швеції (2 тис.), Нідерландах (1 тис.). Відомі українські групи населення в Данії (близько 500 осіб), Норвегії (близько 200 осіб), Іспанії (близько 200 осіб) та інших країнах. Поза Європою постійні мешканці українці – в Австралії (близько 30 тис. осіб) і Китаї.

В останні десятиліття XX ст. міжнародна міграція робочої сили стала однією зі складових процесу глобалізації світової економіки. З одного боку, глобальні зміни у наш час супроводжуються інтенсифікацією міжнародних міграційних процесів, з іншого – визнано, що люди мають меншу мобільність, ніж гроші, товари або ідеї. Люди завжди належать будь – якій країні, залежні від паспортів, віз, дозволів на проживання й коньюнктури ринку праці. Сьогодні можна говорити про глобальні зміни світового міграційного порядку [11].

У пропорційному відношенні більш усього іноземців у Люксембургу -44% населення, у Латвії – 18%, на Кіпру і в Естонії – по 16%, в Іспанії – 12%, в Ірландії – 11%, в Австрії – 10%. Менше за 1% іноземців мешкає у Польщі, Румунії, Болгарії та Словаччині [1]. Це можна пояснити недостатнім рівнем соціально – економічного розвитку цих країн. Лідерами серед країн -" постачальників" іноземців до країн ЄС є Туреччина (2,4 млн. людей), Марокко (1,8 млн. людей) і Албанія (1 млн. людей). Україна не входить навіть у десятку – офіційно наших співвітчизників у ЄС близько 600 тис. людей [11]. Німеччина лідирує за кількістю іноземців не випадково, бо політика цієї країни цілеспрямована на залучення висококваліфікованої робочої сили з числа іноземців. В Іспанії, Італії ситуація є більш складною, бо вони так само спрямовують свою політику. Загальна тенденція така: до країн Північно – Західної Європи (Швецію, Німеччину) їдуть фахівці високої кваліфікації, а до країн Південної Європи (Іспанія, Італія, частково Франція) – некваліфіковані робітники, прислуга, сезонні працівники.

Статистика ж відносно українців, що мешкають в країнах ЄС та дані Євростату не є достатньо точними , бо не враховують українців, які отримують дозвіл на сезонні роботи, також статистика не враховує нелегальних мігрантів. Отже, відомості про масштаби міжнародної міграції робочої сили є достатньо приблизними. Країни ЄС не зацікавлені в оприлюдненні справжнього стану цих процесів, бо тоді слід визнати участь мігрантів у створенні ВВП країн ЄС, а це не входить в коло їх національних інтересів. Сучасна світова міграція суттєво прискорюється під впливом глобалізації вищої освіти. Значна частина студентів – вихідців з країн, що розвиваються, здобувши вищу освіту за кордоном, у промислово розвинутих країнах, намагаються саме там залишитися працювати. Одночасно поширюються процеси залучення фахівців на роботу в менш розвинуті країни у тих випадках, коли випускники західних вузів не можуть знайти роботу на батьківщині. Такі зв'язки притаманні Західній Європі та країнам Азії. [3] Україна, поки що не бере активної участі в цих процесах. На заваді переміщення випускників вищих вітчизняних закладів освіти на Захід, до розвинутих країн, стають складності у підтвердженні диплому, недостатній рівень знання іноземних мов, а також різниця культур, ментальність. Сьогодні на Заході розповсюджується практика залучення спеціалістів з країн, що розвиваються, за тимчасовими контрактами на роботу в промислово розвинуті країни. Прикладом може бути використання індійських програмістів у США. Фактором, який сприяє збільшенню попиту на працю можна вважати процес старіння населення промислово розвинутих країн. Особливо стрімко цей процес розвивається в країнах Західної Європи, що наближує її як ніколи до вислову "бабця Європа". Фахівці стверджують, що через два десятиліття цей регіон відчуватиме гострий дефіцит робочих рук, бо кількість пенсіонерів перевищить третину населення. Вже сьогодні Європа відчуває зростання міграції переважно з країн Азії та Африки. Наприклад, у Сербії, Франції, Німеччині спостерігається значний приплив мігрантів саме з цих регіонів. Як доводить практика, вихідці з цих регіонів суттєво впливають на підвищення рівня народжуваності, сприяють економічному оздоровленню приймаючих країн тощо. Відомо, що представники етнічних меншин значно частіше ніж місцеве населення створюють власний бізнес, вони проявляють меншу розбірливість при виборі праці, меншу увагу приділяють плануванню сім'ї. За прогнозами дослідника міжнародних міграційних процесів П. Сталкера, протягом 1995-2025 років чисельність робочої сили у бідних країнах збільшиться з 1,4 млрд. до 2,2 млрд. людей. [4]

За нинішніх темпів розвитку торгівлі та міграції інвестицій навряд чи вдасться забезпечити зайнятість такої кількості нових робітників у території країн, де народилися. Глоба-

лізація сприяє переміщенню висококваліфікованих робітників у промислово розвинуті країни. Як уже зазначалось, спільною рисою, притаманною абсолютній більшості країн є збільшення у складі іммігрантів кваліфікованих спеціалістів. Головний мотив переміщення таких спеціалістів – збільшення доходів і кар'єрне зростання, можливість застосування своїх знань та здібностей. Основними причинами цього є, безумовно, економічні: низький рівень заробітної плати науковців сприяє еммміграції талановитих, перспективних фахівців до розвинутих країн Європи (Німеччина, Великобританія, Австрія) та у США. [7]

Країни – донори зацікавлені в еміграції окремих людей, а країни, що приймають мігрантів зацікавлені у протилежному. Це протиріччя можна розв'язати тільки шляхом домовленостей на міждержавному рівні про відшкодування таких втрат. Законодавчо такі питання може вирішити МОП(Міжнародна Організація Праці).У наслідок більш низької заробітної плати іммігрантів, в країнах, що їх приймають зменшуються витрати на виробництво товарів та послуг, вони стають дешевими, підвищується їхня конкурентоспроможність на ринках . Наприклад, у США імміграція обумовлює 30 – 40 % загального зниження реальної заробітної плати некваліфікованої робочої сили, що не може не позначитись на цінах готових продуктів [3]. Отже, міграція суттєво впливає на обсяг ВВП. В країнах походження міграція може полегшити наявне безробіття й принести їм певні валютні доходи у вигляді:

- іноземної валюти як наслідок грошових переказів мігрантів;
- податків з прибутку фірм – посередників;
- особистого інвестування мігрантів;
- капіталовкладень від країн – імпортерів робочої сили, що надходять в країни – експортери міждержавними каналами;
- субсидій благодійних фондів і міжнародних організацій.

Країни – імпортери робочої сили разом із потоком мігрантів отримують такі позитивні наслідки:

- підвищення конкурентоспроможності товарів, до виробництва яких залучаються іммігранти, за рахунок скорочення витрат (зокрема фонду заробітної плати), що призводить до підвищення темпів зростання економіки країни;
- стимулювання внутрішнього сукупного попиту з боку мігрантів;
- економію коштів на підготовку кваліфікованих спеціалістів, на соціальні програми, купівлю патентів, ноу – хау, ліцензій у інших державах;
- надання додаткової еластичності внутрішньому ринку праці шляхом посилення конкуренції у сфері пропозиції робочої сили.

Протягом XX-XX1 ст. традиційними центрами тяжіння для еммігрантів залишаються США, Канада та Австралія. Управління міграційними потоками в розвинутих країнах світу здійснюється згідно чинних законодавств. як правило, державна міграційна політика переслідує додержання певної мети, що не суперечить національним інтересам: це може бути залучення кваліфікованих фахівців переважно певних напрямків діяльності, або просто талановитих людей, або перспективних молодих спеціалістів, або родичів тих, хто вже мешкає в даній країні, або біженців тощо. В Україні міграційна політика держави має бути більш досконалою і спиратися на наші національні інтереси. Наприклад, сьогодні,враховуючи транзитне становище країни у руху робочої сили в напрямках Схід – Захід(й у зворотньому напрямку)нагальною є проблема, пов'язана з екстрадицією нелегальних мігрантів на батьківщину. Завдячуючи неврегульованості даної проблеми Україна на даний момент відчутних збитків щодо фінансування цих процесів. Отже, нагальною є проблема підготовки й підписання двохсторонніх міжнародних договорів щодо цієї проблеми. Враховуючи розвиток процесів глобалізації, світової економіки, участь країн з перехідною економікою у цих процесах слід шукати шляхи ефективної міграційної взаємодії держав, яка б забезпечувала додержання взаємної вигоди для країн-донорів та країн – реципієнтів.

Висновки. Процеси міжнародної міграції робочої сили є невід'ємною складовою розвитку міжнародних економічних відносин. Сьогодні ці відносини відчувають помітний вплив процесів світової глобалізації. Глобалізація суттєво прискорює процеси міжнародної міграції робочої сили. Україна приймає активну участь в міжнародній

міграції робочої сили. Ця участь має певні протиріччя й потребує удосконалення. Розглядаючи міжнародну міграцію робочої сили слід розрізняти необхідність і можливість її здійснення. Наслідки міграції залежать від того, чи є певна країна, країною – постачальником, або країною – користувачем іноземної робочої сили. У загальносвітовому масштабі міжнародна міграція робочої сили зумовлює оптимізацію розміщення продуктивних сил, вирівнювання цін на головний фактор виробництва. Процес еміграції фахівців потребує ретельного аналізу й розробки спеціальних заходів. Насамперед, необхідно створити в Україні належні соціально – економічні, організаційні, правові умови для створення умов життя, навчання, розвитку економіки та особистості. Задля прискорення цього процесу, держава повинна повернутися обличчям до розвитку науки, підвищити її фінансування, обрати інноваційно- нвестиційний шлях економічного зростання. Цей шлях передбачає поширення науково – прикладних і науково-технічних знань. Вже сьогодні соціально – економічний розвиток України, хоча й не є таким же як у країнах Західної Європи, однак, для наших співвітчизників виявляється більш сприятливим ніж "золоті гори" на Заході. Про це свідчить суттєве скорочення еммігрaції та зростання імміграції. Україна не повинна весь час на когось рівнятися, хоча сучасні процеси глобалізації потребують певних світових стандартів розвитку, а йти уперед обираючи свій шлях розвитку. Так, це буде непросто, однак, більш перспективно ніж весь час когось наздоганяти. Такі дії сьогодні вже приносять позитивні результати, особливо у країнах Південно-Східної Азії. Такий розвиток вимагає використання усіх здобутків світової цивілізації та примноження власних. Глобалізація економіки суттєво вплинула на формування нового підходу до міграційної політики. Цей підхід полягає в переході від контролюючих функцій держави до комплексного управління міграційними процесами, основу якого складає створення умов, що протидіють міграції. В умовах тісного взаємозв'язку й взаємозалежності національних економік стає можливим стимулювання економічного зростання, створення нових робочих місць, підвищення доходів, формування сприятливого клімату у країнах еммігрaції. Така можливість реалізується шляхом лібералізації торгівлі, залучення прямих іноземних інвестицій, активного включення національних валют у світову валютну систему. Отже, задля ефективного управління міграційними процесами в Україні вважаємо за необхідне здійснювати означені пропозиції не поетапно, а комплексно, інакше може скластися критична ситуація на ринку праці в національній економіці.

Список використаних джерел

1. Гомон Д. Германия – лидер по иностранцам // Сегодня. – 2010. [Електронный ресурс]. – Режим доступа: www.rusnauka.com
2. Грішнова О.А., Крехівський І.О. Ринок праці України під впливом глобалізації. – Донецьк: ДонНУ, 2007. – С. 32-40.
3. Лібанова Е. М. Людський розвиток в Україні: інноваційний вимір (Колективна монографія) – К.: Інститут демографії та соціальних досліджень НАН України. – 316 с.
4. Лібанова Е.М. Ринок праці: Навч. посібник. – Київ: Центр навчальної літератури, 2003. – 224 с.
5. Макуха С.М. Міжнародні господарські зв'язки країн із перехідною економікою в умовах глобалізації. – Х.: Право, 2005. – 304 с.
6. Мамонтова Н. Тенденції та особливості формування і використання інтелектуального капіталу в Україні // Економіка України. – 2010. – № 8. – С. 30-40.
7. МВД Украины и Государственный центр занятости Минтруда Украины. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: www:eurostat.
8. Петрова Т.П. Теоретико-методологічні аспекти дослідження проблем зайнятості та ринку праці / І. Петрова // Економіка України. – 2006. – № 2. – С. 91-93.
9. Харламова Г.О. Наумова М. Міграція як складова процесу формування людського капіталу України // Економіка та держава. – 2010. – № 4. – С. 32-36.
10. Статті [Електронний ресурс]. – Режим доступу: www:podrobnosti.ua.
11. Stalker P. Workes without frontiers: The impact of globalization on international migration. Boulder (Col): Rienner: ILO, 2007/ – X1. – P. 141-152.

Шумбар Я.Ю.

Науковий керівник:
к.е.н., доцент ***Матвійчук-Соскіна Н.О.***

РОЗВИТОК УКРАЇНСЬКОГО ІТ-АУТСОРСИНГУ НА ВНУТРІШНЬОМУ І ЗОВНІШНЬОМУ РИНКАХ

У статті досліджено, як розвивається ІТ-аутсорсинг в Україні, його переваги та недоліки. Проведений аналіз рівня забезпеченості цього сектору бізнесу необхідними кваліфікованими кадрами, аналіз ключових гравців бізнесу. Розглянуто основні проблеми та перешкоди для розвитку ІТ-аутсорсингу.

Ключові слова: *ІТ-аутсорсинг, аутстаффінг, R&D, GlobalLogic, тестування ПЗ.*

Шумбар Я.Ю.

РАЗВИТИЕ УКРАИНСКОГО IT-АУТСОРСИНГА НА ВНУТРЕННЕМ И ВНЕШНЕМ РЫНКАХ

В статье исследовано, как развивается ИТ-аутсорсинг в Украине, его преимущества и недостатки. Проведен анализ уровня обеспеченности этого сектора бизнеса необходимыми квалифицированными кадрами, анализ ключевых игроков бизнеса. Рассмотрены основные проблемы и препятствия для развития ИТ-аутсорсинга.

Ключевые слова: *IT-аутсорсинг, аутстаффинг, R&D, GlobalLogic, тестирование ПО.*

Shumbar Y.U.

DEVELOPMENT OF UKRAINIAN IT OUTSOURCING ON THE INTERNAL AND EXTERNAL MARKETS

The article identifying the development of IT outsourcing in Ukraine, its advantages and disadvantages, current position of Ukraine on the global market, the analysis of labor force, the analysis of the biggest and the most successful Ukrainian IT outsourcing companies. Also were identified the main problems and obstacles of the development of Ukrainian IT outsourcing.

Key words: *IT, outsourcing, outstaffing, R&D, GlobalLogic, software testing.*

Постановка проблеми. У стрімкому розвитку ІТ-бізнесу у світі Україна зайняла своє місце. Українські програмісти та тестувальники цінуються у більшості міжнародних ІТ-компаній. Деякі з вітчизняних компаній стали одними з ключових гравців на ринку аутсорсингу інформаційних технологій. Однак, українські ІТ-компанії постійно стикаються з багатьма проблемами: починаючи з несприятливих умов ведення цього бізнесу в Україні, закінчуючи нестачею кваліфікованих кадрів на ринку. Система ведення інформаційного бізнесу в Україні потребує перезавантаження як на законодавчому рівні, так і на освітньому рівні.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Цією проблематикою у світі займаються такі науковці, як Дж. Браян Хейвуд, Р. Морган, Р. Вартсман, Дж. Росс, С.Л. Сильберман. Здійснюючи аналіз останніх публікацій даної проблеми, слід відмітити, що більшість науковців вважають використання компаніями ІТ-аутсорсингу новою конкурентною перевагою на ринку інформаційних технологій. Зокрема, у праці Дж. Браяна Хейвуда "Аутсорсинг: у пошуках конкурентних переваг" [1] детально розглянуті причини, які змушують компанії впроваджувати аутсорсинг у бізнес процеси.

Мета дослідження. Відповідно, є вивчення ролі ІТ-аутсорсингу в сфері бізнесу в Україні та визначення місця України на світовій арені. Досягнення поставленої мети передбачає вирішення таких завдань:

- аналіз ІТ-сектору України;
- аналіз найбільших українських ІТ-компаній;
- визначити освітній рівень робочої сили в цьому сегменті;
- Визначити відношення держави та ІТ-аутсорсингу.

Основні результати дослідження. Внутрішній ІТ-ринок України за різними оцінками складає близько 3,5 млрд. дол. США, що зовсім небагато для країни з населенням 45 млн. чол., так як перераховану на душу населення величину в $ 78 інакше як дуже скромною не назвати. До того ж левова частка припадає на апаратне забезпечення (порядку 85%), на другому місці – послуги (близько 10%) і лише 5% займає ПО, в основному зарубіжного походження. Якщо ж спробувати оцінити, який обсяг займають рішення, створювані в Україні для внутрішніх потреб, то це буде настільки скромна величина, що приводити її неможливо без ризику викликати підозру в розсудливості. Схоже, саме високий рівень піратства і низький платоспроможний попит на послуги з розробки ПЗ всередині країни за іронією долі стали основними каталізаторами вибухового зростання аутсорсингового бізнесу: не маючи можливості заробляти на внутрішньому ринку, вітчизняні розробники просто були змушені піти на зовнішній.

У 2013 р обсяг аутсорсингових послуг, наданих українськими компаніями, склав близько 1,6 млрд. дол. США Ця величина може здатися не особливо вражаючою на тлі, наприклад, 18.2 млрд дол.США, отриманих від експорту продукції АПК, але все виглядає в іншому світлі, якщо взяти до уваги що це тільки "біла" виручка експортного походження, що надає позитивний вплив на платіжний баланс країни, і згенерована до того ж відносно невеликою галуззю, в якій зайнято близько 40 тис. чол. [1]

Що являє собою ІТ-аутсорсинг в Україні?

Аутсорсинг у цілому – поняття багатогранне, він проявляється в різних формах і може викликати розбіжності щодо того, що до нього слід відносити, а що – ні. Тому почати слід з того, щоб дати своє визначення цьому терміну і говорити ми будемо виключно про роботу на зовнішніх ринках унаслідок низького платоспроможного попиту на подібні послуги всередині країни.

Виділимо наступні варіанти ведення подібного бізнесу, використовувані в Україні:

- "Класичний" аутсорсинг – являє собою незалежну компанію, яка виконує частину функцій замовника;

- Аутстаффінг – надання в "оренду" окремих співробітників; дуже часто цим займаються "звичайні" аутсорсингові компанії, знайти українську компанію, що займається виключно ІТ-аутстаффінгом, непросто;

- Створення підрозділів зарубіжних ІТ-компаній усередині України, які виконують певні функції, наприклад, розробку продуктів ІКТ або технічну підтримку. [2]

В останньому випадку за формальними ознаками більш коректно говорити не про аутсорсингову форму організації бізнесу, а про вертикально інтегровану транснаціональну компанію. Тим не менш, для подібної структури характерна найбільш важлива риса аутсорсингу, що відрізняє його від продуктового бізнесу: одержувані підрозділом доходи і, відповідно, сплачувані податки не залежать від обсягів продажів материнської компанії, а визначаються виключно на основі операційних витрат підрозділу. І якщо не брати до уваги форму, то за своєю суттю R & D-філія (Research & Development) Samsung в Києві з чисельністю персоналу близько тисячі співробітників нічим принципово не відрізняється від будь-якої іншої великої аутсорсингової компанії, яка обслуговує довгостроковий контракт з іноземним клієнтом. Саме тому доцільно відносити до аутсорсингової бізнесу і подібні компанії, тим більше, що і ринок праці, і умови для ведення бізнесу у них спільні.

Крім "традиційного комп'ютерного" ІТ-аутсорсингу, що передбачає розробку та супровід різних комп'ютерних систем, обороти набирають і інші напрямки, зокрема досить перспективно виглядають контакт-центри, подальша еволюція call-центрів, обсяг виручки яких вже взяв позначку в 100 млн. дол. США на рік. Контакт-центри надають широкий спектр послуг як з обробки вхідних, так і із здійснення витікаючих дзвінків за замовленням клієнта. Крім телефонних дзвінків, сучасні контакт-центри обробляють текстові повідомлення у формі чату, електронної пошти, забезпечують спілкування в соціальних мережах, можуть виконувати тех. підтримку на стороні клієнта за допомогою інструментів дистанційного керування робочим столом. Все це забезпечується досить розвиненими системами, що, в сукупності з застосуванням теорії систем масового обслуговування та апарату дослідження операцій, дозволяє

говорити про контакт-центрах як про вельми технологічному бізнесі, що є частиною IT. У той же час, враховуючи відмінності в багатьох інших аспектах, контакт-центри та інші види аутсорсингового бізнесу не відносяться безпосередньо до розробки та супроводу інформаційних систем, тому їх не можна віднести саме до IT-аутсорсингу.

IT-компанії України

Оцінити точне число українських компаній, що пропонують послуги аутсорсингу на зовнішні ринки, і зайнятих в них фахівців досить важко, зважаючи на специфіку ведення подібного бізнесу. Досить типовий випадок: група однодумців для роботи орендує квартиру в житловому секторі та ніяк не афішує себе як компанії-аутсорсера всередині країни, зате для зовнішніх замовників у неї може бути вельми представницький веб-сайт з значним послужним списком проектів та місцем дислокації "десь у Східній Європі ". Щоб легально отримувати гроші з-за кордону, така компанія може мати зареєстроване підприємство у формі ПП або ТОВ, але виявити взаємозв'язок одного з іншим вельми непросто, особливо якщо в самій компанії надають перевагу "підпільному" характеру ведення бізнесу. Щоб дізнатися навіть приблизну кількість таких компаній, кількість зайнятих в них людей і обсяг наданих ними послуг – дуже тяжко.

Тому оцінювати ситуацію залишається виключно за великими компаніями, для яких публічність – важлива складова процесу формування іміджу. За даними DOU.UA на кінець 2014 року 25 найбільших аутсорсингових компаній країни забезпечили робочі місця для більш ніж 21 тис. Співробітників. Примітно, що майже 60% цієї кількості припадає на п'ятірку лідерів: EPAM Systems, Luxoft, SoftServe, GlobalLogic і Ciklum (інформація про них наведена в таблиці 1.), що свідчить про значну консолідації ринку, погоду на якому задають великі компанії.

Таблиця 1.

П'ять найбільших IT-аутсорсингових компаній України станом на липень 2015 року *[5]*

№	Компанія	Співробітників в Україні
1	EPAM Systems	3900
2	SoftServe	3817
3	Luxoft	3727
4	GlobalLogic	2561
5	Ciklum	2291

Про зрілість ринку свідчить вихід лідерів на IPO – спочатку EPAM Systems, що виконала первинне розміщення акцій на Нью-Йоркської фондовій біржі на початку 2012 р, а потім Luxoft, яка здійснила вихід на NYSE у червні 2013 року. Незважаючи на те, що IPO EPAM Systems виявився не дуже вдалим, і компанія стартувала з ринкової вартості в 490 млн. дол., що виявилося на третину нижче очікувань, сьогодні її вартість становить вже 1,2 млрд. дол. США, а курс акцій демонструє стійке зростання. Luxoft спочатку стартувала дещо краще – вже в перший день торгів її ринкова вартість перевищила 650 млн. дол. США. [3] Решта компанії розуміють, що залучені конкурентами інвестиції дають їм перевагу на ринку, а тому також розглядають можливість IPO, зокрема, в найближчі два-три роки на подібний крок можуть піти SoftServe і Ciklum. Відзначимо, що чотири з п'яти найбільших аутсорсингових компаній належать іноземним власникам, єдина компанія з цього списку, якою володіють українські інвестори, – SoftServe.

Кадрова проблема

Кадрове питання – мабуть, найбільш складний в цьому бізнесі, оскільки брак кваліфікованих співробітників є основним стримуючим фактором на шляху розвитку компаній. Сплеск попиту на фахівців викликав значне зростання заробітних плат в галузі, розміри яких істотно перевищують середньоукраїнські показники по багатьох інших галузях. Ось результати відповідного моніторингу DOU.UA:

Незважаючи на високі заробітні плати, залучати нові кадри з кожним роком стає все складніше – багато компаній мають значні списки вакансій, окремі позиції залишаються вакантними тривалий час, а основна причина криється практично в

повній нездатності української системи освіти задовольняти цей попит. Без перебільшення лише одиниці випускників вузів здатні без додаткової підготовки приступити до виконання прямих обов'язків, покладених професією розробника, тестувальника або системного адміністратора. До того ж здібні випускники – це, як правило, не ті, хто добре засвоїв програму навчання, а ті, хто виявляв бажання і знайшов можливість для самоосвіти.

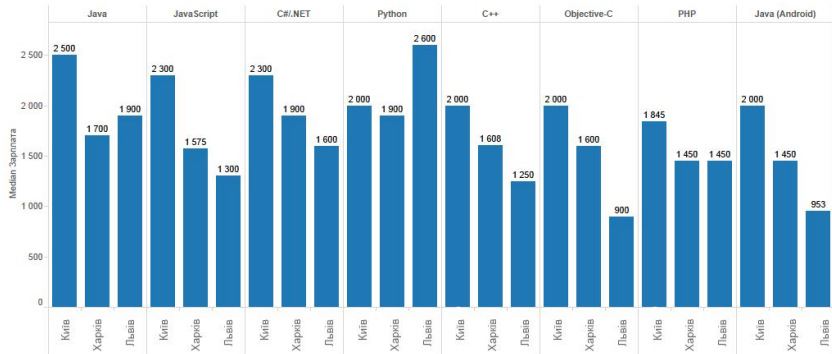

Рис. 1. Залежність зарплати від використовуваної технології та міста, в якому працює розробник [4]

Компанії знаходять свої способи вирішення кадрової проблеми. Крім гонки заробітних плат і переманювання співробітників один у одного, деякі з них, наприклад, EPAM Systems і SoftServe, створили власні навчальні підрозділи, навчання в яких проводиться безкоштовно, а найбільш здібним випускникам відразу ж пропонується працевлаштування. Однак подібний шлях навряд чи зможе вирішити проблему в масштабах країни, хоча б тому, що для такого цільового навчання вже необхідний певний запас знань і навичок, який отримати інакше як у вузі практично ніде.

З іншого боку, в Україні є окремі успішні приклади побудови альтернативної системи професійної освіти, серед яких особливо показовою є Комп'ютерна академія "ШАГ", серед іншого, що виховала й переможців міжнародних студентських змагань Microsoft Imagine Cup. Навчальний центр академії дистанціювався від системи Міносвіти і показує досить непогані результати, забезпечуючи випускників професійними сертифікатами Microsoft, Cisco, Autodesk та інших лідерів IT-індустрії. На жаль, говорити про масовий перехід на подібну систему освіти поки не доводиться хоча б тому, що вища освіта в нашій країні є дотаційним, і, навіть навчаючись на комерційній основі у державних вузах, студенти оплачують лише частину реальної собівартості навчання. Таким чином, створення альтернативної комерційної системи освіти, позбавленої недоліків вузівської, ускладнено нерівними умовами конкуренції.

Аутсорсинг і держава

На даний момент, взаємовідносини органів державної влади та компаній, що будують аутсорсинговий бізнес є непрозорими. У той час, як у країнах з прозорою фіскальною політикою і низьким рівнем корупції побудова подібного бізнесу супроводжується значними накладними витратами, в Україні існують різні способи "зекономити" на податках, ліцензійному ПО та соціальному забезпеченні співробітників.

У розвинених країнах ці статті витрат істотно впливають на підсумкові витрати бізнесу, а у нас є своєрідною "конкурентною перевагою", що забезпечує привабливість аутсорсингу як такого. Саме ця вітчизняна специфіка успішно розвінчує міф про зниження привабливості вітчизняного аутсорсингу в міру вирівнювання рівня зарплат українських розробників та їхніх колег з розвинених країн.

Звичайно, великі компанії намагаються грати за правилами, але можливості заощадити на накладних витратах також не упускають. Наприклад, вельми популярною є практика, коли співробітники компанії оформлені як приватні підприємці на спрощеній системі оподаткування. З одного боку, якщо подібну схему допускає існуюче законодавство, то в цьому немає нічого поганого, але з іншого – спостерігається явна підміна понять, і ні про яку "узгодженій роботі" тисяч приватних підприємців на одного замовника мови йти не може. Для державного бюджету подібна схема означає недоотримання значних сум, а для самих працівників – низький рівень соціального захисту з боку держави, який обумовлений мінімальними відрахуваннями в соціальні фонди. На жаль, мало хто з працівників замислюється про те, що, отримуючи сьогодні за подібною схемою цілком солідні гроші навіть за західними мірками, він забезпечує собі пенсію на рівні мінімальної. Втім, якщо і замислюється, то зробити що-небудь не може, оскільки такі реалії ринку.

Висновки. Немає сумнівів, що IT-аутсорсинг можна назвати одним з найбільш значущих досягнень вітчизняної економіки з моменту проголошення незалежності. З точки зору держави, багатомільярдна орієнтована на експорт галузь, яка не закуповує імпортні сировину і ресурси, і не завдає шкоди екології, повинна ретельно оберігатися і розвиватися. В українських же реаліях держава не створює необхідних умов для аутсорсингового бізнесу, будь-яка необережна дія загрожує важкими наслідками.

Вже зараз стає очевидним, що проголошувані деякими великими компаніями плани багаторазового зростання в найближчі кілька років, найімовірніше, так і не здійсняться, оскільки в країні з населенням мільйони людина немає ефективної системи освіти, здатної поставляти необхідні кадри. Якщо, до того ж, врахувати, що в перші роки незалежності спостерігалося майже двократне зниження рівня народжуваності (а саме цей період дав нинішніх випускників), то в осяжній перспективі ситуація цілком може ще погіршитися.

І тим не менш, потрібно залишатися оптимістами, оскільки вся історія IT-аутсорсингу в Україні свідчить про його здатність розвиватися, незважаючи на будь-які перешкоди.

Список використаних джерел

1. Брайан Хейвуд Дж. Аутсорсинг: у пошуках конкурентних переваг // Вильямс. – 2004. – С. 8-16.
2. Бравар Ж.Л., Морган Р. Ефективний аутсорсинг. Поняття, планування та використання успішних аутсорсингових відносин// Баланс Бізнес Букс. – 2007. – С. 38-50.
3. Статистика світового аутсорсингового індексу компанії Information Services Group (ISG) [Електронний ресурс]. – 2015. – Режим доступу: http://www.isg-one.com/web/research-insights/isg-outsourcing-index/http://www.isg-one.com/web/research-insights/isg-outsourcing-index/
4. Заробітні плати українських розробників [Електронний ресурс]. – 2015. – Режим доступу: http://dou.ua/lenta/articles/salary-report-may-june-2015/?from=salaries
5. Топ-25 найбільших [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://jobs.dou.ua/top25.
6. Ross J., Irani L., Silberman M.S., Zaldivar A., Tomlinson B. Who are the Crowdworkers? Shifting Demographics in Mechanical Turk // CHI. – 2010 // faculty.washington.edu/joelross/publications.
7. Buchholz Todd G. Bringing the Jobs Home: How the Left Created the Outsourcing Crisis – and How We Can Fix It// New York Sentinel. – 2004 // books.google.com
8. Rezendes D. Out With 'Outsourcing' And In With 'Co-Sourcing // Information Week Magazine. – 2014. – S. 22-26.
9. Andrew R. Co-Sourcing and More // Human Resources Executive Magazine. – 2013. – S. 56-59.
10. Olive B. Outsourcing Growing, Despite Controversy // Power. – 2010. – S. 19-20.
11. Wartzman R. The Drucker Difference: Insourcing and Outsourcing: the Right Mix // BloombergBusiness. – 2010. – S. 65-72.

Данилюк А.С.
Науковий керівник:
к.е.н., доцент ***Горячева К.С***

МИТНО-ТАРИФНЕ РЕГУЛЮВАННЯ ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ (НА ПРИКЛАДІ ДНВП "ОБ'ЄДНАННЯ КОМУНАР")

У статті розглянуто основи митно-тарифного регулювання зовнішньоекономічної діяльності держави, проведено аналіз інструментів та механізмів регулювання зовнішньоекономічної діяльності підприємства на прикладі "Об'єднання Комунар" та його національного та зовнішнього цільового ринків. Запропоновані шляхи удосконалення митно-тарфного регулювання ЗЕД для досліджуваного підпріємства

Ключові слова: *Зовнішньоекономічна діяльність (ЗЕД),митно-тарифне регулювання, стратегія митно-тарифного регулювання.*

Данилюк А.С.

ТАМОЖЕННО-ТАРИФНОЕ РЕГУЛИРОВАНИЕ ВНЕШНЕЭКОНОМИЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ (НА ПРИМЕРЕ ГНПП "ОБЪЕДИНЕНИЕ КОММУНАР ")

В статье рассмотрены основы таможенно-тарифного регулирования внешнеэкономической деятельности государства, проведен анализ инструментов и механизмов регулирования внешнеэкономической деятельности предприятия на примере,, Объединение Коммунар '' и его национального и внешнего целевого рынков. Предложены пути совершенствования таможенно-тарфного регулирования ВЭД для исследуемого предприятиях.

Ключевые слова: *Внешнеэкономическая деятельность (ВЭД), таможенно-тарифное регулирование, стратегия таможенно-тарифного регулирования.*

Danilyk A.S.

CUSTOMS AND TARIFF REGULATION OF FOREIGN ECONOMIC ACTIVITY (FOR EXAMPLE "SSPE KOMMUNAR")

In the article the foundations of customs and tariff regulation of foreign economic activity of the state, analysis tools and mechanisms of regulation of foreign economic activity on example,, Kommunar 'and its domestic and foreign target markets. The ways of improving customs regulation of foreign trade for tarfnoho investigated pidpriyemstva.

Key words: *Foreign economic activity (FEA), customs-tariff regulation, strategy customs and tariff regulation.*

Постановка проблеми. Актуальність статті зумовлена тим, що зовнішньоекономічні зв'язки є важливим екзогенним фактором, який значно впливає на динаміку і стійкість розвитку національної економіки та окремих підприємств, формування їх структури, ефективність функціонування. Чим вище рівень економічного розвитку країни, тим більше необхідно її участь у зовнішньоекономічних зв'язках, так як стан розвитку світового господарства, міжнародний рівень розвитку продуктивних сил роблять практично неможливим високоефективне функціонування замкнутого господарства. В умовах глобалізації світового господарства і міжнародних економічних відносин різко підвищується роль і значення зовнішньоекономічної діяльності як для економіки країни в цілому, так і для окремого підприємства.

Очевидним є той факт, що зовнішньоекономічна діяльність кожної країни є важливою умовою її економічного зростання. Особливо це актуально за сучасних умов, коли набувають інтенсивного розвитку процеси міжнародної економічної інтеграції, транснаціоналізації, міжнародного поділу праці, глобалізації світового господарства. Зовнішньоекономічна діяльність є особливим видом економічної діяльності, тісно пов'язаною з іншими галузями господарської системи країни. Одночасно зовнішньоекономічна діяльність відіграє важливу роль у всій міжнародній діяльності

України. Зовнішньоекономічна діяльність сприяє розвитку перспективних напрямів експортного потенціалу; саме за рахунок зовнішньоекономічної діяльності наша країна вирішує проблему нестачі енергоносіїв, новітніх машин та устаткування, технологій, деяких товарів народного споживання. Усі вищенаведені твердження обумовлюють актуальність теми даної курсової роботи.

При здійсненні зовнішньоекономічної діяльності важливе місце займає митно-тарифне регулювання, яке є частиною державного регулювання ЗЕД та здійснюється за допомогою широкого кола засобів, яке постійно зростає. Усі вищенаведені твердження обумовлюють актуальність дослідження та його затребуваність як з теоретичної, так і практичної точки зору. Проблематиці митно-тарифного регулювання присвячено праці як вітчизняних, так і зарубіжних вчених.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Проблематику теми роботи висвітлюється у працях такими науковцями як І. Бержнюка [19], А. Бидик [20], Т. Богдан [21], О.Васильєв [23], А.В. Вороніна [25] та багато інших.

Мета дослідження. Аналіз теоретичних та практичних аспектів використання інструментів та механізмів регулювання зовнішньоекономічної діяльності в Україні на прикладі вітчизняного підприємства.

Основні результати дослідження. Зовнішньоекономічна діяльність (ЗЕД) – це заснована на взаємовигідних економічних відносинах діяльність у галузі міжнародної торгівлі, руху капіталів, міграції робочої сили, передачі технологій [25].

У всіх країнах, а особливо в країнах із перехідною економікою, де сталася широка лібералізація зовнішньоекономічної діяльності, її державне регулювання є об'єктивною необхідністю. Таке регулювання спрямоване на забезпечення захисту інтересів країни та суб'єктів її зовнішньоекономічної діяльності, створення для останніх рівних можливостей розвивати всі види підприємницької діяльності та напрями використання доходів і здійснення інвестицій, на розвиток конкуренції та ліквідацію монополізму.

1. Повноцінне функціонування економіки жодної країни не може відбуватися без розвинутої системи зовнішньоекономічних зв'язків. Зовнішньоекономічна діяльність – це заснована на взаємовигідних економічних відносинах діяльність у галузі міжнародної торгівлі, руху капіталів, міграції робочої сили, передачі технологій. Зовнішньоекономічна діяльність вітчизняних підприємств ототожнюється передусім зі здійсненням експортно-імпортних операцій, які можуть мати різні прояви і тенденції [23].

2. Для регулювання зовнішньоекономічної діяльності в Україні використовуються певні інструменти, а саме: закони України; передбачені в законах України акти тарифного і нетарифного регулювання, які видаються державними органами України в межах їх компетенції; економічні заходи оперативного регулювання (валютно-фінансового, кредитного та іншого) в межах законів України; рішення недержавних органів управління економікою, які приймаються за їх статутними документами в межах законів України; угоди, які укладаються між суб'єктами зовнішньоекономічної діяльності і не суперечать законам України. Найвищим органом, що здійснює державне регулювання зовнішньоекономічної діяльності, є Верховна Рада України. Також органом державного регулювання ЗЕД є Кабінет Міністрів України [1, 4, 5].

3. Нормативно-правове регулювання зовнішньоекономічної діяльності відбувається на декількох рівнях, зокрема на національному та міжнародному. В правовому полі міжнародних відносин існує безліч конвенцій та міжнародних договорів, які регулюють правила, принципи та механізми зовнішньоекономічної діяльності. Щодо національного рівня, то в нормативно-правовому полі України найвищим законодавчим актом є Конституція України, на нижчому рівні є декілька кодексів законів, які регулюють певні напрями зовнішньоекономічної діяльності. Основним з даних кодексів є Митний та Податковий кодекс України. Окрім вищеперелічених до нормативно-правового забезпечення також відносять закони України, розпорядження та накази різних міністерств та відомств.

4. В останні роки тенденції зовнішньоекономічної діяльності України мають мінливий характер. Зокрема, в період 2013-2014 рр. відбулося суттєве скорочення як

обсягів імпорту, так і експорту. Несприятлива економічна та політична ситуація в країні не сприяють розвитку зовнішньої торгівлі, а тому необхідно створити зовнішньоекономічну стратегію. Головними напрямами зовнішньоекономічної стратегії України слід вважати: створення потужного експортного сектору, зміцнення і забезпечення конвертованості національної валюти, лібералізацію імпорту, здійснення закордонної підприємницької діяльності, формування розгалуженої системи зовнішньоекономічного менеджменту (банки, біржі, страхові компанії, консалтинг, аудит, лізинг і т.д.), гнучку податкову, цінову, депозитну, кредитну, фінансову і валютну політику, що стимулює диверсифікацію експортно-імпортних операцій, поступову інтеграцію економіки в європейські і світові господарські об'єднання та організації, кадрове забезпечення зовнішньоекономічної діяльності.

5. ДНВП "Об'єднання Комунар" – це державне науково-виробниче підприємство, основними видами діяльності якого є: листоштампувальне і заготівельне виробництво; виготовлення деталей із пластмас; зварювальне виробництво; ливарне виробництво; механообробна; гальванохімічне та лакофарбоване виробництво; термообробка; виробництво друкованих плат; виробництво виробів мікроелектроніки; складально-монтажне виробництво; інструментальне виробництво.

Продукція підприємства включає: прилади систем управління літаків АН-140, АН-70, АН- 38, АН-74; рентгеноінтроскопічні системи митного контролю вантажу; складові частини систем управління та обладнання залізничних пасажирських вагонів; зварювальне обладнання для дугової зварки на базі інверторних випрямлячів; засоби обліку електричної енергії та води.

6. Економічний аналіз діяльності ДНВП "Об'єднання Комунар" показав, що підприємство є технічно озброєним, про що свідчить зростання активної частки основних фондів. Також можна стверджувати, що основні фонди підприємства використовуються раціонально, що є передумовою збільшення обсягів виробництва і зниження собівартості продукції. Виявлено, що виробництво є матеріаломістким, що є типовим для даної галузі. Фінансовий аналіз діяльності ДНВП "Об'єднання Комунар" виявив деякі позитивні тенденції та негативні. До позитивних зрушень можна віднести зменшення тривалості операційного циклу. Також слід відзначити збільшення обсягу продаж. До негативних моментів можна віднести фінансову нестабільність підприємства та той факт, що підприємство зараз знаходиться у ситуації поточної неплатоспроможності. Також слід відзначити незадовільну структуру балансу. Ознакою формування незадовільної структури балансу є таке фінансове становище підприємства, у якого протягом тривалого часу (1,5-2 роки) коефіцієнт Бівера не перевищує 0,2. Це відображає небажане скорочення частки прибутку, яка направляється на розвиток виробництва. На підприємстві склалась саме така ситуація, адже коефіцієнт Бівера за весь проаналізований період був менше 0,2.

7. Аналіз зовнішньоекономічної діяльності ДНВП "Об'єднання Комунар" показав, що на зовнішньому ринку ДНВП "Об'єднання Комунар" заявило себе як в якості експортера, так і в якості імпортера. Так в 2013 р. підприємство експортувало системи керування, обсяг яких склав 61479 тис. грн. Експорт продукції у 2013 р. складав 62,64 % від виробленої продукції. Так, у 2014 р. експорт продукції збільшився за рахунок електрозварювального обладнання, а також збільшення по статті ракетно-космічної техніки, яка в структурі експорту складає майже 100 %. Спостерігається тенденція до незначного зростання частки імпорту в загальній сумі витрат на закупівлю електронних комплектуючих (2013 р. – 1,72 %; 2014 р. – 2,58 %), що підкреслює поглиблення спеціалізації національних операторів приладобудівного профілю у виготовленні компонентів. Таким чином, як показує розрахунок ефективності зовнішньоекономічної діяльності, вона є вигідною для підприємства, оскільки закордонні споживачі можуть платити за продукцію більш високу ціну.

8. Оскільки Україна має намір інтегруватися в європейський економічний та політичний простір, це, насамперед, означає, що в найближчі роки відбуватиметься лібералізація торгівлі та поступове об'єднання ринку. У зв'язку з цим на сьогодні відбувається реформування та удосконалення механізмів та методів відповідно до

вимог ЄС. Це стосується і митного регулювання. Зокрема, за останній час внесено зміни до підтвердження походження товару, поступове зникнення експортних мит, спеціальні заходи до певних груп товарів, митні питання та сприяння торгівлі тощо.

Висновки. Отже, повноцінне функціонування економіки жодної країни не може відбуватися без розвинутої системи зовнішньоекономічних зв'язків. Включення національної економіки в систему світових господарських процесів позитивно впливає на розвиток економіки країни, сприяє підвищенню технічного рівня виробництва, раціональному використанню природно-сировинних ресурсів, ліквідації дефіциту окремих товарів, а відтак і підвищенню рівня життя населення.

Реалізація запропонованих пропозицій на законодавчому рівні, на мою думку справлять позитивний вплив на розвиток зовнішньоекономічної діяльності України, на мою думку головними напрямами зовнішньоекономічної стратегії України слід вважати: створення потужного експортного сектору, зміцнення і забезпечення конвертованості національної валюти, лібералізацію імпорту, здійснення закордонної підприємницької діяльності, формування розгалуженої системи зовнішньоекономічного менеджменту (банки, біржі, страхові компанії, консалтинг, аудит, лізинг і т.д.), гнучку податкову, цінову, депозитну, кредитну, фінансову і валютну політику, що стимулює диверсифікацію експортно-імпортних операцій, поступову інтеграцію економіки в європейські і світові господарські об'єднання та організації, кадрове забезпечення зовнішньоекономічної діяльності.

Список використаних джерел

1. Господарський кодекс України від16.01.2003 № 436-IV (поточна редакція від 20.09.2015 р.): [Електронний ресурс]. – Режим доступу: zakon.rada.gov.ua.

2. Декрет КМУ від 19.02.93р. № 15-93 "Про систему валютного регулювання і валютного контролю" (поточна редакція від 27.09.2014 р.): [Електронний ресурс]. – Режим доступу: zakon3.rada.gov.ua/laws/show/15-93.

3. Про автомобільний транспорт: Закон України від 05.04.2001 р. № 2344-III (поточна редакція від 17.07.2015 р.): [Електронний ресурс]. – Режим доступу: zakon.rada.gov.ua/laws/show/2344-14.

4. Про застосування спеціальних заходів щодо імпорту в Україну: Закон України від 22.12.1998 № 332-XIV (поточна редакція від 11.08.2013 р.): [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/332-14.

5. Про зовнішньоекономічну діяльність: Закон України від 16.04.1991 № 959-XII (поточна редакція від 26.08.2015 р.): [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://zakon5.rada.gov.ua/laws/show/959-12.

6. Про ліцензування видів господарської діяльності: Закон України від 02.03.2015 № 222-VIII (поточна редакція від 02.03.2015 р.): [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/222-19.

7. Про порядок здійснення розрахунків в іноземній валюті: Закон України від 23.09.94 р. № 185/94 (поточна редакція від 15.10.2014 р.): [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://zakon5.rada.gov.ua/laws/show/185/94-%D0%B2%D1%80.

8. Конституція України від 28.06.1996 №254к/96-ВР: [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://zakon5.rada.gov.ua/laws/show/25480.

9. Митний кодекс України від13.03.2012 № 4495-VI (поточна редакція від 24.07.2015 р.): [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/4495-17.

10. Наказ Міністерства інфраструктури України "Про затвердження Порядку організації перевезень пасажирів та багажу автомобільним транспортом" від 15.07.2013 №480 (поточна редакція від 15.07.2013 р.): [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://zakon2.rada.gov.ua/ laws/show/z1282-13.

11. Податковий кодекс України від 02.12.2010 № 2755-VI (поточна редакція від 20.09.2015 р.): [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://zakon0.rada.gov.ua/laws/show/2755-17.

12. Постанова Кабінету Міністрів України "Про затвердження переліків товарів, експорт та імпорт яких підлягає ліцензуванню, та квот на 2015 р." від 14.01.2015 р. :

[Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://ukurier.gov.ua/media/documents/2015/01/20/2015_20_01_1p.pdf.

13. Постанова КМУ "Про затвердження Правил надання послуг пасажирського автомобільного транспорту" від 18.02.97 р. № 176 (поточна редакція від 22.06.2012 р.): [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://zakon5.rada.gov.ua/laws/show/176-97-%D0%BF.

14. Розпорядження Кабінету Міністрів України "Про схвалення Концепції проекту Закону України "Про засади зовнішньоекономічної політики України на середньостроковий та довгостроковий періоди" від27.06.2012 № 413-р: [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://zakon5.rada.gov.ua/laws/show/413-2012-%D1%80.

15. Алимова О. О. Експортний потенціал України: проблеми та перспективи реалізації / О. О. Алимова // Державне управління. – 2013: [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.dy.nayka.com.ua/?op=1&z=556

16. Аналіз ключових положень Угоди про асоціацію між Україною та ЄС у торговельній сфері: [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://yur-gazeta.com/publications/practice/zovnishnoekonomichna-diyalnist/analiz-klyuchovih-polozhen-ugodi-pro-asociaciyu-mizh-ukrayinoyu-ta-es-u-torgovelniy-sferi.html.

17. Балабанова Л. В. Маркетинг: підруч. / Л. В. Балабанова. – [вид. 3-тє, перероб. і доп.] – К. : КНЕУ, 2011. – 543 с.

18. Балайда Н. М. Експортний потенціал: сутнісна характеристика, фактори формування та механізми стимулювання / Н. М. Балайда: [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://ena.lp.edu.ua:8080/bitstream/ntb/16235/1/81_Bajdala_153_154_Modern_Problems.pdf.

19. Бережнюк І. Г. Митне регулювання України: національні та міжнародні аспекти: монографія / І. Г. Бережнюк. – Дніпропетровськ: Академія митної служби України, 2009. – 543 с

20. Бидик А.Г. Основні умови використання інструментів митного регулювання в практичній діяльності митних органів / А. Г. Бидик: [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.pu.if.ua/depart/Finances/resource/file.pdf.

21. Богдан Т. Євроінтеграційний курс України: проблеми, протиріччя, перспективи / Т. Богдан // Дзеркало тижня. – 2015: [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://gazeta.dt.ua/macrolevel/yevrointegraciyniy-kurs-ukrayini-problemi-protirichchya-perspektivi-_.html.

22. Бураковський, І. Теорія міжнародної торгівлі: Підручник / І. Бураковський. – К.: Основи, 1996. – 241 с.

23. Васильєв О. Розвиток експортного потенціалу як складова модернізації зовнішньоекономічної діяльності / О. Васильєв // Зовнішні справи. – 2013: [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://uaforeignaffairs.com/ua/ekspertna-dumka/view/article/rozvitok-eksportnogo-potencialu-jak-skladova-moderniz.

24. Васильців Т. Г. Конкурентні переваги підприємства та обґрунтування стратегії їх забезпечення / Т. Г. Васильців, Н. Я. Кравчук // Вісник НЛТУ України. – 2013. – Вип. 23.22. – С. 208-213.

25. Вороніна А. В. Розвиток зовнішньоекономічної діяльності України / А. В. Вороніна, К. М. Ніколаєва // Молодий вчений. – 2015. – № 1(16). – С. 66-69.

26. Гаркавий В. В. "Еталонні стратегії бізнесу" / В. В. Гаркавий // Дніпропетровський державний аграрний університет, Україна: [Електронний ресурс] – Режим доступу: http://www.rusnauka.com/12_KPSN_2010/ Economics/63673.doc.htm.

Бородавчук Д.В.

Науковий керівник:
к.е.н., доцент ***Матвійчук-Соскіна Н.О.***

ФОРМИ МІЖНАРОДНИХ РОЗРАХУНКІВ

У статті розглядається проблема та преспектива розвитку безготівкових форм розрахунків в Україні. Механізм їх проведення банками України та фактори, що впливають на їх розвиток. Аналіз банківської діяльності з фокусом на міжнародні розрахунки та їх забезпечення.

Ключові слова: *міжнародні розрахунки, акредетив, підтвердження акредетива, інкасо, валютні обмеження, відкритии рахунок.*

Бородавчук Д.В.

ФОРМЫ МЕЖДУНАРОДНЫХ РАСЧЕТОВ

В статье рассматривается проблема и перспектива развития безналичных форм расчетов в Украине. Механизм их проведения банками Украины и факторы, влияние на их развитие. Анализ банковской деятельности с фокусом на международные расчеты и их обеспечение.

Ключевые слова: *международные расчеты, акредетив, подтверждение акредетива, инкассо, валютные ограничения, открыт счет.*

Borodavchuk D.V.

FORMS OF INTERNATIONAL PAYMENTS

The paper is considered problem and Perspective of cashless payments in Ukraine. The mechanism of their implementation by banks of Ukraine and the factors that influence their development. Analysis in banking with a specific focus on international payments and their providing.

Key words: *international payments, letter of credit, letter of credit confirmation, collection, currency restrictions, open account.*

Постановка проблеми. В сучасних умовах активна участь України в міжнародній торгівлі пов'язана із значними перевагами: воно дозволяє ефективніше використовувати наявні в країні ресурси, залучитися до світових досягнень науки і техніки, а також повно і різноманітно задовольняти потреби населення. В зв'язку з цим значний інтерес представляє вивчення форм міжнародних розрахунків вживаних при експорті і імпорті товарів, як їх переваг, так і недоліків. Особливу значущість ці питання мають для України і інших країн, орієнтованих на активну участь в міжнародній торгівлі товарами та послугами. Міжнародні розрахунки охоплюють розрахунки по зовнішній торгівлі товарами і послугами, а також некомерційними операціями, кредитами і руху капіталів між країнами.

Аналізуючи сучасний стан ринку безготівкових розрахунків за експортно-імпортними операціями зберігається тенденція найбільшого використання банківських переказів – 97% і лише 2,5% – акредитиви, а 0,5% – інкасо [9]. Використання банківських переказів не відповідає на сьогоднішній день темпам розвитку міжнародної торгівлі, сфері надання послуг при укладанні контрактів з іноземними партнерами. Останнім часом викликала інтерес підприємців така форма розрахунків, як акредитив, що надійніше та безпечніше як для імпортерів, так і для експортерів. Її використання дає гарантії, що, з одного боку, товар чи послуги будуть повністю та своєчасно оплачені, а з другого – що списання коштів із рахунка відбудеться тільки після виконання умов, визначених контрактом.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Аналіз останніх наукових розробок та публікацій, присвячених розрахункам у зовнішньоекономічній діяльності, питання вибору та використання оптимальних форм міжнародних розрахунків в Україні залишається недостатньо вивченим. Не розроблено комплексного підходу до вирішення проблеми, немає єдиної думки стосовно оцінки окремих форм міжнародних розрахунків та платіжних умов зовнішньоекономічних угод. Досліджуючи різні аспекти міжнародних торгових розрахунків, автори не дотримуються єдиної термінології та концепції організації міжнародних розрахунків. Так, багато з них по-різному тлумачать форми розрахунків, платіжні умови. Що деякі не бачать різниці між формами розрахунків, платіжними умовами та засобами платежу (платіжними інструментами).

Українські науковці Б. Івасів [1], М. Наконечний [2], Л. Руденко [3] в своїх працях розглядають міжнародні розрахунки переважно з організаційно-технічної точки зору, надаючи практичні рекомендацій щодо викори- стання окремих форм міжна-

родних розрахунків. Більш широке та значне наукове висвітлення міжнародних розрахункових операцій надано в роботах російських вчених Д. Михайлова [4], В. Слєпца [6], А. Голубович [7], А. Єфремова [8], в роботах яких розглядаються як теоретичні, так і практичні аспекти використання різних форм міжнародних розрахунків при здійсненні зовнішньоекономічної діяльності. Разом з тим, динамічність інтеграції української економіки у глобальний економічний простір обумовлює поглиблення теоретичних аспектів критеріїв вибору форм міжнародних розрахунків як передумови забезпечення їх ефективності.

Мета дослідження. Метою статті є дослідження теоретичних та методичних основ здійснення банківських міжнародних розрахунків в Україні. Дослідити та проаналізувати операціиї по міжнародних розрахунках, їх особливості, порядок здійснення, їх переваги і недоліки з погляду експортерів і імпортерів. Дослідити умови найчастішого використання окремих розрахункових форм та найбільш оптимальних форм міжнародних розрахунків, а також виялення найоптимальніших розрахункових операцій у зовнішньоекономічній діяльності. Розглянути актуальні проблеми розвитку безготівкових форм розрахунків в Україні та проаналізувати преспективи їх розвитку.

Основні результати дослідження. Значна частина операцій в іноземній валюті, здійснюваних уповноваженими банками, пов'язана з обслуговування міжнародного товарного обороту, тобто з розрахунками за товари і послуги.

Еволюція міжнародних розрахунків відображає розвиток міжнародних відносин, валютних систем, фінансових ринків, у тому числі ринку фінансових послуг. Слід підкреслити, що на сучасному етапі міжнародні розрахунки є об'єктом державного регулювання, яке здійснюється за кількома напрямами. Держава впливає на систему розрахунків, оскільки нерідко сама бере в них участь; законодавчо регламентує, періодично вводячи певні валютні обмеження, створюючи органи валютного контролю тощо; впливає на розрахунки через систему міжнародних організацій.

На сьогоднішній день на стан міжнародних розрахунків країни впливає низка чинників: стан політичних та економічних відносин між країнами; позиція країни на товарних та грошових ринках; ступінь використання та ефективність державних заходів щодо зовнішньоекономічного регулювання; валютне законодавство; міжнародні торгівельні правила та звичаї; регулювання міждержавних товарних потоків, послуг і капіталів; різниця в темпах інфляції в окремих країнах; стан платіжних балансів; банківська практика; умови зовнішньоторговельних контрактів і кредитних угод; конвертованість валют.

Слід зазначити, що вибір конкретної форми розрахунків за зовнішньоторговельним контрактом визначається за угодою сторін та фіксується в умовах контракту. Науковці виокремлюють такі основні види організації міжнародних розрахунків:

- розрахунки через організацію кореспондентських відносин між комерційними банками;

- розрахунки через кореспондентські рахунки, що відкриваються в установах центральних банків. Як правило, це повні розрахунки, що виконуються індивідуально, на валовій основі, їх можна характеризувати як платежі брутто;

- розрахунки через клірингові установи. Це розрахунки, або платежі, нетто [5].

Для здійснення міжнародних розрахунків уповноважені банки використовують свій закордонний апарат (філії, відділення, дочірні банки) та кореспондентські відносини з іноземними банками. В основу міжнародних розрахунків покладено рух товарно-розпорядчих документів та операціїне оформлення платежів.

Міжнародні розрахунки здійснюються переважно у безготівковій формі шляхом відповідних записів на банківських рахунках в уповноважених банках; вони безпосередньо пов'язані з обміном валют.

Форми розрахунків – це види носіїв боргових зобов'язань на гроші, які відрізняються структурою документів, порядком оформлення, правилами їх руху за схемами документообігу, засобами захисту та підтвердження діи?сності, кредитовим чи дебетовим характером дій. [10]

У практиці міжнародних розрахунків існує три способи платежу: платіж готівкою; авансовий платіж; платіж у кредит.

Наглядно дані аналізу проведення банківських міжнародних розрахунків можна за допомого розгляду зовнішньоторговельного балансу України у розрізі країн СНД та інших країн світу (в тому числі ЄС), а також за допомогою сальдо зовнішньоторговельного балансу.

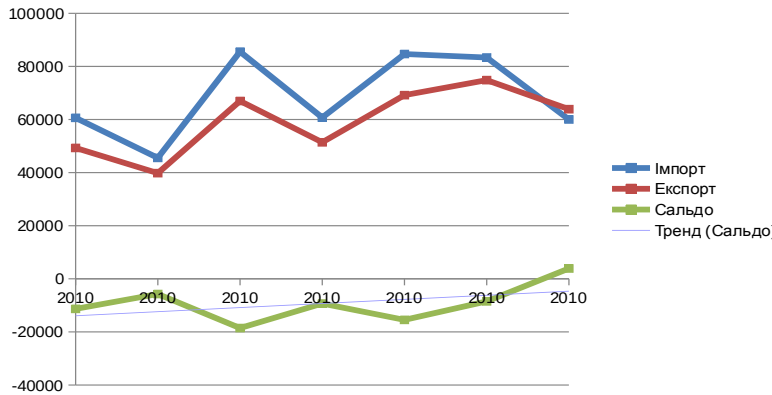

Рис. 1. Зведений зовнішньоторговельний баланс України у млн. дол. США за 2008-2014 р.р. сформовано автором на основі [9]

Також наглядно можна представити дані окремо по товарам і послугам і прослідкувати вже отриману динаміку в розрізі лише цих показників на рисунку 2.

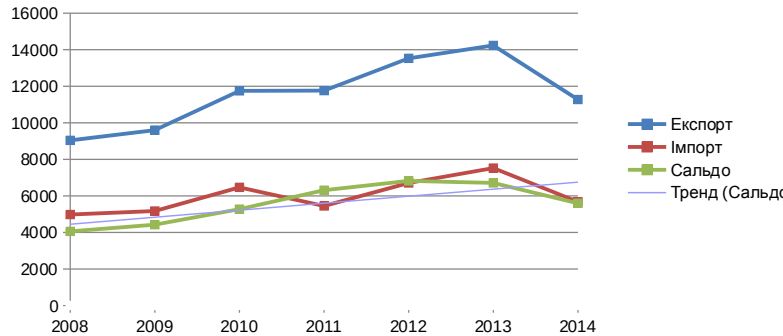

Рис. 2. Зовнішня торгівля товарами України у млн. дол. США за 2008-2014 р.р. сформовано автором на основі [9]

Експорт та імпорт за всіма регіонами України до 2013 року має від'ємне сальдо, а отже це свідчить про нестабільний стан економіки в цілому. Найбільший спад спостерігався у 2009 році, внаслідок економічної кризи і складався по експорту 39696 млн. дол. США, що зменшився на 59,3% та по імпорту 45433 млн. дол. США, що зменшився на 53,1%. Платіжний баланс України в 2013 році був зведений з профіцитом у 2,023 млрд дол.

За підсумками 2014 року Євросоюз став основним торговим партнером України, відтіснивши країни СНД на другу позицію [9]. При цьому ЄС вийшов на перше місць

в зовнішньоторговельному балансі України і з експорту, і імпорту товарів, а втрати від падіння торгівлі з Росією повністю компенсовані зростанням торгівлі з країнами Євросоюзу. Про це свідчить профіцит зовнішньо-торговельного балансу України (3,884 млрд доларів) за підсумками 2014 року. [9]

Востаннє позитивне сальдо зовнішньої торгівлі в Україні у розмірі 1,3 млрд доларів було зафіксоване за підсумками 2005 року, після чого річний зовнішньоторговельний баланс залишався дефіцитним [9].

Висновоки. Значну частину зовнішньо-економічних відносин складає зовнішня торгівля. Міжнародні розрахунки охоплюють розрахунки по зовнішній торгівлі товарами і послугами, а так само некомерційним операціям, кредитам і руху капіталів між країнами, зокрема пов'язані з будівництвом об'єктів за кордоном і наданням допомоги країнам, що розвиваються.

Однією з найважливіших складових зовнішньоекономічних зв'язків є здійснення розрахунків за отримані товари, послуги.

Від вибору форм і умов розрахунків залежать швидкість і гарантія отримання платежу, сума витрат, пов'язаних з проведення операцій через банки. Тому зовнішньоторговельні партнери в процесі переговорів погоджують деталі умов платежу і потім закріплюють їх в контракті.

При визначенні валютно-фінансових і платіжних умов контрактів виявляється протилежність інтересів експортера, який прагнути отримати максимальну суму валюти в найкоротший строк, і імпортера, зацікавленого у виплаті найменшої суми валюти, прискоренні отримання товару і відстроченні платежу до отримання виручки від його реалізації. Вибір валютно-фінансових і платіжних умов операцій залежить від характеру економічних і політичних відносин між країнами, співвідношення сил контрагентів, їх компетенції, традицій і звичаїв торгівлі даним товаром.

На стан міжнародних розрахунків комплексно впливають чисельні фактори: економічні і політичні відносини між країнами; стан країни на товарних та грошових ринках; ступінь використання та ефективність державних заходів щодо зовнішньоекономічного регулювання; валютне законодавство; міжнародні торгові правила та звичаї; регулювання міждержавних товарних потоків, послуг і капіталів; відмінності в темпах інфляції в окремих країнах; стан платіжних балансів; банківська практика; умови зовнішньоторгових контрактів та кредитних угод; конвертованість валют тощо.

Акредитив на сьогодні є, чи не найуніверсальнішим і дієвим інструментом забезпечення платежів. У ділових зв'язках із державами, що контролюють зовнішню торгівлю, застосування акредитива багато в чому є попередньою умовою для здійснення експортних і імпортних операцій. В сучасних умовах існують різноманітні види акредитивів, що задовольняють вимоги найвибагливіших клієнтів банків і позитивно впливають на повноту, якість і швидкість розрахунків.

Аналізуючи сучасний стан ринку міжнародних розрахунків можна зробити висновок, що:

- особливість українського ринку міжнародних розрахунків полягає у його вразливості до зовнішніх і внутрішніх економічних чи політичних змін через невпевненість у надійності вітчизняних банків;

- через брак практичного досвіду у цій галузі як перед банками, так і їхніми клієнтами постає ряд серйозних проблем, що призводить до різного роду помилок і затримок у розрахунках, а також ускладнюється ще й тим, що українські банки мають недостатню внутрішню інструктивно-методологічну базу.

У загальному обсязі міжнародних розрахунків, частка акредитивної форми розрахунків із року в рік збільшується. В останні роки спостерігається тенденція до значного збільшення експортних акредитивів як у кількісному, так і в сумарному вираженні.

Проте на сьогодні існує ряд проблем, що пов'язані з розвитком акредитивної форми розрахунків за експортно-імпортними операціями в Україні і які потребують негайного вирішення:

- при використанні акредитива виникає ряд труднощів організаційного плану вітчизняні банки мають невеликі розміри, вони мало відомі на світовому ринку;

- використання акредитива на сьогодні залишається дорогим задоволенням при міжнародних розрахунках;

- заборона використання при безготівкових розрахунках трансферабельного акредитива, що полегшує умови оплати.

Для вирішення цих проблем серед можливих заходів, які б сприяли захистові вітчизняних підприємців та стимуляції розрахунків з використанням акредитива, було б доцільним: використовувати схеми торгового фінансування, які пропонуються українськими банками; дозволити переказ експортних акредитивів, відкритих на користь резидентів в іноземній валюті, іншим бенефіціарам, які також виступають резидентами України; своєрідна спеціалізація одного з великих українських банків на проведенні міжнародних розрахунків із застосуванням саме акредитива.

Список використаних джерел

1. Береславська О.І. Міжнародні розрахунки та валютні операції: Навч. посібник / Береславська О.І., Наконечний О.М., Пясецька М.Г. та ін; За заг. ред. М.І. Савлука. – К.: КНЕУ, 2002. – 392 с.

2. Голубович А.Д. Международная торговля валютой. – М.: АО "АРГО", 2009. – 58 с.

3. Гореничий, С.С. Вексельные операции: Правовые основы. Бухгалтерский учет. Налоговые последствия / С.С. Гореничий; А.А. Ефремова. – М.: ФБК-пресс, 2002. – 512 с.

4. Державна служба статистики України [Електронний ресурс]. – Режим доступа: www.ukrstat.gov.ua.

5. Івасів Б.С. Міжнародні розрахунки: Підручник / Б.С. Івасів. – Тернопіль: Картбланш, 2004. – 223 с.

6. Коцовська Р. Операції комерційних банків. – Львів: Центр Європи, 2007. – 282 с.

7. Руденко Л.В. Міжнародні кредитно-розрахункові та валютні операції: Підручник / Л.Руденко / Видання 2-ге, перероблене і доповнене. – К.: Центр учбової літератури, 2007. – 632 с.

8. Михайлов Д.М. Международные контракты и расчеты. / Д. Михайлов / 2-е изд., Профессиональная практика, 2008. – 641 с.

9. Мороз А.М., Пуховкіна М.Ф. Національний банк і грошово-кредитна політика: Підручник. / А.Мороз. – К.: КНЕУ, 1999. – 368 с.

10. Международное налогообложение: Учебное пособие / Под ред. Ю.Г. Козака, В.М. Слепца. – Киев: ЦУЛ, 2003. – 86 с.

Житна М.М.

Науковий керівник:
к.е.н., доцент ***Матвійчук-Соскіна Н.О.***

РЕАЛІЗАЦІЯ МІЖНАРОДНИХ СТРАТЕГІЙ ТНК НА УКРАЇНСЬКОМУ РИНКУ (НА ПРИКЛАДІ КОМПАНІЇ SUNINBEV)

У статті розглянуто особливості реалізації міжнародних стратегій ТНК на українському ринку на прикладі компанії SunInBev. У статті розглянуто ключові аспекти з приводу взаємодії ТНК за національною економікою, досліджено вплив ТНК на економіку України, а також дослідження особливості формування стратегії компанії SunInBev на рикну України.

Ключові слова: *глобалізація, міжнародні відносини, ТНК, стратегія, національна економіка.*

Житная М.М.

РЕАЛИЗАЦИЯ МЕЖДУНАРОДНЫХ СТРАТЕГИЙ ТНК НА УКРАИНСКОМ РЫНКЕ (НА ПРИМЕРЕ КОМПАНИИ SUNINBEV)

В статье рассмотрено особенности реализации международных стратегий ТНК на украинском рынке на примере компании SunInBev. В статье рассмотрены ключевые аспекты по

поводу взаимодействия ТНК по национальной экономикой, исследовано влияние ТНК на экономику Украины, а также исследования особенности формирования стратегии компании SunInBev на рыкне Украины.

Ключевые слова: *глобализация, международные отношения, ТНК, стратегия, национальная экономика.*

Zhytnaya M.M.

REALIZATION OF INTERNATIONAL STRATEGIES OF THK AT THE UKRAINIAN MARKET (ON EXAMPLE OF COMPANY SUNINBEV)

The article deals with the peculiarities of implementation of international strategies of TNCs in the Ukrainian market as an example of SunInBev. The article examines key aspects of the interactions of TNCs on national economies, the influence of TNCs in the economy of Ukraine, as well as research features of formation of strategy SunInBev ryknu in Ukraine.

Key words: *globalization, international relations, multinational corporations, strategy, national economy.*

Постановка проблеми. У сучасних умовах глобалізації та інтеграції світової економіки транснаціональні корпорації займають одну із провідних позицій у контролі над міжнародним рухом капіталу та розповсюдженні та передачі інноваційних технологій. Саме у ТНК сконцентровано значні фінансові ресурси та наукомісткі виробництва, що роблять їх головним суб'єктом світового господарства та міжнародних відносин. ТНК розглядаються сьогодні як один з основних каталізаторів нових, якісних змін та інтеграційних процесів національних економічних систем, глобалізації економіки.

Транснаціональні корпорації безпосереднім чином взаємодіють з національним господарством країн-реципієнтів та спричиняють неоднозначний вплив на їх розвиток.

У сучасному глобальному світі конкурентоспроможність національної економіки все більше визначається здатністю корпоративного капіталу інтегруватися у світове господарство за допомогою розширення міжнародної інвестиційної діяльності. Сучасний стан розвитку світової економіки в умовах зростаючої глобалізації, що представляє собою абсолютно нову якість і масштаб інтернаціоналізації господарського життя, характеризується розширенням глобальних ринків, як споживчих, так і капітальних товарів, ринку послуг та світового фінансового ринку, виникненням нових суб'єктів цих ринків, нових форм їх ринкової поведінки, інтересів і протиріч між ними, які, в свою чергу, викликають необхідність іншого інституційного облаштування формування економіки.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Проблеми вибору оптимальної стратегії розвитку міжнародної інвестиційної діяльності ТНК розробляються багатьма вченими.

Дослідженню сутності ТНК та особливостям їх функціонування та впливу на національні економічні системи присвячено чимало праць зарубіжних та вітчизняних вчених, зокрема таких: Д. Дайкер [7], Дж. Даннінг, О.А. Беззубченко [3], В.М. Кочетков, Л. Молчанова, В.М. Мотриченко, М.П. Овчарук [9], С.О. Якубовський [10] та ін.

Невирішені раніше частини загальної проблеми. Проте залишаються малодослідженими проблеми функціонування світових ТНК в Україні за сучасних умов (обвал гривні, військові дії на Сході України) та їх вплив на вітчизняну економіку на прикладі конкретної ТНК.

Мета дослідження полягає в тому, щоб дослідити функціонування ТНК та їх вплив на розвиток економіки України в сучасних мовах. У визначенні перспективних напрямів реалізації міжнародних стратегій ТНК на українському ринку (на прикладі компанії SunInBev).

Основні результати дослідження. Причиною виникнення міжнародних виробничих формувань є традиційне прагнення підприємців знизити витрати виробництва і отримати надприбуток. У гонитві за високими прибутками вони виходять на світовий ринок, об'єднуються і направляють виробничу, збутову, фінансову та соціальну пол-

ітику на використання природних і трудових ресурсів в глобальних масштабах. Застосування переваг виникає в силу нерівномірної наявності факторів виробництва, економії на масштабах виробництва, складності проникнення на товарні ринки інших країн у зв'язку з протекціоністською політикою держави. Розосередження (диверсифікація) виробничих потужностей і сервісних центрів в різних регіонах світу дають таким корпораціям можливість отримувати необхідний надприбуток за рахунок використання переваг. Вихід багатьох підприємств на світовий ринок загострює конкуренцію між ними, що також спонукає підприємців концентрувати свої капітали та виробництво в міжнародному масштабі. В результаті все більша кількість корпорацій розгортають міжнародну діяльність і отримують все більшу частину прибутку за кордоном [3, с. 123].

Найбільші ТНК визначаються на основі вартості активів, які вони контролюють за кордоном. Такий контроль зазвичай становить мінімальну частку в акціях або власності, яка визначається як ПІІ. У все більшій мірі, однак, ТНК здійснюють міжнародну діяльність через неакціонерні угоди (тобто без утворення власності), включаючи стратегічні партнерства.

Безумовно, роль ТНК на світовій арені дуже значна. Перш за все, транснаціональні гіганти впливають на матеріальне виробництво: вони підпорядкували собі цілі галузі виробництва в масштабі як окремих країн і регіонів, так і світового господарства. Сьогодні ТНК перевтілилися в якусь силу, формуючу сучасний і майбутній вигляд світу, перетворивши світову економіку в глобальне виробництво, забезпечивши розвиток науково-технічного прогресу (НТП): щодо технічного рівня та якості продукції, ефективності виробництва, вдосконалення форм менеджменту, розробки стратегічних напрямків діяльності [5, с.459] Якщо раніше основною ланкою міжнародних економічних відносин виступала торгівля, то сьогодні складається новий тип світогосподарських зв'язків, заснований на прямих іноземних інвестиціях. Будучи найбільшими інвесторами, ТНК постійно нарощують виробничі потужності, створюють нові робочі місця, стимулюють НТП, створюють нові види продукції і послуг, поширюючи їх на периферії світового господарства, сприяючи соціально-економічному прогресу менш розвинених країн.

ТНК дуже впливають на перерозподіл фінансових потоків у світовій економіці. Одним з видів участі ТНК в цих процесах є рух капіталу у формі прямих іноземних інвестицій. Крім того, в останні роки зросло значення інвестицій в сферу НДДКР, особливо в країнах, що розвиваються, що позитивно впливає на характер їхньої участі у світовій економіці. Але перед тим як перейти безпосередньо до розгляду особливостей інвестиційної діяльності компанії, необхідно визначити базові теоретичні категорії, які послужать відправним пунктом для подальшого дослідження.

Транснаціональні компанії вважаються основними факторами формування конкурентоспроможності країн та реалізації їх конкурентних переваг на міжнародних ринках. Можливості та діяльність з технічного розвитку, виробництва, продажу, раціоналізації і прийняття ризику роблять їх основними учасниками конкуренції на світовому ринку, а також безпосередніми переможцями або переможеними в її ході. Процвітання країни значною мірою залежить від успіхів функціонуючих на її території ТНК, при цьому велику роль відіграє державна економічна політика. З цього і виникла свого роду взаємозалежність між ними, з одного боку, і державними інститутами і організаціями, з іншого [9, с. 423].

Міжнародні корпорації є економічними агентами тієї країни, яка через ринкові механізми завойовує вирішальний вплив на чинники, що формують конкурентоспроможність чужих економік. Це дає можливість вносити зміни в порівняльні переваги яких ідеться. Така ситуація, природно, може не відповідати національним інтересам тієї чи іншої країни і навіть вступати з ними в конфлікт.

В останні 20-30 років широке поширення у світовій економіці отримали стратегічні альянси (СА), як довготривалі об'єднання в різних формах двох або більше юридично самостійних фірм (як правило, великих і транснаціональних) для вирішення певних узгоджених завдань на основі спільних економічних інтересів. СА функці-

онують як в рамках окремих країн (головним чином, розвинених, нових індустріальних і великих, що розвиваються), так і (переважно) на арені міжнародних економічних відносин, виступаючи як міжнародні стратегічні альянси (МСА).

Різні фірми можуть формувати не лише стратегічні, але й тактичні альянси, що носять короткостроковий і обмежений за своїми цілями і завданням характер. Найчастіше вони створюються для організації спільних зусиль з антикризового менеджменту та санування [10, с. 128].

Вступаючи в стратегічні альянси, ТНК переслідують ті ж основні, головні цілі, досягненню яких служать їх стратегії. Це забезпечення фінансової стійкості і "максимізація ринку", довгострокова стабільність збуту і фінансового становища корпорації, збільшення норми і маси прибутку, підвищення рентабельності фірм-учасниць альянсу. Всі ці цілі грають ключову роль в регулюванні ПІІ з боку ТНК. Всі інші цілі, а їх можна назвати невизначену безліч, – похідні від головних і вказують на шляху досягнення останніх.

Сьогодні ТНК розглядаються як потужні регулятори міжнародного руху капіталу, поділу праці та виробництва, на які припадає: біля чверті світового ВВП, половина обсягу світової торгівлі; із 750 тис. патентів, які реєструються за рік, 80% належать ТНК. На прямі іноземні інвестиції, які здійснюють транснаціональні корпорації, припадає до 75-90% світового обсягу.

Мотивація рішення про діяльність ТНК у тій чи іншій країні визначається її стратегічними планами. Теоретичним підґрунтям можливості реалізації стратегічних цілей ТНК є розроблена модель Даннінга і Портера, яка дістала назву "Електричної парадигми чи парадигми OLI". Згідно з цією теорією при прийнятті рішення щодо іноземного інвестування ТНК мають приділяти увагу наявності виконання трьох основних умов: O (ownership specific advantages) – особисті переваги фірми, це пов'язано з можливістю отримання прибутків від створення власного виробництва за кордоном, освоєння нових сировинних ринків. L (location specific variables) – перевага розташування, яка стосується умов країни-реципієнта, пільгове оподаткування, сприятливий інвестиційний клімат, висококваліфікована та дешева робоча сила, тощо. I (internalization incentive advantages) – перевага інтерналізації, що стосується можливості засвоїти ринок за рахунок переносу виробничих філій в іншу країну, якщо це є більш економічно доцільним, ніж виробництво на місцевому ринку. Існування та характер взаємодії різної конфігурації переваг OLI має здатність змінюватися з плином часу та визначає подальший характер стратегії ТНК на зарубіжному ринку. При наявності тільки першої переваги стратегія ТНК має експортний характер. Оцінивши свої можливості та наявні переваги, ТНК визначає свій подальший стратегічний план, якщо існують передумови інтералізації, то фірма, ймовірно, ухвалить рішення до здійснення прямих іноземних інвестицій.

Вітчизняними дослідниками вже ґрунтовно визначено переваги та недоліки іноземного інвестування. Обсяги, динаміка, галузева та регіональна структура іноземного інвестування здатні значно вплинути на темпи структурної перебудови національної економіки. Згідно зі звітом "Інвестиції у світі-2014", який було оприлюднено на Конференції ООН із торгівлі та розвитку (ЮНКТАД), обсяг прямих іноземних інвестицій у всьому світі зріс 2013 р. до 1 трлн 450 млрд дол. США, що на 9% більше, ніж у 2012 р., і прогнозується його зростання і на майбутні три роки.

"САН ІнБев Україна" – є незаперечним лідером на українському пивному ринку з 2000 року.

Це молода і динамічна компанія, нащадок та гідний продовжувач багатовікових традицій найбільшої міжнародної пивоварної компанії Anheuser-Busch InBev на українському ринку.

Компанія Anheuser-Busch InBev – лідер світового пивоваріння, що виникла після підписання угоди між компаніями InBev і Anheuser-Busch InBev.

Anheuser-Busch InBev є глобальним лідером на ринку пива і входить до п'ятірки Найбільших FMCG компаній в світі.

Все це стало можливим завдяки мрії "Бути Кращою пивоварною компанією у Кращому світі", а також сильного та збалансованого портфелю брендів. Володіючи 4

з 10 пивних брендів що найбільш продаються у світі, Anheuser-Busch InBev займає № 1 або № 2 місця на 19 ключових ринках світу.

Глобальна компанія Anheuser-Busch InBev – це шестивіковий досвід пивоваріння та заслужена репутація міжнародної компанії з регіональним підходом до розвитку глобального бізнесу пивоваріння.

Портфель брендів об'єднаної компанії складається з 200 брендів. У їх число входять глобальні флагманські бренди Budweiser, Stella Artois і Beck's; швидкозростаючі міжнародні бренди Leffe і Hoegaardan; і локальні бренди Bud Light, Skol, Quilmes, Michelob, Harbin, Sedrin, Cass, Klinskoye, Sibirskaya Korona, Чернігівське і Jupiler.

До портфелю брендів компанії також входять три національних бренди – "Чернігівське" (включаючи Chezz, який виділяється на ринку, як окремий товар), "Рогань" і "Янтар", російський бренд "Жигулівське" (який також входить до портфелю брендів Efes Ukraine) і дев'ять міжнародних брендів – Bud, Stella Artois, Staropramen, Beck's, Leffe, Hoegaarden, Lowenbrau, Spaten, Franziskaner.

У результаті СВОТ-аналізу екзогенного середовища виявляється позитивний та негативний вплив на підприємство ззовні, а на цій підставі виробляються пропозиції для конкретного підприємства.

Таблиця 1

Матриця СВОТ-аналізу для компанії ПАТ "САН ІнБев Україна"

Сильні сторони	**Слабкі сторони**
• Сильні ринкові позиції; постійне вивчення та аналіз стану ринку, своєї позиції , позиції конкурентів, потреб споживачів; диференціація виробів; підтримка та розвиток іміджу. • Значні виробничі потужності (6 ліній тільки на одному заводі, нова лінії розливу пива, нові ЦКТ); • можливість економії на масштабах виробництва. • Висока рентабельність, прибутковість; достатні фінансові ресурси; можливість зниження витрат. • Чітко сформовані стратегії; високий рівень управління, ефективні засоби контролю, творчий підхід у менеджменті; здатність реалізовувати навички персоналу. • Високий рівень кваліфікації та підготовки персоналу; досвід діяльності. • Відсутність довгострокової заборгованості	• Постійні атаки з боку конкурентів • Фінансова нестабільність • Розміри виробництва надто великі, може виникнути "хвороба великої компанії", не розроблена ресурсозберігаюча стратегія • Інколи проявляється неефективна система стимулювання праці. • Неефективна політика управління запасами • Залежність від імпорту
Потенційні можливості	**Потенційні загрози**
• зростання доходів населення; обслуговування нових додаткових груп споживачів; • створення нових марок; • розширення виробництва для задоволення потреб споживачів; • обґрунтоване та адекватне законодавство та нормативні акти • виробництво високоякісної сировини (хмелю) в Україні • спроможність заключити контракти з новими партнерами	• інфляція; • зниження рівня доходів населення; • зростання тиску конкурентів; • збільшення акцизу та податкового тиску з боку держави • збільшення митних зборів • зміни в потребах і смаках споживачів; • уповільнений темп зростання ринку. • нестабільність на ринку сировини • несприятлива зміна курсів іноземних валют

Розглянемо сильні та слабкі сторони підприємства, а також можливості та загрози, що стосуються його діяльності. Бачимо, що на підприємстві наявна достат-

ня кількість сильних сторін, що дозволить йому успішно функціонувати навіть в умовах кризи та спаду виробництва.

Проте керівництву слід звертати увагу на слабкі сторони підприємства та загрози зовнішнього середовища і впроваджувати заходи по мінімізації негативного впливу даних факторів на діяльність і прибутковість організації.

Також варто звертати увагу на отримання максимально можливого позитивного ефекту від поєднання факторів "можливості зовнішнього середовища" та "сильні сторони підприємства".

Представлена схема на рисунку наочно демонструє конкурентні переваги компанії "Сан ІнБев" перед іншими підприємствами на рисунку 1.

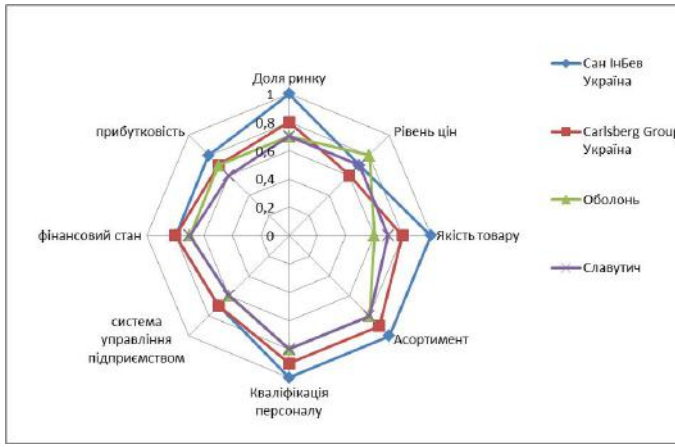

Рис. 1. Багатокутник конкурентоспроможності [8]

Для оцінювання стратегічного положення підприємства усе частіше використовується SPACE-аналіз (Strategic Position and Action Evaluation). Це – комплексний метод, призначений для оцінювання ситуації та вибору стратегій. Його привабливість пояснюється також і тим, що дає можливість проаналізувати наявну стратегію організації навіть тоді, коли вона існує у неявному вигляді. Річ у тім, що підприємство завжди має певну стратегію, вона складається несвідомо, а тому, як правило, не обґрунтована належним чином. Більш того, керівники іноді приймають рішення, що суперечать їй, витрачаючи час та гроші на боротьбу "із самим собою", тоді як потрібно скористатися прийомами й методами стратегічного аналізу та управління.

Автори методу SPACE-аналізу пропонують застосовувати багатокритеріальний підхід, який дозволяє здійснювати ідентифікацію, пошук репрезентативної вибірки характеристик, їх об'єднання у групи, присвоєння їм конкретних оцінок (вагових коефіцієнтів) у межах присвоєної шкали.

У SPACE-аналізі виокремлюють чотири групи системних критеріїв оцінювання організації:

" економічний потенціал (або "фінансова сила");

" конкурентні переваги;

" привабливість галузі (бізнес-напрямку);

" стабільність середовища (зовнішні умови бізнесу).

Кожен із критеріїв складається з певного переліку факторів, що знаходять вираз у відповідних показниках.

Таблиця 2

Визначення складових для побудови матриці SPACE-аналізу

Внутрішня стратегічна позиція				Зовнішня стратегічна позиція			
Економічний потенціал (EP) («фінансова сила» (FS))				Стабільність середовища (ES) (зовнішні умови бізнесу)			
Фактори	Оцінка (0 – 10)	Вага (0 – 1)	∑ оцінки	Фактори	Оцінка (1 – 10)	Вага (0 – 1)	∑ оцінки
1) прибутковість;	9	0,3	2,7	1) темпи зростання економіки країни;	6	0,1	0,6
2) виробничі витрати;	7	0,2	1,4				
3) рентабельність вкладеного капіталу;	6	0,1	0,6	2) вплив іноземного капіталу на розвиток галузі;	7	0,2	1,4
4) рентабельність інвестицій;	6	0,1	0,6	3) вплив науково-технічного прогресу на розвиток галузі;	8	0,1	0,8
5) обсяги заборгованості;	9	0,2	1,8				
6) здатність до підвищення рівня нагромадження та до залучення капіталу із зовнішніх джерел.	9	0,1	0,9	4) ступінь впливу держави на галузь (регулювання діяльності);	8	0,2	1,6
				5) ступінь залежності галузі від іноземних ринків сировини;	9	0,3	2,7
				6) ступінь залежності галузі від розвитку інфраструктури.	6	0,1	0,6
Усього:		1,00	8,0	**Усього:**		1,0	7,7
Конкурентні переваги (CA)				Привабливість галузі (IS) (бізнес-напрямку)			
Фактори	Оцінка (0 – 10)	Вага (0 – 1)	∑ оцінки	Фактори	Оцінка (0 – 10)	Вага (0 – 1)	∑ оцінки
1) динаміка змін частки ринку, що її обслуговує організація;	7	0,15	1,05	1) рівень конкуренції;	10	0,2	2
				2) загальна привабливість галузі;	8	0,15	1,2
2) структура асортименту продукції, що виготовляється (з урахуванням рівня її прибутковості);	9	0,2	1,8	3) залежність розвитку	7	0,2	1,4
				4) галузі від загальної кон'юнктури ринку;	7	0,15	1,05
				5) стадія «життєвого циклу» галузі;	8	0,15	1,2
3) цінова політика;	8	0,2	1,6				
4) рівень розвитку маркетингу	9	0,15	1,35	6) стабільність прибутків та загальна норма прибутку галузі;	9	0,15	1,35
5) рівень якості (конкурентоспроможності) продукції;	9	0,15	1,35	7) застосування виробів даної галузі в інших секторах економіки тощо.	0	0	0
6) тіснота зв'язків із споживачами.	7	0,15	1,05				
Усього:	1,0		8,02	**Усього:**		1,0	8,2

За результатами дослідження, можна виявити, яка стратегія притаманна даному підприємству. Отже, стратегія нашого підприємства є агресивною. І стратегічною рекомендацією є розвиток продукту та ринку, стратегія розвитку і просування продукту, яка передбачає вирішення завдань зростання за рахунок виробництва нового продукту, який реалізовуватиметься на вже освоєному ринку. Надалі можливе розширення асортименту шляхом збільшення виробничої потужності.

Варто зазначити, що серед позитивних моментів функціонування ТНК в Україні необхідно виокремити таке:

- застосування технологічних та маркетингових інновацій, які залишаються у країні-реципієнті навіть після згортання діяльності ТНК;
- зниження рівня безробіття за рахунок створення додаткових робочих місць;
- підвищення кваліфікаційного рівня робочої сили за рахунок застосування організаційно-маркетингових інновацій всіма підрозділами ТНК;
- збільшення обсягу інвестиційних ресурсів, що активізує інвестиційну діяльність в країні;
- збільшення податкових надходжень до бюджету.

У той же час присутність іноземних ТНК на ринку країни створює ряд достатньо серйозних проблем:

- експансія іноземними компаніями найбільш перспективних секторів економіки та витіснення або знищення вітчизняних конкурентів;
- розташування в приймаючій країні шкідливого виробництва;
- недоотримання доходів держбюджетом за рахунок використання внутрішніх цін;
- уникнення або заниження податкових платежів ТНК за рахунок виведення прибутків в країну з більш лояльним оподаткуванням;
- здатність ТНК уникати державного контролю.

Висновки. Підбиваючи підсумки дослідження, необхідно зауважити, що присутність міжнародних ТНК на українському ринку є неминучою реалією міжнародних інтеграційних процесів глобалізації економіки. Враховуючи як позитивний, так і негативний вплив експансії зарубіжних ТНК в національну економіку, уряду необхідно розробити гнучкі, адаптовані до поточної ситуації механізми регулювання їх діяльності з метою збереження національних інтересів з одночасним нарощуванням обсягів іноземного інвестування, які є вкрай необхідними для розвитку економіки України.

Сучасний етап характеризується становленням принципово нових "глобальних компаній" і перебудовою старих ТНК, формуванням вузькоспеціалізованих ТНК в традиційних галузях, створенням нових компаній на базі національних фінансово-промислових груп; характеризується підсилюванням зарубіжної експансії ТНК і контролем над фінансовими потоками за допомогою нових методів – офшорних фірм та банків, холдингів і страхових фірм і т.д. І якщо раніше ТНК розглядалися лише як інструмент отримання вигоди з різниці в відсоткових ставках, то сьогодні в здійсненні ТНК глобальної міжнародної діяльності, і, зокрема, інвестиційної, що має для нас найбільший інтерес, ними рухають нез'ясовані раніше, а тому й приховані важелі, нові мотиви, модифіковані в умовах сучасної економіки; і для того щоб адекватно оцінювати і прогнозувати їх поведінку, необхідно намагатися мислити мовою ТНК. Стратегія досліджуваного підприємства є агресивною, і стратегічною рекомендацією є розвиток продукту та ринку. Стратегія розвитку і просування продукту, передбачає вирішення завдань зростання за рахунок виробництва нового продукту, який реалізовуватиметься на вже освоєному ринку. Надалі можливе розширення асортименту шляхом збільшення виробничої потужності.

Список використаних джерел

1. Аверкин А.Г. Политика привлечения прямых иностранных инвестиций. – М.: ТЕИС, 2011 – 456 с.

2. Агапова Т.Н. Иностранные инвестиции: учеб. пособие. – Вологда: ИЦ ВГМХА, 2013 – 289 с.

3. Беззубченко О.А. Оцінка діяльності іноземних ТНК в Україні / О.А. Беззубченко // Вісник Маріупольського державного університету. Сер.: Економіка. – 2011. – Вип. 1. – С. 50-56.

4.Бясов К.Т. Формирование инвестиционной стратегии корпорации // Финансовый менеджмент. – №1. – 2012. – С. 12.

5. Гриффин Р., Пастей М. Международный бизнес.4-е изд. / Пер. с англ. под ред. А. Г. Медведева. – СПб.: Питер, 2006 – 1088 с.

6. Грубов А.П. Взаимодействие транснациональных корпораций и национальногосударственных экономических систем в условиях глобализации дис. … канд. экон. наук: 08.00.01 [Электронный ресурс] / А.П. Грубов. – Оренбург, 2006. – 134 с. – РГБ ОД, 61:07-8/1762. – Режим доступа: http:// www.dissercat.com/content/vzaimodeistvie-transnatsionalnykh-korporatsii-i- natsionalno-gosudarstvennykh-ekonomicheskikh

7. Губайдуллина Ф.С. Крупные транснациональные корпорации на новых рынках // ЭКО. – 2013. – № 3. – С.20-33.

8. Коровина Е.И. Конкурентные стратегии транснациональных корпораций [Электронный ресурс] / Е.И. Коровина. – Режим доступа: http:// confcontact.com/ 2013_03_15/34_Korovina.htm

9. Кучеренко А.В. Формы экспансии ТНК на мировых рынках / Сб. науч. статей "Мировая экономика в XXI веке: состояние, проблемы, перспективы". Под ред. проф. В.М. Кутового. – М.: Научная книга, 2008 – 640 с.

10. Томпсон А.А., Стрикленд А.Дж. Стратегический менеджмент: искусство разработки и реализации стратегии. М.: Юнити, 1998 – 576 с.

11. Якубовський С.О. Транснаціональні корпорації: особливості інвестиційної діяльності: навчальний посібник для студ. вузів / С.О. Якубовський, Ю.Г. Козак, О.В. Савчук [та ін.]; за ред.: С.О. Якубовський. – Київ: Центр навчальної літ., 2006. – 486 с.: табл. – Бібліогр.: С. 470-487.

Шелест О.М.

Науковий керівник:
к.е.н., ст. викладач ***Костинець Ю.В.***

ОСОБЛИВОСТІ ЕКОНОМІЧНИХ ВІДНОСИН УКРАЇНИ З ДЕРЖАВАМИ-ЧЛЕНАМИ ЄС

У статті проаналізовано сучасний стан та стратегічні пріоритети України на період до 2017 р.. Досліджено тенденції розвитку економічного співробітництва України з державами – членами Європейського Союзу в умовах глобалізації. Охарактеризовано особливості зовнішньої торгівлі товарами та послугами України з державами – членами ЄС та виділено основні проблеми в їх економічних відносинах.

Ключові слова: *Україна, міжнародні економічні відносини, членство в ЄС, економічне співробітництво.*

Шелест О.М.

ОСОБЕННОСТИ ЭКОНОМИЧЕСКИХ ОТНОШЕНИЙ УКРАИНЫ С ГОСУДАРСТВАМИ-ЧЛЕНАМИ ЕС

В статье проанализированы современное состояние и стратегические приоритеты Украины на период до 2017 г. Исследована тенденции развития экономического сотрудничества Украины с государствами – членами Европейского Союза в условиях глобализации. Охарактеризованы особенности внешней торговли товарами и услугами Украины с государствами – членами ЕС и выделены основные проблемы в их экономических отношениях.

Ключевые слова: *Украина, международные экономические отношения, членство в ЕС, экономическое сотрудничество.*

Shelest O.M.

FEATURES OF ECONOMIC RELATIONS WITH UKRAINE-MEMBER STATES EU

The article analyzes the current status and strategic priorities of Ukraine till 2017. The tendencies of development of economic cooperation between Ukraine and states – members of the European Union in the context of globalization. The peculiarities of foreign trade in goods and services of Ukraine states – EU members and highlights the main problems in their economic relations.

Key words: *Ukraine, international economic relations, membership in the EU, economic cooperation.*

Постановка проблеми. Ми живемо в складний час глобалізації, економічні процеси протікання якої зупинити практично неможливо. Завдання України в сучасному глобалізаційному світі полягає у пристосуванні до вимог і принципів глобалізації, максимальному використанні її можливостей і переваг та мінімізації її негативних наслідків та загроз.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Проблеми та перспективи економічної інтеграції України до ЄС досліджуються в роботах вітчизняних вчених: Н.З. Щербатої [4] В.В. Копійки [7], Т. І. Шинкаренка [7], В.М. Гейца [1], А.І. Даниленка [1], М.Г. Жулинського [1], Е.М. Лібанової [1], О.С. Онищенка [1] та ін. Проте, враховуючи сучасний економічний та політичний стан України, потребують додаткового дослідження особливості економічних відносин України і держав – членів ЄС.

Метою дослідження є дослідження особливостей економічних відносин України з країнами Європейського Союзу в сучасних умовах розвитку України і світового господарства.

Основні матеріали дослідження. Економіка України перебуває в складній економічній ситуації, яка зберегла тенденції до погіршення у 2015 році внаслідок продовження агресивної політики Російської Федерації, окупації Криму і військових операцій на сході України.

Одним з пріоритетних напрямків економічної діяльності України є розвиток торговельно-економічного та інвестиційного співробітництва з державами – членами ЄС. Поряд з позитивною тенденцією нарощування загального товарообігу між Україною та ЄС, привертає увагу те, що негативне сальдо торгівлі спостерігається тоді, коли ЄС надає Україні відповідні кредити на вирівнювання платіжного балансу за умови проведення Україною комплексу додаткових заходів з лібералізації режиму імпорту. Це викликає стурбованість, тому що Україною в рамках програми економічних реформ та приведення зовнішньоекономічного режиму у відповідність вимогам СОТ проводиться послідовна його лібералізація, спрямована на відкритість внутрішнього ринку, нарощування експорту в ЄС ліквідної української продукції і за рахунок цього нарощування імпорту інвестиційних промислових товарів, необхідних для переобладнання виробництва; загальну тенденцію вирівнювання сальдо в торгівлі споживчими товарами з метою забезпечення за рахунок цього компенсації витрат на закупівлю енергоносіїв; відповідність ступеня лібералізації режиму імпорту рівню фінансової допомоги, яку отримає Україна за умов виконання зобов'язань щодо лібералізації. Коли від'ємне сальдо України в торгівлі з країнами ЄС буде формуватися в основному за рахунок імпорту інвестиційних промислово-виробничих товарів, необхідних для переобладнання виробництва, то це можна сприймати позитивно [1, с.145]. На Рис. 1 наведено дані щодо зростання реального ВВП та прогнози Міжнародного валютного фонду щодо зростання реального ВВП Єврозони, Сполучених Штатів Америки, Китаю та у світі до 2017 р.

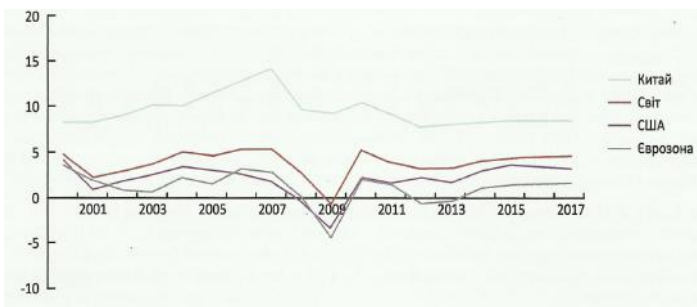

Рис. 1. Темпи зростання реального ВВП Єврозони, США, Китаю та світу, % до попереднього року [2]

Аналіз даних Рис.1 свідчить, що розвиток економіки Єврозони гальмується через рецесію, і її реальний ВВП зменшився на 0,3% у 2013 р., а після 2014р. прогнозується його підвищення на рівні 0,5 – 1%. Отже, перспективи, що стосуються наступних років, – дещо кращі, оскільки очікується, що зростання наблизиться у 2017р. до 1%.

Прогнозується, що високий рівень безробіття та продовження дії програм економії обмежуватимуть зростання економіки Єврозони в межах 1,5% від 2015 до 2017 рр. [3]

В плані економічного співробітництва з країнами-членами ЄС необхідним є формування таких заходів, при яких розвиток торгівлі, розширення економічного співробітництва в галузях, що становлять взаємний інтерес, здійснюється на основі рівності, взаємної вигоди і міжнародного права. Це сприятиме створенню сприятливих умов для збільшення експорту українських товарів на ринку ЄС та забезпечить можливості збалансувати сальдо двосторонньої торгівлі [4,с.17].

Станом на 2012 рік Україна посідала 22 місце серед торговельних партнерів Європейського Союзу, складаючи 1,1% від загальних обсягів зовнішньої торгівлі ЄС. Хоча із 2011р. Євросоюз перемістився з першого на друге місце серед зовнішньоторговельних партнерів України, саме він залишається її основним партнером (29,2% у структурі зовнішньої торгівлі України припадає на ЄС [5].

Основними статтями українського експорту до ЄС є: чорні метали та вироби з них; нафта та продукти її перегонки; руди, шлаки і зола; насіння і плоди олійних рослин; зернові культури; жири та олії тваринного або рослинного походження; деревина і вироби з деревини та електричні машини і устаткування. Основними статтями імпорту в Україну з ЄС є: котли, машини, апарати і механічні пристрої, наземні транспортні засоби, крім залізничних, електричні машини і устаткування, фармацевтична продукція, полімерні матеріали, пластмаси, енергетичні матеріали, нафта та продукти її перегонки, папір та картон. У товарній структурі зберігаються тенденції до експорту Україною переважно сировинних та базових товарів та імпорту з Європейського Союзу промислової, машинобудівної, а також хімічної продукції з більшою часткою доданої вартості. Відповідно, основним завданням українських експортерів є збереження на ринках країн ЄС частки української продукції металургійної та металообробної промисловості. Європейський ринок є перспективним для нарощування обсягів експорту продукції сільського господарства за умов наявності відповідних сертифікатів та відповідності стандартам європейського внутрішнього ринку.

На сьогоднішній день питання створення сприятливих умов розвитку бізнес-клімату в Україні залишається одним з найактуальніших. Обсяг залучених з початку 2015 року прямих іноземних інвестицій (акціонерного капіталу) в економіку України на 1 липня 2015 р. становив 42851,3 млн. дол. США (без урахування тимчасово окупованої території Автономної Республіки Крим, м. Севастополя та частини зони проведення антитерористичної операції) та в розрахунку на одну особу населення – 1000,5 дол.[5]

У січні-червні 2015 р. в економіку України іноземними інвесторами вкладено 1042,4 млн. дол. та вилучено 351,3 млн. дол. прямих інвестицій (акціонерного капіталу). У 2015 році інвестиції надходили зі 133 країн світу. Із країн ЄС із початку року внесено 33154,9 млн. дол. інвестицій (77,4% загального обсягу акціонерного капіталу), з інших країн світу – 9696,4 млн. дол. (22,6%) (Табл. 1).

До десятки основних країн-інвесторів, на які припадає більше 83% загального обсягу прямих інвестицій, входять: Кіпр, Німеччина, Нідерланди, Австрія, Велика Британія, Франція, Швейцарія та Італія.

Вимоги українських прямих інвесторів за борговими інструментами до підприємств прямого інвестування за кордоном на 1 липня 2015 р. становили 218,0 млн. дол.[5]

Загальний обсяг прямих інвестицій (акціонерного капіталу та боргових інструментів) в економіку країн світу становив 6472,4 млн. дол. США.

Обсяг прямих інвестицій (акціонерного капіталу) з України в економіку країн світу на 1 липня 2015 р. становив 6254,4 млн. дол., у т.ч. у країни ЄС – 6015,4 млн. дол. (96,2% загального обсягу), в інші країни світу – 239,0 млн. дол. (3,8%) (Табл. 2).

Прямі інвестиції з України здійснювались до 46 країн світу, переважна частка яких була спрямована до Кіпру (93,0%).

Таблиця 1

Прямі іноземні інвестиції в економіку України, млн. дол. США [5]

Прямі іноземні інвестиції	Усього	у тому числі з	
		країн ЄС	інших країн світу
Прямі інвестиції нерезидентів в Україні (акціонерний капітал та боргові інструменти) на 1 січня 2015 р.	54070,7	42789,5	11281,2
Акціонерний капітал нерезидентів на 1 січня 2015 р.	45764,2	35603,9	10160,3
Надійшло акціонерного капіталу нерезидентів	1042,4	419,8	622,6
Вибуло акціонерного капіталу нерезидентів	–351,3	–222,2	–129,1
Акціонерний капітал нерезидентів на 1 липня 2015 р.	42851,3	33154,9	9696,4
Боргові інструменти (заборгованість за кредитами та позиками, зобов'язання за торговими кредитами та інші зобов'язання перед прямими інвесторами)			
на 1 січня 2015 р.	8306,5	7185,6	1120,9
на 1 липня 2015 р.	8850,4	7609,1	1241,3
Прямі інвестиції нерезидентів в Україні (акціонерний капітал та боргові інструменти) на 1 липня 2015 р.	51701,7	40764,0	10937,7

Таблиця 2

Прямі інвестиції з України в економіку країн світу, млн. дол. США [5]

Прямі іноземні інвестиції	Усього	у тому числі в	
		країни ЄС	інші країни світу
Прямі інвестиції резидентів в економіці країн світу (акціонерний капітал та боргові інструменти) на 1 січня 2015 р.	6562,7	6239,7	323,0
Акціонерний капітал резидентів в економіці країн світу на 1 січня 2015 р.	6350,7	6033,3	317,4
Надійшло акціонерного капіталу резидентів	26,4	0,0	26,4
Вибуло акціонерного капіталу резидентів	–81,4	–1,9	–79,5
Акціонерний капітал резидентів в економіці країн світу на 1 липня 2015 р.	6254,4	6015,4	239,0
Боргові інструменти (вимоги за кредитами та позиками, торговими кредитами та інші вимоги до підприємств прямого інвестування)			
на 1 січня 2015 р.	212,0	206,4	5,6
на 1 липня 2015 р.	218,0	207,5	10,5
Прямі інвестиції резидентів в економіці країн світу (акціонерний капітал та боргові інструменти) на 1 липня 2015 р.	6472,4	6222,9	249,5

Протягом 2014-2015 років Урядом України вжито комплекс заходів зі створення якісно нових умов ведення бізнесу, що мають забезпечити відбудову економіки України та її стабільний розвиток. Завдяки цьому, у рейтингу Світового банку "Doing Business 2015" Україна за показником легкості ведення бізнесу займає 96 місце серед 189 країн світу (у 2014 році – 112 місце) [6]. Важливим завданням в економічному напрямі є забезпечення дипломатичного супроводу та сприяння у проведенні переговорних процесів з укладення угод про вільну торгівлю між Україною та країнами – членами ЄС. Укладення угод про вільну торгівлю має на меті просування та захист економічних інтересів українських товаровиробників і експортерів, а також забезпечення збалансованої тарифної політики, у тому числі, по відношенню до чутливих груп промислових та с/г товарів, що має стати підґрунтям створення сприятливих умов для розвитку торговельно-економічного співробітництва.

Відносини з Європейським Союзом набувають для України особливого значення при визначенні власних перспектив і резервів для підвищення рівня міжнародних

торговельних контактів та рівня конкурентоздатності вітчизняної економіки на світовому ринку. Співпраця з Європейським Союзом дає доступ до світових ринків, інформаційних технологій, і розширення участі у міжнародних інвестиційних процесах, і освітні програми допомоги, вдосконалення транспортних та телекомунікаційних систем [7, с.8].

Україна є пріоритетною країною в рамках Європейської політики сусідства та Східного партнерства. ЄС прагне до політики взаємодії з Україною і тісного взаємозв'язку, яка охоплює політичну асоціацію та економічну інтеграцію.

В даний час діяльність ЄС спрямована на підтримку комплексного процесу реформ, які проводяться в Україні, зокрема, шляхом реалізації безпрецедентної підтримки пакету € 11 млрд. На фоні кризи в Східній Україні, ЄС спрямовує всі зусилля для мирного вирішення конфліктів в Україні, поваги єдності, суверенітету і територіальної цілісності країни і яка б забезпечила стабільне, процвітаюче і демократичне майбутнє для всіх громадян України.

Висновки. Євросоюз має величезний досвід у сфері захисту прав споживачів, перевірені часом структури й методи. Екологічна політика Євросоюзу і його законодавство з питань довкілля становлять зразок для України. Згідно з Угодою про асоціацію вона має адаптувати 31 екологічну директиву. Це дасть їй можливість наблизитися до стандартів ЄС та реально поліпшити стан довкілля. Наближення України до екологічних стандартів ЄС призведе до покращення здоров'я людей та зменшення смертності, принесе економічні зиски для держави й бізнесу. Україна може всім цим скористатися.

Аналіз статистичних даних показує, що на сьогоднішній день торговельно-економічне співробітництво між Україною та державами – членами ЄС динамічно розвивається: зростає двосторонній зовнішньоторговельний оборот та прямі іноземні інвестиції з країн ЄС в українську економіку.

Основними формами економічного співробітництва між Україною та Європейським Союзом є торгівля товарами та послугами, а також інвестиційна діяльність. Дослідження спільної торговельної та інвестиційної політики з ЄС має особливе значення для України, оскільки дає можливість більш ефективно використовувати її можливості з метою сприяння сталому розвитку країни та інтеграційному зближенню з Європейським Співтовариством.

Список використаних джерел

1. Гейц В.М. Новий курс: реформи в Україні 2010-2015. / В.М. Гейц, А.І. Даниленко, М.Г. Жулинський, Ю.А. Левенець, Е.М. Лібанова, О.С. Онищенко; за заг. ред. В.М. Гейця // Національна доповідь. – К.: НВЦ НБУВ, 2010.- 232 с.
2. Квасній Л.Г. Стримуючі чинники розвитку світової економіки / Л.Г. Квасній, В.В. Паславська // Матеріали 11 науково-практичної конференції "Наукова думка інформаційного простору-2015". – Перемишль: Наука і студія. 2015. – С. 37-40.
3. Копійка В.В. Європейський Союз: історія і засади функціонування: навч. посіб. / В. В. Копійка, Т. І. Шинкаренко; за ред. акад. НАН України, надзв. і повнов. посла України Л. В. Губерського. – К.: Знання, 2012. – 760 с.
4. Міждународний валютний фонд. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: www.imf.org/external/russian.
5. Міністерства економічного розвитку і торгівлі України. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: me.kmu.gov.ua/ – офіційний сайт
6. Представництва ЄС в Україні. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: eeas.europa.eu/delegations/ukraine/index_uk.htm .
7. Щербата Н.З. Зовнішньоекономічна політика Європейського Союзу в зонах вільної торгівлі: монографія / Н. З. Щербата. – Луцьк: Волин. нац. ун-т ім. Л. Українки, 2011. – 199 с.

Бондар Ю.Ю.

Науковий керівник:
к.е.н., доцент ***Чередніченко Ю.В.***

ОБЛІК ТА АУДИТ ВЛАСНОГО КАПІТАЛУ

У статті досліджено економічну сутність і зміст власного капіталу підприємства. Розглянуто основні завдання з методології проведення аудиту власного капіталу вітчизняними науковцями ,а також складові та об'єкти аудиту власного капіталу.

Ключові слова: *власний капітал, аудит, сутність, поняття, облік, функція.*

Бондарь Ю.Ю.

УЧЕТ И АУДИТ СОБСТВЕННОГО КАПИТАЛА

В статье исследована экономическая сущность и содержание собственного капитала предприятия. Рассмотрены основные задания из методологии проведения аудита собственного капитала отечественными учеными,а также составляющие и объекты аудита собственного капитала.

Ключевые слова: *собственный капитал, аудит, сущность, понятие, учет, функция.*

Bondar Y.Y.

ACCOUNT AND AUDIT OF PROPERTYASSET

Economic essence and maintenance of property asset ofenterprise are investigational in the article. Basic tasks are considered from methodology of realization of audit of property asset by home scientists, and also constituents and objects of audit of property asset.

Key words: *property asset, audit, essence, concept, account, function.*

Постановка проблеми. Перехід України до нових економічних відносин, підвищення самостійності та розвиток підприємств різних форм власності, вихід на міжнародні ринки, подолання кризових ситуацій докорінно змінило умови функціонування суб'єктів господарювання. Це призвело до виникнення проблем пов'язаних з забезпеченням стабільності та стійкості підприємств.

Основою стійкого росту та фінансової стабільності кожної організації виступає їх власний капітал. Основним джерелом де зберігається, накопичується та систематизується необхідна інформація є бухгалтерський облік. Питання обліку та відображення в звітності власного капіталу на сучасному етапі розвитку ринкової економіки відносяться до найбільш важливих економічних проблем, дозволяючи внутрішнім і зовнішнім користувачам бухгалтерської звітності визначити фінансові можливості підприємства на короткостроковий період та довгострокову перспективу. Ця проблема загострюється у зв'язку з відсутністю чіткого та однозначного визначення поняття власний капітал.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Економічна сутність капіталу в цілому та власного капіталу зокрема вивчали і вивчають багато зарубіжних та вітчизняних вчених, зокрема такі як А.В. Бодюк [2], Ф,Ф. Бутинец [4], Н.М. Грабова [8], С.В. Івахненко [13] та багато інших.

Мета дослідження. Визначення економічної сутності та структури власного капіталу як об'єкта обліку, аналізу та аудиту, шляхом узагальнення та систематизації поглядів вчених-економістів.

Основні результати дослідження. Поява поняття "власний капітал" в бухгалтерській термінології має об'єктивний характер, в основі якого лежить узагальнення багатовіко-

вої практики бухгалтерського обліку. Його історичний огляд вказує на глибокий генезис і широту підходів до трактування власного капіталу як економічної категорії. Для наукового визначення власного капіталу розглянуто випадки, коли поняття "власний капітал" розглядається на макроекономічному рівні і особлива увага зосереджена на мікроекономічному, тобто на власному капіталі в бухгалтерському обліку. Серед науковців немає єдності щодо визначення поняття "власний капітал", у зв'язку з чим уточнено це поняття.

Власний капітал – це загальна вартість власних засобів підприємства, які належать йому на правах власності і використовуються ним для формування його активів. Розраховується сума власного капіталу як частина в активах, що залишається після вирахування його зобов'язань [4].

Дослідження власного капіталу потребує з'ясування сутності капіталу. Найважливішими аспектами розкриття сутності капіталу є економічний, юридичний, обліковий (рис. 1).

Рис. 1. Трактування капіталу в трьох аспектах [2]

Капітал має юридичне і економічне значення. Юридичне значення капіталу полягає передусім в тому, що його розмір визначає межі мінімальної матеріальної відповідальності, які суб'єкт господарювання має за своїми зобов'язаннями. Економічна роль власного капіталу полягає в забезпеченні підприємства власними фінансовими ресурсами, необхідними як для початку, так і для продовження реальної господарської діяльності. Розглядаючи економічну сутність, потрібно відмітити найважливіші характеристики капіталу, які полягають у тому, що він виступає основним чинником виробництва; характеризує фінансові ресурси підприємства, які приносять прибуток; використовується як головне джерело формування добробуту його власників; є головним виміром ринкової вартості підприємства. Його динаміка є важливим показником ефективності господарської діяльності.

Власний капітал виступає одним із найважливіших об'єктів фінансового та управлінського обліку, які є основою інформаційного забезпечення фінансового менеджменту. Він є також об'єктом фінансового аналізу підприємства. Роль показника "власний капітал" для підтримання нормального фінансового стану підприємства настільки значуща, що він отримав законодавче підтвердження в Цивільному кодексі України, зокрема в частині вимог щодо співвідношення статутного капіталу та чистих активів господарських товариств.

За складовими елементами власний капітал поділяється на:

- статутний або пайовий капітал. Статутний капітал – це зафіксована в установчих документах загальна вартість активів, які є внеском власників (учасників) до капіталу підприємства. Пайовим же капіталом є сума пайових внесків членів спілок та інших підприємств, що передбачена установчими документами;

- додатковий вкладений капітал – це сума, на яку вартість реалізації випущених акцій перевищує їхню номінальну вартість (емісійний дохід);

- резервний капітал, який втілює суму резервів, створених відповідно до чинного законодавства або засновницьких документів;

- інший додатковий капітал – це сума дооцінки необоротних активів, вартість активів безоплатно отриманих підприємством від інших юридичних або фізичних осіб, та інші види додаткового капіталу;

- нерозподілений прибуток – сума чистого прибутку, що залишається в господарському обороті підприємства після сплати податків, зборів та платежів і після розподілу відповідної суми прибутку між власниками (учасниками) підприємства;

- неоплачений капітал визначається як сума заборгованості власників (учасників) за внесками до статутного (пайового) капіталу;

- вилучений капітал – це собівартість акцій власної емісії або часток, викуплених товариством у його учасників [9].

Власний капітал є основою для початку і продовження господарської діяльності будь-якого підприємства, він є одним із найістотніших і найважливіших показників, оскільки виконує такі функції:

- самостійності та влади – розмір власного капіталу визначає ступінь незалежності та впливу його власників на підприємство;

- відповідальності та захисту прав кредиторів – відображений в балансі підприємства власний капітал є для зовнішніх користувачів мірилом відносин відповідальності на підприємстві, а також захистом кредиторів від втрати капіталу;

- довгострокового кредитування – перебуває в розпорядженні підприємства необмежений час;

- фінансування ризику – власний капітал використовується для фінансування ризикових інвестицій, на що можуть не погодитись кредитори; – кредитоспроможності – при наданні кредиту, за інших рівних умов, перевага надається підприємствам з меншою кредиторською заборгованістю і більшим власним капіталом;

- компенсації понесених збитків – тимчасові збитки мають погашатись за рахунок власного капіталу;

- розподілу доходів і активів – частки окремих власників у капіталі є основою при розподілі фінансового результату та майна при ліквідації підприємства [6].

Основними складовими проведення аудиту власного капіталу є: аудит статутного капіталу, аудит формування додаткового капіталу, аудит нерозподілених прибутків (непокритих збитків) та їх використання, аудит вилученого капіталу. На думку Ф.Ф. Бутинця [4] та Івановой Н.А. [12] предметом аудиту власного капіталу є процеси та господарські операції, пов'язані з формуванням статутного, пайового, додаткового і резервного капіталу, обліком нерозподілених прибутків (непокритих збитків), формування вилученого та неоплаченого капіталу, а також відносин, що виникають при цьому між підприємством та його власниками і працівниками.

Постановка завдань з методології проведення аудиту власного капіталу вітчизняними науковцями наведено у таблиці 1.

Таблиця 1.

Завдання аудиту власного капіталу

№ п/п	Завдання	Л.П.Кулаковська, Ю.В. Піча [15, с.112]	Ф.Ф. Бутинець [3,с.486]	К.О. Утенкова [18 с. 198-199]	Н.А. Іванова, О.В. Ролінський [12,с.132]	Авторська пропозиція
1	2	3	4	5	6	7
1	Визначення основних відомостей про суб'єкт господарювання	+	-	-	-	-
2	Перевірка наявності і відповідності форм статутних документів	+	-	+	-	+
3	Встановлення дотримання норм чинного законодавства щодо формування власного капіталу та відповідності його даним установчих документів	-	+	+	+	+
4	Визначення структури управління економічним суб'єктом і повноваження керівників усіх рівнів при прийнятті відповідних управлінських рішень	+	-	-	-	-

Продовження табл. 1

1	2	3	4	5	6	7
5	Виявлення повноти і своєчасності внесків засновників підприємства та правильність відображення в обліку величини власного капіталу	+	+	+	+	+
6	Перевірка своєчасності сплати мінімального розміру статутного (пайового) капіталу підприємства під час його реєстрації	-	-	-	-	+
7	Підтвердження адекватності методів оцінки часток, що вносяться засновниками до статутного капіталу в натуральній і нематеріальній формах. При перевірці керуватися П(с)БО 12, де зазначено, що майно має бути оцінено за справедливою вартістю	+	-	-	-	+
8	Встановлення обґрунтованості операцій з фор- мування прибутків і збитків, їх використання і розподілу	-	+	-	-	-
9	Для акціонерних товариств підтвердження інформації про: акції, на які здійснена передоплата; загальну суму коштів, одержаних у ході передоплати на акції; акції у складі статутного капіталу за окремими типами і категоріями	+	-	-	-	-
10	Підтвердження інформації про: розподіл часток статутного капіталу між власниками; права, привілеї або обмеження щодо цих часток; зміни у складі часток власників у статутному капіталі	+	-	-	-	-
11	Перевірка достовірності відображення показників щодо власного капіталу в обліку та звітності, встановлення законності й правильності їх формування та цільового використання	+	+	+	+	+
12	Встановлення структури власного капіталу, аналіз змін, які відбулися в структурі за декілька звітних періодів	+	-	-	-	-
13	Встановлення правомірності і правильності відображення в обліку змін власного капіталу протягом звітного періоду	-	-	-	-	+
14	Перевірка стабільності величини статутного капіталу	-	+	-	+	+

Закінчення табл 1.

1	2	3	4	5	6	7
15	Перевірка правильності вартісної оцінки майна, внесеного засновниками	+	-	+	-	+
16	Встановлення дотримання чинного законодавства щодо оформлення первинних документів і ведення бухгалтерського обліку власного капіталу	+	-	+	-	+
17	Підтвердження інформації про залишки і зміни у власному капіталі, що відбулися протягом звітного періоду	+	-	-	-	-
18	Надання оцінки системі внутрішнього контролю і бухгалтерського обліку установчих документів і власного капіталу	+	-	-	-	-
19	Перевірка порядку розподілу прибутку, який залишається в розпорядженні економічного суб'єкта за результатами року після сплати обов'язкових платежів	+	-	-	-	+
20	Перевірка правильності обчислення доходів засновників та акціонерів і утримання податку з доходів	+	-	-	-	+

Виходячи з мети, завдань і предмету аудиту власного капіталу, можна виділити його основні об'єкти (рис. 2).

Рис. 2. Об'єкти аудиту власного капіталу [7]

Таким чином, власний капітал є основою для початку і продовження господарської діяльності будь-якого підприємства, він є одним із найістотніших і найважливіших показників.

Висновки. Розгляд поняття "власний капітал" в обліково-економічній літературі дає підстави стверджувати про дискусійність його визначення. Це зумовлено відсутністю єдиної теорії капіталу і відповідно трактування природи капіталу. Вивчивши різні точки зору можемо уточнити поняття "власний капітал" – як сукупність засобів, внесених засновниками підприємства та приріст засобів у вигляді прибутку за рахунок їх використання.

Основними завданнями організації обліку власного капіталу є: забезпечення обліку даних та узагальнення інформації про стан і рух власного капіталу; контроль за правильністю і законністю формування власного капіталу; своєчасне, повне, правильне відображення розміру і всіх змін власного капіталу; контроль за раціональним розподілом прибутку за відповідними фондами; організація аналітичного обліку на рахунках власного капіталу для своєчасного отримання достовірної інформації; правильне відображення в регістрах обліку і звітності операцій з власним капіталом.

Таким чином, облік власного капіталу забезпечує не тільки інформацією про операційну діяльність, але й фінансову діяльність (зміни у складі власного капіталу, так і поточних, і довгострокових зобов'язань підприємства), при цьому, об'єднуючи практично всі функції управління – облік, планування, координацію, контроль, аналіз, прийняття рішень.

Список використаних джерел

1. Про бухгалтерський облік та фінансову звітність в Україні: Закон України від 16.07.1999, №996-XIУ // zakon.rada.gov.ua/
2. Бодюк А.В. Методологічні та нормативно-правові аспекти аудиту підприємницької діяльності. Монографія. – К.: Кондор, 2005. – 356 с.
3. Бутинець Ф.Ф. Організація бухгалтерського обліку: Навч. посібник. – Житомир: РУТА, 2001. – 576 с.
4. Бутинець Ф.Ф. Теорія бухгалтерського обліку: Підручник для студентів вузів спеціальності 7.050106 "Облік і аудит". – 3-тє видання доповнене і перероблене. – Житомир:ЖІТІ,"Рута",2002. – 554 с.
5. Ватуля І.Д., Канцедал Н.А., Пономаренко О.Г. Аудит. Практикум. Навч. посіб. – К.: 2007. – 304 с
6. Гольцова С.М., Плікус І.Й. Бухгалтерський облік: Навчальний посібник. – Суми: ВТД "Університетська книга",2006. – 255 с.
7. Гончарук Я.А., Рудницький В.С. Аудит. – Львів, Оріяна-Нова, 2004. – 292 с.
8. Грабова Н.М. Теорія бухгалтерського обліку: Навч. посіб. / За ред. М.В. Кужельного. – К.: АСК, 2001. – 272 с.
9. Даньків Й.Я., Остап'юк М.Я. Бухгалтерський облік: Підручник. – К.: Знання, 2007. – 469 с.
10. Ждан В.І., Хаустова Є.Б., Колос І.В., Бондаренко О.С. Теорія бухгалтерського обліку: Навч.посібник. – К.: Центр навч. літератури, 2006. – 384 с.
11. Загородній А.Г., Партин Г.О. Бухгалтерський облік: основи теорії та практики: Навч. посіб. – 3-тє вид., доп. і перероб. – К: Товариство "Знання", КОО, 2004. – 377 с.
12. Іванова Н.А., Ролінський О.В. Організація і методика аудиту Навч. пос. – К; Центр учбової літератури, 2008. – 216 с.
13. Івахненков С.В. Інформаційні технології в організації бухгалтерського обліку та аудиту: Навч. посіб. – К.: Знання-Прес, 2003. – 349 с.
14. Кужельний М.В., Коцупатрий М.М., Кірданов М.Г., Лежненко Л.І., Примаченко О.Л. Бухгалтерський облік: Навчально-методичний посібник для самост. вивч. дисципліни. – К.: КНЕУ, 2005. – 217 с.
15. Кулаковська Л.П., Піча Ю.В. Організація і методика аудиту Навч. посібник. – К.: Каравела, 2004. – 568 с.
16. Лень В.С., Тливенко В.В. Бухгалтерський облік в Україні: Основи та практика. Навч. посіб. – К.: 2004. – 576 с.

17. Михайлов М.В., Глумаченко А.І., Гончар В.П., Бачмат Г.А. Бухгалтерський облік (теорія): Навч. посібник / За ред. проф. Михайлова М.Г. – К.: 2007. – 247 с.
18. Утенкова К. О. Аудит: Навчальний посібник. – К.: Алерта, 2011. – 408 с.

Бундза С.А.
Науковий керівник:
к.е.н., ст. викладач ***Ромашко О.М.***

ОБЛІК І АНАЛІЗ ГОТОВОЇ ПРОДУКЦІЇ І ЇЇ РЕАЛІЗАЦІЇ

У статті розглядаються особливості ведення обліку та аналізу готової продукції на підприємстві та її реалізації, при цьому визначаються особливості формування облікової системи на підприємстві, зокрема, особливості реалізації готової продукції.

Ключові слова: *готова продукція, облік готової продукції, облік реалізації готової продукції, виробництво продукції, собівартість готової продукції, автоматизація обліку готової продукції.*

Бундза С.А.

ОБЛІК І АНАЛІЗ ГОТОВОЇ ПРОДУКЦІЇ І ЇЇ РЕАЛІЗАЦІЇ

В статье рассматриваются особенности ведения учета и анализа готовой продукции на предприятии и реализации, при этом определяются особенности формирования учетной системы на предприятии, в частности, особенности реализации готовой продукции.

Ключевые слова: *готовая продукция, учет готовой продукции, учет реализации готовой продукции, производство продукции, себестоимость готовой продукции, автоматизация учета готовой продукции.*

Bundza S.A.

ACCOUNTING AND ANALYSIS OF FINISHED PRODUCTS AND ITS IMPLEMENTATION

The article deals with the peculiarities of accounting and analysis of finished products in the company and implementing it, thus forming the peculiarities of the accounting system in the enterprise, including features of the finished product.

Key words: *finished products, finished products accounting, recording sales of finished products, production, cost of finished products, finished products accounting automation.*

Постановка проблеми. На сьогоднішній день в умовах, які сформувалися, успішна діяльність кожного із підприємств в багато чому залежить від рівнів економічної ефективності в процесі виробництва готової продукції. Організація обліку та аналізу готової продукції на підприємства, а також процедури її реалізації є досить важливою проблемою в господарській діяльності на сучасних підприємствах Україні, тому що власне, завдяки проведенню виробництва готової продукції підприємства можуть отримувати та максимізувати власний прибуток. Саме тому питання щодо удосконалення процедури в процесі організації обліку та проведення аналізу виробництва готової продукції від реалізації готової продукції є основним способом для досягнення соціально-економічної ефективності в діяльності підприємств.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Питанням ведення обліку і аналізу готової продукції на підприємстві займались такі науковці, як Ж.В. Задоєнко [6], В.Я. Нусінов [7], С.В. Питель [8], Ю.Б. Скорнякова [10], О.В. Шушлякова [11], Ю.І. Бражник [2], Л.В. Дрожжина [3], Н.Л. Жила [4], В.Г. Алькема [1], І.П. Житна [5], О.А. Садовніков [9] та ін.

Невирішені раніше частини загальної проблеми. Вирішення проблем ведення обліку та проведення аналізу готової продукції на підприємстві та її подальшої реалізації в сучасних умовах посиленого режиму економії та ресурсозбереження, можливе за наявності у суб'єктів господарювання своєчасної та повної інформації щодо факторів, які впливають на показники собівартості продукції, а також планування

майбутніх фінансових результатів від реалізації готової продукції підприємства. Саме підвищення рівня якості продукції є одним із основних шляхів для покращення рівнів ефективності виробничих процесів, що залежить від використання матеріалів в процесі виробництва та впровадження системи стимулювання працівників та потреб споживачів даної продукції.

Мета дослідження. Метою дослідження є проведення аналізу особливостей ведення обліку і аналізу готової продукції та її реалізації.

Виклад основного матеріалу дослідження. З прийняттям Національних стандартів бухгалтерського обліку в Україні виникла необхідність в новому підході до відображення господарських операцій із випуску готової продукції та її подальшої реалізації. Так, з метою підвищення рівня ефективності виробництва на підприємствах необхідно активно вести управлінський облік [10, с. 120]. Для цього необхідно в першу чергу визначити номенклатуру витрат виробництва для подальшого планування та ведення обліку виробничої діяльності конкретного цеху або ділянки на підприємстві; для цього в першу чергу необхідно розробити методику для ведення підрахунку та проведення оцінки залишків незавершеного виробництва на підприємстві, а також порядку визначення отриманих результатів господарської діяльності підприємств [5, с. 86].

Удосконалення системи бухгалтерського обліку визначення собівартості продукції, що вимагає проведення аналізу альтернативних напрямків в формуванні системи облікової політики підприємства, проведення обґрунтування оптимальних рішень, які не суперечать нормам міжнародним стандартам.

Майже кожному із підприємств доводиться продавати власну продукцію із відстрочками платежів та боротися із неплатежами, при цьому, існує проблема у веденні обліку готової продукції стосовно оплати за отриману продукцію, виконаних робіт та наданих послуг [8, с. 196].

Підприємствам необхідно знати, які саме юридичні засоби можна використовувати для отримання власних грошей, як правильно організовувати роботу зі стягнення дебіторських заборгованостей.

Ведення обліку та проведення аналізу готової продукції на підприємствах включають цілий комплекс робіт, в процесі виконання яких забезпечується ведення своєчасного і якісного обліку на виробництві, під час випуску та реалізації готової продукції не тільки в цілому за звітній період роботи підприємства, але і в короткострокових періодах, а також проведення контролю за повнотою, цілістю та своєчасним відвантаженням готової продукції покупцям.

Важливе значення на сучасних підприємствах приділяється процесам щодо проведення реалізації готової продукції на підприємстві. Саме готова продукція та процеси, пов'язані із її реалізацією є найважливішими економічними показниками в діяльності будь-якого із підприємств. До обсягів реалізації готової включаються обсяги відвантаженої та випущеної продукції незалежно від того, зараховані платежі на розрахункові рахунки підприємства чи не зараховані [1, с. 182].

Саме із цієї причини процес реалізації готової продукції підприємства завершує процеси, пов'язані із кругообігом господарських засобів в установах, організаціях, що в свою чергу дає змогу для виконання зобов'язань перед державним бюджетом підприємства та банківською установою. Завдання для проведення реалізації готової продукції виступає головним для діяльності підприємства, визначається як кінцевий етап для системи кругообігу засобів виробництва, по завершенні якого визначаються основні результати щодо результатів господарювання підприємства та ефективності виробництва [9, с. 166].

Для того, щоб уникнути розбіжностей в проведенні оцінки готової продукції, перш за все необхідно визначити відхилення між фактичними та умовними вартісними виразами готової продукції після формування калькуляції на готову продукцію та скласти відповідні бухгалтерські проводки, зокрема, за рахунками за Дт 26 "Готова продукція" та Кт 23 "Виробництво" (за умови, якщо фактичний вираз собівартості готової продукції перевищує умовну вартість), або ж сторонувати такі записи, якщо

обсяги фактичної собівартості виявляться меншими від обсягів умовної вартості готової продукції. При цьому важливою є необхідність у відображенні суми відхилень, яка може виникати між фактичними показниками виробничої собівартості готової продукції та її вартістю за обліковими цінами [6, с. 981].

Бухгалтерський облік на практиці повинен забезпечувати дані не лише про обсяги готової продукції та доходів від її реалізації на підприємстві, але й асортименту продукції, масштабів продажу, цін, собівартості, витрат на збут цієї продукції, каналів збуту та ін. Бухгалтер підприємства повинен створити інформаційну систему для дотримання умов щодо забезпечення істотних даних для ефективного управління збутом готової продукції [4, с. 162]. Слід відмітити, що готова продукція в першу чергу оприбутковується на складах підприємства на основі ведення первинних документів, а саме: ведення накладних на готову продукцію, а також актів, відомостей щодо обсягів випуску готової продукції, документів, якими засвідчується рівень якості (свідоцтва про якість, сертифікатів відповідності державній системі сертифікації).

Показники ефективності проведення роботи із обліку та проведення аналізу реалізації готової продукції на підприємства значно підвищуються завдяки використання засобів інформації та систем автоматизації документообігу на підприємстві, що дають змогу для того, щоб накопичувати відповідні бази даних про наслідки ведення господарської діяльності та використовувати їх в подальшому для проведення формування, редагування та друкування вихідних документів, квартальних, піврічних і річних звітів, надавати інформаційні послуги для відповідних організацій, ланкам в системі управління на підприємстві щодо рівнів ефективності роботи, підвищувати ефективність праці бухгалтерів та фінансових аналітиків [11, с. 138].

Використання систем автоматизованого ведення бухгалтерського обліку на підприємстві дає можливість для того, щоб формувати величезну кількість бухгалтерських звітів, проводити розрахунки та фінансовий аналіз щодо діяльності підприємства. Вартість та затрачений час на складання облікових форм при цьому є незначним, але при цьому дає змогу для того, щоб повністю задовольнити інформацію з ведення обліку та проведення аналізу щодо обсягів готової продукції та її реалізації, складати прогнозні розрахунки для подальшого прийняття ефективних управлінських рішень в сфері реалізації готової продукції. Найбільша кількість помилок із ведення обліку готової продукції підприємства при "паперовій" формі, яке виникає на стадіях перенесення даних із одного первинного документа до іншого, а також при процедурі складанні різноманітних фінансових звітів [3, с. 39].

Отже, використання ведення автоматизованого обліку готової продукції на підприємству може дати змогу повністю позбутися виникання помилок при веденні обліку готової продукції. При використанні автоматизованих форм процедура ведення вхідної інформації може проводитися один раз і частково контролюватися програмним забезпеченням, а решта процесів може проводитися автоматично, дає змогу для проведення перевірки повноти, правильності заповнення реєстрів відповідно до нормативно-правових актів, швидко виявляти помилки і вказувати способи для їх виправлення, власне, таким чином, підвищується рівень достовірності інформації та її оперативності [2, с. 63].

Проведення аналізу виробництва та реалізації готової продукції на підприємстві надає можливість для обґрунтування та прийняття управлінських рішень, які спрямовані на збільшення обсягів продажів, зміцнення конкурентних позицій підприємств на ринку, розширення їх частки, в результаті чого зростають показники фінансових результатів. В процесі проведення аналізу процесів виробництва та подальшої реалізації готової продукції, оцінюються показники обсягу виробництва на підприємстві та подальшої реалізації готової продукції, а також обсягу чистої продукції на підприємстві. Зміст та рівень якості інформації мають першочергове значення в забезпеченості принципу точності та ефективності для проведення аналізу обсягів випуску готової продукції [7, с. 349].

Під час проведення відбору конкретних показників інформаційної бази проведення аналізу необхідно врахувати зовнішні та внутрішні джерела. Головними пробле-

мами для ведення бухгалтерського обліку та аналізу готової продукції на підприємстві та її подальшої реалізації на сучасному підприємстві є:

- відсутність єдиного підходу до класифікації результатів виробничих процесів, що зменшує можливість для точного визначення об'єктів в системі бухгалтерського обліку на підприємстві;

- зниження ефективності контролю рівня якості, показників конкурентоспроможності та рентабельності готової продукції, внаслідок неповного відображення фінансової інформації про формування показників собівартості готової продукції в результатах виробництва в фінансовій звітності.

Також слід приділити особливу увагу для побудови системи обліку реалізації готової продукції на підприємствах, при цьому вона повинна містити повноту та своєчасність відображення облікової інформації про її реалізацію в системі бухгалтерського та фінансового обліку. Покращення системи обліку реалізації готової продукції на підприємстві перш за все використовується для оформлення первинної документації. Удосконалення облікової документації та документообігу необхідно здійснювати за такими напрямками: підвищення оперативності оформлення та проведення обробки фінансової інформації під час реалізації готової продукції; підвищення рівнів об'єктивності аналітичної інформації; підвищення рівня контролю із ведення обліку щодо вибуття готової продукції на підприємстві, виробничих запасів та товарів; економія витрат ресурсів під час виробництва та праці документування, проведення обробки документів [6, с. 982].

Використовуючи систему автоматизації ведення обліку із реалізації готової продукції на підприємстві, перше за все забезпечується контроль щодо надходження платежів від покупців за відвантажену та придбану продукцію, буде зменшено час для визначення обсягів податкових зобов'язань із ПДВ, спрощено процеси розподілу обсягів позавиробничих витрат на підприємстві. Проте, для удосконалення системи ведення обліку та проведення аналізу готової продукції та її реалізації необхідно також провадити зміни в сучасних наукових підходах та в нормативно-правових документах, зокрема в Законі України "Про бухгалтерський облік та фінансову звітність в Україні", а також системі регулювання бухгалтерського обліку на принципах сучасних економічних теорій та із врахуванням антикризових програм в розвинутих країнах [10, с. 121].

Висновки. В процесі формування системи управління на сучасному підприємстві в умовах фінансової кризи, стан ведення обліку та проведення аналізу готової продукції, а також її реалізації займає ключове місце. Результати проведених досліджень із організації обліку та аналізу готової продукції на підприємстві свідчать про те, що на сьогоднішній день існує багато проблем, які мають великий вплив на організацію та ведення обліку готової продукції та її реалізації на підприємствах. Вирішення визначених проблем дозволить в майбутньому ефективно здійснювати ведення бухгалтерського обліку та аналізу готової продукції на підприємстві, допоможе підвищити рівень ефективності в процесі її виробництва та підвищити її рівень конкурентоспроможності.

Список використаних джерел

1. Алькема В.Г. Запаси готової продукції як чинник економічної безпеки виробничого підприємства. // Вісник. – Львів, 2010. – Логістика. – С. 182-188.

2. Бражник Ю.И. Разработка задачи "Учет выпуска и поступление готовой продукции на склад" информационной системы АОЗТ "Хладопром". // Управління розвитком. – Х., 2009. – №7. – С. 63-65.

3. Дрожжина Л.В. Моделювання діяльності виробничого підприємства, пов'язаної з виробництвом та доставкою готової продукції. // Матеріали Міжнародної науково-практичної конференції "Аналіз сучасних економічних процесів та інформаційні технології". – Д., 2011. – Математичні методи та моделі в менеджменті та маркетингу. – С. 39-41.

4. Жила Н.Л. Облік реалізації готової продукції (товарів, робіт, послуг) в умовах електронної обробки даних. // Зб. наук. пр. – Черкаси, 2004. – Вип. 11. – С. 162-166.

5. Житна І.П. Підхід до удосконалення системи обробки інформації з обліку і аудиту процесу реалізації продукції на підприємстві. // Бухгалтерський облік, аналіз та аудит: проблеми теорії, методології, організації. – К., 2012. – Вип. 1 (8). – С. 86-91.

6. Задоєнко Ж.В. Проблеми обліку та аналізу готової продукції та її реалізації / Ж.В. Задоєнко // Глобальні та національні проблеми економіки. Вісник Миколаївського національного університету ім. В.О. Сухомлиснького. – Випуск 4. – 2015. – С. 981-984.

7. Нусінов В.Я. Дотримання нормативу готової продукції, як складова забезпечення ритмічної роботи підприємства // Вип. 36. // Вісник Криворізького національного університету. – Кривий Ріг, 2014. – Вип. 36. – С. 349-353.

8. Питель С.В. Облік витрат на зберігання готової продукції призначеної для збуту // Реформування економіки України: стан та перспективи. – К., 2011. – С. 196-198.

9. Садовніков О.А. Фінансово-господарський контроль і аудит при перевірці виробництва і реалізації продукції на підприємстві. // Маркетинг: теорія і практика. – Луганськ, 2013. – N 19. – С. 166-169.

10. Скорнякова Ю.Б. Окремі аспекти обліку виробництва та реалізації готової продукції. // Матеріали III Всеукраїнської заочної наукової конференції "Актуальні питання сучасної економіки". – Умань, 2011. – Ч. 2. – С. 120-122.

11. Шушлякова О.В. Шляхи активізації обліку готової продукції підприємства. // Управління розвитком. – Х., 2009. – №15. – С. 138-139.

Буц А.В.

Науковий керівник:
к.е.н., ст. викладач ***Ромашко О.М.***

МЕТОДИЧНІ ПІДХОДИ ДО АНАЛІЗУ ОПЕРАЦІЙ З ФОРМУВАННЯ ТА РОЗПОДІЛУ ПРИБУТКУ ПІДПРИЄМСТВА

У статті проаналізовано методику формування та розподілу прибутку підприємства. Розглянуто функції та роль аналізу прибутку у загальній системі функціонування підприємства. Запропоновано комплексну методику аналізу операцій з формування та розподілу прибутку.

Ключові слова: *прибуток, етапи аналізу прибутку, фінансові результати, методика аналізу*

Буц А.В.

МЕТОДИЧЕСКИЕ ПОДХОДЫ К АНАЛИЗУОПЕРАЦИЙ ПО ФОРМИРОВАНИЮ И РАСПРЕДЕЛЕНИЮ ПРИБЫЛИ ПРЕДПРИЯТИЯ

В статье проанализировано методику формирования и распределения прибыли предприятия. Рассмотрены функции и роль анализа прибыли в общей системе функционирования предприятия. Предложена комплексная методика анализа операций по формированию и распределению прибыли.

Ключевые слова: *прибыль, этапы анализа прибыли, финансовые результаты, методика анализа.*

Butz A.,V.

METHODICAL APPROACHES TO THE ANALYSIS OF OPERATIONS PROFIT DISTRIBUTION UNITS AND ENTERPRISE

The article analyzes the method of formation and distribution of profit in the scientific. Functions and role of analysis of profit in the overall system operation of the business are observed. The complex method of analysis operations with the formation and distribution of income are required.

Key words : *profit, profit analysis stages , income, method of analysis.*

Постановка проблеми. Перехідні процеси і становлення нової економіки дають позитивні результати в усіх сферах суспільного життя в Україні. В умовах невиз-

наченості та ризику спрогнозувати економічну ситуацію для підприємств досить складно. Для прийняття ефективних управлінських рішень необхідна достовірна інформація про результати діяльності, сформована з урахуванням специфіки господарювання підприємств та їх організаційної структури. У зв'язку з цим визначення прибутку як головної мети та мотиву підприємницької діяльності, матеріального джерела економічного та соціального розвитку, інвестиційної та інноваційної діяльності, внутрішнього джерела фінансування, факторів його формування та резервів підвищення прибутковості діяльності має особливе значення.

У комплексі проблем, пов'язаних з підвищенням ролі прибутку у національній економіці, велике значення має аналіз операцій з формування та розподілу останнього для суб'єктів господарювання, на основі результатів якого управлінський персонал ухвалює рішення, зокрема для прогнозування діяльності підприємства та стратегічного управління. Важливі аспекти теорії та практики аналізу прибутку потребують проведення нових досліджень та розробок підходів до оцінки фінансових результатів діяльності підприємств та прибутку в умовах нової економіки.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Питання методики аналізу операцій з формування та розподілу прибутку досліджували у своїх працях українські вчені В. Я. Позднякова [1], С. В. Дибаль [4],Т. А. Говорушко [2], В. І. Блонська [2], С. В. Шубіна [11], Є. В. Мних [8], Ф. Ф. Бутинець, С. З. Мошенський,О. В. Олійник [6], В. О. Подольська, О. В. Яріш [7], Г. В. Савицька [8] та інші. Проте питання розробки комплексної методики економічного аналізу прибутку для забезпечення інформаційних потреб різних груп користувачів залишаються невирішеними.

Мета дослідження полягає у здійсненні аналізу методичних підходів до економічного аналізу операцій з формування та розподілу прибутку для розробки пропозицій щодо удосконалення методики економічного аналізу прибутку для забезпечення інформацією для прийняття рішень зацікавлених користувачів.

Основні результати дослідження. Метою економічного аналізу формування та розподілу прибутку є оцінка ефективності діяльності суб'єкта господарювання, визначення складових елементів формування прибутку та ефективності розподілу прибутку, пошук та обґрунтування резервів підвищення прибутковості.

У працях В. О. Подольської та О. В. Яріш [10], Г. В. Савицької [11] наведено методики аналізу, які, крім здійснення горизонтального та вертикального аналізу прибутку, передбачають здійснення аналізу рентабельності (прибутковості бізнесу). Це зумовлено тим, що показники рентабельності більш повно характеризують результати діяльності суб'єкта господарювання, тому що їхній розмір відображає співвідношення ефекту з вкладеним капіталом. Показники рентабельності застосовуються для оцінки ефективності діяльності підприємства.

Особливим є підхід В. Я. Позднякова [1], який аналіз величини прибутку пропонує проводити з урахуванням інформації про асортиментну політику та рівень відпускних цін. Це пов'язано з тим, що в сучасних умовах економіки пропозиції на прибуток можна впливати за допомогою асортиментної політики, крім того, як свідчить світовий досвід, якщо продукція швидко продається, ціну доцільно підвищувати.

Найбільш повно методику аналізу представлено у навчальній літературі за редакцією А. Г. Загороднього[6], проф. Ф. Ф. Бутинця [9]. Саме у вище перелічених джерелах найбільш повно представлено методику аналізу прибутку, що враховує для дослідження всі аспекти діяльності підприємства та вплив прибутку на її показники. Зокрема, методика, запропонована авторами за ред. проф. Ф. Ф. Бутинця [9], передбачає здійснення аналізу прибутку не лише шляхом проведення вертикального та горизонтального аналізу за даними фінансової звітності, але і здійснення оцінки взаємозв'язку "витрати-обсяг-прибуток", розрахунок резервів збільшення прибутку (за даними бухгалтерського обліку та внутрішньої звітності), а також передбачає здійснення окремим етапом аналізу розподілу та використання чистого прибутку, що полягає у проведенні горизонтального аналізу напрямів його розподілу.

Крім того, методика аналізу прибутку, наведена у підручнику С. З.Мошенського та О. В. Олійник [9] передбачає необхідність здійснення аналізу його якості, який

ґрунтується не лише на розробці прогнозів щодо можливості суб'єкта господарювання отримувати прибуток, але і можливості нарощувати темпи його зростання. Вивчення якості прибутку здійснюється за багатьма критеріями, головними з яких є: достовірність, реальність звітності, частота зміни облікової політики та її вплив на формування фінансових результатів, діловий імідж підприємства [9, с. 523].

На підставі проведеного дослідження методичного забезпечення аналізу прибутку, що розглядається в навчальній літературі, слід звернути увагу на неврахування у запропонованих методиках напрямів аналізу прибутку, що дозволяє визначити вплив його показників на фінансову стійкість підприємства, а також з урахуванням того, що прибуток є основним внутрішнім джерелом фінансування, недостатньо дослідженим є грошове забезпечення прибутку.

Аналіз публікацій у наукових статтях за останні чотири роки, присвячених проблемним питання методики аналізу фінансових результатів та прибутку, наведено в табл. 1.

Таблиця 1

Аналіз терміну "прибуток" у наукових статтях за період 2010-2014 років

Автор	Етапи аналізу фінансових результатів (прибутку)
Череп А. В, Рурка Г. І. [10]	1) вертикальний та горизонтальний аналіз за видами діяльності; 2) оцінка показників динаміки за роками; 3) аналіз структурних компонентів прибутку; 4) факторний аналіз прибутку; 5) аналіз процентної маржі
Сало І. В., Лисянська О. О. [9]	1) вертикальний та горизонтальний аналіз прибутку за видами діяльності; 2) оцінка динамічних показників прибутковості за роками; 3) аналіз показників прибутковості; 4) порівняльний аналіз рівня прибутковості; 5) аналіз структурних компонентів прибутку; 6) факторний аналіз; 7) порівняльний аналіз рівня прибутковості
Шубіна С. В., Крамаренко І. В., Лосева І. В., Швадченко В.О. [11]	1) горизонтальний/ вертикальний аналіз (дослідження динамічних та структурних змін прибутку підприємства); 2) детермінований факторний аналіз; 3) кореляційно-регресійний аналіз: - «ЧП-активи» (залежність ЧП від сукупних активів); - «ЧП-пасиви» (зв'язок ЧП з пасивами); - «ЧП-рух грошових коштів» (залежність ЧП від потоку грошових коштів)
Савицька, Г. В. [8]	1) аналіз динаміки фінансових результатів; 2) аналіз структури фінансових результатів діяльності; 3) факторний аналіз формування фінансових результатів
Блонська В. І., Паньків І. В. [2]	1) горизонтальний аналіз – порівняння показників прибутку в динаміці; 2) вертикальний(структурний) – визначення структури прибутку за сферами діяльності, видами продукції, структурний аналіз розподілу прибутку; 3) порівняльний аналіз прибутку; 4) аналіз коефіцієнтів рентабельності, ефективності розподілу прибутку; 5) інтегральний аналіз прибутку
Говорушко Т. А., Лановська Г. І. [3]	1) аналіз динаміки показників діяльності підприємств галузі; 2) аналіз структури та динаміки операційних витрат; 3) аналіз структури показників фінансових результатів; 4) аналіз динаміки чистого прибутку; 5) аналіз динаміки рентабельності показників операційної діяльності
Подольська, В. О. [7]	1) аналіз динаміки фінансових результатів; 2) аналіз показників рентабельності

На підставі дослідження даних, поданих у таблиці 1, можна зробити висновок, що обов'язковим елементом методики аналізу прибутку є визначення структури та динаміки фінансових результатів та прибутку. Особливістю методики аналізу прибутку, запропонованою групою авторів С.В. Шубіною, І.В. Крамаренко, І.В. Лосевою, В.О. Швадченко є застосування кореляційно-регресійного аналізу, авторами І.В. Сало, О.О. Лисянською визначено необхідність проведення факторного аналізу прибутку. Останніми найповніше представлено методику аналізу прибутку, оскільки враховано найбільше елементів аналізу прибутку – горизонтальний та вертикальний аналіз, факторний аналіз, аналіз показників рентабельності.

Враховуючи вищенаведене, вважаю за доцільне запропонувати комплексну методику аналізу операцій з формування та розподілу прибутку в наступній послідовності етапів (рис. 1).

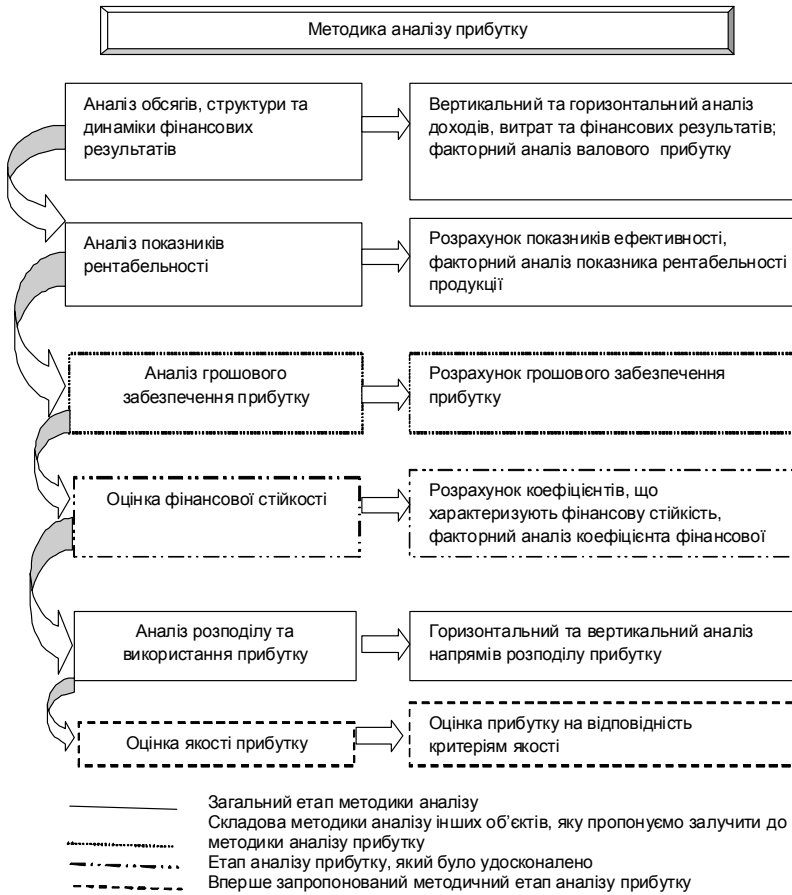

Рис. 1. Методика аналізу прибутку за етапами його здійснення [авторська розробка]

Розробки стратегії діяльності підприємства на основі результатів аналізу врахувати показники фінансової стійкості підприємства, а також розмір. Запропонована методика містить у своєму складі кількісні показники аналізу, а також показники оцінки якості прибутку. Вона поєднує елементи традиційної методики аналізу відповідних операцій, методики аналізу фінансової стійкості та містить нові напрями аналізу (аналіз грошового забезпечення прибутку та грошового забезпечення фондів, що створені за рахунок прибутку). Вважаємо, що здійснення аналізу операцій з формування та розподілу останнього на підставі кількісних показників та критеріїв оцінки якості прибутку дозволить на підставі отриманих результатів здійснювати оперативне управління, спрямоване на удосконалення стратегії діяльності підприємства та зростання ринкової вартості підприємства (вартості його активів, ринкової ціни акцій, прибутку на акцію тощо).

Висновки. За результатами проведеного дослідження елементів методичного забезпечення операцій з формування та розподілу прибутку запропоновано комплексну методику аналізу досліджуваних операцій, у складі якої є етапи традиційної методики аналізу прибутку, аналіз фінансової стійкості та грошового забезпечення прибутку. Реалізація запропонованої методики дозволить забезпечити повноту аналітичних даних для зацікавлених користувачів з метою здійснення ефективного управління.

Перспективами подальших досліджень є теоретичне обґрунтування та розробка практичних рекомендацій з аналізу грошового забезпечення прибутку в частині інформаційного забезпечення та кількісних показників, що сприятиме удосконаленню методичних засад економічного аналізу.

Список використаних джерел

1. Анализ и диагностика финансово-хозяйственной деятельности предприятий: учебник / под ред. проф. В. Я. Позднякова. – М. : ИНФРА-М, 2008. – 617 с.

2. Блонська, В. І. Прибуток – особливості його формування та використання в ефективному управлінні підприємством / В. І. Блонська, І. В. Паньків // Науковий вісник НЛТУ України. – 2011 – Вип. 21. 5 – С. 179-185.

3.Говорушко, Т. А. Аналіз фінансових результатів підприємств спиртової галузі харчової промисловості [Електронний ресурс] / Т. А. Говорушко, Г. І. Лановська // Агроінком. – №7-9, – 2011. – Режим доступу: http://www. nbuv. gov. ua/portal/chem_biol/Agroin/2011_7-9/GOVORUSHKO. Pdf.

4. Дыбаль, С.В. Финансовый анализ:теория и практика: учеб. пособие / С.В. Дыбаль – СПб.: Издательский дом – Бизнес-пресса, 2005. – 304 с.

5. Мних, Є. В. Економічний аналіз: підручник / Є. В. Мних. – Київ: Центр навчальної літератури, 2003. – 412 с.

6. Мошенський, С. З. Економічний аналіз: підручник для студентів економічних спеціальностей вищих навчальних закладів / За ред. д. е. н., проф., Заслуженого діяча науки і техніки України Ф. Ф. Бутинця. – 2-ге вид., доп. і перероб. – Житомир: ПП «Рута», 2007. – 704 с.

7. Подольська, В. О. Фінансовий аналіз: навч. пос. / В.О. Подольська, О.В. Яріш. – К. : Центр навчальної літератури, 2007. – 488 с.

8. Савицька, Г. В. Економічний аналіз діяльності підприємства: навч. посіб. / Г. В. Савицька. – К.: Знання, 2004. – 654 с.

9. Сало І.В. Необхідність аналізу показників прибутку банку [Електронний ресурс] / І. В. Сало, О. О. Лисянська – Режим доступу: http://www. nbuv. gov. ua/portal/soc_gum/ pprbsu/2010_29/10_29_01. Pdf.

10. Череп, А. В. Методичні підходи до аналізу прибутку комерційного банку на прикладі ПуАТ АКБ ?Індустріалбанк? [Електронний ресурс] / А. В. Череп, Г. І. Рурка // Збірник наукових праць. – № 1(10), – 2011. – Режим доступу: http://www. nbuv. gov. ua/portal/Soc_Gum/Fkd/2011_1/part1/6. Pdf.

11. Шубіна, С. В. Сучасні підходи до аналізу та управління чистим прибутком підприємств в торгівлі [Електронний ресурс] / С.В. Шубіна, І.В. Крамаренко, І.В. Лосева, В.О. Швадченко // Фінансово-кредитна діяльність: проблеми теорії та практики. Збірник наукових праць. – № 2. – 2011. – Режим доступу: http://www. nbuv. gov. ua/portal/Soc_Gum/Fkd/2011_2/part1/27. Pdf.

Герасимчук А.А.
Науковий керівник:
к.е.н., ст. викладач ***Ромашко О.М.***

РЕФОРМУВАННЯ БУХГАЛТЕРСЬКОГО ОБЛІКУ В БЮДЖЕТНИХ УСТАНОВАХ ВІДПОВІДНО ДО МІЖНАРОДНИХ СТАНДАРТІВ

У статті досліджено проблеми перебудови бухгалтерського обліку бюджетних установ, а також важливість впровадження єдиних методологічних засад ведення обліку, досліджуються ключові напрямки вдосконалення обліку та звітності, також розглядається питання застосування в бюджетній сфері національних стандартів на підставі міжнародних.

Ключові слова: *бюджетні установи, стратегія, бюджет, державний сектор, план рахунків, національні положення (стандарти).*

Герасимчук А.А.

РЕФОРМИРОВАНИЕ БУХГАЛТЕРСКОГО УЧЕТА В БЮДЖЕТНЫХ УЧРЕЖДЕНИЯХ В СООТВЕТСТВИИ С МЕЖДУНАРОДНЫМИ СТАНДАРТАМИ

В статье исследованы проблемы перестройки бухгалтерского учета бюджетных учреждений, а также важность внедрения единых методологических принципов ведения учета, исследуются ключевые направления совершенствования учета и отчетности, также рассматривается вопрос применения в бюджетной сфере национальных стандартов на основе международных.

Ключевые слова: *бюджетные учреждения, стратегия, бюджет, государственный сектор, план счетов, национальные положения (стандарты).*

Gerasymchuk A.A.

REFORM OF ACCOUNTING IN BUDGETARY INSTITUTIONS IN LINE WITH INTERNATIONAL STANDARDS

This paper investigates the problem of restructuring accounting budgetary institutions and the importance of implementing common methodological basis of accounting, examines key areas of improvement for accounting and reporting, also examines the use of public sector national standards based on international.

Key words: *public institutions, strategy, budget, public sector, chart of accounts, national provisions (standards).*

Постановка проблеми. Сучасні умови функціонування бюджетної системи України характеризуються наявністю ряду проблемних питань в організації обліку виконання в бюджетних установах. Необхідність їх вирішення актуалізується у зв'язку з інтеграцією України у міжнародну спільноту та її прагнення до уніфікації та модернізації обліку. Ці процеси в бюджетній сфері зустрічаються з проблемою неузгодженості категорій, що подаються у різних законодавчих актах. Це, в свою чергу, має негативний вплив не лише на організацію обліку, а й на таку його характеристику як прозорість та зрозумілість. При переході до ринкових відносин суттєво змінюється роль та значення держави в управлінні соціально-економічними процесами, актуальними є питання налагодження бухгалтерського обліку установ, що фінансуються за рахунок бюджетних коштів.

Сьогодні стоїть завдання адаптації законодавства України до законодавства ЄС. Тому перехід національної системи бухгалтерського обліку у бюджетних установах та складання звітності за міжнародними стандартами є позитивним та необхідним кроком. Реалізація політики держави в напрямку інтеграції країни в світове співтовариство вимагає адаптації економічної інформації до міжнародних вимог та стандартів, і перш за все облікової інформації. Однією з умов ефективної адаптації є приведення методики та методології вітчизняної системи бухгалтерського обліку відповідно до встановлених норм та вимог за Міжнародними стандартами фінансо-

вої звітності. Перехід на міжнародні стандарти фінансової звітності в державному секторі необхідний для підвищення прозорості державних і місцевих фінансів, якості та достовірності бюджетного обліку, забезпечення максимально повного відображення неохоплених на сьогоднішній час фінансових операцій, створення умов для аналізу рівня і динаміки бюджетної заборгованості, оцінки ефективності бюджетних послуг, які надаються.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Питаннями удосконалення бухгалтерського обліку в бюджетній сфері займаються такі вітчизняні науковці: Чечуліна О.О., Дрошенко О.О., Лиско Н.А., Канєва Т.В., Свірко С.В., Хорунжак Н.М., Сушко Н.І. Однак, разом з тим, в Україні при переході бухгалтерського обліку бюджетних установ до міжнародних стандартів існує ряд невирішених проблем: застосування різних методів ведення бухгалтерського обліку, подвійна консолідація звітності.

Метою статті є дослідження проблемних аспектів адаптації бухгалтерського обліку бюджетних установ до міжнародних установ, а також розробка заходів щодо її спрощення та прискорення.

Основні результати дослідження. Україна інтегрується у світовий економічний простір. Багато країн, відповідно до сучасних тенденцій розвитку світової економіки прийняли шлях розвитку бухгалтерського обліку, спрямованого на його уніфікацію та дотримання єдиних принципів ведення бухгалтерського обліку та складання фінансової звітності. З метою приведення національної системи бухгалтерського обліку у відповідність із вимогами міжнародних стандартів фінансової звітності реформу необхідно приводити по наступних основних напрямках: удосконалювання нормативного правового регулювання, формування нормативної бази (стандарти), методичне забезпечення (інструкції, коментарі), кадрове забезпечення.

Реформування вітчизняного бухгалтерського обліку в бюджетній сфері стикається з проблемами методологічного та організаційного характеру. Перші – пов'язані з необхідністю ухвалення рішення, чи слід міжнародні стандарти фінансової звітності (МСФЗ) включити в національну нормативну базу бухгалтерського обліку або піти шляхом розробки національних стандартів, що не будуть суперечити МСФЗ. Другі – пов'язані з вибором шляху та варіантів реформування. Поєднання ринкового саморегулювання та державного регулювання – характерна риса економічних систем найрозвинутіших країн світу. Вплив на ринкове середовище, підприємницьку діяльність, державний сектор для створення необхідних умов реалізації політики економічного зростання – мета державного регулювання.

Саме через регламентацію методологічних основ бухгалтерського обліку і фінансової звітності всіх суб'єктів господарювання держава встановлює змістовні аспекти інформаційної інфраструктури національної економіки.

Для вирішення питань модернізації бюджетного обліку та проведення повноцінного його реформування урядом затверджено Стратегію модернізації системи бухгалтерського обліку в державному секторі на 2007-2015 роки (Стратегія) [8].

Це є вагомим кроком у напрямку збалансованості національної системи законодавства в частині регламентування бухгалтерського обліку в бюджетній сфері. Стратегія визначає шляхи щодо змін в системі бухгалтерського обліку в державному секторі протягом 2007-2015років з чітким зазначенням строків виконання та відповідальних за їх виконання [5].

Головними розробниками та відповідальними виконавцями заходів Стратегії є Міністерство фінансів України, Державна казначейська служба України, і державні цільові фонди.

Реформи в бухгалтерському обліку бюджетної сфери сприятимуть вдосконаленню: управління фінансами держави; системи бюджетного планування стратегічного характеру; порядку складення і виконання бюджету на підставі програмно-цільового методу в бюджетному процесі; контролю за процесом виконання бюджету; аналітично-інформаційної системи управління фінансами держави.

Основними напрямками впровадження Стратегії є:

1) вдосконалення системи бухгалтерського обліку;

2) вдосконалення системи звітності;

3) створення єдиної інформаційної та органі заційної системи обліку, що передбачатиме [1, 4].

В основних напрямках впровадження державної концепції модернізації бухгалтерського обліку державного сектору України, враховано всі актуальні аспекти, які на сьогодні є визначальними у розвитку міжнародної облікової системи [7]. Комітет з питань державного сектора (Комітет) Міжнародної федерації бухгалтерів розробляє серію рекомендованих стандартів бухгалтерського обліку для суб'єктів господарювання державного сектора, які називаються Міжнародними стандартами бухгалтерського обліку для державного сектора (МСБОДС).

Метою модернізації обліку є вдосконалення системи бухгалтерського обліку в державному секторі. Під терміном "державний сектор" в міжнародній практиці розуміють національні уряди, регіональні органи управління (наприклад, штатів, провінцій, територій), місцеві (наприклад, міські, районні (селищні) органи управління) та відповідні державні суб'єкти господарювання (наприклад, агентства, правління, комісії та підприємства) [9, 10].

Комітет визнає право урядів та національних організацій, які розробляють та затверджують стандарти, встановлювати рекомендації та стандарти бухгалтерського обліку для фінансової звітності державного сектора в своїх юрисдикціях. Комітет сприяє прийняттю МСБОДС та гармонізації національних вимог з ними. МСБОДС застосовуються до опублікованих фінансових звітів суб'єктів господарювання державного сектора, крім державних комерційних підприємств [2]. Відповідно до вимог МСБОДС (IPSAS) Міністерством фінансів України на протязі 2009-2012 років розроблено та затверджено 19 національних положень (стандартів) бухгалтерського обліку в державному секторі (далі – НП(С)БОДС), запро- вадження яких розпочалося з 2015 року, а саме: 101 "Подання фінансової звітності", 102 "Консолідована фінансова звітність", 103 "Фінансова звіт- ність за сегментами", 105 "Фінансова звітність в умовах гіперінфляції", 121 "Основні засоби", 122 "Нематеріальні активи", 123 "Запаси", 124 "Доходи", 125 "Зміни облікових оцінок та виправлення помилок", 126 "Оренда", 127 "Зменшення корисності активів", 128 "Забезпечення, непередбачені зобов'язання та активи", 129 "Інвестиційна нерухомість", 130 "Вплив змін валютних курсів", 131 "Будівельні контракти", 132 "Виплати працівникам", 133 "Фінансові інвестиції", 134 "Фінансові інструменти", 135 "Витрати". З 1 січня 2013 року вступила в дію нова економічна класифікація видатків бюджету, затверджена наказом Мінфіну України від 21.06.2012р. №754, яка гармонійна зі статистикою державних фінансів (GFS2001). Також, наказом Міністерства фінансів України від 26.06.2013р. № 611 було затверджено План рахунків бухгалтерського обліку бюджетних установ, що застосовуються бюджетними установами на теперішній час.

З 1 січня 2015 року набрали чинності лише три Національні положення (стандарти) бухгалтерського обліку в державному секторі, а саме: 121 "Основні засоби", 122 "Нематеріальні активи", 123 "Запаси".

4 вересня 2015р. набрав чинності наказ Міністерства фінансів України від 23.07.2015р. №664, яким затверджено зміни до деяких нормативно-правових актів Міністерства фінансів з бухгалтерського обліку.

Так, Національні положення (стандарти) бухгалтерського обліку в державному секторі 121 "Основні засоби" та 122 "Нематеріальні активи", (наказ Міністерства фінансів від 12.10.2010р. №1202) доповнено новими правилами, згідно з якими первісною вартістю основних засобів та нематеріальних активів, отриманих безоплатно від фізичних та юридичних осіб (крім суб'єктів державного сектору), може бути вартість, щодо якої є достовірна інформація згідно з відповідними первинними документами. Амортизація на об'єкти основних засобів та нематеріальних активів, доступ до яких обмежений у зв'язку з тим, що вони перебувають на тимчасово окупованій території або на території проведення антитерористичної операції не нараховується. За рішенням керівника суб'єкта державного сектору у розпорядчому документі про облікову політику може бути передбачено нарахування амортизації на річну дату балансу.

Вартість нематеріального активу з визначеним строком корисного використання (експлуатації) розподіляється на систематичній основі протягом строку його корисного використання (експлуатації) шляхом нарахування амортизації на дату балансу. При вибутті об'єкта основних засобів або нематеріальних активів суб'єкт державного сектору нараховує амортизацію в місяці його вибуття [6].

Крім того, у Плані рахунків бухгалтерського обліку бюджетних установ (наказ Міністерства фінансів України від 26 червня 2013 року №611) дещо змінено кореспонденцію субрахунків бухгалтерського обліку для відображення операцій з активами, капіталом та зобов'язаннями бюджетних установ.

МФУ наказом від 23 січня 2015 року N 11 "Про затвердження Методичних рекомендацій з бухгалтерського обліку для суб'єктів державного сектору" зі внесенням змін згідно з наказом від 25 вересня 2015 року №840 затвердив методичні рекомендації з бухгалтерського обліку основних засобів суб'єктів державного сектору, з бухгалтерського обліку нематеріальних активів суб'єктів державного сектору, з бухгалтерського обліку запасів суб'єктів державного сектору, а також рекомендації щодо облікової політики суб'єкта державного сектору [3].

Також на 01.01.2016 р. переноситься термін набуття Плану рахунків бухгалтерського обліку в державному секторі, затвердженого наказом МФУ від 31.12.2013 р. № 1203.

Окрім Нацстандартів, змінено План рахунків бухгалтерського обліку бюджетних установ, затверджений наказом МФУ від 26.06.2013 р. № 611 (далі – План рахунків). Оновлений План рахунків діятиме ще на протязі 2015 року. У Плані рахунків змінені назви деяких субрахунків і введені нові рахунки та субрахунки. Зроблено це в основному для того, щоб термінологія в Плані рахунків відповідала Нацстандартам.

Висновки. Сучасні умови функціонування бюджетної системи України характеризуються наявністю ряду проблемних питань в організації бухгалтерського обліку в бюджетних установах. Необхідність стандартизації бухгалтерського обліку в бюджетних установах у світовому масштабі та гармонізації облікових систем визначається розвитком процесів економічної інтеграції країн, створенням вільних економічних зон, міжнародних об'єднань і спільних підприємств. Адаптація бухгалтерського обліку в бюджетних установах до Міжнародних стандартів є важливою передумовою для ефективного функціонування та визнання бухгалтерського обліку в бюджетних установах України на міжнародному рівні.

Список використаних джерел

1. Бухгалтерський облік: Бухгалтер (для працівників бюджетної сфери) [Електронний ресурс]. – Режим доступу: https://buhgalter.com.ua/ zakonodavstvo/buhgalterskiy-oblik.

2. Мащенко К.С. Проблеми стандартизації фінансової звітності суб'єктів господарювання державного сектора. // Науковий вісник: Фінанси, банки, інвестиції. – 2011. – №2 (11). – С.37-40

3. Нацстандарти бухобліку в держсекторі.: Бухгалтер (для працівників бюджетної сфери) [Електронний ресурс]. – Режим доступу: https://buhgalter.com.ua/ zakonodavstvo/natsstandarti-buhobliku-v-derzhavnomu-sektori/

4. Нацстандартам бухобліку в держсекторі з 1 січня 2015р. бути! // Газета "Все про бухгалтерський облік". [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://vobu.com.ua/ ukr/news/view/38381

5. Постанова КМУ від 16.01.2007р. №34 "Про затвердження Стратегії модернізації системи бухгалтерського обліку в державному секторі на 2007 – 2015 роки" [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://search.ligazakon.ua/l_doc2.nsf/link1/ KP070034.html.

6. Проблеми і перспективи реалізації облікової, контрольної та аналітичної функцій у соціокультурному просторі сучасного бізнесу : V міжнар.наук. – практ. конф. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://donduet.edu.ua/attachments/ article/2013/tom_2.pdf.

7. Слизовська О.М. Реформування бухгалтерського обліку в державному секторі [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://eztuir.ztu.edu.ua/3519/1/99.pdf.
8. Стратегія модернізації системи бухгалтерського обліку в державному секторі на 2007-2015 роки: постанова КМУ від 16.01.2007 р. № 34 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.minfin.gov.ua.
9. Сушко Н., Гізатуліна Л. Реформування системи бухгалтерського обліку в державному секторі [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://n auditor.com.ua/ uk/component/ na_archive/459?view=material
10. Сушко Н. Перспективи запровадження національних положень (стандартів) бухгалтерського обліку в держсекторі // Баланс-бюджет. – 2012. – № 4. – С. 2-4.

Ільчевська Н.В.
Науковий керівник:
к.е.н., доцент ***Чередниченко Ю.В.***

МЕТОДИКА ТА ОРГАНІЗАЦІЯ ОБЛІКУ ТА АНАЛІЗУ ОСНОВНИХ ЗАСОБІВ, ЇХ ВИКОРИСТАННЯ ТА КОНТРОЛЮ. ОСОБЛИВОСТІ ОБЛІКУ

У статті комплексно досліджено особливості організації обліку та аналізу основних засобів, їх використання та контролю. Визначено основні напрямки та проблеми здійснення обліку основних засобів, їх використання та контролю. Узагальнено проблеми обліку та аналізу основних засобів, їх використання та контролю на підприємстві. Подано рекомендації, які можуть бути використані в практиці обліку на торгівельних та інших підприємств України.
Ключові слова: *основні засоби, облік, аналіз, організація.*

Ильчевская Н.В.

МЕТОДИКА И ОРГАНИЗАЦИЯ УЧЕТА И АНАЛИЗА ОСНОВНЫЙ СРЕДСТВ, ИХ ИСПОЛЬЗОВАНИЕ И КОНТРОЛЬ. ОСОБЕННОСТИ УЧЕТА

В статье комплексно исследовано особенности организации учета и анализа основных средств, их использование и контроль. Определены основные направления и проблемы осуществления организации учета и анализа основных средств, их использование и контроль. Обобщены проблемы учета и анализа основных средств, их использование и контроль. Даны рекомендации, которые могут быть использованы в практике учета на торговых и других предприятиях Украины.
Ключевые слова: *основные средства, учет, анализ, организация.*

Ilchevska N.V.

METHOD AND ORGANIZATION OF ACCOUNT AND ANALYSIS OF THE FIXED ASSETS, THEIR USE AND CONTROL. FEATURES OF ACCOUNTING

In this paper a complex investigation of organization of account and analysis of the fixed assets, their use and control, are complex investigational in the article. Basic directions and problems of realization of organization of account and analysis of the fixed assets, their use and control are certain. The problems of account and analysis of the fixed assets, their use and control, are generalized. Recommendations which can be used in practice of account on point-of-sale and other enterprises of Ukraine.
Key words: *fixed assets, accounting, analysis, organization.*

Постановка проблеми. Становлення ринкової економіки в Україні, поява нових господарських структур різних форм власності, розвиток міжнародних економічних зв'язків зумовили необхідність удосконалення обліку відповідно до вимог міжнародних стандартів.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Значний внесок у розвиток теоретичних засад і концептуальних методичних підходів щодо вирішення проблем і методики обліку, порядку оцінки, ефективності використання основних засобів на підприєм-

ствах України, внесли, зокрема, вчені – економісти Голов С.Ф. [4], Завгородній В.П. [5], Линник В.Г. [6], Кужельний В.М. [6], Сопко В.В.[10], Сук Л.К. [11], та ін. Проведені теоретичні та практичні дослідження досить обгрунтовано засвідчили той факт, що, не дивлячись на пильну увагу, яка приділяється об'єктам основних засобів, тим не менш ще є питання у теорії та методології їхнього обліку, які ще не достатньо вивчені.

Мета дослідження. Теоретичне та практичне обгрунтування положень, а також розробка рекомендацій щодо вдосконалення методики та організації бухгалтерського обліку основних засобів.

Основні результати дослідження. Прийняття Закону України "Про бухгалтерський облік і фінансову звітність в Україні" закріпило перехід підприємств і організацій на систему бухгалтерського обліку і звітності, яка базується на національних Положеннях (стандартах) бухгалтерського обліку, які відповідають міжнародним. Вона стала орієнтованою на ринкові умови господарювання, що підвищило ефективність облікової інформації.

Період значних змін, що розпочався з переходом на національні положення (стандарти) бухгалтерського обліку, основою для яких послужили міжнародні стандарти бухгалтерського обліку, спричинив розрив практики бухгалтерського обліку та теоретичних досліджень, оскільки самі по собі положення (стандарти) задають тільки основу, на якій має бути побудований облік кожного окремого підприємства, групи підприємств, що здійснюють певний вид діяльності, або підприємств окремої галузі. Зі збільшенням глибини теоретичних досліджень спостерігається поступова трансформація бухгалтерського обліку в напрямку його гармонізації на всіх рівнях. Однак для повної гармонізації бухгалтерського обліку в Україні, побудованого на нових засадах ринкової економіки, необхідно зробити ще дуже багато як у теоретичній, так і в практичній площині. Це стосується й обліку основних засобів, які через свої специфічні особливості найяскравіше демонструють наявні недоліки в теоретичних питаннях обліку, контролю, аналізу та аудиту.

Перехід на ведення обліку відповідно до вимог національних стандартів викликав суттєві зміни також в організації обліку основних засобів: їх класифікації, порядку оцінки, нарахуванні і обліку амортизації, обліку витрат на ремонт і поліпшення основних засобів тощо.

У результаті проведеного дослідження можна сказати, що різні автори дають різні назви однаковим за змістом класифікаційним ознакам, при цьому не всі з них досить доречно визначають назву. Класифікуючи основні засоби, автори виділяють однакові елементи систем. Виняток становить така класифікаційна ознака як ступінь використання основних засобів у виробничій і господарській діяльності, де думки вчених розходяться.

Вивчення практики ведення обліку основних засобів на підприємстві в умовах нової системи обліку з використанням національних Положень (стандартів) та Плану рахунків бухгалтерського обліку дозволило визначити коло питань, що потребують розв'язання для підвищення якості обліково-аналітичної інформації. До таких питань належать, зокрема: уточнення визначення економічної сутності основних засобів та основних фондів; удосконалення класифікації та оцінки основних засобів; дослідження процесу документування операцій з об'єктами основних засобів; застосування найбільш прийнятних для підприємства методів нарахування амортизації об'єктів основних засобів; дослідження можливих напрямків вдосконалення організації обліку основних засобів зокрема на базі використання сучасних інформаційних систем.

Наукова новизна дослідження полягає в наступному:

- поглиблено визначення економічної сутності основних засобів та понять "основні засоби", "амортизація", "знос" основних засобів;

- обґрунтовано доцільність і необхідність єдиної класифікації основних засобів в бухгалтерському та податковому обліку;

- розроблено рекомендації щодо застосування найбільш оптимальних методів нарахування амортизації основних засобів залежно від їх функціонального призначення;

- розроблено рекомендації щодо уточнення схем кореспонденції рахунків по обліку надходження основних засобів на підприємство, їх переоцінки, поліпшення, ремонту та вибуття;

- уточнено методику аудиту основних засобів;

- запропоновано напрями комплексної автоматизації обліково-обчислювальних робіт, пов'язаних з основними засобами.

Висновки. В результаті дослідження було виявлено недоліки в роботі підприємства і внесено такі пропозиції:

1. Запропоновано на досліджуваному підприємстві збільшити кількість основних засобів, в тому числі замінити морально устарівші основні засоби на більш сучасні і економні, а також підвищити ефективність використання уже існуючих основних засобів. При цьому економічно виправданим є збільшення часу роботи устаткування, кваліфікований догляд і ремонт тощо.

2. В результаті перевірки було виявлено, що облікова політика підприємства відповідає чинному законодавству та бухгалтерським вимогам у відношенні основних засобів, але має деякі незначні порушення при складанні наказу "Про облікову політику", в якому не вказано методи оцінки основних засобів, ознаки включення об'єктів до складу основних засобів тощо. В обліковій політиці вказано, що при нарахуванні амортизації потрібно використовувати прямолінійний метод, але він не завжди є вигідним для підприємства. Тому пропонуємо для конкретного виду основних засобів встановити конкретний метод амортизації, який буде найвигіднішим для підприємства.

3. Оскільки багато постачальників товарів разом із своєю продукцією надають у тимчасове користування і основні засоби для зберігання цієї продукції. Тому потрібно вибирати саме таких постачальників.

Отже, метою бухгалтерського обліку основних засобів є сприяння раціональному використанню засобів і предметів праці у підприємницькій діяльності для одержання найбільшого прибутку, спрямового на задоволення соціальних потреб працівників підприємства. Бухгалтерський облік основних засобів повинен забезпечувати їх збереження та найбільш ефективне використання, правильне документальне оформлення та своєчасне відображення їх руху в поточному обліку, а також правильну оцінку в балансі та звітах.

Список використаних джерел

1. Про аудиторську діяльність: Закон України від 22.04.1993, №3125-XII із змінами і доповненнями // zakon.rada.gov.ua.

2. Про бухгалтерський облік та фінансову звітність України: Закон України від 16.07.1999, №996-XIУ // zakon.rada.gov.ua.

3. Бондар О. Проблеми визнання основних засобів у бухгалтерському і податковому обліку// Бухгалтерський облік і аудит. – 2004. – № 3. – С 23-27.

4. Голов С.Ф., Костюченко В.М. Бухгалтерський облік за міжнародними стандартами: приклади та коментарі. Практичний посібник. – К.: Лібра, 2001. – 840 с.

5. Завгородній В.П. Бухгалтерський облік в Україні (з використанням національних стандартів): Навч. посіб. для студ. вузів. – К.: А.С.К., 2001. – 848 с.

6. Кужельний М. В., Лінник В. Г. Теорія бухгалтерського обліку: Підруч. – К.: Вид-во КНЕУ, 2001. – 334 с.

7. Лень В. С., Гливенко В. В. Бухгалтерський облік в Україні: основи та практика: 3-тє видання. Навч. пос. – К.: Центр учбової лтератури, 2008. – 608 с.

8. Лень В. С., Нехай В. А. Облік і аудит. Вступ до фаху: Навч. посіб. К.: Центр учбової літератури, 2009. – 256 с.

9. Облік, аналіз та аудит: Навчальний посібник. – К.: Кондор, 2008 – 618 с.

10. Сопко В. Бухгалтерський облік: Навч. посібник. – 3-тє вид., перероб. і доп. – К.: КНЕУ, 2000. – 578 с.

11. Сук Л.К. Організація бухгалтерського обліку / Л.К. Сук, П.Л. Сук. Організація бухгалтерського обліку: Підручник. – К.: Каравела; Піча Ю.В., 2009. – 624 с.

Іщенко Є.В.
Науковий керівник:
к.е.н., доцент ***Щирська О.В.***

ОБЛІК І АНАЛІЗ ПРАЦІ І ЗАРОБІТНОЇ ПЛАТИ

У статті здійснено дослідження особливостей обліку і аналізу праці і заробітної плати. Визначено основні теоретико-методологічні основи обліку і контролю розрахунків із заробітної. Розглянуто проблеми обліку і аналізу праці і заробітної плати.

Ключові слова: *заробітна плата, аналіз, облік,праця.*

Ищенко Е.В.

УЧЕТ И АНАЛИЗ ТРУДА И ЗАРАБОТНОЙ ПЛАТЫ

В статье осуществлено исследование особенностей учета и анализа труда и заработной платы. Определены основные теоретико-методологические основы учета и контроля расчетов по заработной. Рассмотрены проблемы учета и анализа труда и заработной платы.

Ключевые слова: *заработная плата, анализ, учет, труд.*

Ischenko Y.V.

ACCOUNTING AND ANALYSIS OF LABOR AND WAGES

The article presents research of peculiarities of accounting and analysis of labor and wages. Identifies the main theoretical and methodological foundations of accounting and control of payroll calculations. The problems of accounting and analysis of labor and wages.

Key words: *payroll, analysis, accounting ,labor.*

Постановка проблеми. В сучасних умовах економічної кризи, спаду виробництва, зниження продуктивності праці, звільнення з виробництв значної кількості працівників в організації праці і її оплати відбуваються значні зміни.

Раціональне використання трудових ресурсів в усіх галузях народного господарства, в тому числі і в державному секторі – одна із найголовніших задач сучасного етапу розвитку економіки

Аналіз останніх досліджень і публікацій. На сьогоднішній день багато науковців досліджують питання оплати праці, проблему її організації та нормативно-правового забезпечення, документування розрахунків з оплати праці, удосконалення організаційно-економічного механізму управління оплатою праці.

Великий внесок у вивчення даного питання,зробили як вітчизняні так і зарубіжні вчені. Проблемі обліку та аналізу дебіторської та кредиторської заборгованості присвятили свої праці провідні фахівці-економісти, а саме;

Серед науковців, які приділяють особливу увагу дослідженням обліку праці та її оплати є: А.Д.Бутко [2], Л.О.Гупайлюк [4], О.В.Олійник [6], М.І Маниліч [9], В. Сопко [7], Б.Ф.Усач [13], Е.Л.Шуремов [10]., Бутинець Ф. Ф: [1]., Н.М.Хорунжак [12].,та інші.

Враховуючи напрацювання вітчизняних та зарубіжних вчених, все ж таки багато питань з обліку розрахунків з працівниками залишаються невирішеними, тому вони потребують подальшого наукового дослідження.

Інформаційною базою дослідження є первинна документація, регістри обліку, фінансова звітність підприємства, нормативно-правові акти, статистичні матеріали Держкомстату України, наукові праці та публікації у періодичних виданнях вітчизняних й зарубіжних вчених-економістів і практиків за напрямом дослідження, спеціальна література, науково-практичні журнали професійного спрямування, економічні журнали тощо.

Мета дослідження. Метою є облік і аналіз праці і заробітної плати розрахунків по оплаті праці, розробка певних пропозицій, щодо удосконалення методики обліку і контролю розрахунків по оплаті праці з врахуванням вимог чинного законодавства.

Основні результати дослідження. Предметом дослідження є організація та методика обліку і контролю оплати праці в умовах ринкових відносин з урахуванням

специфіки "Інституту гігієни та медичної екології ім. О.М. Марзєєва Академії медичних наук України".

Використовувались такі методи дослідження як системний аналіз – для деталізації і розчленування об'єкта дослідження на окремі важливі складові елементи; синтез – для узагальнення різних аспектів обліку і аналізу розрахунків по оплаті праці; інформаційне моделювання – для забезпечення дослідження нормативно-довідковими матеріалами; абстрагування – для формування узагальнених висновків на основі системного аналізу і синтезу теорій і практики організації системи забезпечення обліку розрахунків по оплаті праці; конкретизація – для обґрунтування змісту форм облікового забезпечення; дослідження документів та реєстрів обліку за формою і змістом – для виявлення їхньої відповідності щодо інформаційної ємності адекватного вимогам стандартів; статистичні і аналітичні розрахунки; порівняння – для зіставлення даних у динаміці; групування – для визначення залежності показників одне від одного; середніх і відносних величин та прийоми елімінування при аналізі розрахунків по оплаті праці; конструктивний – для групування пропозицій щодо обліку розрахунків по оплаті праці; графічний – для наочного зображення результатів дослідження.

Наукова новизна отриманих результатів полягає в тому, що в статті обґрунтовано методику обліку і аналізу розрахунків по оплаті праці із врахуванням вимог національного законодавства, узагальнено і проаналізовано наукову і методичну літературу з обраної теми дослідження.

Висновки. досліджено основні теоретичні положення щодо фактичного стану побудови обліку і контролю заробітної плати бюджетних установ в сучасних умовах та розроблено практичні рекомендацій щодо їх вдосконалення. В результаті проведеного дослідження діяльності бюджетних установ (в нашому випадку – Інститут гігієни та медичної екології ім. О. М. Марзєєва НАМН України) в умовах активізації ринкових відносин, зроблені основні висновки.

Заробітна плата є основним джерелом грошових доходів працівників, тому її величина значною мірою характеризує рівень добробуту всіх членів суспільства. Її правильна організація зацікавлює працівників підвищувати ефективність виробництва, а відтак безпосередньо впливає на темпи й масштаби соціально-економічного розвитку країни.

Список використаних джерел

1. Бутинець Ф.Ф. Аудит: Підручник для студентів спеціальності "Облік і аудит" вищих навчальних закладів. – 4-те вид., перероб. та доп.. – Житомир: ПП "Рута", 2005. – 512 с.
2. Бутко А.Д. Теорія економічного аналізу: Підручник, К.: КНТЕУ, 2007. – 411с.
3. Гуцайлюк Л.О. Бухгалтерський облік у бюджетних установок: первинні документи та облікові реєстри: Навч. посіб. / Л.О.Гуцайлюк, В.В.Сопко, Ю.М.Іванечко. – К.: Центр навч. літ-ри, 2006. – 160 с.
4. Мошенський С.З., Олійник О.В. Економічний аналіз: Підручник для студентів економічних спеціальностей вищих навчальних закладів / За ред. д.е.н., проф. Бутинця. – 2-ге видання., доповнене і перероблене. – Житомир: ПП "Рута" , 2007.
5. Олійник О.В. Економічний аналіз: Практикум для студентів вищих навчальних закладів спеціальності 7.050106 "Облік і аудит". / За ред. проф. Ф.Ф.Бутинця. – Житомир: ПП "Рута", 2003. – 496 с.
6. Сопко В., Завгородній В. Організація бухгалтерського обліку, економічного контролю та аналізу: Підручник. – К.: КНЕУ, 2000. – 260 с.
7. Усач Б.Ф. Аудит: Навч. посібник. – К.: Знання – Прес, 2004. – 223 с.
8. Черничук Л.В. Облік у бюджетних установах: навч. посіб. для студ. вищ. навч. закл. / Л. В. Черничук, М. І. Маниліч; наук. ред. В. К. Євдокименко. – Чернівці: Книги – ХХІ, 2007. – 400 с.
9. Шуремов Е.Л., Умнова Э.А., Воропаева Т.В. Автоматизированные информационные системы бухгалтерского учета, анализа и аудита: Учеб. пособ. для вузов. – М.: Перспектива, 2007. – 363 с.

10. Экономический анализ: Учебник для вузов / Под ред. Л.Т. Гиляровской. – М.: Юнити-дана, 2007. – 527 с.
11. Хорунжак Н. М. Теорія та методологія обліку у бюджетних установах в умовах інформатизації суспільства: монографія; Терноп. нац. екон. ун-т. – Т.: ТНЕУ, 2013. – 247 с.
12. Усач Б.Ф. та ін. Система документування і первинного обліку праці та заробітної плати // Вісник ТАНГ. – Тернопіль: Економічна думка, 2004. – С. 114-119.

Какуріна М.О.
Науковий керівник:
к.е.н., ст. викладач ***Ромашко О.М.***

МЕТОДИКА АУДИТУ ОБЛІКУ ОСНОВНИХ ЗАСОБІВ

В статті розглянуто методику аудиту обліку основних засобів. Наведені цілі, методи, джерела інформації, методика та етапи аудиту основних засобів.
Ключові слова: *основні засоби, аудит, етапи аудиту, фінансова звітність, вартісна оцінка.*

Какурина М.А.

МЕТОДИКА АУДИТА УЧЕТА ОСНОВНЫХ СРЕДСТВ

В статье рассмотрена методика аудита учета основных средств. , Приведенные цели, методы, источники информации, методика и этапы аудита основных средств.
Ключевые слова: *основные средства, аудит, этапы аудита, финансовая отчетность, стоимостная оценка.*

Kakurina M.O.

METODOLOGY OF AUDIT OF ACCOUNT OF THE FIXED ASSETS

Methodology of audit of account of the fixed assets are considered in the article. The cite goals, methods, information generators, methodology and stages of audit of the fixed assets.
Key words: *the fixed assets, audit, stages of audit, financial reporting, cost estimation.*

Постановка проблеми. Економічний розвиток України залежить від ефективності функціонування сфер її народного господарства. Важливе значення приділяється основним засобам як головному елементу матеріально- технічної бази підприємства. Ефективність використання основних засобів залежить від організації. Своєчасного одержання надійної і досить повної обліково-економічної інформації. У цьому зв'язку зростає роль та значення обліку як однієї з найважливіших функцій управління. Однак сучасна система організації бухгалтерського обліку основних засобів не може цілком задовольнити зростаючі інформаційні потреби управління.

Аудит основних засобів є невід'ємною частиною загального аудиту суб'єкта господарювання, оскільки основні засоби, як правило займають, більшу частку в майні підприємства, ніж інші необоротні активи. Тому аудитор при проведенні аудиторської перевірки основних засобів витрачає багато час) на отримання інформації про основні засоби.

В цьому аспекті постає актуальність аудиту основних засобів та питання підвищення ефективності проведення. Адже при ринкових умовах господарювання посилюються вимоги до діяльності аудиторів та аудиторських фірм і зумовлюють необхідність проведення наукової розробки її методик в умовах автоматизованої обробки облікової інформації з питань основних засобів.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Вагомий внесок у розвиток теоретичних засад і методичних підходів до вирішення проблем оцінки, обліку, аналізу і

аудиту основних засобів внесли такі науковці, як Л.О. Шпак [10], М.Н. Бразилій [1], Ф. Бутинець [2], Л. Кулаковська [6], Т. Войтенко [3], Я.А. Гончарук [4], Івануса Н.І. [5] та інші.

Невирішені раніше частини загальної проблеми. Враховуючи економічну сутність основних засобів та їх вплив на фінансові показники підприємства (фондовіддача, фондоозброєність, фондомісткість тощо), виникає необхідність в проведенні аудиту основних засобів, що є важливим етапом перевірки фінансової звітності підприємства.

Мета дослідження. Метою статті є розгляд методичних основ проведення аудиту основних засобів, правових засад його здійснення, а також типових помилок, що можуть бути виявлені при аудиті основних засобів.

Основні результати дослідження. Слід зазначити, що питання щодо організації аудиторської перевірки основних засобів потребує більш детального вивчення.

Насамперед слід з'ясувати визначення основних засобів. Сьогодні в економічній літературі часто зустрічаються ототожнення понять "основні засоби" чи "основні фонди", заміна одного поняття іншим, а серед науковців немає єдиної думки щодо визначення змісту даних термінів, що в результаті призводить до ускладнень і плутанини.

Методологічні засади формування в бухгалтерському обліку інформації про основні засоби визначено в Положенні (стандарті) бухгалтерського обліку 7 "Основні засоби". Норми цього положення застосовуються підприємствами, організаціями та іншими юридичними особами всіх форм власності [3].

Згідно з П(С)БО 7 основні засоби – це матеріальні активи, які підприємство утримує, щоб використовувати у виробництві або при наданні послуг, здавати в оренду іншим особам або здійснювати адміністративні та соціально-культурні функції, очікуваний строк використання (експлуатації) яких більше одного року (чи операційного циклу, якщо він перевищує рік) [8].

Відповідно, до ПКУ основні засоби – матеріальні цінності, що використовуються у господарській діяльності платника податку протягом періоду, який перевищує 1 календарний рік з дати введення в експлуатацію таких матеріальних цінностей, та вартість яких перевищує 6000,00 гривень.

Вартість основних засобів поступово зменшується у зв'язку з фізичним або моральним зносом та відноситься на витрати за допомогою амортизаційних відрахувань [7]. Класифікація основних засобів за галузями економіки розглянута на рис. 1.

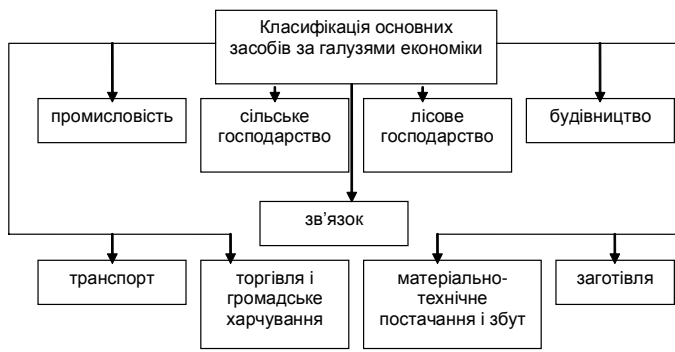

Рис. 1. Класифікація основних засобів [7]

Наведена класифікація має певне значення і для організації аналітичного обліку, тому що у підприємствах одночасно функціонують основні засоби різних галузей. Розглянемо класифікацію основних засобів відносно прав власності (рис.2).

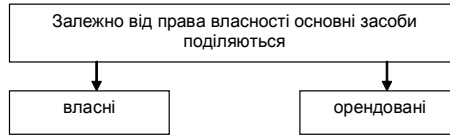

Рис. 2. Класифікація основних засобів відносно прав власності [авторська розробка]

Власні засоби відображаються в балансі і звітності данного підприємства, орендовані – в них не показуються.

Метою аудиту основних засобів є підтвердження достовірності даних про вартість основних засобів, відображених у фінансовій звітності. У фінансовій звітності вартісна оцінка основних засобів характеризується кількома показниками (табл. 1) [4].

Таблиця 1

Показники вартісної оцінки основних засобів

Код рядка за формою № 1 «Баланс»	Показник	Рахунок бухгалтерського обліку
1000	Залишкова вартість	Різниця між залишками за рахунком 10 «Основні засоби» та субрахунком 131 «Знос основних засобів»
1001	Первісна вартість	10 «Основні засоби»
1012	Знос	13 «Знос необоротних активів (амортизація)»
1005	Незавершене будівництво	15 «Капітальні інвестиції»

Основні засоби відображаються у балансі в першому розділі активу – "Необоротні активи".

Створені (побудовані) або придбані основні засоби у балансі відображаються за їх первинною вартістю, яка складається з таких елементів:

- сум сплачених коштів підрядним організаціям за виконані будівельно- монтажні роботи та постачальникам за придбані об'єкти (без податків);
- реєстраційних зборів, державного мита і подібних платежів, які засвідчують право власності на об'єкт;
- сум ввізного мита;
- витрат зі страхування ризику доставки об'єктів;
- сум податків у зв'язку з придбанням об'єктів (якщо податки не відшкодовуються підприємству);
- витрат на установку, монтаж, налагодження об'єктів;
- інших витрат, які пов'язані з доведенням об'єкта до стану, в якому його можна експлуатувати. [8]

Якщо один об'єкт основних засобів складається з частин, які мають різний строк корисного використання (експлуатації), то кожна з цих частин може визнаватися в бухгалтерському обліку як окремий об'єкт основних засобів.

Первісна вартість безоплатно отриманих основних засобів дорівнює їх справедливій вартості на дату отримання з урахуванням витрат, передбачених П(С)БО 7.

Первісною вартістю основних засобів, що внесені до статутного капіталу підприємства, визнається погоджена засновниками (учасниками) підприємства їх справедлива вартість з урахуванням витрат, передбачених пунктом П(С)БО 7.

Первісна вартість основних засобів показує вартість кожного об'єкта в момент його введення в експлуатацію. Дані про вартість об'єкта записуються в акті приймання основних засобів, а також в інвентарній картці, звідки й походить назва цієї вартості – інвентарна.

Залишкова вартість основних засобів – це різниця між первинною вартістю об'єктів і нарахованим зносом, який визначається за даними бухгалтерського обліку [8]. Знос визначається бухгалтером виходячи зі строку і норм амортизації.

Відомості про зміни первісної вартості та суми зносу основних засобів заносяться до регістрів їх аналітичного обліку.

Основними завданнями аудиту основних засобів є:

1) перевірка документального забезпечення операцій з основними засобами;

2) підтвердження правильності та своєчасності відображення в обліку операцій з основними засобами;

3) зіставлення даних аналітичного з даними синтетичного обліку основних засобів;

4) зіставлення даних синтетичного обліку основних засобів з даними фінансової звітності;

5) виявити дату проведення останньої інвентаризації основних засобів;

6) впевнитися, що бухгалтерія веде картотеку основних засобів та інвентарні списки;

7) встановити, якою мірою бухгалтерія суб'єкта господарювання забезпечена чинними нормативними документами.

Таким чином, отримана інформація на початку перевірки дасть змогу аудитору отримати загальне уявлення про організацію обліку основних засобів на даному підприємстві і допоможе визначити питання, яким із них необхідно приділяти увагу [6].

Джерелами інформації для аудиту основних засобів є:

1. Баланс (Звіт про фінансовий стан, форма № 1);

2. Звіт про фінансові результати (Звіт про сукупний дохід, форма № 2);

3. Аналітичні та синтетичні регістри обліку основних засобів (Головна книга, журнал № 4, відомості аналітичного обліку капітальних інвестицій);

4. Первинні документи з обліку основних засобів: інвентарні картки, акти приймання-передачі, введення в експлуатацію, ліквідації, відомості індексації балансової вартості основних засобів [2].

Аудит основних засобів доцільно проводити за такими етапами: І. На першому етапі аудитор ознайомлюється з:

- нормативно-правовими аспектами проведення операцій з основними засобами на підприємстві;

- рішеннями власника на проведення операцій з основними засобами;

- організацією бухгалтерського та податкового обліку основних засобів.

ІІ. На другому етапі здійснюється аудит наявності основних засобів, який може бути проведений двома способами:

- через інвентаризацію (у разі невеликої кількості засобів) за умови визначення в договорі на проведення аудиту права присутності аудитора при проведенні інвентаризації;

- документальною перевіркою. Другий спосіб полягає в тому, що об'єкт основних засобів вважають наявним, якщо існують документ, який підтверджує його придбання, отримання на безоплатній основі, створення тощо, акт приймання-передачі (форма № 03-1), в реєстрах обліку зроблено відповідний запис. У разі відсутності згаданих документів або записів актив не вважається наявним, тому він не може бути включеним до балансу.

ІІІ. На третьому етапі роблять аудит господарських операцій з основними засобами.

Важливим завданням аудитора є перевірка правильності формування первісної вартості основних засобів. Особливо аудитору слід звернути увагу на ті основні засоби, які були придбані за рахунок кредиту [6].

Варто зазначити, що усі результати здійснених аудиторських процедур повинні знайти відображення в робочих документах аудитора. Це пояснення і заяви працівників з питань перевірки основних засобів; копії первинних документів про господарські операції із основними засобами; акти, довідки; інвентаризаційні описи; регістри бухгалтерського обліку; бухгалтерська звітність [1].

Перелік робочої документації аудиту, яка прикладається до актів аудиторської перевірки, визначає аудитор, що проводить перевірку. Головна вимога до цієї документації – її переконливість і вагомість при доказі висновків і пропозицій, що випливають з матеріалів перевірки. Робочі документи повинні бути повними і детальними, щоб досвідчений аудитор, ознайомившись з ними, міг отримати загальне уявлення про аудит.

Аудит основних засобів завершується аналізом ефективності їх використання. Визначають фондовіддачу, фондомісткість, коефіцієнти зносу, поновлення, придатності основних засобів.

На підсумковому етапі аудитор повинен узагальнити результати перевірки, зробити висновки та підготувати обґрунтовані пропозиції щодо усунення недоліків і використання виявлених резервів [10].

Також на даному етапі складається документ – аудиторський висновок. Він повинен бути складений на основі письмової інформації аудитора, у якій повинні міститися зведення про усі виявлені недоліки і порушення в обліку й звітності, а також виділятися ті помилки і виправлення які можуть вплинути на вірогідність звітності з посиланнями на законодавчі і нормативні документи. Письмова інформація заповнюється в двох екземплярах, підписується всіма аудиторами, хто проводив перевірку. Один із екземплярів передається головному бухгалтеру і керівнику для ознайомлення виявлення можливих розбіжностей і врегулювання спірних положень, а інший використовується для написання звіту, який потім передається в архів.

Висновки. Таким чином, основні засоби будь-якого підприємства є його матеріально-технічною базою, яку потрібно весь час поповнювати та підтримувати.

Основні засоби підприємства – це сукупність матеріально-речових цінностей, що діють у натуральній формі протягом тривалого часу як у сфері матеріального виробництва, так і в невиробничій сфері, і вартість яких поступово зменшується у зв'язку з фізичним та моральним зносом.

Порядок відображення надходження основних засобів в бухгалтерському обліку та формування їх первісної вартості залежить від того, яким чином і на яких умовах вони придбані.

При проведенні аудиту основних засобів на підприємстві, основною метою є підтвердження достовірності даних про вартість основних засобів.

Необхідність аудиторської перевірки зумовлюється тим, що найбільш достовірним джерелом інформації про господарську діяльність підприємства є дані бухгалтерського обліку та звітності. Аудит основних засобів є невід'ємною частиною загального аудиту підприємства.

Перед аудитом стоять, передусім, задачі забезпечення збереження, цільового та раціонального використання власності суб'єкта господарювання. Аудит основних засобів дозволяє встановити реальний якісний та кількісний стан основних засобів суб'єкта господарювання, їх правильний облік, витрати на ремонт і поліпшення, а також правильність нарахування амортизації.

Таким чином, аудит основних засобів є складним процесом, а з огляд\ на постійні зміни в нормативних актах стосовно їх амортизації, класифікації тощо він є дуже важливою частиною загального аудиту підприємства.

Список використаних джерел

1. Бразілій М. Н. Організація і методика аудиту основних засобів та шляхи його вдосконалення / М. Н. Бразілій, М. М. Тимошенко // Економіка та держава. – 2011. – № 24. – С. 104-109.

2. Бутинець Ф.Ф. Аудит: Підручник для студ. вузів спец. "Облік і аудит" // Ф.Ф. Бутинець. – Житомир: "Рута", 2005. – 512 с.

3. Войтенко Т. Все про облік основних засобів (фондів) / Т. Войтенко, О. Піроженко, О. Маханько, В. Кузнецов. – 2-ге вид., перероб. і доп. – Х.: Фактор. – 2008. – 440 с.

4. Гончарук, Я. А. Аудит: навчальний посібник / Я. А. Гончарук, В. С. Рудницький. – 3-те вид., перероб. і доп. – К. : Знання, 2007. – 443 с.

5. Івануса, Н.І. Організація обліку ремонтів і модернізації необоротних матеріальних активів / Н.І. Івануса // Наука й економіка – 2008. – № 4(12). – С. 89-93.

6. Кулаковська, Л.П., Організація і методика аудиту: навчальний посібник / Кулаковська Л.П., Піча Ю.В. – 3-є вид. – К.:Каравела, 2006. – 560 с.

7. Податковий кодекс України від 02.12.2010 № 2755-VI [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://kodeksy.com.ua/podatkovii kodeks ukraini.htm.

8. Положення (стандарт) бухгалтерського обліку 7 "Основні засоби": наказ МФУ від 27.04.2000 р. // Бухгалтерія. – 18 липня 2005 року. – №29 (652). – С. 43-48. – (нормативні директивні правові документи).

9. Про бухгалтерський облік та фінансову звітність в Україні: Закон України від 16 червня 1999 р. № 996-XIY [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://zakon5.rada.gov.ua/laws/show/996-14.

10. Шпак Л.О. Аналіз ефективності використання основних засобів / Л.О. Шпак. – [Електронний ресурс] – Режим доступу http://www.ukrreferat.com.

Комишан О.І.

Науковий керівник:
к.е.н., ст. викладач ***Ромашко О.М.***

СУЧАСНІ ПРОБЛЕМИ ОБЛІКУ ОСНОВНИХ ЗАСОБІВ

У статті розглянуто основні питання облікового процесу та визначено шляхи удосконалення організації обліку основних засобів.

Ключові слова: *необоротні активи, основні засоби, первісна вартість, оцінка, амортизація.*

Комышан О.И.

СОВРЕМЕННЫЕ ПРОБЛЕМЫ УЧЕТА ОСНОВНЫХ СРЕДСТВ

В статье рассмотрены основные вопросы учетного процесса и определены пути совершенствования организации учета основных средств.

Ключевые слова: *необоротные активы, основные средства, первоначальная стоимость, оценка, амортизация.*

Komyshan O.I.

MODERN PROBLEMS OF FIXED ASSETS

The article examines the main issues of accounting process and ways of improving the organization of fixed assets.

Key words: *non-current assets, fixed assets, original cost estimate depreciation.*

Постановка проблеми. Основні засоби займають, як правило, основну питому вагу в загальній сумі основного капіталу підприємства. Від їх якості, вартості, технічного рівня, ефективності використання багато в чому залежить кінцеві результати діяльності підприємства: випуск продукції, її собівартість, прибуток, рентабельність, стійкість фінансового становища.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Питання удосконалення обліку основних засобів розглядалось багатьма відомими вченими та практиками у сфері бухгалтерського обліку. Особливо слід виділити праці таких вчених-економістів, як Ф.Ф.Бутинець [3] , Г.Г. Кірейцев [6], Л.В. Нападовська [7], Н.М. Ткаченко [10], В.Г. Швец [11] та ін. Незважаючи на активні дослідження цього питання, кожне підприємство має свої особливості і потребує конкретних заходів щодо удосконалення обліку основних засобів.

Метою дослідження є виявлення проблемних питань обліку основних засобів та надання рекомендацій щодо поліпшення організації їх обліку.

Основні результати дослідження. Вивчення теоретичних положень, опублікованих праць вітчизняних і зарубіжних вчених свідчать, що облік засобів в останній час дещо ускладнився, а ряд проблем негативно впливають на процес управління виробництвом, знижуючи ефективність використання основних засобів.

До кола таких проблем можна віднести [6, с. 408]:

- різні підходи до термінології та визначення сутності основних засобів у фінансовому обліку й системі оподаткування;
- проблема оцінки основних засобів;
- проблеми підвищення інформативності первинних документів з обліку основних засобів;
- проблема інформаційного забезпечення управління матеріально-технічною базою.

Основні вимоги до бухгалтерського обліку (реальність, точність, простота, своєчасність, порівнянність облікових даних) передбачають правильну оцінку основних засобів. Наслідком неправильної оцінки основних засобів може стати неточне обчислення сум амортизації, що призведе до неправильного визначення собівартості продукції (робіт, послуг)[12].

В бухгалтерському обліку застосовують такі види оцінок основних засобів: первісна вартість, відновлювальна вартість, залишкова вартість, а також балансова вартість, справедлива вартість тощо. Вченими досліджено, що існують певні проблеми у визначенні вартості основних засобів. П(С)БО 7 "Основні засоби" передбачає три види оцінок: первісна, переоцінена і ліквідаційна, визначення яких наведене у п. 4 цього стандарту. Однак у тексті стандарту згадується термін "залишкова вартість" [1].

У міжнародному обліку особливе місце займає поняття "справедливої вартості", оцінку за цією вартістю використовують і в українській обліковій практиці. За справедливою вартістю оцінюються основні засоби, які надходять на підприємство як внесок до статутного капіталу, при безоплатному отриманні об'єкта тощо, але визначення цього поняття не наведене в П(С)БО 7 "Основні засоби", тільки в П(С)БО 19 "Об'єднання підприємств". Ці невизначеності можуть призвести до суттєвих викривлень в обліку [4]. Справедлива вартість основних засобів, як вважають деякі з дослідників, дає змогу оцінити перспективи підприємства в подальшому розвитку. Але на практиці використання справедливої вартості зумовлює складності, оскільки МСБО та П(С)БО містять лише загальні орієнтири щодо справедливої вартості[3].

Не можна сказати, що проблема оцінки з'явилася нещодавно. В. Ле-Кутре писав: "… можна сміливо сказати, що література про баланс займалась перші 40-50 років виключно питаннями оцінки, всі інші питання залишались в стороні" [7, с. 50].

Відомий математик та філософ Г. В. Лейбніц також займався питаннями оцінювання. Він запропонував використовувати експертну оцінку, яка спирається на поточні ціни [8, с. 411].

Об'єкти основних засобів використовуються в діяльності підприємства протягом тривалого часу. І протягом цього терміну вони зношуються як морально, так і фізично, поступово втрачаючи свою вартість; а також на їх вартість впливають інфляційні процеси та багато інших чинників, від яких залежить вартість основних засобів [9].

Отже, питання оцінки основних засобів є одним із визначальних питань бухгалтерського обліку.

Облік основних засобів на підприємствах складається з таких частин [2, с. 18]: введення в експлуатацію об'єктів основних засобів; поліпшення та ремонту об'єктів основних засобів; переведення основних засобів до необоротних активів і груп вибуття при реалізації; ліквідації об'єктів основних засобів; нарахування амортизації основних засобів. Первинний, синтетичний та аналітичний облік основних засобів в основному відповідає вимогам, але система бухгалтерського обліку потребує певного удосконалення.

Організація обліку основних засобів повинна бути цілісною, єдиною системою взаємопов'язаних, взаємоузгоджених способів і методів обліку, які охоплюють увесь комплекс облікових процедур з виявлення, вимірювання, реєстрації, накопичення, узагальнення, зберігання та передачі інформації, тому основними шляхами її удосконалення визначені наступні [5, с. 205]:

- вибір оптимальної за складом та обсягом облікової інформації, яка забезпечить реалізацію завдань, поставлених перед обліком основних засобів;
- розробка та запровадження удосконалених форм носіїв облікової інформації, найбільш адаптованих до структури, змісту та характеру інформації;
- розробка та запровадження раціональних схем документообороту, що дозволять із найменшими затратами трудових, матеріальних та фінансових ресурсів забезпечити своєчасне виконання поставлених завдань;
- розробка та запровадження раціональної технології вирішення облікових завдань, що забезпечить злагоджене функціонування облікового механізму;
- удосконалити методику обліку надходження основних засобів у системі аналітичних рахунків, що дозволить спростити систему бухгалтерських записів;
- розробити бухгалтерську модель економічного механізму амортизації, що сприятиме вирішенню проблем фінансового, внутрішньогосподарського обліку амортизаційних процесів та їх податкового аспекту;
- удосконалити методику обліку витрат на ремонти основних засобів, що підвищить ефективність управління витратами;
- розробити моделі залежності витрат від віку устаткування, яка дозволить визначити доцільність проведення ремонту основних засобів.

Структура документів і регістрів з обліку основних засобів показує, що, з одного боку, вони містять застарілі показники, які не формують підсумкової, узагальнюючої інформації, а з іншого – у них відсутні показники, необхідні для складання звітності в умовах застосування П(С)БО 7 "Основні засоби", тому носії інформації з обліку основних засобів потребують удосконалення як щодо складу, так і щодо змісту[10].

Висновки. Основні засоби – один з найважливіших чинників будь-якого виробництва. Їх стан і ефективне використовування прямо впливають на кінцеві результати господарської діяльності підприємств. Раціональне використовування основних фундацій сприяє поліпшенню всіх техніко-економічних показників, в тому числі збільшенню випуску продукції, зниженню її собівартості, трудомісткості виготовлення.

Таким чином необхідно удосконалювати теоретичні і практичні засади організації обліку основних засобів у напрямі розширення її управлінських можливостей, максимально пристосовуючи до практичних потреб суб'єктів підприємницької діяльності, що виникають у процесі прийняття управлінських рішень щодо руху основних засобів та ефективності їх використання. Основними шляхами удосконалення організації обліку основних засобів є раціоналізація як кожної форми документів і регістрів обліку, так і методів, і способів збирання, обробки і узагальнення облікової інформації, адаптованих до сучасних умов.

Список використаних джерел

1. Про затвердження Методичних рекомендацій з бухгалтерського обліку основних засобів: Наказ Міністерства фінансів України від 30.09.2003, №561 // rada.gov.ua

2. Положення (стандарт) бухгалтерського обліку 7 "Основні засоби", затверджене Наказом Міністерства фінансів України № 92 від 27.04.2000 р. [Електронний ресурс]. Режим доступу: http://www.minfin.gov.ua.

3. Бутинець Ф.Ф, Сучасний бухгалтерський облік і контроль: проблеми розвитку: монографія / [Ф. Ф. Бутинець та ін.]; за ред. д-ра екон. наук, проф., Заслуж. діяча науки і техніки України, Заслуж. проф. ЖДТУ Ф. Ф. Бутинця; Вінниц. фінанс.-екон. ун-т, Житомир. наук. бух. шк. – Житомир: Рута, 2014. – 378 с.

4. Гончар Л.В. Оцінка основних засобів як об'єкта інвестиційно- орієнтованого управління / Гончар Л.В., Гарна С.О. // Всеукраїнський науково- виробничий журнал "Інноваційна економіка": Зб. наук. пр. – № 7. – Тернопіль, 2013. – С. 302-305.

5. Замлинський В.А. Облік основних засобів: переосмислення принципів та завдань / В.А. Замлинський // Облік і фінанси АПК – 2010. – № 1. – С. 18-23.
6. КірейцевГ.Г. Фінанси підприємств: Навч. посіб. для студ. екон. спец. всіх форм навч. / Г. Г. Кірейцев, Н. Г. Виговська, О. М. Петрук; Житомир. інженер.-технол. ін-т. – Житомир: ЖІТІ, 2002. – 272 с.
7. Нападовська Л.В. Управлінський облік / Л.В. Нападовська. – Д.: Наука і освіта, 2000. – 355 с.
8. Панасенко А.П. Проблеми основних засобів у бухгалтерському обліку / А.П. Панасенко // Держава та регіони. – 2008. – №3. – С. 407-410.
9. Петрова І.В. Удосконалення обліку амортизації основних засобів як складової витрат підприємства / І.В. Петрова // Держава та регіони. – 2009. – №3. – С. 414-417.
10.Ткаченко Н. М.· Бухгалтерський фінансовий облік, оподаткування і звітність: Підручник. – 6-те вид. допов. і перероб. – К.: Алерта, 2013. – 982 с.
11.Швець, В. Г.Теорія бухгалтерського обліку: підручник / В. Г. Швець. – Київ: Знання, 2008. – 535 с.
12. Шуліка Ю.О. Удосконалення обліку й аудиту основних засобів на прикладі ДП "Гірник" / Ю.О. Шуліка, О.Г. Лищенко // Держава та регіони: Економіка та підприємництво. – 2010. – № 4. – С. 201-205.

Крігер С.О.

Науковий керівник:
к.е.н., доцент ***Щирська О.В.***

ОРГАНІЗАЦІЯ ОБЛІКУ ОПЛАТИ ПРАЦІ ПІД ЧАС ТРАНСФОРМАЦІЇ ЕКОНОМІКИ УКРАЇНИ

В статті розглядається проблема організації обліку оплати праці в умовах змін економіки України та її вагомість в функціонуванні підприємства.

Ключові слова: *Організація обліку, облік оплати праці, організація оплати праці.*

Кригер С.О.

ОРГАНИЗАЦИЯ УЧЕТА ОПЛАТЫ ТРУДА ВО ВРЕМЯ ТРАСФОРМАЦИИ ЭКОНОМИКИ УКРАИНЫ

В статье рассматривается проблема организации учета труда в условиях изменений экономики Украины и её значимость в функционирование предприятия.

Ключевые слова: *Организация учета, учет оплаты труда, организация оплати труда.*

Kriher S.O.

ORGANIZATION OF PAYROLL ACCOUNTING DURING TRANSFORMATION OF UKRAINE'S ECONOMY

The article considers the problem of organization of payroll accounting under conditions of changes of Ukraine's economy and its importance in enterprise's functioning.

Key words: *organization of accounting, payroll accounting,organization of payment.*

Постановка проблеми. Протягом останніх років весь світ поринув у процес інновацій, який не оминув організацію облікової діяльності. В сучасних умовах нічого не стоїть місці, все змінюється, модернізується, удосконалюється. Що й відобразилось й на обліку: його організації, взаємодії з іншими науками та існуванні.

Організація обліку заробітної плати є один із вагомих аспектів життєдіяльності будь-якого підприємства, адже стимулює продуктивності праці. Якщо оплата праці не задовольняє потреби працівника, хоча б на мінімальному рівні, – це є загрозливим фактором для підприємства, адже робітник немає зацікавленості в створенні бездо-

ганних виробів чи надання відповідних послуг, тобто не має бажання працювати на збільшення прибутку підприємства.

На сьогоднішній день наша країна переживає нелегкі часи: процес трансформації економіки проходить з багатьма ускладненнями як на макро-, так і на макрорівні. Тому перед бухгалтером постає безліч проблем в процесі організації обліку, в тому числі й організації обліку заробітної плати.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Детальний розгляд цього питання дає можливість відслідкувати, що даною темою займаються багато вчених, таких як Л.О. Андрущенко [10], К. Крищенко [6], О.П. Левченко [7], Г.А. Семенов [10] та інші. На жаль, результати досліджень рідко застосовуються на практиці. Найбільш поширеними проблемами щодо даного питання є те, що трансформація в економіці швидша ніж даний процес в обліку, включаючи і його організацію.

Дана тема охоплює одну з найважливіших ланок обліку, яка потрібна не лише для правильного збору та відображення інформації, а й для стимулювання та покращення трудових показників на підприємстві, а отже й для підвищення прибутковості підприємства. Дослідження вимагало переглянути ряд невирішених проблем, а саме удосконалення нормативно-правової бази в сфері обліку оплати праці, покращення стосунків між державою і керівництвом підприємства та удосконалення комунікації між персоналом підприємства задля покращення організації оплати праці та її обліку тощо.

Мета дослідження. Правильно дібрана система заробітної плати, яка враховує особливості трудового процесу, завдання, що стоять перед конкретним робочим місцем, професію і кваліфікацію робітника, його особисті інтереси, є ефективним організаційним засобом і значним мотивуючим фактором. Тому аналіз практики організації заробітної плати, що включає і оцінювання ефективності використовуваних форм і систем, повинен провадитися систематично і кваліфіковано. Це сприятиме підвищенню результатів виробництва, оптимальному поєднанню інтересів найманого працівника і підприємця (власника).

Основні результати дослідження. Відповідно до Закону України "Про оплату праці", заробітна плата – це винагорода, обчислена, як правило, у грошовому виразі, яку за трудовим договором власник або уповноважений ним орган виплачує працівникові за виконану ним роботу [1]. На сьогоднішній день оплата праці не лише не покриває зусиль працівника, що покладені для здійснення його службових обов'язків, а й не може забезпечити хоча б на 30% забезпечити його добробут. На думку науковця в сфері обліку Н.В. Потриваєвої [11], інтеграція до Європи неможлива без підвищення рівня життя громадян України, забезпечення їх першочергових і духовних потреб на високому рівні. Адже якби інтеграція відбулася саме сьогодні, то десятки мільйонів українців при наявних заробітках були б просто розчавлені європейськими цінами. Тому необхідно вирішувати дану проблему шляхом встановлення відповідності між затратами праці робітника, їх оплатою та сьогоднішніми витратами на життя. Організація обліку праці та її оплати є дуже відповідальною ділянкою обліку, які впливають на результативність праці робітників, витрати підприємства та відповідно й на його дохід. Тому модернізація цього процесу повинна проходити вчасно й не мати вище зазначених проблем. Від самого початку організація повинна брати на себе достойну увагу , щоб надалі ділянка обліку праці та її оплати була автоматизована та не потребувати затрат часу на зайве заповнення документації, адже це прискорить не лише удосконалення обліку в цілому, а й покриття заборгованості в потрібний час.

Організація оплати праці на підприємстві ? це сукупність дій, метою яких є забезпечення визначення величини заробітної плати, принципів її нарахування, строків виплати, диференціації, співвідношення з іншими показниками діяльності підприємства тощо [8].

Облік праці та заробітної плати має бути організований таким чином, щоб сприяти підвищенню продуктивності праці, повному використанню робочого часу, а також правильному обчисленню чисельності працівників для обліку заробітної плати з метою оподаткування. Для цього на підприємстві мають бути чітко розподілені функції обліку між відділами [6].

При організації обліку оплати праці потрібно керуватись його основними завданнями, основні з яких є [12]:

- чітка регламентація організації праці па підприємстві;
- контроль за використанням робочого часу та забезпечений зростання продуктивності праці;
- облік і контроль за використанням фонду заробітної плати та іншими грошовими коштами, які виділяють для оплати праці працівників підприємства;
- своєчасне і правильне визначення сум нарахованої заробітної плати й відрахувань органам соціального страхування та віднесення їх на собівартість продукції (робіт, послуг), а також на інші витрати;
- здійснення у встановлені терміни всіх розрахунків з працівниками і службовцями із заробітної плати та інших виплат;
- впровадження мотивації праці працівників.

Для виконання цих завдань необхідно, перш за все, організувати облік особового складу підприємства та його робочого часу із суворим дотриманням законодавства про працю. Облік заробітної плати є дуже відповідальною й трудомісткою роботою, яку треба виконати за короткий термін між наданням інформації та виплатою працівнику. Організація оплати праці справляє великий вплив на ефективність діяльності підприємства. До основних факторів, що впливають на ефективність праці, можна віднести мотиваційні механізми. Важливу роль мотивації відіграє соціальний пакет. Що стосується ефективності праці, то це співвідношення між результативністю праці та величиною витрат, що виражається в досягненні максимального ефекту за мінімальних витрат.

Основою організації оплати праці є тарифна система, яка включає: тарифні сітки, тарифні ставки, схеми посадових окладів і тарифно – кваліфікаційні характеристики. Тарифна ставка є важливим елементом тарифної системи як норма оплати праці робітника відповідної спеціальності й кваліфікації за одиницю часу [10]. Вже на даному етапі організації виникає проблемний аспект є вибір виду форми і ставки заробітної плати. Законодавчою базою регламентуються вузькі рамки направлення, адже до прикладу тарифна сітка не така ж розгалужена як здається на перший погляд. Тарифна сітка встановлюється відповідно кваліфікаційних тарифних розрядів та відповідним їм коефіцієнтам, а також узгоджена з класифікатором професій. Вже на даному етапі перед бухгалтером постає проблема: більшість професій є новими для вітчизняного ринку праці, тому вони ще не віднайшли своє відображення в законодавстві – через це і робітників не можна оцінити на рівні з іншими співробітниками.

Також потребує вирішення питання не повного висвітлення переліку всіх форм заробітної плати в П(с)БО 26 "Виплати працівникам" [4], які не знаходять своє коректне відображення в поточних витратах і згодом це впливає на фінансовий результат підприємства.

Хоч і законодавчо-нормативне регулювання організації оплати праці є на високому рівні, проте там присутні деякі неточності та суперечності. Окрім проблем державного рівня, можемо спостерігати і проблеми і на рівні підприємств:

1) Заробітна плата втратила свою стимулюючу функцію і набула рівня соціальної виплати, що впливає на розмір та якість виконаної роботи. Також виникли нові види оплати праці, як аутсорсинг, аутстафінг або ж договір з працівником як з окремою фізичною особою.

2) Підприємці не використовують свої права на більш самостійну організацію обліку заробітної плати, а саме створення внутрішньовиробничих стимулюючих форм оплати праці, забезпечення повноцінними соціальними пакетами та ін.

Однією з прогалин в системі організації процесу обліку заробітної плати є документальне оформлення оплати праці. Первинних документів та їх видів заробітної плати вдосталь, але мають більшість повтори чи просто додається до наступної форми одна графа з новою інформацією. Тому потрібно вдосконалювати документальне оформлення заробітної плати, а саме зменшити кількість первинних документів та об'єднувати їх в одне ціле. Зокрема, молодий науковець В.К. Якубовська

[9] висловлює думку про те, що зменшити кількість документації можна завдяки впровадженню багатоденних і накопичувальних документів, використання типових міжвідомчих форм, пристосованих до використання обчислювальної техніки. І.А. Юр'єва [5] вважає, що комп'ютерний спосіб обробки облікової інформації вимагає формального та чіткого опису облікових процедур у вигляді алгоритмів, завдяки чому порядок виконання обов'язків працівниками обліку є впорядкованим, зручним і при цьому унеможливлює відсутність і неправильне заповнення потрібних документів.

Як зазначає вітчизняний науковець О.П. Левченко [7], на сьогодні є також потреба в перебудові організації розрахунків із заробітної плати, зокрема це має бути вирішення таких задач:

- підвищення матеріальної зацікавленості кожного у виявленні і використанні резервів ефективності своєї праці;
- усунення випадків зрівняльності в оплаті праці, досягнення прямої залежності заробітної плати всіх працівників від результатів їх праці;
- поліпшення співвідношень в оплаті праці працівників різних категорій з урахуванням складності виконуваних робіт, умов праці, пріоритетів, які склались в оплаті праці працівників [7].

На етапі розвитку вітчизняної економіки організація обліку заробітної плати має безліч проблем, які потребують нагального їх вирішення, найдоцільнішими з яких є (рис.1):

Рис. 1. Вирішення проблем організації обліку оплати праці [авторська розробка]

Отже, організація обліку заробітної плати є дуже відповідальною ділянкою обліку, яка впливає на результативність праці робітників, витрати підприємства та відповідно й на його дохід. Тому модернізація цього процесу повинна проходити вчасно й не мати вище зазначених проблем. Також на даній ділянці повинно бути все автоматизовано та не потребувати затрат часу на зайве заповнення документації, адже це прискорить не лише удосконалення обліку в цілому, а й покриття заборгованості в потрібний час. Заробітна плата кожного працівника повинна залежати виключно від виконаної роботи і в той же час впливати на показники продуктивності та ефективності його праці, стимулювати розвиток виробництва.

Процес організації обліку оплати праці має постійно вдосконалюватись, набувати самостійності на підприємстві та виходити на відповідний рівень серед інших ділянок організації обліку.

Список використаних джерел

1. Про оплату праці: Закон України: від 24.03.1995, № 108/95-ВР (зі змінами та доповненнями) // zakon.rada.gov.ua.

2. Кодекс законів про працю України [Електронний ресурс], затверджується Законом № 322-VIII від 10.12.71 ВВР із змінами та доповненнями – Режим доступу: zakon4.rada.gov.ua.

3. Постанова кабінету міністрів "Про оплату праці працівників на основі Єдиної тарифної сітки розрядів і коефіцієнтів з оплати праці працівників установ, закладів та організацій окремих галузей бюджетної сфери" №1298 від 30.08.2002. [Електронний ресурс] – Режим доступу: zakon4.rada.gov.ua.

4. П(С)БО 26 "Виплати працівниками" [Електронний ресурс], затверджене Наказом Мінфіну України від 28.10.2003 р. №601 зі змінами та доповненнями – Режим доступу: zakon4.rada.gov.ua.

5. Аналіз шляхів удосконалення автоматизації обліку заробітної плати на підприємстві / І.А. Юр'єва, Т.В. Березіна // Вісник НТУ "ХПІ". Серія: Технічний прогрес і ефективність виробництва. – Х.: НТУ "ХПІ", 2013. – № 67(1040). – С. 25-28.

6. Крищенко К. Удосконалення організаційно-економічного механізму управління оплатою праці / К. Крищенко // Україна: аспекти праці. – 2009. – № 6. – С. 9-16.

7. Левченко О.П. Проблеми організації обліку оплати праці / О.П.Левченко // Електронне наукове фахове видання "Ефективна економіка" № 2-05/3 від 08.07.2009 р. – [Електронний ресурс] – Режим доступу: forum.mnau.edu.ua.

8. Островерха Р.Е. Організація обліку: Навч. посіб. / Р.Е. Островерха. – К.: Центр учб. л-ри, 2012. – 568 с.

9. Проблеми обліку розрахунків з оплати праці / В.К. Якубовська, О. М. Кравцова // Матеріали Міжвузівської науково-практичної конференції молодих вчених, аспірантів та студентів "Актуальні проблеми обліку, аналізу та аудиту в Україні". – Донецьк: Донецький національний технічний університет. 2012. – С. 275-278.

10. Семенов Г.А., Андрущенко Л.О. Організація обліку розрахунків з персоналом з оплати праці. – [Електронний ресурс] – Режим доступу: molodyvcheny.in.ua.

11. Стан та перспектива обліку розрахунків з оплати праці: теоретичний аспект / Н.В. Потриваєва // Економічний форум. – 1/2014. – [Електронний ресурс] – Режим доступу: dspace.mnau.edu.ua.

12. Удосконалення організації обліку розрахунків з оплати праці / Солодка Яніна, Мельянкова Людмила // Київ – 2014. – [Електронний ресурс] – Режим доступу: sophus.at.ua.

Ліпорозький О.О.

Науковий керівник:
к.е.н., доцент ***Чередніченко Ю.В.***

ОСОБЛИВОСТІ ОРГАНІЗАЦІЇ ОБЛІКУ ВИТРАТ НА ОПЛАТУ ПРАЦІ БУДІВЕЛЬНОГО ПІДПРИЄМСТВА

У статті розглянуто особливості організації обліку оплати праці у будівельних підприємствах, так як оплата праці працівників – це ціна трудових ресурсів, використовуваних у процесі виконання будівельних робіт. Облік такої важливої ділянки потребує постійного удосконалення.

Ключові слова: *праця, облік праці, облік оплати праці.*

Липорозький А.А.

ОСОБЕННОСТИ ОРГАНИЗАЦИИ УЧЕТА РАСХОДОВ НА ОПЛАТУ ТРУДА СТРОИТЕЛЬНОГО ПРЕДПРИЯТИЯ

В статье рассмотрены особенности организации учета оплаты труда в строительных предприятиях, так как оплата труда работников – это цена трудовых ресурсов, используемых в процессе выполнения строительных работ. Учет такого важного участка нуждается в постоянном усовершенствовании.

Ключевые слова: *труд, оплата труда, учет оплаты труда.*

Liporozkyi O.O/

FEATURES OF ORGANIZATION OF ACCOUNT OF CHARGES ON PAYMENT OF LABOUR OF A BUILD ENTERPRISE

In the article the features of organization of account of payment of labour are considered in build enterprises, because payment of labour of workers – it is a cost of labour resources, in-use in the process of implementation construction-works. The account of such important area needs permanent improvement.

Key words: *iabor, pay records, accounting of wages/*

Постанова проблеми. Будівельна галузь є одна з галузей матеріального виробництва. Особливості в цій галузі справляють істотний вплив на порядок ведення бухгалтерського обліку.

Будівництво як галузь займає одне з провідних місць в індустріальному комплексі нашої країни і вносить величезний вклад у розвиток усіх без винятку галузей народного господарства, нашої економіки.

Головною сферою будівництва є створення (відновлення) основних фондів. Особливістю будівництва, яка відзначає його від всіх інших галузей є те, що кінцевий продукт завжди нерухомий, індивідуальний (навіть якщо об'єкти побудовані по тому самому проекту), розрахований на тривалу експлуатацію. Будівництво впливає на розвиток величезної кількості суміжних галузей матеріального виробництва. До продукції будівництва відносяться закінчені і підготовлені до запровадження в дію нові та реконструйовані промислові підприємства і цехи, житлові будинки, громадські споруди й інші об'єкти.

Економічні умови, що мають місце, і організаційно-технічні особливості будівельної галузі обумовлюють необхідність оперативного одержання достовірної інформації про витрати на виробництво будівельної продукції з метою вишукування резервів їх зниження. Важливою складовою собівартості будівельної продукції є витрати на оплату праці працівників галузі.

Організація бухгалтерського обліку підприємства залежить від обсягу облікових робіт, наявності комп'ютерної техніки, інших умов, а також від тієї облікової політики, яку веде підприємство. При цьому свою облікову політику підприємства розробляють самостійно на основі встановлених загальних правил бухгалтерського обліку.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Питання методики обліку витрат на оплату праці на будівельних підприємствах, зокрема, розглядали численні науковці такі як: О.М. Єремян [4], З.В. Задорожний [5], І.В. Саух [8], О.В. Покатаєва [7], Г.О. Кошулинська [7] та інші. Але взагалі питанню аналітичного обліку витрат на оплату праці будівельних підприємств приділено недостатньо уваги.

Мета дослідження. Розглянути економічну сутність оплати праці у будівельних організаціях та теоретичні основи побудови обліку, орієнтуючись на специфіку будівельної організації.

Основні результати дослідження. Будь-яка діяльність господарюючого суб'єкта пов'язана з витратами матеріально-речових, трудових та інших ресурсів, цінність яких визначається на ринку. В системі управління підприємством головним об'єктом є процес управління витратами господарської діяльності в цілому та в розрізі їх видів, цілей, періодів виконання [5].

Оплата праці – це ціна трудових ресурсів, використовуваних у виробничому процесі. У значній мірі вона визначається кількістю та якістю витраченої праці. Однак на неї впливають і виключно ринкові фактори, такі як попит і пропозиція праці, конкретна кон'юнктура, що склалася, територіальні аспекти, законодавчі норми, а саме: мінімальна оплата праці, погодинні ставки .

У ринковій економіці передбачається наявність ринку робочої сили з територіальним переміщенням трудових ресурсів, зосередженням праці там, де на неї є попит, і відпливом звідти, де відчувається надлишкова пропозиція.

При організації оплати праці адміністрація будівельної організації повинна:

- визначити форму і систему оплати праці працівників своєї організації;

- розробити систему посадових окладів для службовців, спеціалістів, управлінського персоналу;

- виробити критерії і визначити розміри доплат як для працівників, так і для управлінського персоналу.

У розпорядженні адміністрації є великі можливості у виборі тих чи інших форм або систем заробітної плати і вони ще більші при визначенні преміальних доплат, заохочень. Але підвищення оплати праці й удосконалення форм її винагороди повинні проводитися за умови зростання ефективності праці і тільки за рахунок власних, зароблених коштів будівельної організації. Це – принциповий підхід до питання про джерело підвищення заробітної плати в умовах ринку.

У будівельних організаціях усіх форм власності в Україні застосовуються дві форми оплати праці: відрядна та погодинна. Кожна форма складається з кількох різних систем оплати праці.

Відрядна форма оплати праці має такі різновиди системи: пряму відрядну, непряму відрядну, відрядно-прогресивну колективну, акордну і підрядну.

Погодинна форма оплати праці застосовується на роботах, що не піддаються нормуванню й обліку по трудомісткості, тісно пов'язана з роботою машин і регламентується нею, а також, коли недоцільно переводити робітників на відрядну форму оплати праці. Погодинна форма має такі системи оплати праці: просту погодинну, погодинно-преміальну.

Джерелами фінансування оплати праці працівників будівельних організацій є витрати будівельної організації і прибуток.

В умовах ринкової економіки виникає проблема не стільки у визначенні витрат, їх розподілі за об'єктами та забезпеченні мінімізації, скільки в управлінні ними в умовах конкуренції і визнання доцільності та досягнення необхідної їх прибутковості. Завдання полягає не у їх мінімізації, а в досягненні такого рівня, за яким їх визнають споживачі та які приносять відповідний прибуток виробникам [8].

Відповідно до визначення, що дано в Методичних рекомендаціях [5], собівартість будівельно-монтажних робіт – це витрати будівельної організації, пов'язані з виконанням будівельно-монтажних робіт з використанням у процесі будівництва машин, механізмів, устаткування, матеріальних, трудових і інших виробничих ресурсів.

Планування і бухгалтерський облік витрат, що включаються в собівартість будівельно-монтажних робіт (далі БМР), здійснюється по об'єктах витрат.

Важливе місце в собівартості продукції будівельної галузі належить витратам на оплату праці.

За даними статистики структура витрат будівельної галузі в 2014 р. наведена на рис. 1

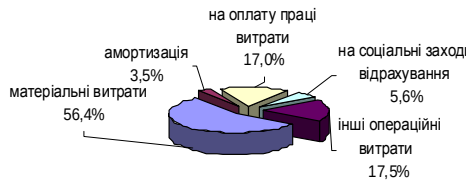

Рис. 1. Структура витрат будівельної галузі в 2014 р. [3]

Відповідно до п. 4 П(С)БО 16 "Витрати" [1] витрати на оплату праці – витрати на основну і додаткову заробітну плату, а також будь-які види грошових виплат працівникам (включаючи позаштатних), зайнятим на виконанні будівельно-монтажних робіт і в допоміжних і другорядних виробництвах будівельної організації;

Бухгалтерський облік витрат на оплату праці при виконанні будівельно-монтажних робіт у залежності від видів об'єктів обліку може бути організований по замов-

леннях чи по методу нагромадження витрат за визначений період часу з застосуванням методів нормативного обліку і контролю за ощадливим і раціональним використанням матеріальних, трудових і фінансових ресурсів. Виконання будівельно-монтажних робіт потребують трудових, матеріальних і грошових витрат. Витрати підприємства на споживі засоби виробництва, предмети праці й оплату праці працівників, виражені у грошовій формі, утворюють собівартість продукції.

Собівартість продукції – це основний показник роботи підприємства, який відбиває досягнення та недоліки роботи як підприємства в цілому, так і кожного структурного підрозділу. Від рівня собівартості залежать фінансові результати діяльності підприємства, темпи розширеного відтворення, фінансовий стан суб'єктів господарювання, конкурентоспроможність продукції. Систематичне зниження собівартості має важливе народногосподарське значення, бо дає змогу за стабільних ринкових цін збільшувати прибуток на кожну гривню витрат, підвищує конкурентоспроможність продукції.

Значну частку в собівартості продукції становить пряма заробітна, яка справляє великий вплив на формування рівня собівартості.

До прямих витрат на оплату праці відносять основну та додаткову заробітну плату виробничих робітників. Загальна сума прямої зарплати залежить від обсягу виконання робіт, їх структури і рівня зарплати на окремі вижди робіт. Рівень заробітної плати на окремі види робіт, у свою чергу, визначаються за трудомісткістю і рівнем оплати праці за 1 людино-годину. Поліпшення організації праці впливає на підвищення продуктивності й призводить до відносного зменшення частки оплати праці в обсязі будівельно-монтажних робіт, що виконуються будівельною організацією власними силами.

Структурно-логічну факторну модель зарплати на виконання робіт розглянуто на рис. 2 [5].

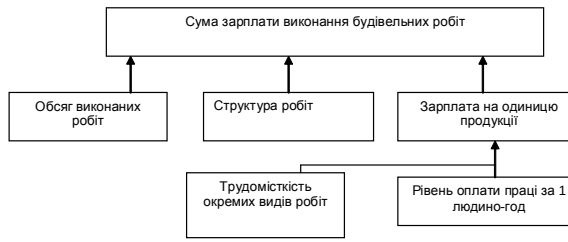

Рис. 2. Структурно-логічна факторна модель зарплати на виконання робіт [5]

Витрати на заробітну плату в собівартості всієї продукції та її одиниці подають одноелементною статтею "Витрати на оплату праці". Пропорційно сумі основної та додаткової оплати праці проводять відрахування на соціальні заходи, виділені в собівартості окремою статтею.

Об'єктами витрат у будівництві можуть бути: окремі види будівельно-монтажних робіт; об'єкти будівництва; будівельно-монтажні роботи по будівельному контракту. Також існують різні методики обліку витрат: з використанням лише рахунків класу 8 "Елементи витрат"; лише рахунків класу 9 "Витрати діяльності" та з використанням рахунків класів 8 і 9. [3]

Висновки. Найбільш розповсюдженим методом обліку витрат на виконання БМР є облік по замовленнях у відповідності з будівельними контрактами. Облік витрат по замовленнях ведеться наростаючим підсумком до закінчення виконання контракту. При позамовному методі обліку витрати на оплату праці необхідно враховувати за окремими замовленнями і статтями калькуляції.

Методика обліку витрат на оплату праці будівельних підприємств, повинна містити як рахунки класу 9 "Витрати діяльності" та рахунок 23 "Виробництво", так і

рахунки класу 8 "Елементи витрат", а також аналітику до рахунку 23 "Виробництво" в розрізі таких рахунків: 230 "Виконання будівельно-монтажних робіт (будівельних контрактів)", 231 "Виконання будівельних контрактів", 232 "Допоміжні виробництва", 238 "Незавершені будівельні контракти" і 239 "Проміжні рахунки" [3].

Список використаних джерел

1. Про оплату праці: Закон України від 24 березня 1995 р. за № 108/95 ВР. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: zakon4.rada.gov.ua.
2. Інструкція статистики заробітної плати: Затверджена Наказом Міністерства статистики України від 13.01.2004 р. №5. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: zakon4.rada.gov.ua.
3. Державна служба статистики України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: www.ukrstat.gov.ua
4. Єремян О.М. Вдосконалення системи обліку та оптимізації оподаткування розрахунків з оплати праці в сучасних умовах розвитку ринкових відносин / О.М. Єремян // Вісник Хмельницького національного університету. Економічні науки. – 2009. – №1. – С. 116-119.
5. Задорожний З. Облік інших прямих витрат у будівництві // Бух. облік і аудит. – 2003. – № 5. – С. 39-45.
6. Облік в будівництві: підручник / Я.Д. Крупка, З.В. Задорожний, Р.О. Мельник: М-во освіти і науки України: ТДЕУ. – Т.: Економ. думка, 2005. – 606 с.
7. Покатає ва О.В. Шляхи вдосконалення системи оплати праці на підприємстві / О.В. Покатаєва, Г.О. Кошулинська // Держава та регіони. – 2010. №3. – С. 138-140.
8. Саух І.В. Витратина оплату праці: економічна сутність / І.В. Саух // Вісник ЖДТУ / Економічні науки. – 2010. – №4 (54). – С. 288.

Шляхтіна К.М.

Науковий керівник:
к.е.н., доцент ***Щирська О.В.***

ПРОБЛЕМИ ОБЛІКУ КРЕДИТОРСЬКОЇ ЗАБОРГОВАНОСТІ

У статті розглянуто сутність кредиторської заборгованості, її функції в системі функціонування підприємства. Також досліджено проблеми виникнення кредиторської заборгованості та її відображення в бухгалтерському обліку. Розгляд даних питань дозволить чітко визначити напрямки облікової політики в управлінні підприємством.

Ключові слова: *кредиторська заборгованість, зобов'язання, кредитні умови.*

Шляхтина К.М.

ПРОБЛЕМА УЧЕТА КРЕДИТОРСКОЙ ЗАДОЛЖЕННОСТИ

В статье рассмотрена суть кредиторской задолженности, ее функции в системе функционирования предприятия. Так же исследованы проблемы возникновения кредиторской задолженности и ее отображения в бухгалтерском учете. Рассмотрение этих вопросов позволит четко определить направления учетной политики в управлении предприятием.

Ключевые слова: *кредиторская задолженность, обязательства, кредитные условия.*

Shlyakhtina K.M.

THE PROBLEMS OF PAYABLES

In the article the essence of payables functions in the system functioning of the enterprise. Also investigated the problem of origin of the payable and its reflection in accounting. Consideration of these issues will be critical in determining the direction of accounting policies in the management of the company.

Key words: *accounts payable, liabilities, credit conditions.*

Постановка проблеми. В наш час досить актуальною є тема обліку кредиторської заборгованості. Адже діяльність досить великої кількості підприємств України характеризується погіршенням фінансового стану саме через короткострокову або довгострокову заборгованість, яка суттєво впливає на оборотність коштів. В процесі господарської діяльності практично у кожного підприємства виникає дебіторсько-кредиторська заборгованість. Існуюча нестабільність економічної ситуації на ринку України призводить до значного збільшення ризиків при продажі товарів, робіт, послуг з відстрочкою оплати. Незалежно від причин виникнення дебіторсько-кредиторської заборгованості уникнути її появи неможливо, тому необхідно мати навики управління боргами. Облік дебіторсько-кредиторської заборгованості є одним з найбільш складних та суперечливих питань, що зумовлено сучасною проблемою неплатежів. Проблема удосконалення обліку дебіторсько-кредиторської заборгованості підтверджується збільшенням її частки у складі активів підприємств, що зумовлено кризовим становищем в економіці країни.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Великий внесок у вивченні даного питання, зробили як вітчизняні так і зарубіжні вчені. Проблемі обліку та аналізу дебіторської та кредиторської заборгованості присвятили свої праці провідні фахівці-економісти, а саме: Д. Гордієнко [7], А.Демківський [8], Й.Завадський [9], А.Загородній [10], Б.Івасів [11], О.Кияшко [12], А.Мороз [13], І.Садовська [14], В.Шевчук [6], та інші.

Метою дослідження є розгляд проблем, пов'язаних з обліком кредиторської заборгованості, обґрунтування перспектив оптимізації та розробка підходів щодо вдосконалення існуючих методик обліку дебіторсько-кредиторської заборгованості на підприємстві. Вивчення зазначених питань та впровадження запропонованих заходів допоможе стабілізувати фінансовий стан на підприємстві та підвищити оборотність його активів в процесі діяльності.

Основні результати дослідження. Виникнення у суб'єктів господарської діяльності великих обсягів заборгованості знижує ліквідність його активів, що має негативний вплив на фінансову платоспроможність та вилучає грошові кошти з обороту. Підприємства насамперед вирішують власні потреби і лише потім виконують свої фінансові зобов'язання перед партнерами. Прояви кризи не платежів різноманітні і є однією з основних проблем в економіці. Саме через це облік дебіторської заборгованості і контроль за своєчасним її погашенням займає особливе місце в управлінні підприємством.

Серед науковців існують різні погляди та точки зору щодо визначення змісту поняття "кредитні операції". Таким чином, зважаючи на позиції різних авторів зробимо аналіз одержаних даних, які оформимо у наступну таблицю (табл. 1).

Таблиця 1

Аналіз дефініцій поняття "кредитні операції", що наведені у різних наукових джерелах

№ з/п	Ознаки	Загородній А.Г. [10]	Демківський А.В. [8]	Завадський Й.С. [9]	Садовська І.Б. [14]	Мороз А. М. [13]	Гордієнко Д.Д. [7]	Кияшко О.М. [12]	Івасів Б. [11]
1	Договір про надання кредиту	+	+	-	-	-	-	-	-
2	Операції, які проводяться комерційними банками	-	-	+	+	-	-	-	-
3	Вид активних операцій	-	-	-	-	+	+	-	+
4	Відношення між кредитором і позичальником	-	-	-	-	-	-	-	+
5	Кредитування комерційних контрактів	-	-	-	-	-	-	+	-

Проаналізувавши викладений вище матеріал можна стверджувати, що більшість вчених дотримуються позиції, що кредитні операції це вид активних операцій, які пов'язані з наданням клієнтам коштів у тимчасове користування або прийняттям зобов'язань про надання коштів за настання умов, передбачених кредитною угодою.

Деякі автори, які використовують поняття "кредитні операції" розуміють під ним договір про надання кредиту, супроводжуваний записами в банківських рахунках з відповідним відображенням у балансах кредитора та позичальника.

Інші ж автори, зокрема І.Б. Садовська [14], вважають, що кредитні операції – це операції по наданню вільних ресурсів позичальнику на умовах платності, терміновості та повернення.

Отже, вдавшись до аналізу різних точок зору на поняття "кредитні операції", вважаємо, що під даним поняттям слід розуміти наступне: кредитні операції це вид активних операцій, пов'язаних з наданням клієнтам коштів у тимчасове користування.

Як бачимо поняття "кредитні операції" містить в собі важливе положення – надання клієнтам коштів у тимчасове користування. Таке ж положення містить в собі і поняття "кредит". Таким чином поняття "кредитні операції" та "кредит" є схожими. Питання оптимізації кредитних операцій нерозривно пов'язане з обліком кредитів.

Від початку формування ринкових відносин в Україні і донині існує багато нерозв'язаних питань, які пов'язані саме з обліком дебіторської та кредиторської заборгованості. Це зумовлює необхідність постійного перегляду нормативних актів та регламентуючих документів, вироблення нових шляхів удосконалення організації та методики обліку розрахунків з дебіторами.

Особливої уваги заслуговує ведення обліку заборгованості, яке регулюється такими законодавчими і нормативними актами, як: Податковий кодекс України [1], Закон України "Про бухгалтерський облік та фінансову звітність в Україні" [2], П(с)БО 1 "Загальні вимоги до фінансової звітності" [3], П(с)БО 11 "Зобов'язання" [4], П(с)БО 13 "Фінансові інструменти" [5].

Закон України "Про бухгалтерський облік та фінансову звітність в Україні" [2] визначає правові засади регулювання, організації, ведення бухгалтерського обліку та складання фінансової звітності в Україні, зокрема, щодо відображення в обліку кредитів, а також визначення принципів складання фінансової звітності, яка є основою для визначення платоспроможності позичальника.

Методологічні вимоги до формування в бухгалтерському обліку та фінансовій звітності інформації про зобов'язання за кредитами, а також принципи відображення зобов'язань у фінансовій звітності визначає П(С)БО 11 "Зобов'язання" [4].

На даний час облік дебіторської та кредиторської заборгованості має ряд недоліків. Основним недоліком обліку дебіторської та кредиторської заборгованості на підприємстві є неузгодженість питань облікової політики стосовно управління дебіторською та кредиторською заборгованістю, що суттєво заважає стратегічному плануванню і уповільнює оперативні заходи по прискоренню оборотності коштів в активах підприємства.

Для розв'язання даного питання потрібно вдосконалити політику управління дебіторською заборгованістю, адже саме політика управління дебіторською заборгованістю, яка представляє собою частину загальної політики управління оборотними активами і маркетингової політики підприємства, спрямованої на розширення обсягів реалізації продукції, визначає ефективність роботи підприємства [8]. Тому досить важливим є визначення основних (ключових) етапів формування політики управління заборгованістю :

1. Аналіз дебіторської заборгованості підприємства у попередньому періоді.
2. Формування принципів кредитної політики відносно до покупців продукції.
3. Визначення можливої суми фінансових коштів, які інвестуються в дебіторську заборгованість по товарному та споживчому кредиту.
4. Формування системи кредитних умов.
5. Формування стандартів оцінки покупців і диференціація умов надання кредиту.

6. Формування процедури інкасації дебіторської заборгованості.

7. Забезпечення використання на підприємстві сучасних форм фінансування дебіторської заборгованості.

8. Побудова ефективної системи внутрішнього контролю за рухом і своєчасною інкасацією дебіторської заборгованості.

Наступна проблема випливає з відсутності чіткої схеми деталізації та співвідношення різних видів дебіторської та кредиторської заборгованості у загальній їх структурі.

Крім цього співвідношення дебіторської і кредиторської заборгованості на різних підприємствах однієї галузі буває неоднаковим, що не дозволяє встановити балансування між ними [12]. Потребують розробки також моделі співвідношення дебіторської та кредиторської заборгованостей і певного інструментарію, який дозволив би швидко та якісно виявляти негативні явища, що впливають на кількісні та якісні зміни цих заборгованостей. Бажаним є співвідношення, коли кредиторська заборгованість переважає дебіторську на 10-20%.

З іншого боку неузгодженим також є питання вивчення обліку сумнівних боргів, зокрема резерву на їх покриття з метою зближення бухгалтерського та податкового обліку.

Важливо вдосконалювати методику визначення суми резерву сумнівних боргів. На нашу думку, потрібно внести зміни в діюче законодавство для стимулювання створення підприємствами цього резерву. Практика показує, що більшість акціонерних підприємств, звітність яких є обов'язковою, не створюють резерву сумнівних боргів. Тому пропонуємо внести нормативні зміни в яких би зазначалося, що суми резерву сумнівних боргів відносяться до валових витрат.

З вищезазначеного постає питання змін у будові регістрів аналітичного і синтетичного обліку дебіторської та кредиторської заборгованості.

Сьогодні облік дебіторської та кредиторської заборгованостей ведеться в одному регістрі – Журналі №3, але це зовсім різні об'єкти бухгалтерського обліку, які лише частково пов'язані між собою. Необхідно розмежувати дані економічні поняття для відображення в бухгалтерському обліку, що надасть розуміння складу зобов'язань для цілей аналізу та управління підприємством. Також дозволить уточнити напрямки корегування облікової політики щодо оборотних активів підприємства.

Висновок. Отже, правильно організований бухгалтерський облік дебіторської та кредиторської заборгованості повинен мати таку систему рахунків, яка б достатньою мірою відображала і характеризувала всю господарську діяльність з вимушеною конкретизацією і забезпечувала отримання об'єктивної та своєчасної інформації для прийняття оптимальних управлінських рішень.

Список використаних джерел

1. Податковий Кодекс України від 02.12.2010 № 2755-VI [Електронний ресурс]. – Режим доступу: zakon.rada.gov.ua.

2. Про бухгалтерський облік та фінансову звітність: Закон України від 16.07.1999 р. № 996-XIV [Електронний ресурс]. – Режим доступу: zakon.rada. gov.ua.

3. Національне положення (стандарт) бухгалтерського обліку 1 "Загальні вимоги до фінансової звітності" затверджено наказом Міністерства фінансів від 07.02.2003 р. № 73 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: www.minfin.gov.ua.

4. Національне положення (стандарт) бухгалтерського обліку 11 "Зобов'язання" затверджено наказом Міністерства фінансів від 31.01.2000. № 20 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: www.minfin.gov.ua.

5. Положення (стандарт) бухгалтерського обліку 13 "Фінансові інструменти" затверджене наказом Мінфіну України від 30.11.2001 р. №559. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: www.minfin.gov.ua.

6. Бухгалтерський облік (енциклопедія рахунків бухгалтерського обліку): навчальний посібник для студентів вищих навчальних закладів за ред. В.О. Шевчука. – К.: ДП "Інформаційно-аналітичне агентство", 2010. – 408 с.

7. Гордієнко Д.Д. Економічний тлумачний словник. Понятійна база законодавства України у сфері ек-ки / Д.Д. Гордієнко. – К.: КНТ, 2006. – 308 с.

8. Демківський А.В. Гроші та кредит. Навч. посібник. / А.В. Демківський. – К.: Дакор, 2005. – 528 с.
9. Завадський Й.С. Словник економічних термінів: менеджмент, маркетинг, підприємництво. Навч.-метод. Посібник / Й.С. Завадський, Г.В. Осовська, О.О. Юркевич – Київ: Центр навчальної літератури, 1999. – 444 с.
10. Загородній А.Г. Фінансовий словник / А.Г. Загородній, Г.Л. Вознюк, Т.С. Смовженко – 2-ге видання, – Львів: Центр Європи, 2007. – 1072 с.
11. Івасів Б. Гроші та кредит: Навчальний посібник / За ред. Б. Івасіва. – Тернопіль: Карт-Бланш, 2000. – 523 с.
12. Кияшко О.М., Необхідність облікового забезпечення управління дебіторською заборгованістю підприємства / О. М. Кияшко // Актуальні проблеми економіки. – 2009. – №3. – С. 190-196.
13. Мороз А.М. Банківська енциклопедія / А.М. Мороз / Під редакцією д.е.н., проф. А.М. Мороза – К.: 2015. – 328 с.
14. Садовська І.Б. Бухгалтерський облік: навч. посібник / І.Б. Садовська, Т.В. Божидарнік, К.Є. Нагірська. – К.: Центр учбової літератури, 2013. – 688 с.

Козир І.Ю.

Науковий керівник:
к.е.н., ст. викладач ***Ромашко О.М.***

ОБЛІК ВЛАСНОГО КАПІТАЛУ: МЕТОДИЧНІ ТА ОРГАНІЗАЦІЙНІ АСПЕКТИ

У статті розглядається основи організації обліку та методології власного капіталу та його проблематика на сучасному етапі розвитку економіки України.

Ключові слова: *власний капітал, організація власного капіталу, облік власного капіталу.*

Козир І.Ю.

УЧЕТ СОБСТВЕННОГО КАПИТАЛА: МЕТОДИЧЕСКИЕ И ОРГАНИЗАЦИОННЫЕ АСПЕКТЫ

В статье рассматривается основы организации учета и методологи собственного капитала и его проблемы на современном этапе развитии экономики Украины.

Ключевые слова: *собственный капитал, организация собственного капитала, учет собственного капитала.*

Kozyr I.Y.

ACCOUNTING FOR EQUITY: METHODOLOGICAL AND ORGANIZATIONAL ASPECTS

The article covers the basics of accounting and methodology equity and its problems at the present stage of economic development of Ukraine.

Key words: *the own capital, the organization of the own capital, taccounting equity.*

Постановка проблеми. Сучасний етап розвитку світової економіки потребує постійних досліджень багатьох питань. Основним діячем економіки будь-якої країни є людина або ж група людей. Вони впливають на економічну ситуацію за допомогою створення підприємств, функціонування якого не можливе без власного капіталу. Для належного існування підприємства повинно бути правильно організовано та проведено облік господарських операцій. Так як утворення власного капіталу є початковим етапом існування підприємства, то його обліку повинна бути приділена особлива увага, особливо під час трансформаційної економіки України. Дослідження даного питання є актуальним, адже удосконалення облік власного капіталу повинен йти на рівні розвитку не лише економіки та обліку, як наук, а й на практиці.

А**наліз останніх досліджень і публікацій.** Проблему організації та методики обліку власного капіталу досліджували в своїх працях багато вчених, з них В.В. Бабіч [9], М.І. Бондар [8], Л.Г. Ловінська [8], В.О., Лукін [6], В.І. Єфіменко [8], Е.Ф Югас [10].

Метою дослідження є обґрунтування організації та методики теоретичних та практичних питань організації обліку власного капіталу й ефективності його використання, а також розробці шляхів їх удосконалення.

Основні результати дослідження. Власний капітал (згідно національного положення (стандартом) бухгалтерського обліку 1 "Загальні вимоги до фінансової звітності") – це частина в активах підприємства, що залишається після вирахування його зобов'язань [1]. Власний капітал відображає частину майна підприємства, яка фінансується за рахунок коштів власників і власних засобів підприємства. В цілому він є не лише основою для утворення підприємства, а й стабільністю і продовженням його повноцінного функціонування.

Для більш детального розуміння сутності власного капіталу підприємства, слід зазначити такі його характеристики як [2]:

1. Капітал підприємства є основним чинником виробництва. У системі факторів виробництва (капітал, земля, праця) капіталу належить пріоритетна роль, тому що він поєднує усі фактори в єдиний виробничий комплекс.

2. Капітал характеризує фінансові ресурси підприємства, що приносять дохід. У даному випадку він може виступати ізольовано від виробничого фактора у формі інвестованого капіталу.

3. Капітал є головним джерелом формування добробуту його власників. Частина капіталу в поточному періоді виходить з його складу і попадає в "кишеню" власника, а частина капіталу, що накопичується, забезпечує задоволення потреб власників у майбутньому.

4. Капітал підприємства є головним вимірником його ринкової вартості. У цій якості виступає насамперед власний капітал підприємства, що визначає обсяг його чистих активів. Поряд з цим, обсяг використовуваного власного капіталу на підприємстві характеризує одночасно і потенціал залучення їм позикових фінансових засобів, що забезпечують одержання додаткового прибутку. У сукупності з іншими факторами – формує базу оцінки ринкової вартості підприємства.

5. Динаміка капіталу підприємства є найважливішим показником рівня ефективності його господарської діяльності. Здатність власного капіталу до самозростання високими темпами характеризує високий рівень формування й ефективний розподіл прибутку підприємства, його здатність підтримувати фінансову рівновагу за рахунок внутрішніх джерел. У той же час, зниження обсягу власного капіталу є, як правило, наслідком неефективної, збиткової діяльності підприємства.

Щоб ширше розкрити сутність власного капіталу необхідно визначитись з його складовими видами. Власний капітал складається з таких складових капіталів:

- зареєстрований (пайовий) капітал;
- капітал у дооцінках;
- додатковий капітал;
- резервний капітал;
- нерозподілений прибуток (непокритий збиток);
- вилучений капітал;
- неоплачений капітал.

Кожен з складових власного капіталу виконує різноманітні функції. Зареєстрований (пайовий) капітал характеризує величину статутного або пайового чи іншого зареєстрованого капіталу відповідно до законодавства і установчих документів, а також внески до оголошеного, але ще не зареєстрованого статутного капіталу.

Відомості про розмір і порядок утворення власного капіталу повинні бути зазначені в засновницьких документах підприємства. Облік власного капіталу починається з моменту реєстрації підприємства в Єдиному державному реєстрі підприємств та організацій України. Сума капіталу підлягає обов'язковій реєстрації в державному реєстрі господарчих одиниць. Відомості про розмір та порядок утворен-

ня власного капіталу повинні бути зазначені в засновницьких документах. Зміни капіталу також обов'язково мають реєструватися. Сума власного капіталу в балансі підприємства не може бути відмінною від тієї, що зафіксована в державному реєстрі. Конкретний перелік показників власного капіталу, що використовуються підприємством при організації відповідної облікової підсистеми, буде зумовлений:

- вимогами законодавства до надійності окремих підприємств (за рахунок встановлення мінімального рівня й правил формування власного капіталу);
- формами та умовами створення й діяльності окремих підприємств;
- умовами статутних документів й рішень власників;
- привабливістю підприємства для інвесторів;
- операціями самого підприємства, що впливають на показники його власного капіталу.

У бухгалтерському обліку величина власного капіталу відображена на рахунку 40 "Зареєстрований (пайовий) капітал". Статутний капітал, облік якого ведеться на субрахунку 401 "Статутний капітал", відображає величину зареєстрованого статутного капіталу товариств, державних і комунальних підприємств. Пайовий капітал, облік якого ведеться на субрахунку 402 "Пайовий капітал", відображає суми пайових внесків членів споживчого товариства, колективного сільськогосподарського підприємства, житлово-будівельного кооперативу, кредитної спілки та інших підприємств, що передбачені установчими документами. Зареєстрований капітал інших підприємств, зокрема приватних, формування якого передбачено в установчих документах, відображається на субрахунку 403 "Інший зареєстрований капітал". У відповідності до Плану рахунків бухгалтерського обліку активів, капіталу, зобов'язань та господарських операцій підприємств і організацій [3], при відображенні зареєстрованого капіталу на субрахунку 404 "Внески у незареєстрований статутний капітал" показується сума незареєстрованого статутного капіталу.

Слід звернути увагу, що власний капітал є основним джерелом формування господарських засобів, що спостерігається із формули бухгалтерського балансу:

$$\text{АКТИВ} = \text{Власний капітал} + \text{Зобов'язання} \quad (1)$$

Величина власного капіталу підприємства характеризує його платоспроможність, кредитоспроможність, забезпеченість коштами для покриття власних зобов'язань. Неправильний облік власного капіталу може потягнути за собою негативні наслідки та позови з боку зовнішніх користувачів бухгалтерської інформації, які використовують її як показник співпраці з даним підприємством. Такий вид обліку регулює відносини між засновниками підприємства, прибуток яких залежить від частки у статутному капіталі підприємства. При формування складових власного капіталу потрібно регулювати утворення надлишку чи недостачі резервного та додаткового капіталу [4].

Організація та методологія обліку власного капіталу має ряд недоліків, основні з них:

- відсутність окремого стандарту, який мав би регламентувати облік власного капіталу;
- не розроблено нормативно-методичних рекомендацій щодо обліку власного капіталу;
- не враховується вплив економічних факторів на величину власного капіталу;
- едосконаліть аналітичного обліку за окремими складовими власного капіталу;
- не розроблено нормативно-методичних рекомендацій щодо обліку власного капіталу;
- аналітичний облік за окремими елементами власного капіталу не є досконалим;
- не встановлений рівень оптимального співвідношення величини складових власного капіталу.

Як бачимо з висвітлених проблем, облік власного капіталу потребує нагальних змін, досліджень та удосконалень, основними з яких можуть бути:

- продовження гармонізації національних та міжнародних стандартів бухгалтерського обліку;

- удосконалення нормативно-правової бази в розділі обліку власного капіталу;

- затвердження типових форм для документування господарських операцій з обліку власного капіталу;

- встановлення рекомендації оптимального співвідношення між власним та залученим капіталом, який необхідний для фінансування активів суб'єктів господарювання;

Висновок. Дослідження даної теми показало вплив окремих факторів на організацію та методику обліку власного капіталу та дозволило встановити, що дана тема є неповністю розглянута науковцями та не привертає потрібної уваги практиків попри її значущість. Основним виходом з даної проблеми є удосконалення стандартизації обліку капіталу та детального вивчення існуючих проблем на національному й міжнародному рівнях. Доцільним вбачається розробка окремого стандарту з обліку капіталу. Це сприятиме гармонізації обліку капіталу для нашої країни, що посилено сприяє інтеграції в міжнародний економічний простір.

Список використаних джерел

1. Національне положення (стандарт) бухгалтерського обліку 1 "Загальні вимоги до фінансової звітності": затверджене наказом Міністерства фінансів України від 07 лютого 2013 року № 73. // zakon.rada.gov.ua

2. Інструкція про застосування Плану рахунків бухгалтерського обліку активів, капіталу, зобов'язань, і господарських операцій підприємств і організацій, затверджена наказом Міністерства фінансів України від 30.11.1999 року № 291, зі змінами // zakon.rada.gov.ua

3. Про господарські товариства: Закон України від 19.09.1991 року № 1576-XII, зі змінами та доповненнями // zakon.rada.gov.ua.

4. Методичні рекомендацій щодо заповнення форм фінансової звітності, затверджені наказам Міністерства фінансів від 28.03.2013 року № 433, зі змінами. // zakon.rada.gov.ua.

5. Гольцова С.М. Бухгалтерський облік: [навчальний посібник]: / С.М. Гольцова, І.Й. Плікус. – 28-ме вид., перероб. і доп. – Суми: ВТД "Університетська книга". – 2007. – 254 с

6. Лукін В.О. Звітність підприємства: Опорний конспект лекцій. – Харків: ХІБС УБС НБУ, 2014. – 164 с.

7. Маркович В.М. Функціонування підприємницького капіталу // Вісник НБУ. – 2001. – №5. – С. 31-36

8. Фінансовий облік: підручник: у 2 ч. – Ч. 2 / [М.І. Бондар, В.І. Єфіменко, Л.Г. Ловінська та ін.]; за заг. ред. М.І. Бондаря та Л.Г. Ловінської. – К.: КНЕУ, 2012. – 590 с.

9. Фінансовий облік – 2 (Облік забов'язань, капіталу. Звітність): навч. посіб. / В.В. Бабіч. – К.: КНЕУ, 2010. – 443 с.

10. Югас Е.Ф., Олексик О.І. Економічна сутність та види капіталу підприємств // Економіка. – № 2. – 2014. – С. 63-67.

Горний А.О.
Науковий керівник:
д.е.н., професор ***Єрохін С.А.***

ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ОВЕРДРАФТУ В УКРАЇНІ

У статті розглядається вид банківських послуг – овердрафт та способи його надання. Проаналізовані основні недоліки та переваги даного виду кредиту в Україні, а також його законодавча база. Запропоновано вдосконалення системи надання овердрафту на українському ринку банківських послуг за допомогою застосування міжнародного досвіду.

Ключові слова: *короткострокове кредитування, овердрафт, овердрафтний ліміт, кредитний портфель.*

Горный А.О.

ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ ОВЕРДРАФТА В УКРАИНЕ

В статье рассматривается вид банковских услуг – овердрафт с способ его предоставления. Проанализировано основные недостатки и преимущества применения данного вида кредита в Украине, а также его законодательная база. Предложено совершенствование системы предоставления овердрафта на украинском рынке банковских услуг с помощью применения международного опыта.

Ключевые слова: *краткосрочное кредитование, овердрафт, овердрафтный лимит, кредитный лимит.*

Hornyi A.O.

PROSPECTS OF DRVELOPMENT OF AN OVERDRAFT IN UKRAINE

The article discusses a type of banking services – overdraft and the way it was granted. Analyzes the main advantages and disadvantages of using this type of loan to Ukraine, the legal framework. Proposed improvement of overdraft on the Ukranian market of banking services through the use of international experience.

Key words: *short-term loans, overdraft, overdraft limit, the loan portfolio.*

Постанова проблеми. Кредит являється важливим важелем у стимулюванні розвитку виробництва, він являє собою економічні відносини з приводу зворотного руху позиченої вартості. Також кредит має властивість трансформувати грошовий капітал в позичковий і виражати стосунки між кредитором та позичальником. За допомогою кредиту вільні кошти підприємств і держави перетворюються у позичковий капітал котрий передається за плату в тимчасове користування.

Кредит необхідний як еластичний механізм, який надає змогу подолати обмеженість індивідуального капіталу з однієї галузі в іншу та має властивість згладжувати норми прибутку. Кредит також забезпечує підтримку неперервності кругообігу фондів діючих підприємств та обслуговування процесу реалізації товарів.

У розвинених країнах переважна маса населення використовує саме кредитні картки як засіб оплати товарів вже декілька десятиріч. В Україні картковий ринок активно розвивається, однією з причин є картковий овердрафт. Картковий овердрафт надає можливість витрачати більше коштів ніж реально є на картковому рахунку.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Теоретичні, методичні та прикладні питання багатопланової проблеми організації кредитних операцій завжди були предметом наукових досліджень таких провідних як: Р.Р. Коцовська [4] та О.Я. Стойко [6].

Мета дослідження. Узагальнення теоретичних та практичних аспектів овердрафту. Розробка пропозицій щодо вдосконалення процедури овердрафтного кредитування.

Основні результати дослідження. В Україні склалась система багатоваріантного кредитування. Позичальники й банки користуються своїм правом обирати найбільш прийнятну форму кредитування: разові кредити, що покривають тимчасовий розрив у платіжному обороті, або кредити що постійно перебувають в обороті позичальника. За останні роки спостерігається тенденція українських банків кредитування клієнтів у вигляді овердрафту.

Овердрафт являє собою форму короткострокового кредиту, надається клієнту понад його залишок на поточному рахунку в цьому банку в межах заздалегідь обумовленої суми шляхом дебетування його рахунку.

В Україні даний вид кредитування має законодавче врегулювання, в деякій мірі він регламентується Законом України "Про банки і банківську діяльність" [1] та Положенням Національного банку України про кредитування, а також в деякій мірі Постановою від 12.11.2007 №168 "Про затвердження Правил надання банками України інформації споживачу про умови кредитування та сукупну вартість кредиту" [3].

На думку фахівців контокорентна угода демонструє такі відносини між банком і клієнтом, які виходять за межі суто офіційних. Виникає така категорія як "довіра", яку неможливо виміряти лише правовим інструментарієм.

Користування овердрафтом дає можливість, на відміну від традиційного кредитування, у будь-який час без додаткових документів скористатися кредитними ресурсами для покриття тимчасової нестачі обігових коштів.

Оформлюючи овердрафт, зазначають ліміт овердрафту, умови його використання, відсотки за ним, а також відповідальність за несвоєчасне повернення.

Зважаючи на наявні ризики, вартість овердрафту зазвичай вища за вартість традиційного кредиту.

Простий споживач відразу бачить очевидні переваги: По-перше, можливість отримати кредит без забезпечення. По-друге, можна скористатись кредитом часткова в межах встановленого ліміту. По-третє, зняти кошти можна в найкоротший термін.

Кредитування овердрафтом надає переваги і банкам, банк має можливість отримати додаткове високодохідне джерело розміщення коштів.

Відповідно до світової практики, кредит у формі овердрафту надається як юридичним так і фізичним особам, як в національній так і іноземній валюті.

Використання даного виду кредиту має ряд проблем, головними з яких є:

- неякісний аналіз кредитоспроможності позичальника.
- недооцінка ролі овердрафту для економіки як способу вирішення неплатежів.
- підвищення швидкості обігу коштів платежу.

Актуальними проблемами в даній сфері кредитування є: неякісний аналіз кредитоспроможності позичальника, проблеми неплатежів.

Згідно з зарубіжним досвідом у банківській практиці кредитування у формі овердрафту свідчить, що:

- Банк відкриває овердрафт клієнтам, з якими маж тривалі і міцні відносини які відчувають потребу в регулярній банківській позиці.
- Відносини між банком і клієнтом є добровільними. Вони не можуть нав'язуватись державними органами або третіми особами.
- Позичка у формі овердрафту за своєю природою – це бланкова позичка, яка не потребує забезпечення.
- Використання овердрафту клієнтом не виключає можливості оформлення ним традиційного кредиту.
- Відносини між банком і клієнтом регулюються особливим договором, що містить ряд умов.
- Позичка у формі овердрафту за своєю природою не потребує забезпечення.
- Через забезпечення клієнтами можливості оперативного користування правом залучення позичкових коштів для врівноваження зобов'язань і вимог за поточними

рахунками, овердрафт належить до найбільш дорогих позик. Крім того банк за обслуговування овердрафту стягує обігову комісію.

За даними Національного банку, за липень-вересень 2014 року кількість активних платіжних карт з кредитною функцією, емітованих українськими банками, знизилася на 9,19% – до 7,894 млн штук. В абсолютному вираженні зниження склало 799,314 тис. штук. При цьому частка кредитних карток в загальній кількості активних платіжних карт знизилася на 1 жовтня 2014 року у порівнянні з 1 липня на 1,08 процентного пункту, до 23,8%. Загальна кількість платіжних карт, емітованих українськими банками, знизилася в третьому кварталі в порівнянні з другим на 5,08%, або 1,776 млн – до 33,197 млн штук.

Тенденцію зниження кількості кредитних карток в Україні ми бачимо ще з 2013 року. За даними Нацбанку за перші шість місяців 2013 року кількість кредитних карт українців знизилася на 10,4% – з 8,08 до 7,24 мільйона штук. В загальному обсязі активних платіжних карт частка "кредиток" за січень-червень 2013 року зменшилася на 0,8 процентного пункту – з 24,4% до 23,6% [5].

Зниження привабливості овердрафтного кредиту виникла через збільшення його вартості. За минулі два роки діапазон реальних ставок за овердрафтними кредитами від банків з числа лідерів за активами змістився вгору.

Висновки. 1. На нашу думку для того щоб овердрафт став найпривабливішим способом простого та швидкого отримання коштів для клієнта треба:

- Зменшити коефіцієнт резервування (за ступенем ризику) за однорідними споживчими кредитами до яких входить кредит у формі овердрафт. Так як даний вид кредиту найчастіше незабезпечений але його видають надійнішим клієнтам що теоретично зменшує ризик неповернення, це дає можливість зменшити процентну ставку.
- Скоротити перелік необхідної документації для видачі кредиту у формі овердрафт.
- Зменшити вартість кредиту. Через відносно високу вартість овердрафтного кредиту велика кількість населення не використовує даний вид кредитування.
- Збільшити строк пільгового періоду користуванням овердрафту по кредитним карткам.
- Зменшення вартості штрафних санкцій за несвоєчасну сплату за користування овердрафтом.

2. Ця банківська послуга буде користуватись все більшою популярністю при умовах розвитку ринку кредитування, зростання інфраструктури та підвищення фінансової грамотності населення.

3. Комерційні банки усвідомлюючи важливість такого інструменту як овердрафт використовують його для підтримки міцних зв'язків з найбільш стійкими клієнтами.

4. Вкрай важливо як на макрорівні так і на мікрорівні , спираючись на наявний досвід, проаналізувати характерні особливості функціонування та розвитку овердрафту, сконцентрувати увагу на розробці та вдосконаленні концепції овердрафтного кредитування.

Список використаних джерел

1. Про банки і банківську діяльність: Закон України від 07.12.2001 № 502. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: zakon.rada.gov.ua.
2. Про Національний банк України: Закон України від 20.05.1999 № 679-XIV [Електронний ресурс]. – Режим доступу: zakon.rada.gov.ua.
3. Про затвердження Правил надання банками України інформації споживачу про умови кредитування та сукупну вартість кредиту: Положенням Національного банку України про кредитування від 12.11.2007 №168. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: zakon.rada.gov.ua.
4. Коцовська Р.Р. Банківські операції: Навч. посіб. / Р.Р. Коцовська, О.П. Павлишин, Л.М. Хміль. – К.: УБС НБУ, Знання, 2010. – 390 с.
5. Кількість активних кредитних карт знизилася в другому кварталі 2014 року на 9% [Електронний ресурс]. – Режим доступу: ua.prostobank.ua/kreditni_kartki/novini/kilkist_aktivnih_kreditnih_kart_znizilasya_v_drugomu_kvartali_2014_roku_na_9
6. Стойко О.Я. Банківські операції / О.Я. Стойко. – К.: Знання, 2002. – 355 с.

Галаган О.В.
Науковий керівник:
к.е.н., доцент ***Штулер І.Ю.***

ПРИНЦИПИ, ФУНКЦІЇ ТА МЕХАНІЗМИ ЛІЗИНГОВИХ ОПЕРАЦІЙ

У статті розглянуто основні принципи та функції лізингової діяльності. Проведено аналіз механізму дії лізингових відносин в економічній системі. Встановлено, що при створенні сприятливих умов для розвитку лізингу в Україні, він може позитивно вплинути на економіку держави, оскільки дозволяє фінансувати виробничий сектор економіки в кризових умовах.

Ключові слова: *лізинг, лізингова діяльність, функції лізингу, фінансовий лізинг, оперативний лізинг, лізингова угода.*

Галаган А.В.

ПРИНЦИПЫ, ФУНКЦИИ И МЕХАНИЗМЫ ЛИЗИНГОВЫХ ОПЕРАЦИЙ

В статье рассмотрены основные принципы и функции лизинговой деятельности. Проведен анализ механизма деятельности лизинговых отношений в экономической системе. Установлено, что при создании благоприятных условий для развития лизинга в Украине, он может позитивно повлиять на экономику государства, поскольку позволяет финансировать производственный сектор экономики в кризисных условиях.

Ключевые слова: *лизинг, лизинговая деятельность, функции лизинга, финансовый лизинг, оперативный лизинг, лизинговая сделка.*

Galagan A.V.

PRINCIPLES, FUNCTIONS AND MECHANISMS LEASING OPERATIONS

The article examines the basic principles and functions of leasing activity. Analyzed of the mechanism of leasing relations in the economic system. Established that creating an enabling environment for the development of leasing in Ukraine, it could have a positive impact on the economy of the state, because it allows you to finance the productive sector of the economy during the crisis.

Key words: *leasing, leasing function, financial leasing, operating leasing, leasing agreement.*

Постановка проблеми. Ринкові перетворення, що відбуваються в українській економіці, потребують вдосконалення існуючих та пошуку нових форм фінансування капітальних вкладень. Одним із фінансових інструментів для вітчизняної практики є лізинг. Він довів свою ефективність у відновлені та розвитку суб'єктів господарювання провідних країн. На даний час лізингова діяльність в Україні не набула значного розмаху. Стримує становлення ринку лізингових послуг ряд невирішених проблем. Серед них особливо важливе місце посідають питання теоретичного плану, що стосуються визначення сутності лізингу, його принципів та функцій, класифікації видів і форм.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. У сучасній економічній літературі дослідженню становлення та розвитку лізингових відносин присвячено праці багатьох вчених, серед яких М.М. Єрмошенко [7], С.А. Єрохін [6], А.П. Білоус [3], Є.В. Кабатов [8], С.В. Мочерний [12] та ін. Однак розробка ефективних заходів стимулювання лізингової діяльності вимагає подальшого поглиблення розробки її дослідження та доопрацювання теоретичних питань.

Невирішена раніше частина наукової проблеми полягає у коплексному дослідженні принципів, функцій та механізмів лізингових операцій як важливих складових при створенні сприятливих умов для розвитку лізингу в Україні

Метою дослідження є визначення основних принципів лізингової діяльності, дослідження функцій лізингу в економічній системі та механізмів його реалізації.

Основні результати дослідження. На прикладі країн із розвинутою ринковою економікою можна пересвідчитись, що в сучасних умовах стале економічне зростання вирішальним чином залежить від масштабів та якісного рівня інвестування технологічного розвитку країни. Спостерігається тісний взаємозв'язок між інвестиціями та

технічним розвитком. На думку багатьох економістів, ефект досягається лише за умови, коли інвестиції, їхня структура, відображають технологічну структуру економіки і забезпечують пріоритетний розвиток вищих технологічних укладів. Однією з форм позичкового інвестування, яка ефективно використовується у світі є лізинг [6]. За оцінками Всесвітнього Банку для оновлення основних засобів в Україні необхідно 106 млрд дол. 60 % із них можна профінансувати за допомогою цього фінансового інструменту.

У вітчизняній та зарубіжній науковій літературі відсутні єдині підходи до визначення як сутності та змісту лізингу, так і принципів та функцій лізингових відносин. Сутність означає основне, визначальне в змісті економічної системи (або її окремих підсистем, елементів), наявність в ній таких властивостей, рис, якостей, а також внутрішньо необхідних глибинних відносин, які зумовлюють інші властивості, якості, відносини тощо [12]. Зміст – це система зв'язків і відносин між елементами, яка поєднує їх у цілісність, із притаманними їй властивостями, особливостями, якісною визначеністю [17]. Досить поширеним є ототожнення лізингу з орендою чи кредитом [14, 7, 15, 13].

Для чіткого розуміння сутності, змісту та основних завдань лізингової діяльності необхідно дослідити принципи лізингових відносин. Основними з них є:

- платність. Лізингоодержувачу надається основний засіб у користування за певну плату;

- терміновість. Лізингодавець передає майно орендарю на визначений у договорі строк;

- окупність. Передбачено покриття усіх витрат лізингодавця на купівлю обладнання та передачу його в користування;

- прибутковість. Сторони лізингової угоди повинні отримати в результаті своєї діяльності прибуток;

- цільове призначення. Лізингове майно повинне використовуватися з виробничою метою;

- розмежування функцій власника і користувача об'єкта лізингу. Право власності передбачає володіння, користування, розпорядження майном. На протязі дії лізингової угоди лізингодавець зберігає право власності на майно, надане у лізинг. Лізингоодержувачу надається право на його використання у виробничому процесі та отримання прибутку.

- пріоритет лізингодержувача. Саме йому відводиться активна роль щодо ініціювання лізингових відносин, пошуку необхідного обладнання та його виробника, здійснення виробничого процесу, в результаті якого створюється додана вартість.

Лізинг у ролі соціально-економічного явища виконує в економіці ряд функцій. Основними виступають такі як:

- фінансова Фінансова функція проявляє себе через розстрочку платежу за лізингове майно та отримання довгострокового кредиту. Лізингоотримувач має змогу не відволікати значні кошти, сплачуючи одночасно повну вартість майна, а лише його частину і спрямовувати кошти на інші цілі.

- Інвестиційна. Інвестиційна функція виражається через спрямування тимчасово вільних фінансових ресурсів в інвестиції в основний капітал підприємств. Лізинг можна використати в умовах дефіциту коштів у суб'єктів господарювання як альтернативу традиційним каналам інвестування.

- Інноваційна. Інноваційна функція полягає у розширенні використання нових прогресивних та високоефективних основних засобів та технологій.

- Соціально-економічна. Соціально-економічна функція полягає у зміцненні фінансово-економічного становища. Розширення виробничо-господарської діяльності формує умови для створення додаткових робочих місць, підвищення життєвого рівня населення, підтримання соціальної інфраструктури. А це знижує соціальну напругу у суспільстві.

- Підприємницька. Підприємницька функція лізингу підтримує сприятливі умови для розвитку малого та середнього підприємництва. Лізинг, перетворюючи корис-

тувача майна у його власника, формує психологію підприємця, підвищує відповідальність та самостійність у прийнятті господарських рішень [7].

- Виробнича. Виробнича функція дозволяє лізингоодержувачу ефективно та оперативно вирішити питання матеріально-технічного забезпечення виробничого процесу через тимчасове використання майна, а не його купівлю (отримати і розпочати використання дорогого сучасного обладнання, випробувати його в експлуатації, запобігти моральному старінню, передбачити у договорі умови ремонтно-технічного обслуговування, страхування, викупу тощо). Лізингоодержувач в процесі використання лізингового майна виготовляє нову, високоякісну продукцію.

- Збутова. Функція збуту полягає для виробника (постачальника) у збільшенні реалізації продукції за рахунок розширення клієнтської бази. За допомогою лізингу залучаються суб'єкти господарювання, які раніше не могли собі дозволити купити дорогі основні засоби. Зміцнюються позиції на ринку продукції. Лізингоодержувач може сплатити лізингові платежі продукцією, виготовленою з допомогою взятого в лізинг обладнання.

- Стабілізаційна. Стабілізаційна функція проявляє себе на мікро та макро рівнях. Учасникам лізингової угоди надається можливість покращити своє фінансово-економічне становище шляхом раціонального, спланованого використання ресурсів та розширення виробничої (комерційної) діяльності. Це в свою чергу веде до покращення соціально-економічного клімату в державі.

Відповідно до Закону України "Про фінансовий лізинг" здійснювати лізингову діяльність можуть наступні суб'єкти:

- лізингодавець – юридична особа, яка передає право володіння та користування предметом лізингу лізингоодержувачу;

- лізингоодержувач – фізична або юридична особа, яка отримує право володіння та користування предметом лізингу від лізингодавця;

- продавець (постачальник) – фізична або юридична особа, в якої лізингодавець набуває матеріально благо, що в наступному буде передано як предмет лізингу лізингоодержувачу;

- інші юридичні або фізичні особи, які є сторонами багатостороннього договору лізингу [1].

Реалізація схеми лізингової угоди ускладнюється участю у ній інших юридичних і фізичних осіб, які здійснюють її обслуговування (фінансування, страхування, інформаційне обслуговування лізингової угоди тощо). Роль даних установ є другорядною. Головними (класичними) суб'єктами лізингових відносин прийнято вважати лізингодавця, лізингоодержувача та постачальника (виробника).

Отже, чинним Законом передбачено класичну трьохсторонню угоду лізингу (рис.1.) та багатосторонню угоду лізингу (рис.2.).

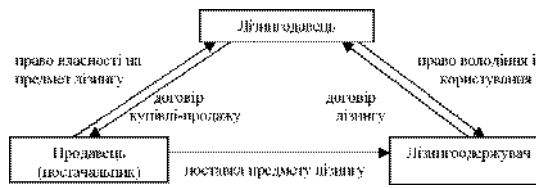

Рис. 1. Схема трьохсторонньої угоди лізингу [авторська розробка]

Тобто, розглядаються специфічні майнові відносини, які побудовані на відносинах купівлі-продажу та відносинах тимчасового володіння і користування майном. Причому встановлення відносин тимчасового володіння і користування відбувається тільки після виконання акту купівлі-продажу. Дані елементи у своєму поєднанні створюють єдиний комплекс відносин, ініціатором якого є лізингоодержувач. Він обирає потрібне майно, його виробника та звертається до лізингової компанії з пропозицією

укласти договір лізингу. Укладаючи угоду купівлі-продажу, лізингова компанія та постачальник (виробник) виступають в якості покупця та продавця. Другим елементом комплексу є надання покупцем майна у тимчасове використання.

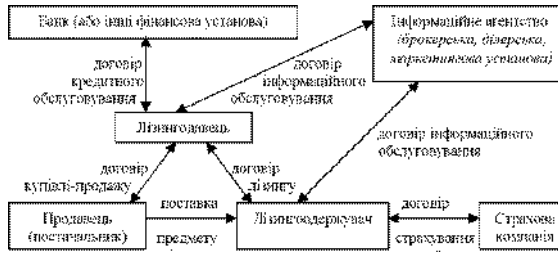

Рис. 2. Схема багатосторонньої лізингової угоди [авторська розробка]

Тобто, покупець виступає в ролі лізингодавця. Існує і зв'язок між продавцем обладнання та лізингоодержувачем. Постачальник, уклавши договір купівлі-продажу з лізингодавцем, як правило, передає лізингове майно безпосередньо лізингоотримувачу та несе перед ним відповідальність за його якість. Особливістю другого елементу є можливість передбачення опціону на купівлю лізингового майна. У цьому випадку відносини тимчасового використання можуть перетворитися на відносини купівлі-продажу [8, с. 20].

Основою, на якій будуються економічні відносини між лізингодавцем та лізингодержувачем, є лізингові платежі. У світі застосовують два підходи до визначення суми лізингових платежів, які полягають у наступному:

- сума лізингових платежів покриває витрати на купівлю предмета лізингу, а також інші можливі витрати лізингодавця (Австрія, Бельгія, Індонезія, Іспанія, Італія, Люксембург, Мексика, Німеччина, Нова Зеландія, Польща, Росія, Сингапур, Франція);

- розмір лізингових платежів не повинен бути меншим за величину, встановлену у відсотковому відношенні до первісної вартості основного засобу. В Австралії, Великобританії, Гонконзі, Ірландії, Канаді, Нідерландах, США, Україні, Японії використовується 90% відношення, що дістало назву "90%-й тест" [9, с. 20].

Інтегруючим фактором різних видів лізингових операцій є механізм їх здійснення. Під терміном "механізм" розуміють систему або спосіб, що визначає порядок певного виду діяльності, деяких ланок та елементів, що приводять у дію [5, с. 355]. Це внутрішня будова, система, сукупність станів і процесів, з яких складається звичайне явище [4]. Спільними рисами функціонування лізингового механізму є [3]:

1. Для оперативного лізингу:

а) лізингодавець, надаючи майно у лізинг, передбачає, що він не відшкодує всю або більшу частину понесених витрат протягом строку дії договору з одним лізингокористувачем;

б) лізинговий договір укладається на термін, який значно менший за строк нормативної експлуатації основного засобу (фізичного зносу) або нормативів амортизації;

в) лізингодавець, як правило, несе ризики щодо втрати або псування майна;

г) по закінченню угоди предмет лізингу повертається лізингодавцю, який може здати його знову або продати. Лізингоодержувач не має переважного права на отримання у лізинг чи купівлю цього майна;

д) лізингова угода може бути розірвана достроково із застосуванням незначних штрафів.

2. Для фінансового лізингу:

а) лізингоодержувач вибирає майно, що буде надаватися у лізинг, та його виробника. Лізингодавець купує обраний основний засіб та передає його у лізинг;

б) лізингодавець відшкодує всю або більшу частину понесених витрат протягом строку дії договору з одним лізингокористувачем;

в) лізинговий договір укладається на термін, який дорівнює або близький до строку нормативної експлуатації основного засобу (фізичного зносу) або нормативів амортизації;

г) ризики щодо втрати або псування майна, його експлуатації, фізичного та морального зносу несе лізингоотримувач;

д) лізингоотримувач, виконавши всі умови договору, стає власником предмету лізингу або має переважне право (опціон) на його купівлю.

е) розірвання лізингової угоди передбачає значні штрафні санкції, які включають несплачену частину основної суми та проценти, завдані збитки, а також можливі додаткові витрати.

Описані механізми лізингу є загальним. Вони не враховують національних особливостей. Зокрема, оперативний лізинг в Австрії та Італії – це лізинг з неповною окупністю. Фінансовий лізинг в Австрії, Бельгії, Німеччині – це лізинг з повною окупністю; Канаді та США – капітальний лізинг; Колумбії – закритий лізинг; Японії – неперервний лізинг з повною виплатою [9].

У світовій практиці головною умовою угоди оперативного лізингу є відповідність її основним вимогам щодо лізингу в цілому (з позиції оподаткування). Проте існує цілий ряд законодавчо визначених критеріїв: термін договору, розміри лізингових платежів, наявність опціону, вартість та мета використання майна, що надається у лізинг тощо [9; 10].

У порівнянні з оперативним фінансовий лізинг має більше видів. Відмінною його рисою є можливість переходу права власності від лізингодавця до лізингоодержувача за умови виконання взятих на себе договірних зобов'язань. Національні вимоги до фінансового лізингу можуть стосуватися таких його ознак, як: вид, особливості та мета використання об'єкта лізингу; термін дії договору та умови його розірвання; лізингові платежі; наявність опціону тощо. Предметом фінансового лізингу виступає, переважно, основний засіб, який використовується з підприємницькою метою. Хоча в ряді країн (Бельгія, Колумбія, Люксембург, Греція, Південна Корея) ним також може бути й рухоме майно [9, с. 13].

Законодавче регулювання мінімального строку угоди фінансового лізингу відбувається на основі загальних норм права (у США) або спеціального законодавства (у Бельгії, Франції, Південній Кореї та ін.). Воно встановлює, що даний термін повинен дорівнювати або бути близьким до нормативного, економічного або корисного терміну експлуатації основного засобу і визначається:

- кількістю років (Бразилія, Греція, Іспанія, Нова Зеландія, Туреччина, Угорщина);
- у відсотковому відношенні до нормативного чи економічного терміну використання основного засобу (Австралія, Австрія, Великобританія, Г онконг, Італія, Канада, Люксембург, Нідерланди, Німеччина, Польща, США, Таїланд, Чехія, Японія);
- обмеженим економічним строком експлуатації майна (Південна Корея, Японія) [9, с. 19; 3].

Висновки. Лізинг є новим явищем на українському ринку, хоча у світовій практиці вже сформовані дієві механізми лізингових операцій. Стримує процес збільшення обсягів лізингової діяльності в Україні недосконалість та суперечливість вітчизняного законодавства. Для покращення ситуації необхідне подальше дослідження сутності лізингу, його принципів, функцій та механізмів здійснення. Це дасть можливість розробити дієві заходи по стимулюванню розвитку ринку лізингових послуг.

Список використаних джерел

1. Про фінансовий лізинг: Закон України від 16.12.97 № 723/97-ВР // www.rada.gov.ua.

2. Антикризисный менеджмент / Под ред. А.Г. Грязновой. – М.: Тандем, 1999. – 624 с.

3. Белоус А.П. Лизинг: мировой опыт урок для России. – М.: ООД ИМ ЭМО ВАН, 2000. – 170 с.

4. Великий тлумачний словник сучасної української мови. – К.: Ірпінь, ВТФ "Перун", 2001. – 1440 с.

5. Економічна енциклопедія: У трьох томах. Т.2 / Редкол.: С.В. Мочерний (відп. ред.) та ін. – К.: Видавничий центр "Академія", 2001. – 848 с.

6. Єрохін С.А. Трансформаційний процес та його структуризація// Актуальні проблеми економіки. – 2005. – №2 (44). – С. 22-28.

7. Єрмошенко М.М., Стороженко О.А. Комерційна діяльність малих підприємств: навч. Посібник / Національна академія управління. – К.: Національна академія управління, 2003. – 146 с.

8. Кабатова Е.В. Лізинг: правовое регулирование, практика. – М.: Инфра-М. – 1998. – 204 с.

9. Лещенко М.И., Бочков В.Е., Демин Ю.Н., Кацыв Д.И. Международная практика лизинга: учебное пособие / Под ред. М.И.Лещенко. – М.: МГИУ, 2002. – 341 с.

10. Лещенко М.И. Основы лизинга. Учебное пособие. – М.: Финансы и статистика, 2000. – 336 с.

11. Малій О.Г. Технічне забезпечення сільськогосподарського виробництва в умовах економічної кризи / Проблеми економіки агропромислового комплексу і формування його кадрового потенціалу. – К.: ІАЕ, 2000. – 676 с.

12. Мочерний С.В. Методологія економічного дослідження. – Львів: Світ, 2001. – 416 с.

13. Малышенко К. Проблемы эффективности лизинга в Украине // Хозяйственное право. – 1998. – № 5. – С. 21-22.

14. Смирнов Л.А.Лизинговые операции. – М.: АО"Консалтбанкир", 1995. – 174 с.

15. Талье И.К., Абазина А.М., Братникова Л.Н. Аренда и лизинг: Определение. Общие понятия. – М.: Филинга, 1997. – 176 с.

16. Финансово-кредитный энциклопедический словарь. – М.: Финансы и статистика, 2002. – 854 с.

17. Філософія. Навчальний посібник / За заг. ред. Ю.В.Осічнюка. – К.: Атака, 2003. – 464 с.

18. The World Bank Atlas – Washington: The World Bank, 1997. // bal.znaimo.com.ua/docs/20343/

Давидюк Б.Д.
Науковий керівник:
к.е.н., доцент ***Штулер І.Ю.***

АНАЛІТИЧНА ОЦІНКА РИНКУ ПЛАТІЖНИХ КАРТОК ВІТЧИЗНЯНИХ БАНКІВ

У статті комплексно досліджено стан вітчизняного ринку платіжних карток. Особливу увагу приділено аналізу даних про кількість клієнтів, платіжних карток та пристроїв в Україні протягом 2009-2014 років. Також подано оцінку кількості платіжних карток та інфраструктури їх обслуговування в регіональному розрізі. Досліджено основні проблеми використання платіжних карток та запропоновано заходи щодо їх вирішення.

Ключові слова: *платіжні картки, ринок платіжних карток, банк, платіжна система, клієнти.*

Давидюк Б.Д

АНАЛИТИЧЕСКАЯ ОЦЕНКА РЫНКА ПЛАТЕЖНЫХ КАРТ ОТЕЧЕСТВЕННЫХ БАНКОВ

В статье комплексно исследовано состояние отечественного рынка платежных карт. Особое внимание уделено анализу данных о количестве клиентов, платежных карт и устройств в Украине в течение 2009-2014 годов. Также дана оценка количества платежных карт в региональном разрезе. Исследованы основные проблемы использования платежных карт и предложены меры по их решению.

Ключевые слова: *платежные карточки, рынок платежных карточек, банк, платежная система, клиенты.*

Davydyuk B.D

ANALYTICAL ASSESSMENT OF THE MARKET OF PAYMENT CARDS OF DOMESTIC BANKS

The article proposes complex investigation of the state of the national payment cards market. Particular attention is paid to the analysis of the number of payment cards and devices in Ukraine during the period since 2009 till 2014. Also the article evaluates the number of payment cards and their infrastructure services in the regional aspect. In the article are investigated the basic problems of the use of payment cards and are proposed the measures to their solution.

Key words: *credit cards, payment cards market, bank, payment system, clients.*

Постановка проблеми. У зв'язку із тим, що випуск в обіг готівки та розрахунок нею дуже дорого обходяться фінансовим установам та банкам, актуальності набуває проблема створення ефективної автоматизованої системи безготівкових розрахунків на базі пластикових карток.

На сьогодні ринок платіжних карток відіграє неабияку роль в розвитку економіки, зокрема, сприяє зменшенню частки тіньового сектору економіки, скороченню витрат на обслуговування готівкового обігу, розвиткові сучасних електронних технологій і підвищенню активності населення як учасника банківської системи країни

Цей ринок є елементом функціонування платіжної системи країни і, переважною мірою, обслуговує потреби населення щодо забезпечення безготівкових роздрібних розрахунків за придбані товари та одержані послуги.

Український ринок банківських платіжних карток характеризується функціонуванням міжнародних і внутрішньодержавних платіжних систем, значним обсягом емісії банківських платіжних карток та достатньо розвиненою платіжною інфраструктурою, що обслуговує карткові операції.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Теоретичні, методичні, економіко-організаційні питання формування і розвитку ринку платіжних карток вітчизняних банків досліджувалися у працях провідних науковців: Р.О. Капралов [4], Н.І. Корецька [5], В.І. Успаленко [9] та інших.

Але не дивлячись на це, на сьогодні залишається безліч питань стосовно аналітичної оцінки ринку платіжних карток вітчизняних банків, які потребують більш детального дослідження.

Мета дослідження. Основною метою статті є аналітична оцінка ринку платіжних карток вітчизняних банків, дослідження найважливіших проблем використання платіжних карток та розроблення шляхів їх вирішення.

Основні результати дослідження. Загальні тенденції розвитку карткового ринку України в цілому є позитивними. Зокрема, спостерігається стійке зростання обсягів безготівкових платежів із використанням карток і знятих із карткових рахунків готівкових коштів, збільшується кількість активних (діючих) карток і термінального обладнання. Дедалі більше банків стають учасниками карткових програм, нарощують обсяги діючих карток.

На сьогодні в Україні основний приріст карток відбувається завдяки зарплатним проектам. Оскільки міжнародні картки потребують негайних і доволі значних інвестицій, банкам економічно вигідніше втілювати зарплатні проекти з використанням локальних карток, призначених для видачі готівки співробітникам підприємств та організацій через банкомати й оплату покупок у місцевих закладах та організаціях через банкомати.

Можемо з впевненістю сказати, що ринок платіжних карт в Україні активно розвивався протягом останнього десятиліття. Разом з розвитком банківської системи, зростанням доходів населення й поширенням міжнародних платіжних систем на українському ринку значно збільшилася кількість держателів карт і банків-членів роздрібних платіжних систем.

Згідно з даними НБУ, за станом на 01.01.2014 в Україні функціонує 143 банки, що є членами платіжних систем (79,4% від загальної кількості банків в Україні), 49 719 тис. осіб є держателями платіжних карток, в обігу – 69 726 тис. платіжних карток, термін дії яких не закінчився, працюють 40 350 банкоматів і 221 222 термінали, з яких 192 331 торговельний термінал і 28 891 – банківський [10, с. 35-36] (табл. 1).

Таблиця 1

Загальні дані про кількість клієнтів, платіжних карток і платіжних пристроїв в Україні за 2008-2013 роки *[10, с. 35-36]*

Дані за станом на:	Держателі платіжних карток (тис. осіб)	Платіжні картки в обігу (тис. шт)	Платіжні картки активні (тис. шт)	Банкомати (шт)	Термінали (шт)
01.01.2009	37 232	45 346	38 576	27 965	116 748
01.01.2010	39395	44469	29104	28938	103063
01.01.2011	39 942	46 375	29 405	30 163	108 140
01.01.2012	35179	57893	34850	32997	123540
01.01.2013	44339	69 826	33 106	36 152	162 724
01.01.2014	49719	69 826	35622	40350	221222

На основі таблиці 2 нами було виявлено, що найбільша кількість платіжних карток емітована в м. Києві, Дніпропетровській та Донецькій області – 11,6, 7,7 та 6,4 млн. штук відповідно. Найменша кількість у м. Севастополі та Чернівецькій області – всього 652 і 813 тис. штук відповідно. Дніпропетровська та Донецька області, м. Київ також є лідируючими по кількості банкоматів, платіжних терміналів та кількості платіжних карток в обігу [8, с. 2].

З аналізованих даних можна виявити, що ринок платіжних карток якісно розвивається у центральній та східній Україні, складна ситуація складається на західній Україні. Утім, показник щільності банкоматних мереж без прив'язки до загальної кількості емітованих карток дає лише загальне уявлення про рівень розвитку інфраструктури видачі готівки в країні.

Таблиця 2

Дані в регіональному розрізі щодо кількості платіжних карток та інфраструктури їх обслуговування за станом на 01.01.2014 *[8]*

Назва області	Кількість (штук, одиниць)						
	платіжних карток (в обігу)	платіжних карток (активні)	банкоматів	платіжних терміналів			підприємств торгівлі та сфери послуг
				загальна	торговельних	банківських	
Автономна Республіка Крим	2339 319	1258 162	1 832	10 453	9 156	1 297	6 225
Вінницька	1940 158	966 965	1 179	4 394	3 662	732	2 436
Волинська	1179 300	613 734	785	3 853	3 375	478	2 170
Дніпропетровська	7669 801	3 607 451	3 713	21 296	18 931	2 365	11 532
Донецька	6427 308	3 428 109	4 039	19 243	16 872	2 371	10 424
Житомирська	1601 002	832 868	943	4 109	3 520	589	2 208
Закарпатська	1067 229	556 985	757	3 206	2 606	600	1 819
Запорізька	2844 631	1 445 460	1 653	9 134	7 844	1 290	5 160
Івано-Франківська	1591 366	825 816	885	4 326	3 692	634	2 724
Київська	1793 767	974 307	706	4 971	4 164	807	2 909
Кіровоградська	1274 654	666 337	813	3 763	3 199	564	2 335
Луганська	2984 331	1 623 502	1 760	8 117	6 938	1 179	4 157
Львівська	3024 465	1 642 365	1 902	9 544	8 260	1 284	4 957
Миколаївська	1539 897	855 819	1 124	5 058	4 245	813	2 949
Одеська	3147 820	1 704 809	2 095	12 703	10 649	2 054	7 570
Полтавська	2183 739	1 171 012	1 461	7 404	6 187	1 217	4 030
Рівненська	1176 742	613 787	816	3 228	2 763	465	1 804
Сумська	1670 425	872 292	999	4 210	3 562	648	2 707
Тернопільська	1218 005	586 921	776	2 636	2 150	486	1 515
Харківська	3789 566	2 032 455	2 293	13 821	12 033	1 788	6 458
Херсонська	1427 435	751 962	904	4 711	3 993	718	2 594
Хмельницька	1766 249	929 490	984	4 309	3 682	627	2 572
Черкаська	1745 988	932 297	985	4 587	3 881	706	2 540
Чернівецька	813 950	432 468	594	2 732	2 275	457	1 408
Чернігівська	1312 154	652 858	766	3 907	3 188	719	2 126
Київ	11544956	5 258 466	5 034	41 590	37 890	3 700	22 333
Севастополь	651 884	385 039	552	3 917	3 614	303	2 641
Усього	**69726141**	**35 621 736**	**40350**	**221 222**	**192 331**	**28 891**	**122 303**

На сьогодні, банки дещо зменшили кількість карток в обігу, з 69,8 до 69,7 млн. штук. З таблиці 3 видно, що безперечним лідером за цим показником сьогодні є Приватбанк, який на вказану дату обслуговував понад 30 млн од. карток. Другим у цьому сегменті ринку зі значним відставанням від лідера є державний "Ощадбанк". В його активі 11,4 млн карток в обороті. Третій – "Райфайзен банк Аваль" з іще скромнішими 4 млн карток. Частка інших банків на ринку практично непомітна. В 2013 році найближчі конкуренти "Приватбанка" всі до одного нарощували свою присутність на цьому ринку і найпомітніших результатів досягли "Сбербанк Росії", "УкрСибБанк" та "Дельта банк", які наростили свої портфелі платіжних карток в обігу на 127,5, 58,7 та 7,3 відсотка відповідно. В цілому, в десятці найбільших банків-емітентів свої карткові активи наростили всі установи окрім лідера, у якого вони зменшились на 13,5%, з 35,8 до 31,0 млн шт. [8, с. 3].

Таким чином, як видно з рис. 1, станом на 1 січня 2014 року "Приватбанку" належить 44,4% ринку банківських карток в обігу, "Ощадбанку" – 16,3%, "Райффайзен Банку Аваль" – 5,8%, "Дельта Банку" – 3,1%, "Укрсиббанку" – 2,7%. Ще 27,7% цього ринку розділили між собою решта 138 фінансових установ.

Таблиця 3

Динаміка обсягу ринку платіжних карток в обігу у 2013 р. *[8]*

№ п.п.	Назва банку	01.01.2014 (штук)	01.01.2013 (штук)	Приріст (%)
1	Приватбанк	30 984 188	35 836 092	-13,5
2	Ощадбанк	11 375 320	10 181 427	11,7
3	Райффайзен Банк Аваль	4 075 101	4 043 138	0,8
4	Дельта Банк	2 149 522	1 458 875	47,3
5	УкрСиббанк	1 861 297	1 172 592	58,7
6	Укрсоцбанк	1 527 707	1 440 069	6,1
7	ПУМБ	1 390 450	1 242 043	11,9
8	Сбербанк Росії	1 177 669	517 556	127,5
9	Руский стандарт	1 131 126	899 923	25,7
10	Надра	870 852	846 286	2,9
11	Решта банків	13 182 909	12 187 837	8,2
12	Всі банки	69 726 141	69 825 838	-0,1

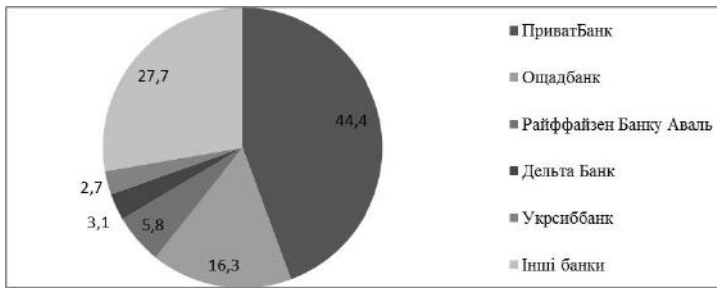

Рис. 1. Частка банків на ринку платіжних карток в обороті (станом на 1.01.2014 р.) [5, с. 219]

За таким більш якісним показником як кількість активних платіжних карток лідерство "Приватбанка" ще значущіше. Дані рис. 2. свідчать, що йому належить більше половини цього ринку, в той час як найближчим його конкурентам – "Райффайзен банку Аваль", "Ощадбанку", "Укрсибанку" та "Укрсоцбанку" – лише 8,4%, 6,6%, 3,2% та 2,5% відповідно.

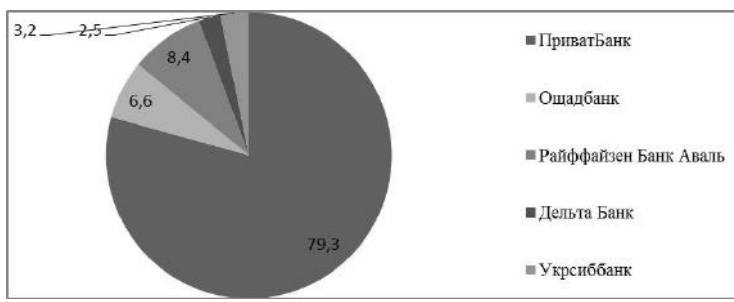

Рис. 2. Частка банків на ринку активних платіжних карток (станом на 1.01.2014 р.) [3, с. 3]

Лідируючі позиції "Приватбанку" на ринку платіжних карточок багато в чому можна пояснити добре розвинутою ним інфраструктурою їх обслуговування.

Як ми дослідили раніше, найпопулярнішою операцією з банківською платіжною карткою в Україні є зняття готівки і на рис. 3 видно, що досліджуваному нами банку належить майже кожен другий банкомат в Україні. Далеко позаду лідера знаходяться "Райффайзен банк Аваль", якому належить 8,6% цих пристроїв, "Ощадбанк", у якого їх 4,8%, "Укрсоцбанк" та "Укрсиббанки", які володіють часткою в 3,8 та 3,4% відповідно.

Висновки. В результаті дослідження, можемо сказати, що протягом останніх десяти років в Україні спостерігається стала тенденція до щорічного збільшення вітчизняними банками емісії платіжних карток. Однак, на сьогоднішній день, ринок платіжних карток має ряд проблем: поширення використання платіжних карток як засобу безготівкових розрахунків серед населення, відставання України від карткових ринків європейських країн та поширення використання платіжних карток серед підприємств та організацій.

Для подальшого розвитку ринку платіжних карток та підвищення ефективності його функціонування вдосконалення потребують такі заходи: 1) законодавчо визначити зобов'язання підприємств послуг і торгівлі приймати оплату за товари й послуги з використанням платіжних карток; 2) визначити відповідні категорії торговельних підприємств і критерії, відповідно до яких ці підприємства сфери торгівлі та послуг мають право приймати платежі готівкою; 3) відкоригувати правила використання касових апаратів при здійсненні платежів з використанням платіжних карток за межами роздрібної мережі, оскільки нині ця норма гальмує застосування корпоративних платіжних карток; 4) забезпечити технологічну адекватність обладнання завданням масового використання платіжних карток; 5) відповідні стандарти та технології повинні стати національними стандартами, широко використовуватись торгівлею та банками; 6) встановити обов'язкові кількісні вимоги щодо інфраструктури кредитних організацій; 7) стимулювати кредитні організації до новаторства в області розвитку та вдосконалення безготівкових розрахунків шляхом використання платіжних карток; 8) з боку держави необхідно приділяти пильну увагу заміні готівкових коштів інструментами безготівкового обігу. На нашу думку, лише комплексне використання запропонованих рекомендацій дозволить удосконалити ринок платіжних карток та підвищити ефективність його функціонування.

Список використаних джерел

1. Про платіжні системи та переказ коштів в Україні: Закон України від 5.04.2001 №29 із змінами та доповненнями [Електронний ресурс]. – Режим доступу: zakon3.rada.gov.ua.

2. Про затвердження Положення про порядок емісії платіжних карток і здійснення операцій з їх застосуванням: Постанова НБУ від 27.08.2001 №367 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: search.ligazakon.ua.

3. Загальні показники розвитку ринку платіжних карток в Україні // [Електронний ресурс]. – Режим доступу: www.bank.gov.ua/control/uk/publish/category?cat_id=79219

4. Капралов Р. О. Вплив макросередовища на функціонування ринку банківських платіжних карток в Україні / Р. О. Капралов // Бізнес інформ. – 2013. – № 8. – С. 317-324.

5. Корецька Н. І. Оцінка вітчизняного ринку платіжних карток / Н. І. Корецька // Збірник наукових праць. Луцький національний технічний університет. – 2011. – Випуск 8(31). Частина 1. – С. 218?224.

6. Кравчук В., Прем'єрова О. Ринок карткових платежів України: Міжнародний досвід та національне регулювання / В. Кравчук, О. Прем'єрова // Аналітичний звіт. – К.: АДЕФ-Україна, 2012. – 60 с.

7. Офіційний сайт Національного банку України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: www.bank.gov.ua.

8. Офіційний сайт Державної служби статистики України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: ukrstat.org/uk/operativ.

9. Успаленко В.І. Аналіз стану та розвиток ринку платіжних карток / В.І. Успаленко // Економіка та управління підприємствами машинобудівної галузі: проблеми теорії та практики. – 2012. – №2(18). – С. 34-42.

10. Харченко В.І. Статистичний аналіз ринку банківських платіжних карток в Україні у контексті країн із розвинутими картковими ринками / В.І. Харченко, Р.О. Капралов // Вісник НБУ. – №.4. – С. 44-52.

Демчук О.О.

Науковий керівник:
д.е.н., професор ***Єрохін С.А.***

РИНОК НЕРУХОМОСТІ УКРАЇНИ В СУЧАСНИХ УМОВАХ

У статті розглянуто розвиток та формування ринку нерухомості в Україні в сучасних умовах. Проаналізовано проблеми, які стримують розвиток ринку нерухомості України. Запропоновані шляхи покращення оцінки інвестиційної привабливості окремих ринкових сегментів об'єктів нерухомості.

Ключові слова: *ринок нерухомості, нерухомість, ринкова вартість, кредитування, житлова нерухомість.*

Демчук О.О.

РЫНОК НЕДВИЖИМОСТИ УКРАИНЫ В СОВРЕМЕННЫХ УСЛОВИЯХ

В статье рассмотрено развитие и формирование рынка недвижимости в Украине в современных условиях. Проанализировано проблемы, которые сдерживают развитие рынка недвижимости Украины. Предложены пути улучшения подходов к оценке инвестиционной привлекательности отдельных рыночных сегментов объектов недвижимости.

Ключевые слова: *рынок недвижимости, недвижимость, рыночная стоимость, кредитование, жилая недвижимость.*

Demchuk O.O.

THE REAL ESTATE MARKET OF UKRAINE IN MODERN CONDITIONS

The article deals with the development and the formation of the real estate market in Ukraine today. Problems that inhibit development of the national real estate market are analysed. Ways of improving the approaches to assessing the investment attractiveness of the individual market segments and real estate are provided.

Key words: *real estate market, real estate, market value, loans, residential real estate.*

Постановка проблеми. Ринок нерухомості займає значну частину національної економіки, відіграє велику роль у ВВП, тісно пов'язаний з іншими елементами ринкової системи, його присутність одночасно відображається у ринку споживчих товарів першої необхідності (житлова нерухомість) та ринку інвестиційних товарів (земельна, комерційна та промислова нерухомість). Темпи розвитку та стан ринку нерухомості займають значну частину у розвитку господарства країни. Тому і виникає необхідність глибше вивчати теорію ринку нерухомості та його суб'єкти, об'єкти, основні риси і, звичайно ж, результати їх вираження у господарській практиці.

На даний час виникає ряд труднощів економічного та законодавчо-нормативного характеру процесів інституціоналізації ринку, які вимагають дослідження та розробки концептуальних підходів для їх вдосконалення.

Досліджуючи дану проблему, потрібно враховувати ряд чинників, основними з яких є:

- будівництво нового та реконструкція старого житла;
- джерела фінансування.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Дослідженням умов, факторів, складових, підходів щодо формування та розвитку ринку нерухомості займається багато

вітчизняних і зарубіжних вчених. Серед них А. Асаул [1], Т.В. Балик [2], А. Бойко [4], В. Григорьев [7], І. Балабанов [3], В. Горемикін [9], І. Геллер [8], О. Євтух [11], І. Зотов [13], С. Кручок [16], В.О. Воронін, Е.В. Лянце, М.М. Мамчин [6], та інші. Основна увага цих учених була приділена вивченню та аналізу ринку нерухомості, чинникам розвитку різних видів підприємницької діяльності на ньому.

Мета дослідження. Метою дослідження є виявлення комплексу проблем, що стримують розвиток ринкових відносин у сфері нерухомості, та визначення шляхів їх вирішення. Визначення структури ринку житла, його особливостей, а також узагальнення основних теоретичних та практичних аспектів функціонування ринку нерухомості України на сучасному етапі розвитку.

Основні результати дослідження. Найвлучніші визначення ринку нерухомості, з нашої точки зору, дали американські вчені Дж. Фрідман та Н. Ордуей. На їхню думку, ринок нерухомості – це певний набір механізмів, за допомогою яких передаються права на власність та пов'язані з нею інтереси. Ринок нерухомості – це також взаємозв'язок суб'єктів ринку на основі принципів, методів та процедур [23, с. 205].

Особливе місце на ринку нерухомості займає підприємницька діяльність, яка тісно пов'язана з розвитком та освоєнням земельних ділянок, територій, споруд та інших об'єктів нерухомості. Велику роль починає відігравати вивчення проблем розвитку об'єктів нерухомості, складових їх механізму. Бо значні обороти коштів і величезні ризики, що супроводжують операції з нерухомим майном, викликають необхідність у систематичному, комплексному й активному вивченні процесів, що відбуваються на даному ринковому сегменті.

Структура ринку нерухомості складається з таких основних секторів:

- товар у вигляді конкретних об'єктів нерухомості;
- будівництво, реконструкція;
- послуги: посередництво, оцінка, маркетинг.

З точки зору підприємницької й комерційної діяльності ринок нерухомості (рис. 1) має свої переваги та недоліки.

Ринок нерухомості	
Переваги	Недоліки
➢ Отримання більшого прибутку, ніж на інших ринках ➢ Достатня стійкість споживчого попиту ➢ Незначний вплив на розвиток коливань економічного попиту ➢ Наявність захисту від різкої зміни ринкової кон'юнктури	➢ Відсутність законодавчої бази з публікації інформації порівняно з іншими ринками ➢ Незначна відкритість інформації порівняно з іншими ринками ➢ Значні трансакційні витрати ➢ Жорстка залежність від зовнішніх умов регулювання, споживчого попиту

Рис. 1. Переваги й недоліки ринку нерухомості в Україні [17, с. 12]

Ринок нерухомості має численні особливості (рис. 2), які дають підставу характеризувати його як складову частину ринкового простору.

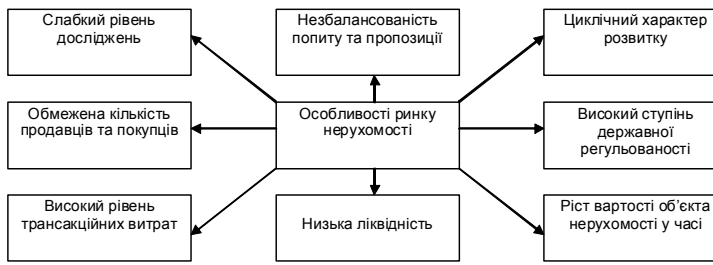

Рис. 2. Ринок нерухомості як специфічний сектор економіки [19, с. 17]

Аналізуючи, потрібно також врахувати класифікацію ринку нерухомості, за видами об'єктів нерухомості, таких як: ринок землі та природних ресурсів; комерційної нерухомості (будівлі та споруди невиробничого призначення); промислової нерухомості (виробничі будівлі); житла. Види поділяються на первинні та вторинні. Первинний – це будівництво та продаж нових будівель. Вторинний – операції, пов'язані з купівлею-продажем наявних житлових будівель. Кожний із ринків має свої суб'єкти, об'єкти, навколишнє середовище, організаційну структуру, джерела фінансування, які відображають ступінь соціально-економічного розвитку. В Україні найбільш розвинутими є ринки земельних ділянок, житлової та комерційної нерухомості.

В Україні відбувається активне формування та розвиток ринку нерухомості, який є важливою складовою національної економіки, але попередній 2014 р. завдав чимало випробувань ринку нерухомості України. Було безліч законодавчих реформ, які проведені не успішно. Нестабільність економіки України вплинула на рішення закордонних інвесторів, значна частина їх покинула ринок нерухомості України, що негативно позначилось у фінансуванні будівельних проектів, і в цьому ми переконуємось, розглянувши рис. 3, на якому бачимо динаміку зміни обсягу інвестицій в нерухомість України. Обсяг інвестицій у 2013 р. в порівнянні до 2012 р. зменшився на 330 млн. $ (а це більше 80%), а у 2014 р. ще на 20 млн. $., що є наслідком нестабільної ситуації на сході країни, політичної ситуації та істотного зростання курсу долара по відношенню до гривні [18].

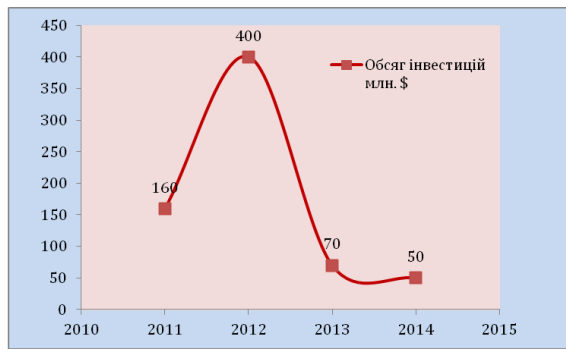

Рис. 3. Обсяг інвестиційних угод в Україні (млн. $) [18]

Через значне зменшення інвестицій у ринок нерухомості України, погіршились й інші основні макроекономічні показники, які відображаються у базових статистичних даних і в цьому можна переконатись, аналізуючи обсяги виконаних будівельних робіт в Україні, які у 2014 р. склали 51108,7 млн. грн., що на 12,8% менше, ніж за попередній 2013 р., коли обсяги досягали 58586,2 млн. грн. (рис. 4) [14].

Змін зазнав й індекс будівельної продукції, який в 2014 р. у порівняні з 2013 р., становив 80,4%. (Рис. 5).

Подальше зменшення індексу будівельної продукції та обсягів виконаних будівельних робіт загрожує скороченням обсягів виробництва товарів то надання послуг господарчими суб'єктами, які тісно пов'язані галузевими зв'язками з будівництвом, ростом рівня безробіття та неповної зайнятості, зменшенням надходжень до місцевих бюджетів та збільшенням числа довгобудів. І ситуація не зміниться,поки спостерігаються загрозливі для економічної безпеки явища на ринку нерухомості, пов'язані з корупційними схемами, підвищеною спекулятивною активністю та створенням тіньових "пірамід" на ринку житла [14].

Рис. 4. Обсяг виконаних будівельних робіт, всього по Україні [14]

Рис. 5. Індекс будівельної продукції, всього по Україні [14]

Негативними причинами цьому є:

- корупційні дії чиновників, що спричиняють штучне підвищення чи підтримання необґрунтовано завищених цін на житло;
- недостатню ефективність діяльності органів державної влади щодо унеможливлення створення фінансових "пірамід" на ринку нерухомості;
- соціально-політична нестабільність в країні, яка несе в собі певні ризики для галузі, пов'язані з державним бюджетом, інфляційними процесами, нестабільністю валютних курсів, що призведе до збільшення вартості будівельних матеріалів;
- кредитування не лише потенційних покупців житла, але й будівельних організацій, за якого самі банки вкладають кошти у великі інвестиційні проекти з огляду на їх високу дохідність, що робить для банків невигідним і навіть ризиковим здешевлення житла чи навіть припинення тенденції до його подорожчання;
- дефіцит обігових коштів, необхідних для добудови існуючих та реалізації нових проектів;
- створення ажіотажного попиту на житло (що пов'язано з: "роздмухуванням" проблеми майбутнього подорожчання житла у ЗМІ [20, с. 197].

Негативними наслідками є:

1) значне завищення цін на нерухомість порівняно з іншими країнами;

2) дестабілізація фінансового сектору;

3) збільшення потреби у зовнішніх запозиченнях, тому що є перевищення обсягів кредитування акумульованих на депозитних рахунках заощаджень;

4) перерозподіл коштів на користь власників нерухомості, що тягне за собою майнове розшарування та посилення соціальної напруженості [24, с. 123].

Щоб ситуація на ринку нерухомості змінилась у кращу сторону потрібно здійснити ряд заходів:

- організувати прозорі тендери щодо будівництва житла за соціальними проектами;
- заборонити продаж житла, якщо його готовність не досягла 70-90%, щоб зменшити ризики;
- створити фонд гарантування та резервування внесків при інвестуванні будівництва житла, з метою правового захисту інвесторів;
- запровадити суворий банківський нагляд та регулювання діяльності фінансово-кредитних установ;
- попередити утворення спекулятивних цінових бульбашок на ринку нерухомості через контроль над цінами;
- обмежити кредитування в іноземній валюті на придбання житла, у зв'язку із значною нестабільністю курсів;
- на законодавчому рівні, вирішити питання із незаконною забудовою міст;
- переглянути ставку оподаткування на нерухомість [12, с. 93]

Висновки. Ринок нерухомості буде завжди, але розвиток його найближчим часом не передбачується, поки не стабілізується політична та економічна ситуація в країні, яка має великий вплив на інвестиції. Україні, де війна, корупція та відсутність економічних реформ – індекс інвестиційної привабливості на низькому рівні. Великий вплив мають проблеми організаційно-економічного, фінансово-економічного, інвестиційного, податкового, нормативно-правового характеру. Особливою проблемою є збільшення фіскального навантаження, податкове навантаження потрібно зменшити. Держава має підтримати верстви населення, які самостійно не можуть вирішити житлове питання, а за статистикою в Україні таких 30%, потрібні державні програми, а для цього має бути сформована система управління нерухомістю, яка дозволить розв'язати нагальні державні соціально-економічні проблеми. З метою розвитку ринку нерухомості потрібно удосконалити значну кількість законодавчих та нормативних документів, щоб привабити усіх учасників ринку.

Отже, аналізуючи вищевикладений матеріал, можна зробити висновок, що ринок нерухомості є невід'ємною частиною національної економіки, без якої не можливе функціонування ринку взагалі. Його формування в Україні має характерні ознаки нерівномірності розвитку його сегментів, недосконалості законодавчої бази, низької платоспроможності громадян, для того, щоб це виправити спочатку потрібно вирішити проблеми на державному рівні, впровадивши стандарти об'єктів нерухомості, створити єдиний інформаційний простір та забезпечити законодавче врегулювання його діяльності.

Список використаних джерел

1. Асаул А.Н., Шкрабак В.С., Шкрабак В.В. Экономика недвижимости. – СПб.: Изд-во СПб ГАУ, 2002. – 288 с.

2. Балик Т.В. Організаційно-економічний механізм розвитку містобудівних процесів в регіонах: Дис.. канд..екон. наук: 08.01.05 / НАН України; Інститут регіональних досліджень. – Львів, 2008. – 243 с.

3. Балабанов И.Т. Экономика недвижимости. – СПб.: Питер, 2008. – 208 с.

4. Бойко А.А. Организация управления деятельностью субъектов рынка недвижимости: Дис. канд.екон. наук: 08.06.02 / Харьковский національній ун-т радиоэлектроники. – Х., 2001. – 175 с.

5. Верхоглядова Н.І., Щеглова О.Ю.. Сутність і місце нерухомості в системі ринкових відносин // Механізм регулювання економіки. – 2011. – № 3. – С. 205

6. Воронін В. О., Лянце Е. В., Мамчин М. М. Дослідження ринку нерухомості. Проблеми, тенденції, прогнозування. [Електронний ресурс] – Режим доступу: http://ena.lp.edu.ua

7. Григорьев В. Управление муниципальной недвижимостью. Учебно-практическое пособие. – М.: Дело, 2001. – 704 с.

8. Геллер І.М. Методологія та практика побудови статистики обсягів вторинного ринку нерухомості в Україні // Статистика України. – 2010. – №1. – С. 20-23
9. Горемыкин В. Экономика недвижимости. Учебник (2-е изд.). – М.: Маркетинг, 2008. – 804 с.
10. Економічна енциклопедія: у трьох томах. Т.3. / С. В. Мочерний (відп. ред.) та ін. – К.: Видавничий центр "Академія", 2002. – 952 с.
11. Євтух О.Т. Іпотека як інструмент подолання соціально-економічної кризи // нерухомість. – 2011. – №19. – С. 5
12. Завора Т.М. Становлення ринку житла в Україні // Регіональна економіка. – 2007. – № 1. – С. 87-95.
13. Зотов И. В. Искусство проведения операций с недвижимостью. – Х.: РИП "Оригинал", 2006. – 314-320 с.
14. Індекс будівельної продукції всього по Україні [Електронний ресурс]: Оф. сайт. Державної служби статистики України – Режим доступу: http://www.ukrstat.gov.ua
15. Коттон Н. Обзор рынка коммерческой недвижимости Киева // Office. – 2011. – № 4. – С. 58-59.
16. Кручок С. Оцінка квартири в багатоквартирному будинку методом порівняльної вартості. // Економіка, фінанси, право. – 2010. – № 5. – С.22-24.
17. Мухін О.О. Ринок нерухомості України: економічні та регіональні аспекти: Автореф. дис. канд. екон. наук / Рада по вивченню продуктивних сил України НАН України. – К., 2005. – 25 с.
18. Обсяг інвестиційних угод в Україні [Електронний ресурс]: сайт Американської торгівельної палати в Україні – Режим доступу: http://usa.mfa.gov.ua
19. Ринок нерухомості: Навчальний посібник / Асаул А.М., Павлов В.І., Пилипенко І.І., Павліха Н.В. – К., 2004. – 387 с.
20. Павлов В. Особливості формування ринку комерційної нерухомості // Регіональна економіка. – 2006. – № 1. – С. 191-199.
21. Павлов В. Механізми стимулювання розвитку сучасного ринку нерухомості // Регіональна економіка. – 2005. – № 2. – С. 67-75.
22. Проблеми законодавчого регулювання ринку нерухомості України. [Електронний ресурс] : Оф. сайт Рахункової палати України. -Режим доступу:http:// www.kmu.gov.ua/control/publish/article?art_id=10252811
23. Фридман, Дж. Анализ и оценка приносящей доход недвижимости: пер. с англ. / Дж. Фридман, Н. Ордуэй. – М.: Дело Лтд, 1997. – 425 с.
24. Шевчук В. Передумови та загрози перегріву ринку нерухомості // Стратегічні пріоритети. – 2009. – № 1. – С. 118-127.

Ковтун Г.В.

Науковий керівник:
к.е.н., доцент ***Романишин В.О.***

КОШТИ НАСЕЛЕННЯ У СТРУКТУРІ РЕСУРСІВ КОМЕРЦІЙНИХ БАНКІВ

Участь домашніх господарств у ресурсах комерційних банків залежить від стабільності банківської системи країни, параметри участі домашніх господарств дають змогу аналізувати причини, тенденції, та подавати висновки щодо якості ресурсів банківської системи країни.

Ключові слова: *ресурси комерційного банку, депозити домашніх господарств, депозити домашніх господарств до 1 року, депозити домашніх господарств від 1 року до 2 років.*

Ковтун А.В.

СРЕДСТВА НАСЕЛЕНИЯ В СТРУКТУРЕ РЕСУРСОВ КОММЕРЧЕСКИХ БАНКОВ

Участие домашних хозяйств в ресурсах коммерческих банков, зависит от стабильности банковской системы страны, параметры участия домашних хозяйств позволяют анализировать причины, тенденции, и представить заключение по качеству ресурсов банковской системы страны.

Ключевые слова: *ресурсы коммерческого банка, депозиты домашних хозяйств, депозиты домашних хозяйств до 1 года, депозиты домашних хозяйств от 1 года до 2 лет.*

Kovtun G.V.

MONEY HOUSEHOLDS IN THE STRUCTURE OF COMMERCIAL BANKS RESOURCES

Participating households of commercial banks depends on the stability of the banking system, the parameters of participating households make it possible to analyze the causes, trends, and present conclusions about the quality of the resources of the banking system.

Key words: *resources of commercial banks, household deposits, short-term household deposits up to 1 year, household deposits from 1 year to 2 years.*

Постановка проблеми. Робота комерційних банків залежить від наявності ресурсів для операційної діяльності. Ресурси операційної діяльності складають залучені кошти від суб'єктів економіки. Одним із суб'єктів економіки країни є населення, яке представлене в системі національних рахунків домашніми господарствами. Від кількості й якості залучення коштів домашніх господарств залежить якість роботи комерційних банків, а якість роботи комерційних банків якість банківської системи країни.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Формування ресурсів комерційних банків, роль у формуванні ресурсів комерційних банків коштів населення, досліджували В. Шелудько [10], Л. Рябініна [7], І. Муха та Т. Коцербрюк [5], В. Фурсова й М. Капелюшна [9], Колдашова О. [4], але слід зазначити що деталізовані дослідження щодо ресурсів коштів населення у структурі ресурсів комерційних банків, на даним момент не здійснювалися.

Мета дослідження. Фактори впливу на тенденції зміни коштів домашніх господарств, зміна якості ресурсів комерційних банків.

Основні результати дослідження. Ресурси комерційного банку, як і ресурси будь-якого суб'єкта господарювання, складаються з власних коштів (власного капіталу) та коштів, наданих у тимчасове користування за певну плату.

Структуру ресурсів комерційного банку наведено на рисунку 1.

Кошти, надані в тимчасове користування за певну плату, називають залученими коштами або зобов'язаннями банку. Вони складаються з депозитних вкладів різного типу та недепозитних залучень. Депозитні вклади часто називають основними депозитами або залученими коштами банку. Недепозитні залучення називають фондами, придбаними на грошовому ринку, або запозиченими коштами банку. На відміну від інших підприємницьких структур залучені ресурси банку значно перевищують його власні фінансові ресурси, що багато в чому визначає специфіку діяльності банку.

Рис. 1. Ресурси комерційного банку [10]

Залучені кошти банку можна класифікувати за різними ознаками. За терміном залучення вони поділяються на кошти до запитання та залучені на певний термін: короткострокові, середньострокові та довгострокові. За економічною природою всі залучені кошти банку (зобов'язання) поділяють на дві основні категорії: депозити та недепозитні залучені кошти. За джерелами походження це можуть бути [2]:

- кошти фізичних і юридичних осіб, підприємств,
- фінансових інститутів,
- інших комерційних банків,
- центрального банку,
- бюджетні кошти тощо.

Залежно від умов залучення вкладникам може сплачуватися фіксований чи плаваючий процент. Кошти можуть вилучатися їх власниками за різними схемами: без попереднього повідомлення, з попереднім повідомленням, через визначений чи невизначений термін, частками чи в повному обсязі.

За багатьма видами залучених ресурсів банк має здійснювати резервування коштів у вигляді обов'язкових резервів у центральному банку, з тим щоб захистити вкладників від можливих втрат, ризику ліквідності та кредитного ризику. Для захисту вкладників від кредитного ризику, призначена також система страхування депозитів, що існує в багатьох країнах.

Депозити, залучені банком, поділяють на депозити до запитання, строкові депозити та ощадні вклади.

Депозити до запитання (депозити на вимогу) – це кошти, які можуть бути вилучені з банку в будь-який момент. Вони становлять до 30% залучених ресурсів банку і визначають необхідний для підтримки ліквідності розмір високоліквідних активів. Чим більша частка таких зобов'язань у портфелі банку, тим більшим має бути обсяг ліквідних активів, щоб банк міг своєчасно розрахуватись з вкладниками. До депозитів до запитання відносять залишки на розрахункових та поточних рахунках юридичних осіб, на кореспондентських рахунках інших банків, кошти бюджетів різних рівнів та кошти позабюджетних фондів. Для власників таких рахунків вони є дуже ліквідними, для банку кошти до запитання є одним із джерел ризику ліквідності. Власники рахунків сплачують банку комісійні за користування рахунками. Банк, у свою чергу, за користування коштами клієнтів може сплачувати їм деякий процент. За коштами до запитання банку потрібно створювати значні резерви і тримати їх на відповідних рахунках у центральному банку.

Строкові депозити – грошові кошти, внесені до банку на визначений термін, за якими сплачується визначений дохід. При достроковому вилученні коштів банк сплачує власнику депозиту понижений дохід. На таких вкладах обіг коштів відбувається досить повільно. Норми обов'язкового резервування – низькі.

Ощадні вклади можуть мати або не мати фіксованого терміну, але кошти на більшості з них також не обертаються дуже швидко, оскільки такі вклади призначені для зберігання вільних коштів і отримання доходу за ними.

Строкові депозити та ощадні вклади є найбільш стабільною частиною залучених коштів.

Різновидами строкових депозитів виступають депозитні та ощадні сертифікати, які є письмовим свідоцтвом банку про внесення грошових коштів і про право власника на отримання доходу та отримання коштів по закінченні визначеного терміну. При вилученні коштів раніше обумовленого терміну банк сплачує власникам депозитів понижений дохід.

До недепозитних залучених ресурсів, які часто називають запозиченими ресурсами, відносять кредити, надані іншими банками та центральним банком, комерційні цінні папери, облігації, інші боргові зобов'язання, позики та інші залучення на національному та міжнародному грошових ринках.

Структура пасивів відображає специфіку пасивних операцій банку. Специфіка активних операцій банку знаходить відображення у відповідній структурі доходів та активів банку [10].

Дані щодо формування ресурсів комерційних банків України, домашніми господарствами, наведено на рисунку 2.

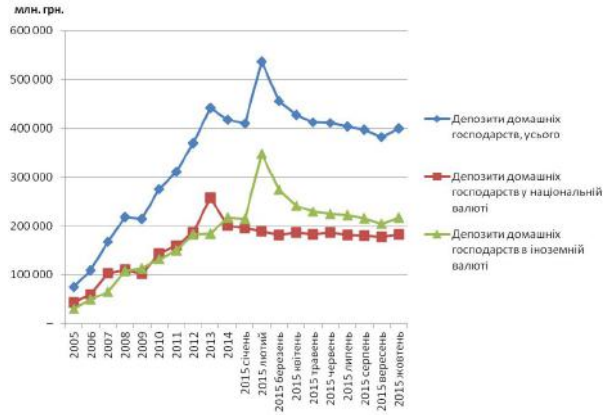

Рис. 2. Депозити домашніх господарств, за видами валют [авторська розробка []]

Депозити домашніх господарств в Україні за останні 10 років збільшилися понад на 400%, при цьому слід зазначити що максимальне значення депозити досягли у лютому 2015 року, але відбулося це внаслідок збільшення курсу національної валюти до іноземних валют, в яких розміщені депозити – долар США, євро, швейцарські франки. Також суттєве збільшення депозитів зафіксоване у 2013 році – й також через зростання курсів національної валюти до іноземних валют.

У 2015 році, депозити домашніх господарств зменшилися з понад 500 млрд. грн. до 400 млрд. грн. станом на 1 листопада 2015 року.

За термінами, деталізацію депозитів домашніх господарств, наведено на рисунку 3.

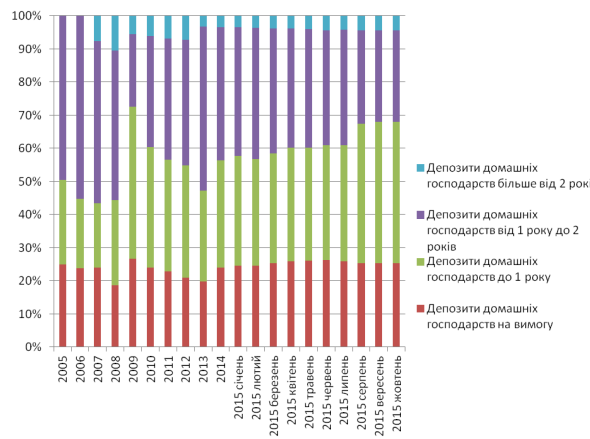

Рис. 3. Депозити домашніх господарств, за термінами [авторська розробка]

Найбільшу питому вагу в депозитах домогосподарств, містять короткострокові депозити – терміном до 1 року, при цьому особливо слід відмітити переваження питомої ваги таких депозитів станом на кінець 2009 року – це відбулося внаслідок світової фінансової кризи.

Наголошую на низькій питомій вазі довгострокових депозитів домашніх господарств, питома вага яких найменша, і станом на 1 листопада 2015 року не перевищує 5% від усіх депозитів.

Можна також аналізувати депозити домашніх господарств за валютами, й за терміном розміщення, на підставі рисунку 4, рисунку 5.

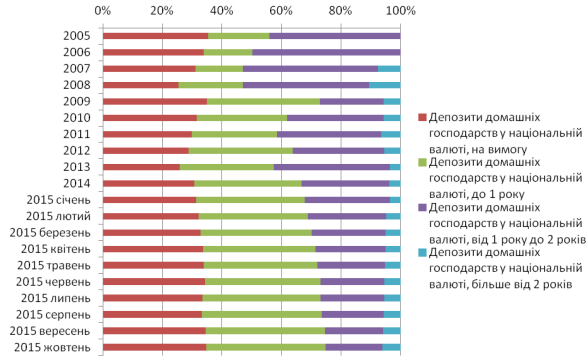

Рис. 4. Депозити домашніх господарств, у гривні, за термінами [авторська розробка []]

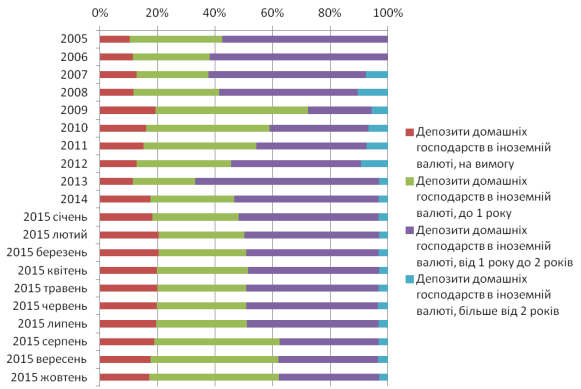

Рис. 5. Депозити домашніх господарств в іноземній валюті за термінами [авторська розробка []]

Слід звернути увагу на майже однокову питому вагу в депозитах у гривні, найбільш строкових депозитів, – це депозитів домашніх господарства на вимогу, і депозитів домашніх господарств терміном до 1 року.

У депозитах в іноземній валюті переважають депозити на строк від 1 року а також, – що особливо слід відмітити – депозити домашніх господарств від 1 року до 2 років. Наголошую також на меншій питомій вазі, ніж питома вага депозитів у гривні, довгострокових депозитів – на термін від 2 років.

Висновки. 1. У структурі депозитів домашніх домогосподарств, переважають депозити в іноземній валюті.

2. Збільшення питомої ваги депозитів домашніх господарств в іноземній валюті зумовлене збільшенням курсу гривні до іноземних валют, в яких розміщені депозити.

3. Домашні господарства розміщують на депозитах гривню – переважно на вимогу, або термін до 1 року, іноземні валюти – на термін до 1 року.

4. Більш довгий термін розміщення домашніми господарствами коштів у комерційних банках, в іноземній валюті вказує на меншу впевненість у національній грошовій одиниці – гривні.

Рекомендації.

1. Створити умови для формування ресурсів комерційних банків за рахунок коштів домогосподарств на довгостроковий період – на строк від 2 років. Такі умови має створити Верховна Рада України, Національний банк України.

2. Створити умови для підвищення культури середнього й малого підприємництва – це дозволить створити робочі місця, зменшити безробіття, й є підґрунтям для зростання економіки, внаслідок чого домогосподарства будуть мати можливість заощаджувати, причому на середній, і довгий термін.

Список використаних джерел

1. Депозити, залучені депозитними корпораціями (крім Національного банку України). [Електронний ресурс] / Національний банк України. – Режим доступу: http://bank.gov.ua/control/uk/publish/category?cat_id=57897.

2. Зайцев О.В. Гроші та кредит. Лекційне викладення: навчальний посібник / О.В. Зайцев – Суми: Видавництво СумДУ, 2010. – 179 с.

3. Закон України "Про банки і банківську діяльність" від 07.12.2000 р. № 2121-III. Редакція від 12.08.2015. [Електронний ресурс]: Офіційний веб-портал Верховної Ради України. – Режим доступу: http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/2121-14.

4. Колдашова О. Управління депозитами в контексті оптимізації ресурсної бази банку//Харківський національний економічний університет імені Семена Кузнеця. Науково-технічна бібліотека. Електронний архів (репозитарій). – Харківський національний економічний університет імені Семена Кузнеця [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.repository.hneu.edu.ua.

5. Муха І., Коцербрюк Т. Вклади населення як основа формування ресурсів комерційних банків [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.stelmaschuk.info/archive-internet-conference/67-conferencia-12-12-2013/1033-1033.html.

6. Радіонова І.Ф., Усик В. І. Макроекономічний аналіз національної економіки: Електронний конспект лекцій на основі навчального посібнику "Макроекономічний аналіз національної економіки". – Київ: КНЕУ, 2015. – 272 с.

7. Рябініна Л. М., Няньчук Н. Ю., Ухлічева Л. І./За редакцією Л. М. Рябініної. Банківські операції: навчальний посібник. – Одеса, 2011. – 536 с.

8. Савченко А. Г. Макроекономіка: Підручник. – Київ: КНЕУ, 2005. – 441 с.

9. Фурсова В., Капелюшна М. Формування ресурсної бази комерційних банків: сучасний стан і перспективи розвитку//Національний аерокосмічний університет імені Н. Жуковського. Открытые информационные и компьютерные интегрированные технологии № 50, 2011 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.khai.edu/csp/nauchportal/Arhiv/OIKIT/ 2011/OIKIT50/p118-124.pdf.

10. Шелудько В. М. Фінансовий ринок: підручник. – 2-ге видання, стереотипне. – Київ: Знання, 2008. – 535 с.

Ковтонюк В.О.
Науковий керівник:
д.е.н., професор ***Єрохін С.А.***

СПЕЦІАЛЬНІ ПОДАТКОВІ РЕЖИМИ ТА ЇХНЯ РОЛЬ У РОЗВИТКУ МАЛОГО БІЗНЕСУ

В статті комплексно досліджено процес нарахування та сплати податків підприємствами малого бізнесу. Визначено особливості оподаткування підприємств малого бізнесу на прикладі юридичної особи – суб'єкта підприємницької діяльності. Одержані результати мають практичну цінність і можуть бути підприємствами малого бізнесу для реалізації більш ефективної податкової політики, для підвищення рівня прибутковості підприємств, рентабельності діяльності підприємства.

Ключові слова: *суб'єкти малого підприємництва; податкові платежі; прибутковість підприємства; спрощена система оподаткування.*

Ковтонюк В.А.

СПЕЦИАЛЬНЫЕ НАЛОГОВЫЕ РЕЖИМЫ И ИХ РОЛЬ В РАЗВИТИИ МАЛОГО БИЗНЕСА

В статье комплексно исследован процесс начисления и уплаты налогов предприятиями малого бизнеса. Определены особенности налогообложения предприятий малого бизнеса на примере юридического лица – субъекта предпринимательской деятельности. Полученные результаты имеют практическую ценность и могут быть предприятиями малого бизнеса для реализации более эффективной налоговой политики, для повышения уровня прибыльности предприятий, рентабельности деятельности предприятия.

Ключевые слова: *субъекты малого предпринимательства; налоговые платежи; прибыльность предприятия; упрощенная система налогообложения.*

Kovtoniuk V.A.

SPECIAL TAX REGIMES AND THEIR ROLE IN THE DEVELOPMENT OF SMALL BUSINESSES

The article explored the complex process of calculation and payment of taxes by small businesses. Peculiarities of taxation of small businesses on the example of a legal entity – a business entity. The results have practical value and can be small businesses to implement better tax policy to improve the profitability of companies, the profitability of the company.

Key words: *small businesses; tax payments; the profitability of the enterprise; simplified system of taxation.*

Постановка проблеми. Малий бізнес та підприємництво відіграють важливу роль в умовах ринкової економіки. Малі підприємства забезпечують гнучкість та стійкість економічної системи, наближують її до потреб конкретних споживачів, а також виконують важливу соціальну роль – надають робочі місця та забезпечують джерело доходу для значної частини населення. Тому підтримка малого бізнесу, в тому числі й через систему оподаткування, є одним із способів подолання економічної кризи в економіці. Оподаткування малого бізнесу в Україні – це одна з найсерйозніших проблем і перешкод на шляху його розвитку. Воно занадто громіздке і фактично має лише фіскальну мету. Це призводить до спаду ділової активності суб'єктів господарювання та сприяє тінізації економіки. Втрата чинності Указу Президента України "Про спрощену систему оподаткування, обліку та звітності суб'єктів малого підприємництва" , разом з нововведеннями Податкового кодексу України стосовно спрощеної системи оподаткування, які вступили в дію з 1 січня 2012 року [2], призвели до кардинальних змін в спрощеній системі оподаткування. Вирішення проблеми удосконалення системи оподаткування малих підприємств України суттєво вплине на поповнення державного бюджету, подальший розвиток підприємництва, інвестування економіки та соціальний захист населення. Це зумовлює значну актуальність

дослідження умов та особливостей системи оподаткування, обліку та звітності малого бізнесу в сучасних умовах.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Проблеми побудови ефективної системи оподаткування для суб'єктів малого підприємництва досліджували Н. Білова [7], І.О. Лютий [9], М.В. Романюк [9], М. Маліщук [10] та інші. Зазначені науковці зробили значний внесок у вирішення питань, пов'язаних із обґрунтуванням доцільності створення спрощеної системи оподаткування малого бізнесу, оцінюванням переваг та втрат підприємств і бюджету від запровадження даної системи, окреслювали конкретні напрями використання в Україні сучасного досвіду зарубіжних країн.

Метою дослідження є науково-теоретичне та практичне обґрунтування удосконалення оподаткування суб'єктів малого підприємництва як інструмента регулювання їх діяльності, направленого на підвищення ефективності.

Основні результати дослідження. Мале підприємництво – це самостійна, систематична, ініціативна господарська діяльність малих підприємств та громадян-підприємців, яка проводиться на власний ризик з метою отримання прибутку. Розвиток малого бізнесу вважається у світі загальновизнаним методом боротьби з соціальною бідністю, забезпечення зайнятості населення, створення нових робочих місць. Тому підтримка становлення та розвитку малого бізнесу в Україні є одним з визначальних пріоритетів державної політики. В економічній літературі та на практиці до основних проблем та причин гальмування розвитку малого підприємництва в Україні в сучасних умовах відносять:

- відсутність належного нормативно-правового забезпечення розвитку малого бізнесу;
- високий рівень оподаткування, що примушує багатьох суб'єктів малого підприємництва входити в тіньову економіку;
- відсутність дійового механізму реалізації державної політики щодо підтримки малого підприємництва;
- недосконаліть системи обліку та статистичної звітності малих підприємств;
- обмеженість інформаційного та консультативного забезпечення;
- недосконаліть системи підготовки кадрів для підприємницької діяльності;
- доступ до пристойного і своєчасного кредитування;
- відсутність стимулів для інвестицій.

Більшість суб'єктів малого бізнесу розпочала свою діяльність після набуття чинності Указу Президента України "Про спрощену систему оподаткування, обліку і звітності". Спрощена система оподаткування для суб'єктів малого бізнесу була запроваджена як альтернативна загальній системі в 1999 році. Її основною метою була активізація та легалізація підприємницької діяльності, підвищення рівня зайнятості населення. Завдяки своїй простоті та зрозумілості, мінімізації адміністрування, звільнення фонду оплати праці від нарахування внесків до фондів соціального страхування, ця система набула популярності серед підприємців і швидко поширилась.- За цей час частка малих та мікропідприємств у країні збільшилась з 4 % до 51 % від загальної кількості зареєстрованих підприємств, а частка ВВП, створена у малому бізнесі, – з 1 % до 20 %. Лише офіційно сумарна кількість фізичних осіб – підприємців та найнятих ними працівників становить 2,5 млн. осіб. Незважаючи на позитивні зрушення в розвитку оподаткування суб'єктів малого бізнесу, на наш погляд, спрощена система оподаткування в Україні має низку негативних наслідків. Розглянемо їх більш детально.

По-перше, можливість застосування схем ухилення від оподаткування. Юридичні особи реалізують приватним підприємцям – платникам єдиного податку, які не є платниками податку на додану вартість, продукцію по собівартості або по заниженних цінах, формують в себе податковий кредит; приватні підприємці надалі реалізують цю продукцію по ринкових цінах, розраховуються з юридичною особою готівкою, відповідно в нього не виникає податкових зобов'язань перед бюджетом. Крім того, компанія на загальній системі оподаткування переносить прибуток, який є джерелом сплати податку на прибуток, та об'єкта оподаткування ПДВ, на платників єдино-

го податку, які цих податків не сплачують. Також підприємство виписує учасникам єдиної схеми мінімізації оподаткування фіктивні податкові накладні або реалізує їм товари за завищеними цінами з метою збільшення нарахованого ПДВ, який така "дружня структура" зарахує до податкового кредиту і вимагатиме його відшкодування з бюджету.

По-друге, мінімізація оподаткування доходів найманих працівників і сплати єдиного внеску на загальнообов'язкове державне соціальне страхування шляхом реєстрації найманих працівників суб'єктами підприємницької діяльності – платниками єдиного податку і переводу співробітництва з ними на контрактну основу. Таким чином, роботодавець уникає сплати єдиного соціального внеску, а фізична особа – податку на доходи фізичних осіб і соціального внеску. По-третє, реєстрація платниками єдиного податку осіб, що займаються професійною діяльністю (адвокати, лікарі, консультанти), що суттєво мінімізує їхні податкові зобов'язання при значних доходах. Через такі негативні явища відбуваються досить значні втрати бюджетних надходжень і, відповідно, тих сфер, що фінансуються з державного бюджету. Це зумовило численні дискусії та дебати між ученими, практиками, представниками податкових та інших органів влади у контексті прийняття Податкового кодексу України, щодо її подальшого застосування й визначення перспектив оподаткування малого бізнесу в майбутньому. Але, попри досить серйозні аргументи проти спрощеної системи оподаткування, обліку та звітності, її ліквідація не є ефективним рішенням, тому що скасування спрощеної системи не означатиме автоматичного переходу всіх суб'єктів підприємницької діяльності на загальну систему оподаткування. Навпаки, наслідком такого рішення стане перехід у тінь значної частини малого бізнесу, що зменшить навіть наявні надходження до бюджету.

З моменту прийняття 2 грудня 2010 р. Верховною Радою України основним нормативно-правовим актом, що регулює сферу оподаткування, стає Податковий кодексу України [1]. Однак до першої редакції кодексу не ввійшла глава, що стосувалася спрощеної системи оподаткування, і платники єдиного податку й надалі працювали за старими нормативно-правовими актами, що визначають основи спрощеної системи оподаткування, зокрема Указом Президента "Про спрощену систему оподаткування, обліку та звітності суб'єктів малого підприємництва", а також окремими чинними абзацями Декрету Кабінету Міністрів України "Про прибутковий податок з громадян". Це спровокувало низку проблем та призвело до виникнення суперечностей між нормами різних нормативно-правових актів. Податковим кодексом України, який вступив в силу з 1 січня 2011 року, передбачено тимчасове існування спрощеної системи оподаткування за єдиним податком, до моменту прийняття законодавчо-нормативного документу, що буде регулювати оподаткування малого бізнесу, більш того, ним створюється більше податкове навантаження на малий бізнес ніж раніше. Так, якщо раніше єдиний податок з рахунків Державного казначейства розподілявся на соціальні фонди, то, починаючи з 01.01.2011, Держказначейство вже не розподіляє кошти, а всі платники податку повинні перераховувати єдиний соціальний внесок до Пенсійного фонду. Платники спрощеної системи за весь час існування цієї системи звикли сплачувати у вигляді єдиного податку не більш як 200 грн., не вести облік, формально звітувати. У такій ситуації регулювання єдиного податку підприємців в Україні в статтях Податкового кодексу визвало немало суперечок і протестів з їх боку. Під тиском підприємницької спільноти України 4 листопада 2011 року Верховна Рада прийняла Закон України "Про внесення змін до Податкового кодексу України та деяких інших законодавчих актів України щодо спрощеної системи оподаткування, обліку та звітності" № 4014-VI [3].Це стало важливим кроком у напрямку поліпшення податкового клімату для підприємців України.

На відміну від Податкового кодексу, норми цього Закону чітко визначили:

- критерії перебування на спрощеній системі;
- порядок переходу платника на спрощену систему оподаткування і навпаки;
- порядок визначення доходу;
- ведення обліку та складання звітності;

- порядок видачі та анулювання свідоцтва платника єдиного податку;
- відповідальність платника єдиного податку за недотримання норм кодексу.

З метою створення сприятливих умов для розвитку малого бізнесу, новою системою передбачено:

- збільшення обсягів річного доходу, що дає право перебувати на спрощеній системі;
- прив'язку ставок єдиного податку до розміру мінімальної заробітної плати;
- встановлення з метою оподаткування 4 категорії платників;
- скасування надбавок, які застосовувалися до фіксованих ставок податку за кожного найманого працівника фізичної особи;
- скасування обмеження щодо віднесення до витрат платника податку на прибуток, витрат на придбання товарів (робіт, послуг) у фізичних осіб – платника єдиного податку;
- обмеження сфери застосування спрощеної системи оподаткування для окремих видів господарської діяльності;
- посилення відповідальності платника податку за застосування іншого способу розрахунків, здійснення діяльності, не зазначеної у свідоцтві, перевищення граничного обсягу доходу, тощо;
- встановлення підстав для анулювання органами податкової служби свідоцтва платника єдиного податку.

Згідно із Законом № 4014-VI, проведено диференціацію фізичних осіб – підприємців, які застосовують спрощену систему оподаткування, обліку та звітності. Їх поділили на 3 групи, а для юридичних осіб створили окрему групу. З прийняттям Закону України "Про внесення змін до Податкового кодексу України щодо удосконалення деяких податкових норм" від 24.05.2012 року, № 4834-VI [4], було запроваджено ще дві групи для платників єдиного податку (таблиця 1).

Таблиця 1.

Групи платників єдиного податку

Група	Кількість найманих працівників	Доход за календ. рік, що передував переходу на єдиний податок	Види діяльності	Ставка ЄП (% від мінімальної зарплати станом на 01.01. або % від доходу)
I (ФОП)	без найманих працівників	не більше 150 тис. грн.	роздрібний продаж товарів на ринку, надання побутових послуг населенню	1-10% від мінімальної зарплати (10 – 100 грн.)
II (ФОП)	одночасно не більше 10 осіб	не більше 1 млн. грн.	надання послуг платникам ЄП та/або населенню, виробництво та/або продаж товарів, ресторанне господарство	2-20% від мінімальної зарплати (20-200 грн.)
III (ФОП)	одночасно не більше 20 осіб	не більше 3 млн. грн.	всі види діяльності з урахуванням обмежень (п.291.5)	а) 3% від доходу у разі сплати ПДВ; б) 5% від доходу, якщо ПДВ включено до складу ЄП
IV (ЮрО)	серед.обл. кількість не більше 50 осіб	не більше 5 млн. грн.	всі види діяльності з урахуванням обмежень (п.291.5)	а) 3% від доходу у разі сплати ПДВ; б) 5% від доходу, якщо ПДВ включено до складу ЄП

Закінчення табл. 1

V (ФОП)	одночасно не більше 20 осіб	не більше 20 млн грн.	всі види діяльності з урахуванням обмежень (п.291.5)	а) 5% від доходу у разі сплати ПДВ; б) 7% від доходу, якщо ПДВ включено до складу ЄП
VI (ЮрО)	одночасно не більше 50 осіб	не більше 20 млн грн.	всі види діяльності з урахуванням обмежень (п.291.5)	а) 5% від доходу у разі сплати ПДВ; б) 7% від доходу, якщо ПДВ включено до складу ЄП

Слід зауважити, що спрощена система оподаткування є альтернативною. Суб'єкти оподаткування завжди мають можливість перейти на загальну систему.

Для суб'єктів, які були зареєстровані платниками єдиного податку до прийняття нового Податкового кодексу України, на перехідний період до 2016 року запроваджується пільгове оподаткування прибутку за пільговою ставкою 0 % за умов дотримання чотирьох обов'язкових умов:

- величина річного доходу (виручки) не перевищує 3 млн. грн.;
- середньооблікова кількість працівників – не більше 50 осіб;
- розмір нарахованої за календарний місяць заробітної плати (доходу) працівника, який перебуває з платником податку в трудових відносинах, становить не менше двох мінімальних заробітних плат;
- господарюючий суб'єкт не здійснює діяльність, яка не дає права на застосування пільги (усього 17 видів діяльності).

Оцінюючи недоліки та недосконаліть чинної системи оподаткування суб'єктів малого підприємництва, на наш погляд, представникам влади необхідно доопрацювати положення Податкового кодексу України, в якому доцільно усунути перепони на шляху розвитку та співпраці різних за розмірами підприємств задля динамічності та розвитку не лише суб'єктів малого підприємництва, але й економіки загалом. На сьогодні, незважаючи на певні недоліки, спрощена система оподаткування не має в Україні ефективнішої альтернативи, тому, на наш погляд, залишиться актуальною протягом найближчого десятиріччя.

Отже, для побудови ефективної і раціональної податкової системи суб'єктів малого підприємництва необхідна податкова реформа. Вона має усунути основні недоліки діючої системи оподаткування малого бізнесу і закласти основи, для формування податкової системи, стимулюючої вітчизняне виробництво, інноваційно-інвестиційну діяльність і сприяти запровадженню нової якісної системи податкових відносин.

Висновки. Розвиток малого підприємництва сприяє створенню умов для позитивних структурних змін в економіці України. Підтримуючи малий та середній бізнес, держава стимулює діяльність вітчизняних виробників, активізацію внутрішнього ринку товарів і послуг, створення нових робочих місць, що сприятиме зростанню податкових надходжень до державного та місцевих бюджетів внаслідок розширення кола платоспроможних осіб. Сучасні умови господарювання характеризуються відсутністю дієвої системи державної підтримки для малого бізнесу, зокрема, в питанні оподаткування. За умови чинного податкового законодавства в Україні спрощена система оподаткування є оптимальним способом стягнення податків з малого бізнесу, оскільки загальна система оподаткування є надто складною й обтяжливою. Внесення змін щодо оподаткування малого бізнесу у Податковий кодекс України повинно усунути недоліки існуючої податкової системи, зберігши при цьому все те раціональне, що в ній є, врахувати накопичений позитивний досвід, стабілізувати систему податків, принаймні, в межах фінансового року, а згодом – протягом декількох років.

Список використаних джерел

1. Податковий Кодекс України від 02.12.2010 р., № 2755-VI [Текст]. – Х. – Одіссей. – 2010. – 536 с.

2. Податковий Кодекс України від 01.01.2012 р., № 4834- VI [Текст]. – Х. – Одіссей. – 2012. – 568 с.

3. Податковий Кодекс України від 04.11.2011р., № 4014-VI [Текст]. – Х. – Одіссей. – 2011. – 545 с.

4. Про внесення змін до Податкового кодексу України щодо удосконалення деяких податкових норм: Закон України від 24.05.2012 р., № 4834-VI[Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.zakon2.rada.gov.ua.

Молодіжний науковий вісник УАБС НБУ, Серія: Економічні науки, №5/2013 229 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.zakon2.rada.gov.ua/laws/ show/ 4834-17.

5. Про внесення змін до Податкового кодексу України та деяких інших законодавчих актів України щодо спрощеної системи оподаткування, обліку та звітності: Закон України від 04.11.2011 р., № 4014-VI. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.zakon1.rada. gov.ua.

6. Про спрощену систему оподаткування, обліку та звітності суб'єктів малого підприємництва: Указ Президента України від 03.07.1998 р., № 727/98. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.zakon4.rada.gov.ua/ laws/show/727/981.

7. Білова Н. Спрощена система оподаткування, за групами розрахуйсь [Текст] / Н. Білова // Податки і бухгалтерський облік – 2012. – № 4. – С. 5-13.

8. Єдиний податок: в 2012 році по новому [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.podatki.in.ua/accent_ediniy.

9. Лютий, І. О., Романюк, М. В. Проблеми та перспективи спрощеної системи оподаткування суб'єктів малого підприємництва в Україні [Текст] / І. О. Лютий, М. В. Романюк // Фінанси України. – 2009. – № 6. – С. 31-38.

10. Маліщук, М., Шутак, І., Круглянко, А. В. Малий бізнес та його значення в економіці України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://intkonf.org/category/arhiv.

11. Офіційний сайт Державної служби статистики України [Електронний ресурс]. – Режим доступу:http://www.ukrstat.gov.ua.

Коломієць О.П.

Науковий керівник:
д.е.н., професор ***Єрохін С.А.***

ОЦІНКА НАДІЙНОСТІ ПОЗИЧАЛЬНИКІВ ТА ВДОСКОНАЛЕННЯ ПРОЦЕДУРИ ЇЇ ВИЗНАЧЕННЯ

У статті досліджено світові критерії оцінювання, класифікацію надійності позичальників банку. Виокремлено основні недоліки методик оцінювання позичальників. Детально розглянуто один з найефективніших методів оцінювання – кредитний рейтинг.

Ключові слова: *надійність позичальника банку, показники фінансового стану клієнта, рейтинг надійності, кредитний рейтинг.*

Коломиец Е.П.

ОЦЕНКА НАДЕЖНОСТИ ЗАЕМЩИКОВ И СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ ПРОЦЕДУРЫ ЕЕ ОПРЕДЕЛЕНИЯ

В статье исследованы мировые критерии оценивания, классификацию надежности заемщиков банка. Отмечены основные недостатки методик оценивания заемщиков. Детально рассмотрен один из самых еффективных методов оценивания – кредитный рейтинг.

Ключевые слова: *надежность заемщика банка, показатели фінансового состояния клиента, рейтинг надежности, кредитный рейтинг.*

Kolomiiets E.P.

ASSESSMENT OF THE LIKELY BORROWERS' RELIABILITY AND IMPROVEMENT OF PROCEDURES ON ITS EVALUATION

In the article one researches global evaluation criteria of the bank borrowers'. The significant deficiencies of the borrowers' evaluation methods have been marked out. One of the most efficient methods – credit rating – has been reviewed in detail.

Key words: *the bank borrowers' reliability, indicators of the borrower's financial performance, credit rating.*

Постановка проблеми. Зміни, що відбуваються економіці України, ведуть до змін у взаємовідносинах між комерційними банками і суб'єктами господарювання. Ризикована діяльність банківської системи України пов'язана з умовами діяльності її клієнтів.

Банки вимушені працювати у надзвичайних умовах тому, що опинилися у суперечливих, кризових не прогнозованих процесах.

Кредитні операції банку є першими по прибутковості та по масштабності розміщення засобів.

Оцінка надійності позичальника має великий важіль в кредитній діяльності банку та є одним з інструментів мінімізації ризику. Вдосконалення процедури визначення оцінки надійності позичальника дозволить уникнути невиправданих ризиків при проведенні кредитних операцій.

Аналіз останніх досліджень І публікацій. Проблематика оцінки надійності позичальників комерційних банків висвітлена в багатьох наукових працях як українських, так і зарубіжних вчених, як: та інші. Г.П. Табачук [9], Я.І. Чайковський [10]. Але дане питання потребує постійної уваги та додаткових досліджень з огляду на еволюцію ризиків.

Метою дослідження є розгляд методик оцінки надійності позичальників, що використовують комерційні банки в процесі кредитного аналізу. Виявлення переваг і недоліків позичальника, що проводиться по цих методиках.

Основні результати досліджень. Визначення банком можливості позичальника, який хоче одержати кредит, повернути основну суму кредиту в зазначений час і сплатити відсотки за користування ним, є початковим і найважливішим моментом в оцінці можливостей потенційного клієнта.

Надійність позичальника – це спроможність юридичної або фізичної особи повністю та в певний термін виконати всі умови кредитної угоди. Надійність тлумачиться не лише як можливість повернути основну суму боргу з відсотками, а і як бажання клієнта виконати свої зобов'язання. Тому надійність до повернення кредиту пов'язується з моральними якостями клієнта, його репутацією, майстерністю та сферою діяльності, ступенем вкладання капіталу в нерухоме майно, можливістю генерувати грошові потоки в процесі виробництва та обігу.

Надійність – це готовність та спроможність платити.

Процес аналізу та оцінювання надійності клієнта складається з двох етапів:

- оцінювання моральних та етичних якостей позичальника, його репутації та намірів повернення позички;

- прогнозування платоспроможності позичальника на період кредитування.

Оцінюючи надійність клієнта, банківська установа визначає рівень кредитного ризику, який вона візьме на себе, встановлюючи кредитні стосунки з цим клієнтом.

Національним банком України розроблено методику аналізу фінансового стану позичальника "Положення про порядок формування та використання резерву для відшкодування можливих витрат за кредитними операціями банків", яка обов'язково має враховуватися банками [2]. Але при цьому кожен банк може додати свої умови до обов'язкових, враховуючи свої специфікації та економічні умови. Це підвищить вимоги по показників для адекватної оцінки кредитних ризиків і належного контролю за ними. Крім того, банки самостійно визначають значущість кожного із запропонованих НБУ показників індивідуально для кожної з груп позичальників з огляду на галузь економіки, сезонність виробництва, ліквідність балансу, обіговість коштів, становище на ринку.

Критерії оцінювання фінансового стану позичальника та методику їх визначення банк фіксує в положенні і вони є невід'ємною частиною його кредитної політики.

У процесі кредитоспроможності потрібно керуватися тим, що для кредитора пріоритетне значення має спроможність позичальника генерувати грошові потоки. Саме з цих позицій потрібно аналізувати фінансовий стан позичальника. Наприклад, у міжнародній банківській практиці зафіксовано непоодинокі випадки, коли банки охоче кредитують компанії, які за фасовими звітами є збитковими, але вони генерують потужний грошовий потік. Прикладом можуть бути авіаційні компанії США, які внаслідок великих амортизаційних відрахувань, пов'язаних із високою вартістю літаків, мають фінансовим результатом збитки. Водночас на рахунках цих компаній завжди є кошти, що і робить їх вигідними і надійними позичальниками. У вітчизняній практиці частіше існує зворотна ситуація, коли прибуткове підприємство не може розраховуватися за кредитом, оскільки його фінансовий прибуток перебуває у формі прострочених і сумнівних до повернення боргів. Однак аналіз динаміки грошових потоків позичальника дає банку ціну інформацію щодо його спроможності своєчасно повернути борг.

Світовий банк, розглядаючи кредитну заявку, керується правилом "5", що передбачає визначення:

- бажання позичальника погасити позику;

- здатність позичальника погасити позику (на основі аналізу грошових потоків з урахуванням усіх джерел надходження та всієї заборгованості клієнта);

- платоспроможність клієнта – достатність капіталу, ліквідність коштів;

- наявність гарантій, застави (з укладанням переліку активів, які вільні від іншої застави);

- економічні умови діяльності клієнта [4].

Для вітчизняної практики перенесення зарубіжного досвіду – малоефективне, у ньому не враховуються національні особливості ведення господарської діяльності, зміни економічних умов та законодавчої бази.

Оцінка діяльності клієнтів банку має ґрунтуватися на певних умовах:

- визначення широкого кола показників, які всебічно характеризують діяльність позичальника;

- забезпечення її достовірності шляхом використання всіх необхідних інформаційних даних;

- забезпечення поточної та прогнозованої оцінки кредитоспроможності клієнта;

- використання сучасних наукових методів, моделей зарубіжного досвіду та вітчизняної практики проведення такої оцінки, залучення у разі необхідності висококваліфікованих експертів, упровадження сучасних інноваційних технологій оцінювання тощо.

Але система відбору суб'єктів кредитування, якій надають переваги банки, далека від досконалості. Зазначимо її основні недоліки:

- експертні оцінки носять суб'єктивний характер і тому не завжди точні;

- більшість експертних оцінок ґрунтується на дистанційному аналізі, тому можливі помилкові спостереження;

- ефективність експертизи залежить від частоти її проведення;

- оцінка надійності має формальний, епізодичний характер;

- рішення, яке приймається, цілковито залежить від експертизи банку. Його досвід, знання, інтуїція, емоційний стан, особисті пристрасті, принциповість впливають на результат.

Кожний потенційний позичальник, який прагне отримати кредит, повинен пройти цю процедуру. Від результату її проведення залежить отримання ним кредиту. І якщо він його отримає, то в якому обсязі.

За рекомендацією НБУ позичальники можуть бути поділені банком за рейтингом надійності на п'ять класів:

Клас "А" – сукупний чистий дохід клієнта значно перевищує внески та погашення кредиту і відсотків за ними, високою є імовірність збереження такого співвідношення протягом дії кредитного договору; обсяг, якість та ліквідність забезпечення, що видаються на строк, більший, ніж рік, достатні або клієнт має високу особисту платоспроможність (це підтверджується документально) і заслуговує безперечну довіру; немає жодних свідчень про можливість затримки з поверненням кредиту й відсотків за ним відповідно до умов договору щодо надання фінансових послуг.

Клас "Б" – основні характеристики аналогічні або близькі до класу "А", але імовірність їх підтримування на такому рівні є низькою або наявна тенденція (або інформація) щодо можливості їх зниження. Обсяг, якість та ліквідність забезпечення за фінансовою операцією, що видаються на строк, більший, ніж рік, достатні для погашення в повному обсязі заборгованості та відсотків за нею.

Клас "В" – сукупні обсяги доходів і витрат клієнтів свідчать про досягнення граничної межи в забезпечення погашення боргу, зміну місця роботи (з погіршенням умов), зростання обсягу зобов'язань клієнта, що свідчить про підвищення імовірності несвоєчасного чи не в повній сумі погашення заборгованості і відсотків за нею. Обсяг, якість і ліквідність забезпечення за кредитами, що видаються на строк, більший, ніж рік, достатні для погашення в повному обсязі заборгованості та відсотків за нею.

Клас "Г" – фінансовий стан клієнта нестабільний. Виникають проблеми зі своєчасною сплатою заборгованості та процентів через нестабільність доходів клієнта або зростання витрат чи зобов'язань. Сукупний чистий дохід клієнта в окремі періоди не забезпечує сплати заборгованості та процентів за нею.

Клас "Д" – фінансовий стан клієнта незадовільний. Доходи не забезпечують сплати заборгованості та відсотків за нею. Кредит не забезпечений ліквідною заставою. Практично немає змоги сплатити заборгованості та відсотків за нею, у тому числі за рахунок забезпечення [2].

За цією класифікацією надійним позичальником вважається позичальник, якого внесено до групи "А" або "Б", не спостерігається погіршення його фінансового стану та відсотки сплачуються своєчасно (не рідше одного разу на квартал за договором), така операція вважається строковою, тобто пролонгованою без пониження класу клієнта.

Оцінка фінансового стану позичальника складається з кількісних та якісних показників, що можуть вплинути на виконання ним зобов'язань за договором, з визначенням рівня їх імовірного впливу на дотримання умов договору щодо надання фінансових послуг шляхом установлення оптимальних значень для кожного показника, та здійснюється з урахуванням виду й строку кредиту.

Якісні показники позичальника:

- загальний матеріальний стан позичальника (майно та копії відповідних документів, що підтверджують його право власності і які засвідчені в установленому законодавством порядку);
- соціальна стабільність клієнта (наявність постійної роботи, ділова репутація, сімейний стан, тощо);
- вік клієнта;
- інтенсивність користування послугами фінансової установи в минулому та своєчасність погашення та сплати відсотків за нею [2].

Основні кількісні показники оцінки фінансового стану позичальника:

- сукупний чистий дохід (щомісячні очікувані сукупні доходи, зменшені на сукупні витрати та зобов'язання), прогноз на майбутнє;
- накопичення на рахунках банку (інформація надається за бажанням клієнта);
- забезпечення кредиту, застава рухомого та нерухомого майна, наявність його страхування, відступлення права грошової вимоги, передавання права власності на об'єкт кредитування (житло, автотранспорт, тощо) та його ліквідація.

Параметри оцінювання фінансового стану позичальника, як платоспроможність, фінансова сталість, рентабельність, характеризуються кількома показниками (табл. 1).

Після розрахунку оціночних показників у кожній із груп, позичальникові привласнюється категорія по кожному з цих показників на основі порівняння розрахованих значень з нормативними. На підставі визначених категорій показників, відповідно до їх ваг, розраховується сума балів позичальника.

Заключним етапом рейтингової оцінки надійності є визначення класу позичальника, проведене на основі розрахованої суми балів по показниках (табл. 2).

Позичальник, що пройшов процедуру рейтингування, може розраховувати на поліпшення умов доступу на фінансові ринки за рахунок підвищення довіри інвесторів і кредиторів до його боргових зобов'язань. Підприємства, що одержали кредитні рейтинги, мають можливість знизити витрати фінансування, тобто зменшити ціну, збільшити обсяги й подовжити строки позик.

Таблиця 1.

Параметри оцінювання фінансового стану позичальника

№ з/п	Показник	Методика розрахунку	Теоретичне значення
1	Коефіцієнт миттєвої ліквідності	високоліквідні активи (грошові кошти, їх еквіваленти, поточні фінансові інвестиції), поточні зобов'язання (короткострокові кредити, розрахунки з кредиторами)	не менше 0,2
2	Коефіцієнт поточної ліквідності	ліквідні активи (високоліквідні активи, дебіторська заборгованість, одержані векселі), поточні зобов'язання (короткострокові кредити, розрахунки з кредиторами)	не менше 0,5
3	Коефіцієнт загальної ліквідності	оборотні активи, поточні зобов'язання (короткострокові кредити, розрахунки з кредиторами)	не менше 2,0
4	Коефіцієнт маневреності	власний капітал підприємства, необоротні активи	не менше 0,5
5	Коефіцієнт незалежності	залучені кошти (довгострокові та поточні зобов'язання), власний капітал	не більше 1,0
6	Рентабельність активів	чистий прибуток, загальні активи	
7	Рентабельність продажу	чистий прибуток, обсяг реалізації продукції (без ПДВ)	
8	Коефіцієнт покриття кредиту грошовими потоками позичальника	чисті надходження за всіма рахунками позичальника, сума основного боргу та відсотків за кредитом	не менше 1,5

Таблиця 2.

Рейтингова оцінка надійності позичальника

Значення інтегрального показника	Клас
Понад 200	А
Від 160 до 200	Б
Від 135 до 160	В
Від 110 до 135	Г
Менше 110	Д

Головне призначення кредитних рейтингів – оцінка надійності позичальника. Кредитні рейтинги відповідають лише на одне питання – на скільки ймовірне невиконання позичальником своїх фінансових зобов'язань, тобто яка ймовірність дефолта такого позичальника. У розвинених країнах кредитні рейтинги сприймаються як необхідний інструмент інфраструктури фінансових ринків, що забезпечує право інвестора на одержання об'єктивної незалежної інформації про кредитоспроможність позичальника.

Кредитний рейтинг – це універсальний механізм оцінки надійності зобов'язань позичальника й установлення плати за відповідний кредитний ризик. Кредитний рейтинг дає можливість його власникові заявити потенційним інвесторам і партнерам про кредитоспроможність, показати готовність до роботи цивілізованими методами, відкрито та прозоро.

Згідно з Законом України "Про державне регулювання ринку цінних паперів в Україні": "Кредитний рейтинг – це умовний вираз кредитоспроможності об'єкта рейтингування в цілому та/або його окремого зобов'язання за національною шкалою кредитних рейтингів [1]".

В зв'язку з відсутністю єдиної бази даних показників реальної оцінки надійності позичальника, такі бази розрізнені, їх декілька, потрібно створити єдину міжбанківську інформаційну базу, до якої за результатами аналітичної роботи банківських працівників, заносилися б значення показників надійності позичальника, з метою запобігання кредитного ризику банку. Даним питанням створення такої бази вже опікується Національний банк України, що свідчить про актуальність і важливість вирішення проблематики.

Висновки. З метою повного збору інформації про позичальника та його репутацію, банк використовує вивчення його фінансових звітів і документів, виїзди співробітників на місця для особистого інтерв'ю з клієнтом, запити в банки, підприємства, страхові компанії та інші установи про досвід їх спілкування з клієнтом, ви користування можливостей міжбанківських структур.

Оцінка надійності позичальника є головним та основним інструментом з мінімалізації ризику банку. Оцінюючи надійність клієнта, банківська установа визначає рівень кредитного ризику, який вона бере на себе, встановлюючи кредитні стосунки з клієнтом. Основою оцінки надійності є якісні та кількісні показники, також оцінка фінансового стану позичальника. Але, слід зазначити, що не існує єдиного підходу та єдиної методики до її побудови.

Список використаних джерел

1. Про державне регулювання ринку цінних паперів в Україні: З-ом України від 15.12.2005 року (зі змінами і доповненнями) // zakon1.rada.gov.ua

2. Положення про порядок формування та використання резерву для відшкодування можливих втрат за кредитними операціями банків. Затверджено постановою Правління Національного Банку України від 6.07.2000 р. №279 // zakon1.rada.gov.ua

3. Бугель Ю. Основні шляхи вдосконалення сучасних методів оцінки кредитоспроможності позичальника// Банківська справа. – 2007. – №4. – С. 54-59.

4. Ізмайлова К.В. Фінансовий аналіз: Навч.посіб. – 2-е вид., стереотип. – К.: МАУП, 2001. – 152 с.

5. Крайник О.П., Клепикова З.В. Фінансовий менеджмент. Навчальний посібник. – Львів: Державний університет "Львівська політехніка". – К.: "Дакор", 2000. – 260 с.

6. Мних Є.В. Економічний аналіз: Підручник. – Київ: ЦУЛ, 2003. – 412 с.
7. Петрук О.М. Банківська справа. Навчальний посібник. – Київ: "Кондор", 2009. – 198 с.
8. Скорба О.А. Оцінка кредитоспроможності позичальника // Проблеми і перспективи розвитку банківської системи України. Т. 14: Збірник наукових праць: Наукове видання. – Суми: УАБС НБУ, 2005. – 267 с.
9. Табачук Г.П. Методологія визначення кредитоспроможності суб'єктів господарювання // Проблеми і перспективи розвитку банківської системи України. Т. 4: Збірник наукових праць: Наукове видання. – Суми: Ініціатива, 2000 // www.bestreferat.ru
10. Чайковський Я. І. Удосконалення методики комплексної оцінки кредитоспроможності позичальників // Вісн. Нац. Банку України. – 2003. – №11. – С. 30-34.

Копач Т.В.

Науковий керівник:
к.е.н., доцент ***Романишин В.О.***

ВАЛЮТНЕ РЕГУЛЮВАННЯ ТА ЙОГО ВПЛИВ НА ФОРМУВАННЯ ВАЛЮТНОГО КУРСУ

У статті розглянуто сутність валютного регулювання та його вплив на формування валютного курсу. На основі аналізу застосування інструментів валютного регулювання в Україні у період криз 2008 -2009 і 2014-2015 років проведена оцінка їх впливу на курсоутворення і стан платіжного балансу країни. За результатами проведеного аналізу обґрунтовані пропозиції щодо вдосконалення валютного регулювання в Україні.

Ключові слова: *валютне регулювання, сальдо платіжного балансу, резервні активи, інфляція, обмінний курс, валютні інтервенції.*

Копач Т.В.

ВАЛЮТНОЕ РЕГУЛИРОВАНИЕ И ЕГО ВЛИЯНИЕ НА ФОРМИРОВАНИЕ ВАЛЮТНОГО КУРСА

В статье рассмотрена сущность валютного регулирования и его влияние на формирование валютного курса. На основе анализа применения инструментов валютного регулирования в Украине в период кризисов 2008 -2009 и 2014-2015 годов проведена оценка их влияния на курсообразование и состояние платежного баланса страны. По результатам проведенного анализа обоснованы предложения по совершенствованию валютного регулирования в Украине.

Ключевые слова: *валютное регулирование, сальдо платежного баланса, резервные активы, инфляция, обменный курс, валютные интервенции.*

Kopach T.V.

CURRENCY REGULATION AND ITS IMPACT ON THE FORMATION OF EXCHANGE RATE

In the article the essence of currency regulation and its impact on the formation of the exchange rate. Based on analysis of the use of instruments of currency regulation in Ukraine during the crisis 2008 -2009 and 2014-2015 years an assessment of their impact on the exchange rate and balance of payments of the country. The results of the analysis of reasonable proposals to improve the regulation of currency in Ukraine.

Key words: *currency regulation, balance of payments, reserve assets, inflation, exchange rates, currency intervention.*

Постановка проблеми. Валютне регулювання є невід'ємною частиною функціонування валютного ринку. Через інструменти валютного регулювання здійснюється формування валютного курсу, його зміна і коливання. Застосування тих чи інших інструментів показує наскільки ефективним виявилось їх застосування в країні та до яких наслідків це призвело. Аналізуючи вплив валютного регулювання через застосу-

вання інструментів можна побачити, які з них є дієві, а які потрібно замінити іншими.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Дослідженню проблем валютного регулювання та факторів, які впливають на валютний курс належать праці таких вчених, як С.Я. Боринець [1], М.А. Єпіфанова [4], Т.С. Гончарова [2], Т.П. Вахненко [14], С.П. Сорока [5] тощо.

Мета дослідження полягає в обґрунтуванні пропозицій щодо удосконалення валютного регулювання з метою стабілізації валютного кусу.

Основні результати дослідження. Валютне регулювання відіграє важливу роль у реалізації політики держави у сфері міжнародних розрахунків та встановленню порядку проведення валютних операцій. Заходи валютного регулювання безпосередньо пов'язані із забезпеченням економічної безпеки держави, з їх допомогою створюються умови для підтримання стабільності національної валюти та ліквідності банківської системи. А також здійснюється вплив на основні макроекономічні показники розвитку країни.

Валютне регулювання сприяє підтриманню стабільної купівельної спроможності національної валюти відносно товарів та послуг, що обертаються на внутрішньому та міжнародному ринку, та виступає у якості важливого інструменту забезпечення стабільного економічного зростання. Заходи валютного регулювання є ключовими при проведенні політики дерегулювання на макроекономічному рівні. Валютне регулювання застосовується для попередження процесу перенесення міжнародних фінансових криз, фінансування бюджетного дефіциту шляхом переведення платіжного балансу з категорії пасивного в активний.

Ми дійшли висновку, що можна погодитись з визначенням основних завдань валютного регулювання, які пропонують Романишин В.О. та Уманців Ю. Вони зазначають, що основними завданнями валютного регулювання є організація внутрішнього валютного ринку, забезпечення системи курсоутворення та захист необхідної конвертованості національних грошей, регламентація поточних операцій платіжного балансу, регулювання платіжної функції іноземної валюти, захист іноземних інвестицій, встановлення режиму та обмежень на ввезення та вивезення іноземної валюти, тощо [3].

Оскільки з даних визначень видно, що валютне регулювання впливає на стан платіжного балансу, а також його основним завданням є забезпечення системи курсоутворення, то перейдемо до аналізу факторів, які впливають на курсоутворення. Одним із найголовніших чинників, який впливає на застосування системи валютного регулювання, є саме стан платіжного балансу.

В період з 2006 року по 2014 рік спостерігалась тенденція формування від'ємного сальдо платіжного балансу (рис.1):

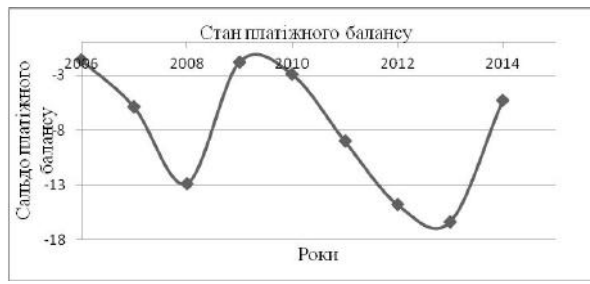

Рис. 1. Стан платіжного балансу України в період 2006-2014 рр. [6, 7, 8, 9, 10, 11, 12, 13]

У 2012 році спостерігалось чергове збільшення від'ємного сальдо на 5,8 млрд. дол. США і в сумі розмір його став 14,8 млрд. дол. США [19]. У 2013 році розмір становив – 16,5 млрд. дол.. США. У 2014 році дефіцит поточного рахунку скоротився до 5,3 млрд. дол. США [20].

Основними причинами, які формували від'ємне сальдо платіжного балансу було збільшення імпорту та зменшення експорту. Також часткове скорочення дефіциту платіжного балансу здійснювалося за рахунок міжнародних резервних активів. Але в 2008 році сальдо платіжного балансу стало ще меншим через вплив на економіку світової фінансової кризи. Саме тоді урядом було прийнято рішення про збільшення валютного курсу. Після збільшення валютного курсу розмір резервних активів став більшим. В 2013 році від'ємне сальдо мало максимальне значення 16,5 млрд. дол. США. В основному дефіцит поточного рахунку був викликаний тим, що суспільство "проїдало" державний бюджет, а надходжень для покриття дефіциту як таких не було і за рахунок цього спостерігається постійне скорочення резервних активів. У 2014 році дефіцит платіжного балансу скоротився за рахунок значного зменшення імпорту через послаблення обмінного курсу і зменшенням попиту на внутрішньому ринку.

Зміна основних показників після зміни валютного курсу виражена в таблиці 1.

Таблиця 1

Зміна основних показників, на які впливає валютне регулювання в період з 2008 року по 2014 рік *[8, 9, 10, 11, 12, 13]*

Показники	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014
Інфляція, %	18,4	18,2	7,7	5,9	1,6	0,1	12
Обмінний курс, за 1 дол. США	5,27	7,79	7,96	7,96	7,98	7,99	15,7
Розмір резервних активів, млрд. дол. США	31,5	26,5	34,6	31,8	24,5	20,4	12,4
Розмір облікової ставки НБУ, %	12	10,25	7,75	7,75	7,5	6,5	14

З таблиці 1 видно, що саме в періоди криз інфляція збільшувалась, основною причиною її росту стала зміна валютного курсу. Для зменшення інфляції застосовували підвищені облікові ставки, а дефіцит платіжного балансу покривали за рахунок резервних активів. І якраз в періоди криз збільшення одних і зменшення інших виражалось значним стрибком. І за рахунок зменшення резервних активів спостерігалось від'ємне сальдо платіжного балансу.

Головним чином це призвело до підвищення цін на товари, бо більшість зі споживчих товарів імпортні, а також до подорожчання експортних товарів, які за паритетом купівельної спроможності стали не конкурентоздатними серед товарів інших країн.

Збільшення обмінного курсу національної валюти стосовно долара посприяло на попит і пропозицію валюти на міжбанківському та готівковому ринках. Під час нестабільної економічної ситуації в 2008 та 2014 роках попит на іноземну валюту зростав, тому на цих ринках встановлювались високі рівні курсу валют, оскільки серед населення був ажіотаж і люди масово скуповували іноземну валюту. Через, що уряд застосовував валютне регулювання через обмежуючі інструменти. Саме зміна всіх цих показників сприяла застосуванню інструментів валютного регулювання Національним банком України.

Одним з таких інструментів є облікова ставка. Збільшення облікової ставки в 2008 та 2014-2015 роках дало змогу залучати іноземну валюту з країн, де облікова ставка менша, а значить і дешевша валюта. Тому, можна зробити висновок, що розмір облікової ставки підвищувався в періоди валютних криз, коли обмінний курс національної валюти був занадто високим.

Але основними інструментами під час валютних криз були валютні інтервенції та валютні аукціони. Через валютні інтервенції НБУ в кризові періоди продавав валюту, а в стабільні часи купував. Але для застосування валютних інтервенцій потрібен стабільний резервний запас, щоб можна було покривати втрати від утримання курсу на одному рівні. Проте застосування даного інструменту призвело до скорочення золотовалютного резерву. Але основним рушійним інструментом, який сприяв повному підвищенню валютного курсу стало проведення валютних аукціонів. Даний інстру-

мент дозволив банкам встановлювати довільний курс без обмежень. Але це призвело до помітного ажіотажу серед населення і призвело до сильних стрибків курсу. А застосування його в 2014 – 2015 роках майже довело країну до дефолту. Щоб цього не сталось НБУ встановив валютний коридор. Отже, застосування цих інструментів не підходять, на даний момент для нашої країни.

Для зміцнення курсу національної валюти НБУ було б варто застосовувати підвищені процентні ставки по депозитним вкладам в банках в особливості в іноземній валюті, по рівню середньої норми прибутків, доходності за облігаціями. Також зменшити податковий тиск на іноземних інвесторів і створити сприятливе середовище для їхнього розвитку на території України, дані реформи дозволять збільшити потік прямих іноземних інвестицій і разом спричинить приплив іноземної валюти в Україну. Можливо варто було б застосувати валютний своп, що дало б змогу уникнути економічних ризиків.

Висновки. Оскільки протягом останніх років спостерігалось від'ємне сальдо платіжного балансу це говорить про те, що уряд неефективно використовував інструменти валютного регулювання. Так, замість спрямування економіки до нульового сальдо платіжного балансу, ми весь час збільшували негативне значення. Також в нашій країні діє лише один пріоритетний інструмент – валютні інтервенції, застосування якого при кризовій ситуації в країні є небажаним, оскільки рівень валютного курсу підтримується за рахунок резервних активів, розмір яких на даний час є недостатнім для повного здійснення валютних інтервенцій. І застосування валютних аукціонів призвело до значної девальвації гривні, що негативно вплинуло на стан економіки в цілому і підірвало довіру нашої країни серед іноземних інвесторів. Тому нам варто шукати більш ефективні інструменти валютного регулювання.

Список використаних джерел

1. Боринець С.Я. Міжнародні валютно-фінансові відносини: Підручник. – 2-ге вид.,перероб. й доп. – К.: Знання, КОО, 1999. – 305 с.
2. Вивчення факторів, що впливають на формування валютного курсу [Електронний ресурс] / Т. С. Гончарова. – Режим доступу: http://www.rusnauka.com/10_NPE_2008/Economics/30034.doc.htm.
3. Романишин В. О., Уманців Ю. Центральний банк і грошово-кредина політика: Навчальний посібник. – К.: Атіка, 2005. – с. 396-401.
4. Система валютного регулювання в Україні в умовах лібералізації фінансових ринків [Електронний ресурс] / М. А. Єпіфанова. – Режим доступу: http://dspace.uabs.edu.ua/jspui/bitstream/123456789/8225/1/Yepifanova.pdf.
5. Сорока С. П. Валютний курс і його фактори в умовах фінансової нестабільності / С. П. Сорока. // Економіка. Управління. Інновації. – 2009. – № 2. – Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/j-pdf/eui_2009_2_36.pdf.
6. Стан платіжного балансу за 2006 рік [Електронний ресурс] / НБУ. – Режим доступу: http://www.bank.gov.ua/doccatalog/document?id=45092.
7. Стан платіжного балансу за 2007 рік [Електронний ресурс] / НБУ. – Режим доступу: http://www.bank.gov.ua.
8. Стан платіжного балансу за 2008 рік [Електронний ресурс] / НБУ. – Режим доступу: http://bank.gov.ua/doccatalog/document?id=90702.
9. Стан платіжного балансу за 2009 рік [Електронний ресурс] / НБУ. – Режим доступу: http://www.bank.gov.ua/doccatalog/document?id=66374.
10. Стан платіжного балансу за 2010 рік [Електронний ресурс] / НБУ. – Режим доступу: http://www.bank.gov.ua/doccatalog/document?id=73706.
11. Стан платіжного балансу за 2011 рік [Електронний ресурс] / НБУ. – Режим доступу: http://www.bank.gov.ua/doccatalog/document?id=112444.
12. Стан платіжного балансу за 2012 рік [Електронний ресурс] / НБУ. – Режим доступу: http://www.bank.gov.ua/doccatalog/document?id=1316033.
13. Стан платіжного балансу за 2014 рік [Електронний ресурс] / НБУ. – Режим доступу: http://www.bank.gov.ua/doccatalog/document;jsessionid=5327.

14. Теоретичні засади валютного курсоутворення: концепції та моделі [Електронний ресурс] / Т. П. Вахненко. – Режим доступу: http://eip.org.ua/docs/EP_04_2_21_uk.pdf.

Кузьменко Є.А.

Науковий керівник:
д.е.н., професор ***Єрохін С.А.***

СУТНІСТЬ БЮДЖЕТНОЇ ПОЛІТИКИ ЯК ЕКОНОМІЧНОЇ КАТЕГОРІЇ

У статті розкрито сутність бюджетної політики як суспільно-економічної категорії, досліджені існуючі наукові підходи вітчизняних і зарубіжних учених щодо сутності бюджетної політики, визначені її концептуальні засади, види та основні форми реалізації.

Ключові слова: *бюджетна політика, бюджетний устрій, бюджетний механізм, бюджетна стратегія, фіскальна політика.*

Кузьменко Є.А.

СУЩНОСТЬ БЮДЖЕТНОЙ ПОЛИТИКИ КАК ЭКОНОМИЧЕСКОЙ КАТЕГОРИИ

В статье раскрыта сущность бюджетной политики как общественно-экономической категории, определены существующие научные подходы отечественных и зарубежных ученых на предмет сущности бюджетнои политики, определены ее концептуальные основы, виды и основные формы ее реализации.

Ключевые слова: *бюджетная политика, бюджетное устройство, бюджетный механизм, бюджетная стратегия, фискальная политика.*

Kyzmenko E.A.

THE ORETICAL FOUNDATIONS AND ESSENCE OF BUDGET

The paper disclosed the nature of fiscal policy as a socio-economic category, showed the specific features of the budget strategy and tactics, highlighted the conceptual dominance of fiscal policy, defined its variants, principles and methods of innovation in modern conditions of economic.

Key words: *fiscal policy, budget unit, budgetary mechanism, budget strategy, budget tactics.*

Постановка проблеми. Бюджетна політика є ефективним інструментом впливу на соціально-економічний розвиток держави. В сучасних умовах без ефективної бюджетної політики неможливо подолати наслідки фінансової кризи, забезпечити реалізацію програм довгострокового розвитку країни, зростання добробуту населення, покращення діяльності суб'єктів господарювання. Сучасна бюджетна політика має ефективно здійснювати перерозподіл результатів економічного зростання і використання національного багатства, тим самим створюючи стимули для подальшого сталого розвитку суспільства. Тому сьогодні досить актуальним питанням для економічних досліджень є науково обґрунтований аналіз сутності бюджетної політики і визначення її концептуальних засад.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Теоретико-методологічні основи бюджетної політики висвітлені в роботах вітчизняних та зарубіжних науковців, таких як С. О. Булгакова, Н. В. Базанова, Л. В. Єрмошенко, Н. І. [2], В. Дем'янишина [4] та багато інших. Проте аналіз існуючих наукових постулатів в даній сфері дає змогу визначити, що проблеми соціальних та економічних процесів в Україні залишаються гостро актуальними, а тому вимагають визначення стратегічних напрямків і завдань бюджетної політики щодо стабілізації і розвитку держави.

Метою статті є оцінка існуючих наукових підходів вітчизняних і зарубіжних учених щодо сутності бюджетної політики та визначення її концептуальних засад.

Основні результати дослідження. У сучасній економічній літературі дефініція "бюджетна політика" ввібрала в себе сутнісний зміст, характеризується багатьма властивостями, інтегрує подвійне змістовне навантаження.

У зарубіжній науковій літературі бюджетна політика часто ототожнюється з фіскальною політикою, хоч законодавство багатьох країн розрізняє поняття "бюд-

жет" і "казна". Західні економісти С. Фішер, Р. Дорнбуш, Р. Шмалензі фіскальну політику визначають як рішення, що ухвалюються державними структурами щодо доходів та витрат країни [22, с. 549]. А. Селіщев стверджує, що фіскальна (бюджетно-податкова) політика – це маніпулювання державними витратами і податками для досягнення певних економічних результатів [16, с. 143]. А. Казаков та Н. Мінаєва вважають, що фіскальна політика – це бюджетна політика, спрямована на зміни сукупного попиту шляхом зміни державних видатків і податків [8, с. 195] з метою підтримання ринкової рівноваги та стимулювання національної економіки.

У словнику сучасної економічної теорії Макміллана зазначено, що бюджетна політика (або фіскальна) означає використання оподаткування і державних видатків для регулювання сукупного рівня економічної діяльності [17, с. 41]. А. Борисов наводить подібне, але модифіковане трактування бюджетної політики як політики держави в галузі оподаткування та державних витрат, спрямованої по суті на підтримання високого рівня зайнятості, стабільної економіки, зростання ВНП [1, с. 86]. Таке ототожнення бюджетної політики з податково-бюджетною деякою мірою є звуженим, не конкретизує характерні ознаки й найважливіші параметри бюджетної політики як важливої складової економічної політики держави.

Відповідно до підходу С. О. Булгакова, Н. В. Базанова, Л. В. Єрмошенко, Н. І. Сушко сутнісні аспекти бюджетної політики розглядаються як цілеспрямована діяльність держави щодо регулювання бюджетного процесу, управління бюджетним дефіцитом, а також використання бюджетної системи для реалізації завдань економічної політики у країні [2, с. 42]. Але, змістовно визначаючи позитивні аспекти пріоритетів бюджетної стратегії, автори не враховують вплив бюджетної політики на соціальний розвиток суспільства.

На думку В. Дем'янишина, бюджетна політика держави – це діяльність органів державної влади, державного управління та місцевого самоврядування з визначення стратегічної мети, напрямів, завдань і пріоритетів розвитку бюджетних відносин та засобів бюджетної тактики для їх досягнення і застосування [4, с. 27]. Така теоретична концепція конкретизує бюджетну доктрину як вихідний критерій і головний вектор фінансування пріоритетів та проектів інноваційного спрямування.

Інтерпретація змісту бюджетної політики О. Д. Василиком як сукупності заходів держави щодо організації та використання фінансів для забезпечення економічного і соціального розвитку [3, с. 53] стосується більше фінансової, ніж бюджетної політики, але зміст останньої розкривається через практичну діяльність держави. І. О. Плужніков визначає бюджетну політику як сукупність пріоритетів (національних інтересів), наукових підходів і конкретних заходів щодо цілеспрямованої діяльності держави з регулювання бюджетного процесу та використання бюджетної системи для вирішення економічних і соціальних завдань країни [6, с. 177]. У такій інтерпретації бюджетна політика розглядається з позиції як соціально-політичного, так і макроекономічного ефекту, але водночас тут ототожнюються поняття "пріоритети" і "національні інтереси".

Узагальнений підхід до трактування бюджетної політики пропонують автори економічного енциклопедичного словника С. В. Мочерний, Я. С. Ларіна, О. А. Устинко, С. І. Юрій, які вважають, що бюджетна політика – це цілеспрямована і планомірна діяльність держави щодо раціонального використання важелів бюджетного регулювання для підтримання стабільного економічного зростання у країні та досягнення стратегічних цілей суспільства [13, с. 67- 68]. Таким чином, позиція авторів зводиться до визначення загальних завдань і стратегічних напрямів діяльності держави у сфері управління фінансами.

Т. Ф. Куценко бюджетно-податкову політику визначає як політику формування та регулювання державного бюджету країни; реалізацію заходів уряду, спрямованих на упорядкування державних видатків, системи оподаткування з метою впливу на економічний розвиток суспільства [9, с. 8]. Подане визначення є дискусійним, оскільки державні доходи і видатки за своїм змістом є значно ширшими поняттями, ніж доходи та видатки бюджету.

Аргументованим є також підхід Т. М. Ковальової до характеристики бюджетної політики як до організаційно-фінансової категорії, що розкриває її сутність як науки та управлінської діяльності [11, с. 63]. Така точка зору заслуговує на увагу, позаяк у сучасних умовах трансформації економіки бюджетна політика повинна формуватись і реалізуватись на наукових засадах.

І. Я. Чугунов зазначає, що бюджетна політика передбачає визначення цілей та завдань у галузі фінансів, розробку механізму мобілізації коштів до бюджету, вибір напрямів використання грошових засобів, управління фінансами у бюджетній сфері, регулювання економічних і соціальних процесів за допомогою фінансово-бюджетних інструментів [23, с. 96]. Таким чином, бюджетна політика концептуально формує фінансові передумови й стимули реалізації економічної політики.

Автори фінансово-кредитного енциклопедичного словника за редакцією А. Г. Грязнової вважають, що бюджетна політика – це сукупність заходів, рішень, які приймаються і здійснюються органами законодавчої та виконавчої влади, пов'язані із визначенням основних напрямів розвитку бюджетних відносин і виробленням конкретних шляхів їх використання в інтересах громадян, суспільства й держави [20, с. 125]. Подібне трактування зв'язку бюджетної політики із бюджетними відносинами розширює сферу шляхів її практичної реалізації, але зведення бюджетної політики до сукупності рішень органів влади обмежує її сутність та є дискусійним.

На думку Д. Л. Комягіна, бюджетна політика виявляється в системі форм і методів мобілізації фінансових ресурсів та їх розподілу, являє собою цілісну єдність формування і використання коштів бюджетів усіх рівнів, реалізує стратегічні цілі державної економічної політики [10, с. 43]. Отже, увага акцентується на пріоритетах бюджетної політики.

Вихідним критерієм, домінантою і головним вектором бюджетної політики є фінансово-економічна доктрина. Бюджетна політика як комплексна, самостійна, суспільно-економічна категорія має певну структуру з такими елементами, як суб'єкт, об'єкт і розгалужені взаємозв'язки між ними (рис. 1).

Суспільно-економічне призначення бюджетної політики найбільш повно розкривається у її класифікації на типи, види та форми реалізації на основі відповідних критеріїв. Враховуючи різні підходи до трактування сутності бюджетної політики та досягнення вітчизняної фінансової науки і практики, структуруючи бюджетну політику за функціональною ознакою, Ф. О. Ярошенко виділяє головні складові бюджетної політики: у сфері державних доходів; видатків; державного боргу; бюджетного регулювання; та міжбюджетних відносин [5, с. 105]. Подібну до цієї інтерпретацію різновидів бюджетної політики і класифікацію пропонує В. Дем'янишин [4, с. 29]. Л. В. Лисяк за таким критерієм, як організаційно-управлінський підхід, до видів бюджетної політики відносить: бюджетне планування, бюджетний процес, бюджетне регулювання, бюджетний контроль [12, с. 35]. О. Василик висуває три ланки бюджетної політики: розробка концепції бюджетної політики, визначення напрямів мобілізації та використання бюджетних ресурсів і здійснення практичних дій, спрямованих на досягнення поставлених цілей [3, с. 53]. С. Булгакова називає такі елементи бюджетної політики, як: податкова політика; політика регулювання бюджетного дефіциту; бюджетно-фінансова політика зовнішньоекономічної діяльності; інвестиційно-бюджетна політика; політика операційних видатків; політика фінансування невиробничої сфери; політика регулювання міжбюджетних відносин. Така класифікація видів бюджетної політики заслуговує на увагу, але деякі її аспекти є дискусійними. Ю. Пасічник до складових бюджетної політики відносить: податкову (фіскальну), митну, інвестиційну, страхову, грошову, пенсійну та кредитну [21, с. 93]. Його точка зору є суперечливою, оскільки у поданому переліку наведені окремі елементи фінансової та грошово-кредитної політики, які виходять за межі бюджетної.

Висновки. У зарубіжній і вітчизняній економічній літературі відсутні єдині підходи до обґрунтування змісту бюджетної політики, висунуті різні визначення та інтерпретації цього терміну. Широке коло досліджень сутності бюджетної політики різними науковцями свідчить про неоднорідність, складність, унікальність, особливість цієї

політики. Дослідження показало, що необхідною умовою соціально-економічного розвитку та покращення суспільного добробуту в країні є ефективна бюджетна політика, яка повинна розроблятися з метою оптимального збалансування бюджетних параметрів з урахуванням бюджетних пріоритетів, розвитку бюджетної сфери та необхідності виконання державою головних функцій.

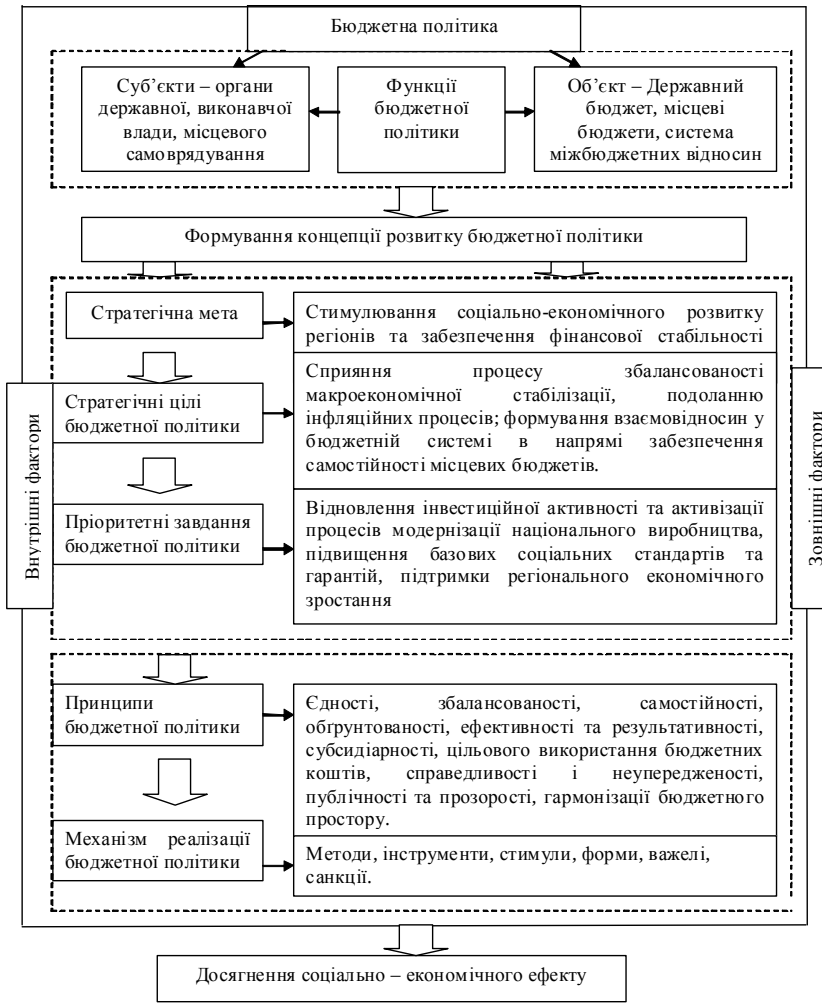

Рис. 1. Бюджетна політика в загальній системі державного регулювання [4, 21].

Тому бюджетна політика повинна формуватися та втілюватися у життя на наукових засадах, відповідати соціально-економічній стратегії держави і національним інтересам суспільства.

Список використаних джерел

1. Борисов А. Б. Большой энциклопедический словарь / А. Б. Борисов. – М.: Книжный мир, 2001. – 895 с.

2. Булгакова С. О. Казначейська система виконання бюджету / [С. О. Булгакова, Н. В. Базанова, Л. В. Єрмошенко та ін.]. – К.: КДТЕУ, 2000. – 249 с.

3. Василик О. Д. Бюджетна система України / О. Д. Василик, К. В. Павлюк. – К.: Центр навчальної літератури, 2004. – 544 с.

4. Дем'янишин В. Теоретичні засади бюджетної політики // Світ фінансів. – 2007. – Вип. 1(10). – С. 19-34.

5. Державна фінансова політика та прогнозування доходів бюджету / [М. Я. Азаров, Ф. О. Ярошенко, Т. І. Єфименко та ін.]. – К. : НДФІ, 2004. – 712 с.

6. Засади формування бюджетної політики держави: наук. монографія / М. М. Єрмошенко, С. А. Єрохін, І. О. Плужніков, Л. М. Бабич, А. М. Соколовська, Ю. В. Чередниченко; за наук. ред. д.е.н., проф. М. М. Єрмошенка. – К. : НАУ, 2003. – 284 с.

7. Иванова Н. Г. Региональная бюджетная политика: теория, законодательство, практика / Н. Г. Иванова. – СПб. : СПб ГУЭФ, 2002. – 167 с.

8. Казаков А. П. Экономика (Микро-, макро- и прикладная экономика) / А. П. Казаков, Н. В. Минаева. – М.: ЦИППК АП, 1996. – 392 с.

9. Куценко Т. Ф. Бюджетно-податкова політика: навч.-метод. посіб. для самост. вивч. дисц. / Т. Ф. Куценко. – К.: КНЕУ, 2002. – 256 с.

10. Комягин Д. Л. Словарь бюджетных терминов / Д. Л. Комягин // Право и экономика. – 1997. – № 23-24. – С. 43-46.

11. Ковальова Т. М. Бюджет и бюджетная политика в Российской Федерации / Т. М. Ковальова, С. В. Барулин. – 2-е изд. – М.: Кнорус, 2006. – 208 с.

12. Лисяк Л. В. Бюджетна політика у системі державного регулювання соціально-економічного розвитку України : монографія / Л. В. Лисяк. – К.: ДННУ АФУ, 2009. – 600 с.

13. Мочерний С. В. Економічний енциклопедичний словник: у 3 томах / С. В. Мочерний, Я. С. Ларіна, О. А. Устинко, С. І. Юрій ; за заг. ред. С. В. Мочерного. – Львів: Світ, 2005. – Т. 1. – 616 с.

14. Огонь Г. Доходи бюджету України: теорія та практика: монографія / Ц. Г. Огонь. – К. : КНТЕУ, 2003. – 580 с.

15. Рибак С. Бюджетна стратегія: українські реалії та зарубіжний досвід // Економіка України. – 2011. – № 8. – С. 40-45.

16. Селищев А. С. Макроэкономика / А. С. Селищев; под ред. А. С. Леусского. – СПб. : Питер, 2001. – 440 с.

17. Словник сучасної економічної теорії Макміллана / За ред. Д. Пірса; пер. з англ. – К. : АртЕК, 2000. – 640 с.

18. Федосов В. Фінансова реструктуризація в Україні: проблеми і напрями : монографія / В. Федосов, В. Опарін, С. Льовочкін; за наук. ред. В. Федосова. – К.: КНЕУ, 2002. – 387 с.

19. Фишер С. Экономика / С. Фишер, Р. Дорнбуш, Р. Шмалензи. – М. : Дело, 1997. – 549 с.

20. Финансово-кредитный энциклопедический словарь; кол. авт. под общ. ред. А. Г. Грязновой. – М.: Финансы и статистика, 2002. – 1168 с.

21. Формування і функціонування бюджетної системи України: монографія / [С. О. Булгакова, О. Т. Колодій, Л. В. Єрмошенко та ін.] ; за заг. ред. А. А. Мазаракі. – К.: Книга, 2003. – 344 с.

22. Чугунов І. Я. Теоретичні основи системи бюджетного регулювання / І. Я. Чугунов. – К.: НДФІ, 2005. – 259 с.

Макіян О.О.
Науковий керівник:
к.е.н., доцент ***Штулер І.Ю.***

МОТИВАЦІЙНИЙ МЕХАНІЗМ СТИМУЛЮВАННЯ ВКЛАДІВ ФІЗИЧНИХ ОСІБ

У статті досліджено умови вибору вкладниками фінансово-кредитної установи. Особливу увагу приділено способам залучення клієнтів та визначенню складових елементів ефективного мотиваційного механізму. Доведено, що зростання конкуренції зумовлює необхідність урахування потреб клієнтів, змушує комерційні банки йти на витрати для реалізації ефективної маркетингової політики, розширення спектру банківських депозитів, урізноманітнення умов їх надання та підвищення якості обслуговування клієнтів з метою залучення нових вкладників та заохочення існуючих до подальшої співпраці з банком.

Ключові слова: *банк, банківські операції, ресурси банків, вклади, депозити.*

Макиян А.А.

МОТИВАЦИОННЫЙ МЕХАНИЗМ СТИМУЛИРОВАНИЯ ВКЛАДОВ ФИЗИЧЕСКИХ ЛИЦ

В статье исследованы условия выбора вкладчиками финансово-кредитного учреждения. Особое внимание уделено способам привлечения клиентов и определению составляющих элементов эффективного мотивационного механизма. Доказано, что рост конкуренции вызывает необходимость учета потребностей клиентов, заставляет коммерческие банки нести расходы для реализации эффективной маркетинговой политики, расширение спектра банковских депозитов, разнообразие условий их предоставления и повышения качества обслуживания клиентов с целью привлечения новых вкладчиков и поощрения существующих к дальнейшему сотрудничеству с банком.

Ключевые слова: *банк, банковские операции, ресурсы банков, вклады, депозиты.*

Makiyan O.O.

MOTIVATION MECHANISM TO STIMULATE THE DEPOSIT

In the article the choice of investors provided financial institution. Particular attention is given to ways of attracting customers and the definition of the constituent elements of an effective motivational mechanism. Proved that increasing competition necessitates taking into account the needs of customers, forcing commercial banks to go to the expense to implement an effective marketing strategy, expanding the range of banking deposits, diversifying provision and improve service quality to attract new investors and encourage existing to further cooperation with the bank.

Key words: *bank, banking, bank resources, deposits.*

Постановка проблеми. У сучасних умовах пріоритетним завданням залучення депозитних ресурсів банків від фізичних осіб є стимулювання заощаджень населення за рахунок цільового їх використання. Зростання обсягів залучених ресурсів можливе за умови створення ефективного мотиваційного механізму їх залучення, використання маркетингових досліджень ринку заощаджень населення. У даний час маркетинг в банках розглядається лише як спосіб вивчення ринку, хоча це комплексна система, що включає крім вивчення ринку: розробку і формування маркетингової стратегії та створення системи методів стимулювання просування банківських продуктів, у тому числі щодо акумулювання грошових коштів фізичних осіб.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Вагомий внесок у вирішення теоретичних та практичних питань управління депозитними ресурсами зробили такі фахівці: А.Андрущенко [1], Н. Версаль [2], О. Власенко [3], Ю. Галіцейська [4], О. Дмитрієва [5], А. Дроб'язко [6], І. Кичко [7], Т. Коляда [8], О. Кравченко [9], Т. Смовженко [10] та інші.

Невирішені раніше частини загальної проблеми полягає у дослідженні цінності клієнта для банківської установи та цінності банківських послуг для клієнтів. На

основі цієї взаємодії невирішеними є питання виокремлення заходів щодо використання мотиваційних інструментів стимулювання вкладів фізичних осіб.

Мета дослідження. На основі множинності спектру банківських послуг розкрити мотиваційний механізм стимулювання вкладів фізичних осіб, який в результаті призведе до покращання іміджу банківської установи та надасть змогу зайняти лідируючі позиції на ринку.

Основні результати дослідження. Кожний вкладник намагається не лише зберегти, а й примножити свої заощадження, тому клієнти завжди постають перед проблемою вибору банку, розміщення коштів у якому забезпечувало б оптимальні умови вкладу, мінімальний ризик втрати коштів та високу прибутковість.

Втрата українськими вкладниками своїх заощаджень, розміщених в Ощадбанку СРСР, діяльність фінансових пірамід 90-х років, висока інфляція 1991-1996 років, наслідки фінансової кризи 1998 року та проблема банкрутства банків, яка існує і на даний момент, гостро ставить перед вкладниками потребу обережного та ретельного вибору банку для вкладення своїх заощаджень. Ця проблема підсилюється значною кількістю ліквідованих банків. Так, з 1992 по 2007 рік кількість ліквідованих банків склала 109, а станом на 1 квітня 2008 року у стані ліквідації перебувало 18 банків [11]. Недостатній рівень банківського нагляду, контролю та аудиту діяльності банків, правовий нігілізм, неефективна система гарантування вкладів фізичних осіб, призводять до того, що люди просто бояться втратити свої заощадження в банках, не вірячи в свою захищеність.

З метою запобігання втраті вкладниками коштів першим і найголовнішим етапом процедури вибору банку є дослідження його фінансово-економічного стану [9]. Надійність, стійкість і прибутковість комерційних банків стає головним критерієм під час вибору банку для обслуговування. Тільки після визначення переліку надійних банківських установ можна переходити до наступного етапу – ознайомлення з пропозиціями щодо спектру банківських вкладів, процентних ставок, умов розміщення вкладів тощо [10].

Взаємодія з клієнтами-фізичними особами складається як на основі визначення цінності клієнта для банку, так і цінності банківських послуг для клієнтів. При цьому оцінка ефективності взаємодії кожної зі сторін залежить від рівня фактичної їх цінності. Цінність визначається як різниця між цінністю пропозиції та витратами. Цінність клієнта для банку складається з таких показників, як історія трансакцій, кредитна історія, справжня і майбутня прибутковість за вирахуванням витрат на його залучення та обслуговування. Цінність банківських послуг для клієнта визначається як різниця між сумою сукупних вигод і витратами споживання конкретної банківської послуги. З ростом цінності клієнта для банку повинна здійснюватися переоцінка споживчої цінності банківських послуг, пропонованих даному клієнту [7].

Ефективна депозитна політика комерційного банку повинна містити заходи щодо використання мотиваційних інструментів та підвищення привабливості вкладів шляхом раціонального поєднання цінових і нецінових методів маркетингової політики. Вона також має враховувати особливості депозитної політики комерційних банків України, що зумовлюються посиленням конкуренції. Нині в умовах загострення конкурентної боротьби між комерційними банками за ресурси та ефективні напрями їх розміщення для залучення клієнтів недостатньо пропонувати лише оптимальну процентну ставку за депозитом [8]. Для підтримки своєї конкурентоспроможності, досягнення успіхів у сфері депозитної діяльності та залучення нових клієнтів банкам необхідно не просто забезпечити вкладникам широкий асортимент депозитних послуг та якісне обслуговування, а й мотивувати клієнтів до вкладання коштів, при цьому створити максимально сприятливі умови за депозитними вкладами, що будуть заохочувати вкладників до розміщення їх заощаджень [9].

Залучення клієнтів на обслуговування в банк є класичною функцією маркетингу і включає стандартний набір засобів просування: рекламу, стимулювання збуту, зв'язки з громадськістю та особисті продажі. Техніка залучення клієнтів в банк включає пряме і непряме залучення. Пряме залучення передбачає роботу співробітників

банку та особисте звернення до потенційних клієнтів. Непряме залучення здійснюється опосередковано і не містить адресного звернення до потенційних клієнтів (реклама, іміджеве вплив, Інтернет, PR-акції та інше). У силу особливостей сфери роздрібних банківських послуг непрямі способи залучення населення є переважаючими в практиці банків [1].

Для розширення залучення вкладів банки використовують розвинені маркетингові методи просування відповідних продуктів, які дають змогу збільшувати коло клієнтів, продовжувати терміни залучення коштів, заохочувати клієнтів до укладання нових угод після закінчення термінів. Для того щоб отримати конкурентні переваги, необхідно використовувати прямі комунікації для залучення клієнтів-фізичних осіб. Для цього можна використовувати такі способи залучення клієнтів:

- прямі адресні розсилки комерційних пропозицій;
- виїзд фахівців банку на територію клієнтів-фізичних осіб;
- робота консультантів в точках продажів товарів і послуг;
- робота фахівців із залучення співробітників організацій-корпоративних клієнтів банку та інше [2].

Ефективний мотиваційний механізм стимулювання вкладів фізичних осіб включає наступні елементи:

1. Аналіз поточного стану клієнтської бази банку. Для визначення ефективності роботи із залучення клієнтів розраховується коефіцієнт збереження клієнтів залежно від кількості лояльних клієнтів банку або клієнтів, які припинили обслуговування в банку. Необхідно встановлювати причини втрат клієнтів, а також постійно здійснювати аналіз скарг і пропозицій своїх клієнтів.

2. На основі аналізу історій взаємин з клієнтами банк сегментує клієнтську базу, визначає цінності клієнтів. Політика утримання клієнтів повинна бути спрямована насамперед на тих з них, які становлять найбільшу цінність для банку [3].

3. Банк має розробити програму збереження клієнтів (програму лояльності). Засобами формування лояльності найбільш значущих для банку клієнтів у сфері роздрібних послуг можуть бути:

- пропозиція індивідуальних умов обслуговування;
- розробка спеціальних пропозицій, зміна споживчих характеристик послуг;
- накопичувальні бальні системи;
- програма заохочень залежно від терміну обслуговування, обсягу операцій і т. д. [5].

Перехід до клієнтоорієнтованої моделі роздрібного банківського бізнесу передбачає перебудову всієї внутрішньої діяльності банку, і перш за все формування відповідної стратегії, організації та використання спеціалізованих технологій.

Складові елементи ефективного мотиваційного механізму стимулювання вкладів фізичних осіб та їх зв'язок з державною соціально-економічною політикою наведено на рис. 1.

Одним із основних факторів залучення депозитних ресурсів є ступінь довіри вкладників до банків. Результати опитування, проведеного Центром імені Разумкова, свідчать, що лише 1,3% українців довіряють комерційним банкам, тоді як повністю недовіряють комерційним банкам 55,3%, більше довіряють – 9,4%, більше не довіряють – 24,9%, а 9,1% респондентів вагалися з відповіддю. При цьому рейтинг довіри до банків є найнижчим серед установ та громадських інститутів [6].

За відсутності довіри заощадження зберігаються у готівковій формі або спрямовуються у тіньову сферу, обсяг якої в Україні з кожним роком зростає. Пропорційно до зміцнення довіри населення відбувається прискорення зростання вкладів населення у банки, збільшення обсягів вкладів щодо обсягів ВВП. До пріоритетних завдань держави слід віднести удосконалення чинної системи гарантування вкладів населення поряд із запровадженням адекватної модернізації банківського нагляду. Це дозволить захистити права вкладників та надати їм гарантії повернення їх депозитів, підвищити довіру до банків, що, у свою чергу, позитивно вплине на динаміку подальшого вкладання коштів. Упровадження системи заходів для посилення довіри населення до вітчизняної банківської системи шляхом гарантування повного збері-

гання коштів і одержання сталого відсоткового доходу дасть змогу залучити ці заощадження для розвитку внутрішнього ринку [4].

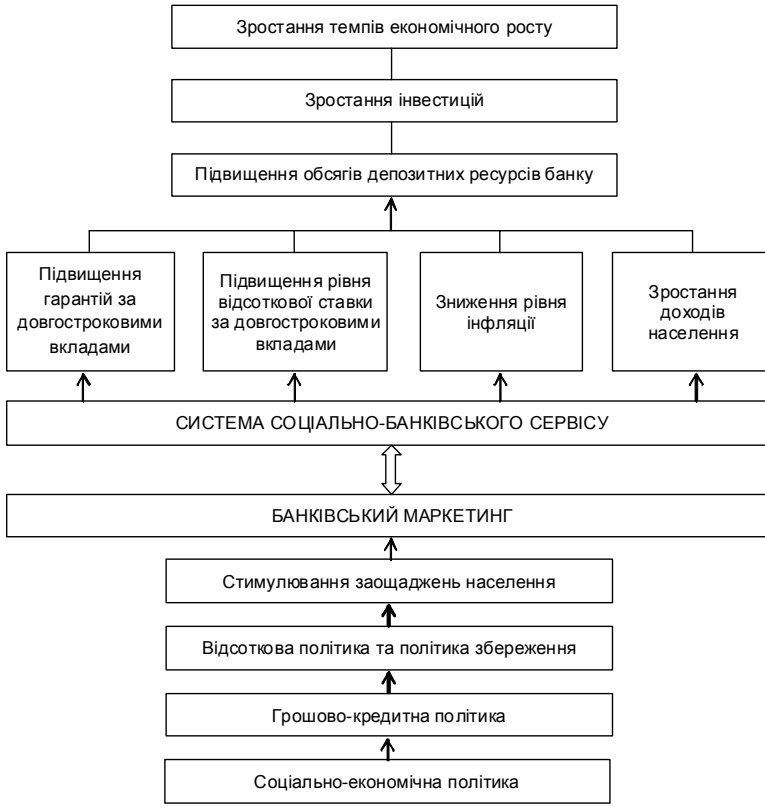

Рис. 1. Мотиваційний механізм стимулювання вкладів фізичних осіб та його зв'язок з державною соціально-економічною політикою [9]

Висновки. Таким чином, зростання конкуренції зумовлює необхідність урахування потреб клієнтів, змушує комерційні банки йти на витрати для реалізації ефективної маркетингової політики, розширення спектру банківських депозитів, урізноманітнення умов їх надання та підвищення якості обслуговування клієнтів з метою залучення нових вкладників та заохочення існуючих до подальшої співпраці з банком. У зв'язку з тим, що спектр депозитних послуг та процентні ставки за депозитами наразі приблизно однакові в усіх банках, останні повинні робити акцент на застосуванні мотиваційних механізмів залучення вкладників для того, щоб зайняти лідируючі позиції на ринку.

Застосування мотиваційних механізмів залучення вкладників вигідне як банкам, які отримують нових клієнтів та додаткові ресурси для кредитування, так і вкладникам, яким банки пропонують вигідні умови розміщення своїх коштів, а також державі, оскільки це сприяє збільшенню обсягів кредитування економіки. Важливим завданням державного управління є створення умов для покращання іміджу банківської системи та формування ефективної системи гарантування вкладів населення.

Список використаних джерел

1. Андрущенко А. В. Основні недоліки методів вкладення коштів на сучасному етапі розвитку системи фінансів населення/ А. В. Андрущенко // Формування ринкових відносин в Україні. – 2011. – N 1. – С. 204-208.
2. Версаль Н.І. Особливості формування депозитних ресурсів банками України / Н. І. Версаль //Фінанси України. – 2009. – N 12. – С. 89-96.
3. Власенко О.О. Розвиток українського ринку депозитів для фізичних осіб/ О. О. Власенко //Фінанси України. – 2006. – N 3. – С.74-80.
4. Галіцейська Ю. Оптимізація роботи банків із залучення депозитів населення в умовах фінансової кризи/ Ю. Галіцейська // Банківська справа. – 2009. – N 6. – С. 85-93.
5. Дмитрієва О.А. Оптимізація депозитної діяльності комерційного банку / О. А. Дмитрієва // Фінанси України. – 2014. – N 5. – С.138-145.
6. Дроб`язко А. Аналіз монополізації та регіональний перерозподіл ринків депозитів і кредитів фізичних осіб в Україні в умовах фінансової кризи/ А. Дроб`язко // Банківська справа. – 2010. – N 1. – С. 32-41.
7. Кичко І.І. Захист депозитів населення/ І. І. Кичко, Н. В. Шаркаді //Фінанси України. – 2006. – N 2. – С.122-129.
8. Коляда Т.А. Оподаткування процентних доходів за депозитами населення в банках/ Т. А. Коляда //Економіка України. – 2004. – N 4. – С.31-36.
9. Кравченко О. М. Мотиваційні механізми залучення банками коштів населення/ О. М. Кравченко //Статистика України. – 2010. – N 1. – С. 108-116.
10. Смовженко Т. Розвиток національної системи гарантування вкладів фізичних осіб: застосування передових принципів та методів / Т. Смовженко, І. Серветник //Банківська справа. – 2012. – N 5. – С. 59-76.
11. Статистика [Електронний ресурс] Офіційне інтернет-представництво. – Режим доступу: http://www.bank.gov.ua/control/uk/publish/article?art_id=65162.

Нижник А.Ю.

Науковий керівник:
д.е.н., професор ***Єрохін С.А.***

ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ РИНКУ ІНВЕСТИЦІЙ В УКРАЇНІ В СУЧАСНИХ УМОВАХ

У статті розглянуто розвиток та формування ринку інвестицій в Україні. Розкрито ключові причини погіршення стану інвестиційної клімату і визначено основні шляхи покращення інвестиційного середовища.

Ключові слова. *Інвестиції, інвестиційна діяльність, інвестиційна привабливість, інвестиційний клімат.*

Нижник А.Ю.

ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ РЫНКА ИНВЕСТИЦИЙ В УКРАИНЕ В СОВРЕМЕННЫХ УСЛОВИЯХ

В статье исследован рынок инвестиций в Украину. Раскрыто ключевые причины ухудшения состояния инвестиционной климата и определены основные пути улучшения инвестиционной среды.

Ключевые слова. *Инвестиции, инвестиционная деятельность, инвестиционная привлекательность, инвестиционный климат.*

Nizhnik A.Y.

TRENDS OF THE INVESTMENT MARKET IN UKRAINE IN MODERN CONDITIONS

In the article investigated the investment market in Ukraine. Reveals the key reasons for the deterioration of the investment climate and the main ways of improving the investment environment.

Key words. *Investments, investment activity, investment attractiveness, investment climate*

Постановка проблеми. На сьогодні найбільш проблемними сторонами нашої країни є її економічне і соціальне становище. І щоб вирішити ці задачі потрібно вкладення значного капіталу, це можливо шляхом залучення інвестицій. Прилив іноземних інвестицій забезпечить в майбутньому повноцінне функціонування господарюючих суб'єктів, підвищить конкурентоспроможність національного виробництва та забезпечить збалансованість економічного розвитку, а відповідно покращиться і рівень життя людей. Але протягом останніх кількох років інвестиційне середовище України є не привабливим для інвесторів. Тому для України першочерговим завданням, яке потребує вирішення це створення сприятливого інвестиційного клімату для залучення інвестицій.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Проблеми інвестиційної діяльності та шляхи вирішення цього завдання висвітлювали у своїх працях як зарубіжні, так і вітчизняні науковці, такі як: І. Бланк [1], Майкл Бромвіч [2], Деріл Норкотт [7], Пересада А.А. [9], Жимиров В.М. [5], Шевчук В.Я.[10], Рогожин П.С[10]. та інші. Але багато питань на сьогоднішній день ще потребують вивчення і вирішення.

Метою даної статті є висвітлення проблем інвестування в Україні і та визначення шляхів поліпшення інвестиційного клімату для залучення іноземних інвестицій.

Основні результати дослідження. З переходом до ринкових умов господарювання і прийняттям Україною незалежності перед нашою країною постала задача стати на шлях від країни з перехідною економікою до високорозвиненої країни. Але на сьогоднішній день Україна визнана країною третього світу. І щоб покращити не тільки економічне, а й в деякій мірі соціальне становище, нам необхідно залучення іноземних інвестицій. Процес інвестування забезпечує безперервність відтворення, розробку та реалізацію виробничих і соціальних програм, дозволяють збільшити обсяги та підвищити ефективність виробництва, а це відповідно сприяє інтеграції України до світового господарства і зміцненню міжнародних зв'язків.

Під поняттям "інвестиційний клімат" розуміють ситуацію, яка склалася в країні на мікро- та макрорівнях.

В Україні інвестиційний клімат не є сприятливий через низку проблем, таких як: нестабільність національної грошової одиниці, недосконала законодавча база, нестабільна політична ситуація, нерозвиненість інвестиційного ринку та інвестиційної інфраструктури.

Від стану інвестиційного клімату в країні залежить впевненість інвесторів у капіталовкладеннях на довготермінову перспективу.

Наша країна могла б бути однією з провідних країн за залученням інвестицій, тому що Україна багата на природні ресурси, потужну виробничу базу, кваліфіковану і дешеву робочу силу, величезний внутрішній ринок збуту продукції та успішну інтеграцію у світовий фінансовий та товарний ринок.

Починаючи від прийняття незалежності України в нашу країну залучалися інвестиції в різні галузі господарства. За статистичними даними, обсяги вкладення капіталу до 2013 року включно зростали, а вже почали зменшуватися в 2014-2015 рр. Звичайно в період світової кризи відбувалося скорочення темпів зростання прямих іноземних інвестицій, але нинішній стан інвестування значно погіршився.

Прямі іноземні інвестиції – найбільш затребуваний спосіб капіталовкладення для економіки, що розвивається, так як за допомогою них можна реалізувати великі важливі проекти, а крім того в країну надходять нові технології (наприклад, при створенні виробництв), нові практики корпоративного управління і т. п.

До основних країн-інвесторів, на які припадає майже 86% загального обсягу прямих інвестицій за період 2005-2014 рр. входять: Кіпр – 22,2%, Німеччина – 15,5%, Нідерланди – 10,5%, Російська Федерація – 7,6%, Австрія – 5,9%, Франція – 5,3%, Велика Британія – 5,1%, Швеція – 3,9%, Вірґінські Острови (Брит.) – 3,3%, США – 2,7%, Італія – 2,2%, Польща – 2,1%, Швейцарія – 1,9%. [9]

В останній час число інвесторів в нашу країну значно зменшується, а відповідно спостерігається скорочення темпів зростання прямих іноземних інвестицій, що є фактором спаду економіки в цілому.

Прямі іноземні інвестиції повинні підсилювати міжнародну інвестиційну позицію України та запобігати зростанню зовнішнього боргу, але на сьогодні, ситуація в економіці країни протилежна – інвестиції скорочуються, а борги ростуть. Тим самим Україна робить "крок назад" до свого розвитку.

Україна займає критично низькі позиції майже за всіма показниками, поступаючись країнам, рівень розвитку яких значно нижчий за рівень розвитку нашої держави, деяким країнам третього світу. В рейтингу глобальної конкурентоспроможності Україна в 2015 році, в порівнянні з 2014 роком, опустилася з 76 на 79 місце.

Можна спостерігати замкнуте коло, адже рівень інвестицій в 2014 році став знижуватися, відповідно в не належному стані знаходилися сектори економіки, що спричиняє недовіру іноземних вкладників до того, що в майбутньому Україна принесе їм прибуток.

В Україні дотепер не створено обґрунтованої системи державної підтримки інвестиційної діяльності підприємств. Як наслідок цього, в інвестиційній діяльності країни утворилося знову ж таки замкнуте коло, коли недоінвестування народного господарства посилює спад виробництва, що, в свою чергу, спричиняє зниження інвестиційних можливостей суб'єктів господарювання та держави.

За показниками Державної служби статистики ми можемо спостерігати таку тенденцію, що з 2002 по 2013 роки кількість інвестицій хоч незначними темпами, але зростали, а з 2014 р. об'єм капіталовкладень в Україну зменшуються. З приводу інвестування з України до 2006 р. кількість їх взагалі була мізерною, з 2007 року ситуація покращилась, але на протязі 9 років показники майже не відрізнялись. Це ми можемо спостерігати в нижче наведеній діаграмі.

Рис. 1. Прямі іноземні інвестиції в Україні з 2002 по 2015 роки, млн. дол. США [3]

Протягом 2014-2015 років стан інвестування погіршився через політичну і економічну кризу, що охопила Україну. Проте зараз погіршення стану інвестиційного середовища дещо зменшує темпи. Так, за останніми даними Державної служби статистики, можна спостерігати, що в першому кварталі 2015 року обсяги ПІІ в Україну скоротилися на 10,2%, то за підсумками першого півріччя – вже тільки на 6,4%, а за підсумками дев'яти місяців 2015 року – на 3,95%. [3]

Але рано говорити про поліпшення інвестиційного клімату в Україні, оскільки в третьому кварталі відбулося зниження Індексу інвестиційної привабливості нашої країни. Дослідження Європейської бізнес-асоціації показали, що в третьому кварталі 2015 року Індекс інвестиційної привабливості України незначно знизився і склав 2,56 бали з 5 можливих (у другому кварталі він становив 2,66 бали). Іноземні інвестори, які приймали участь у дослідженні ЄБА, найголовнішим фактором такого результату

визнали високий рівень корупції, при цьому боротьба з нею проходить занадто повільними темпами. Також вони зазначають, що не відбуваються в країні зміни, про які говорить уряд, не запроваджуються важливі реформи. Більше половини опитаних ЄБА не очікують позитивних змін в найближчий час і переконані, що інвестиційний клімат залишиться без змін, відповідно вони не бачать в перспективі, що їх капіталовкладення в майбутньому принесе їм прибуток. [8]

Зараз стратегічно важливим завдання для України є підвищення інвестиційної привабливості для іноземних інвесторів, незважаючи на політичну ситуацію в країні, воєнні дії, адже саме зараз наша країна потребує значних капіталовкладень. Тому що переживаючи далеко не найкращі часи, погіршується економічне і соціальне становище держави в цілому і кожного українця зокрема.

Отже, з вищенаведеного можна визначити, що серед основних причин зниження активності інвестиційної діяльності в Україні є:

- нестабільна політична та економічна ситуація в країні;
- значний рівень інфляції в країні
- високий рівень корупції;
- нерозвиненість ринкової інфраструктури;
- незадовільний податковий клімат для інвесторів, надмірний тягар оподаткування;
- відсутність системи страхування ризику інвесторів;
- нерозвиненість інвестиційних інструментів і фондового ринку;
- відсутність підтримки держави малого і середнього бізнесу.

Для подолання всіх зазначених проблем та покращення інвестиційного клімату України необхідно здійснити рад заходів. Основними шляхами вирішення певних завдань та збільшення притоку іноземних інвестицій можна лише за умовами розвитку всього комплексу чинників, що формують інвестиційний клімат. Якщо не врахувати хоч один показник, то це приведе до дисбалансу та напруженості на інвестиційному ринку України.

Для покращення інвестиційної привабливості України потрібно здійснити такі кроки:

- Боротьба з корупцією
- зниження податкового тиску та запровадження прозорої системи оподаткування
- вирішення конфлікту на сході України
- підтримувати на державному рівні програми та проекти зарубіжних та вітчизняних інвесторів
- запровадити економічні реформи для сприяння малому та середньому бізнесу
- запобігати тіньовому відтоку капіталу з країни
- проводити структурні реформи, враховуючи міжнародні рейтингові дослідження

Висновок. Проаналізувавши економічне становище України, зокрема інвестиційну діяльність, ми можемо спостерігати, що ці два середовища тісно взаємопов'язані один з одним. Погіршення в економічній сфері негативно впливають на масштаби капіталовкладень, в свою чергу, щоб покращити це становище потрібно залучати інвестицій.

Оцінивши становище в Україні, можна сказати, що зараз Україна переживає глибоку кризу. І одним із шляхів покращення економічного і соціального добробуту є досягнення високого рівня привабливості інвестиційного клімату. Для поліпшення інвестиційного клімату потрібно здійснити ряд реформ в державному апараті, в системі оподаткування, на фінансовому ринку, і один із найважливіших кроків, який хвилює не тільки іноземних інвесторів, а і українців в цілому – подолання корупції. Тоді довіра зарубіжних вкладників зросте, і вони будуть бачити в Україні не тільки ринок, де можна одноразово отримати прибуток, а свого стратегічного партнера. У свою чергу це відкриє шлях Україні на міжнародний ринок, ми можемо стати потенційними партнерами багатьох високорозвинених країн. Для цього в країні є велика кількість природних ресурсів і кваліфікованої робочої сили, і географічне розташування нашої країни дозволяє нам співпрацювати без перешкод і з Заходом, і зі Сходом. Потрібно лише здійснювати політику, з якою Україна зможе використати всі ці

привілеї на свою користь. Тоді держава зможе піднятися в рейтингу конкурентоспроможності, що і привабить увагу іноземних інвесторів, і відповідно покращиться інвестиційне середовище в цілому, це і стане передумовою сталого економічного розвитку в майбутньому.

Досягнення високого рівня привабливості інвестиційного клімату та подолання інших існуючих проблем можливо лише завдяки виваженій та своєчасній інвестиційній політиці держави, яка повинна спиратися на зарубіжний досвід та реалізовувати пріоритетні напрями сприяння інвестиційної активності в Україні.

Список використаних джерел

1. Бланк И.А. Инвестиционный менеджмент. – К.: МП "ИТЕМ" ЛТД, 1995. – 447 с.
2. Бромвич М. Анализ экономической эффективности капиталовложений / Пер. с англ. – М.: ИНФРА-М, 1996. – 432 с.
3. Державна служба статистики України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.ukrstat.gov.ua
4. Динаміка результатів Індексу інвестиційної привабливості [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://zno.znaimo.com.ua/docs/180/index-8275.html
5. Жимиров В.Н. Анализ и оценка инвестиций на предприятии. Автореферат диссерт. канд. эк. наук. – С.-П.: 1995 // br.com.ua/inshe/Dergh.
6. Інвестиційний клімат в Україні [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://mfa.gov.ua/ua/about-ukraine/economic-cooperation/invest-climat
7. Норткотт Д. Принятие инвестиционных решений: Пер. с англ. под. ред. А.Н. Шохина. – М.: Банки и биржи, БНИТИ, 1997. – 247 с.
8. Оцінка інвестиційної привабливості України Європейської Бізнес Асоціації [Електронний ресурс] – Режим доступу: http://www.eba.com.ua
9. Пересада А.А. Інвестиційний процес в Україні. – К.: Лібра, 1998. – 392 с.
10. Шевчук В.Я., Рогожин П.С. Основи інвестиційної діяльності. – К.: Генеза, 1997 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: institute.com.ua/searchdirect.

Нішпор В.В.

Науковий керівник:
к.е.н., доцент ***Штулер І.Ю.***

ПЕРЕШКОДИ НА ШЛЯХУ ФОРМУВАННЯ ДІЄВОГО БІРЖОВОГО РИНКУ ЦІННИХ ПАПЕРІВ

У статті визначено основні напрямки та проблеми функціонування фондового ринку у сучасних умовах. Здійснено аналіз стану біржового ринку України. Комплексно досліджено та узагальнено перешкоди на шляху формування біржового ринку України. Подано рекомендації щодо стимулювання подальшого розвитку ринку цінних паперів.

Ключові слова: *біржовий ринок, цінні папери, фондова біржа, акціонерні товариства, фінансові ресурси.*

Нишпор В.В.

ПРЕПЯТСТВИЯ НА ПУТИ ФОРМИРОВАНИЯ ЭФФЕКТИВНОГО БИРЖЕВОГО РЫНКА ЦЕННЫХ БУМАГ

В статье определены основные направления и проблемы функционирования фондового рынка в современных условиях. Осуществлен анализ биржевого рынка Украины. Комплексно исследованы и обобщены препятствия на пути формирования биржевого рынка Украины. Даны рекомендации по стимулированию дальнейшего развития рынка ценных бумаг.

Ключевые слова: *биржевой рынок, ценные бумаги, фондовая биржа, акционерные общества, финансовые ресурсы, денежные средства, капитализация.*

Nishpor V.V.

OBSTACLES TO THE FORMATION OF AN EFFECTIVE EXCHANGE MARKET SECURITIES

In the article the basic directions and problems of the stock market in modern conditions. The analysis of the state of the stock market of Ukraine. Comprehensively investigated and summarized obstacles to the formation of the exchange market of Ukraine. The recommendations to stimulate further development of the securities market.

Key words: *stock market, securities, stock exchange, money market, capitalization.*

Постановка проблеми. Ринок цінних паперів є однією з найважливіших частин економіки будь-якої країни, в тому числі і України. як складова частина фінансового ринку він забезпечує акумуляцію та ефективне розміщення заощаджень в економіці, інвестування її пріоритетних галузей та об`єктів. Оздоровлення економіки України значною мірою залежить від становлення та налагодженого функціонування ринку цінних паперів, регульованого державою та інтегрованого у світові фондові ринки. Незважаючи на те, що ринок цінних паперів в Україні почав своє становлення з 1991 року, він все ще перебуває в стадії формування.Для вдосконалення механізму функціонування фондового ринку, необхідний якісний аналіз ситуації на ринку, моніторинг і прогнозування його змін, а також пошук нових шляхів удосконалення.

Аналіз останніх досліджень і публікацій свідчить про значний інтерес науковців до функціонування ринку цінних паперів. Серед вітчизняних учених, що здійснюють аналіз ринку цінних паперів, досліджують теоретичні, практичні і історичні питання його розвитку: З. Ватаманюк [1], О. Вовчак [2], С. Науменкова [3], Ю. Лисенков [4], М. Солодкий [6], А. Сухітра [7], В. Оскольський [5].

Невирішені раніше частини загальної проблеми. Втім, на жаль, і нині актуальними залишаються питання дослідження перешкод на шляху формування дієвого біржового ринку цінних паперів. В даній статті ми спробуємо розкрити ці малодосліджені питання.

Мета статті полягає в описі сучасного стану ринку цінних паперів в Україні, а також визначення проблем функціонування та перспектив його розвитку.

Основні результати дослідження. Фондова біржа – організаційно оформлений, постійно діючий ринок, на якому здійснюється торгівля цінними паперами; акціонерне товариство, яке зосереджує попит і пропозицію цінних паперів, сприяє формуванню їх біржового курсу та здійснює свою діяльність відповідно до чинного законодавства, статуту і правил фондової біржі. [6]

Основні види цінних паперів, які обертаються на біржі – це акції й облігації, державні боргові зобов'язання, а також похідні від них. Процедура допуску їх до котування на фондовій біржі називається лістингом; вона здійснюється згідно з конкретними вимогами до їх емітента. Цінні папери, які пройшли процедуру лістингу і дозволені для купівлі-продажу, називаються фондовими цінностями (активами). Торгівля ведеться або партіями, на певну суму, або за видами, при цьому договори укладаються "заочно", без наявності на біржі самих цінних паперів.

Особливості фондового ринку України зумовлені тим, що він виник і розвивається в умовах переходу від планової економіки до змішаної економіки ринкової орієнтації. Ці умови характеризуються революційним характером перетворень, нестійкістю стану економіки і суспільства, різноманіттям можливих шляхів переходу, наявністю особливих економічних форм, що функціонують з використанням принципів як планового, так і ринкового способів господарювання. Фондовий ринок є ключовим фактором мобілізації фінансово-капітальних ресурсів у ринковій економіці, а також інструментом проведення інноваційної політики у державі. [2] Він постає невід'ємним атрибутом інституційного регулювання національної економіки.

Подальші дослідження вимагають аналізу стану біржового ринку України. Фондовий ринок в тій чи іншій країні характеризується, насамперед, показниками капіталізації, обсягом біржової торгівлі цінними паперами, кількістю цінних паперів, що перебувають в обігу на фондових біржах.

Станом на 30.11.2015 капіталізація лістингових компаній фондового ринку склала 61,63 млрд грн (рис. 1).

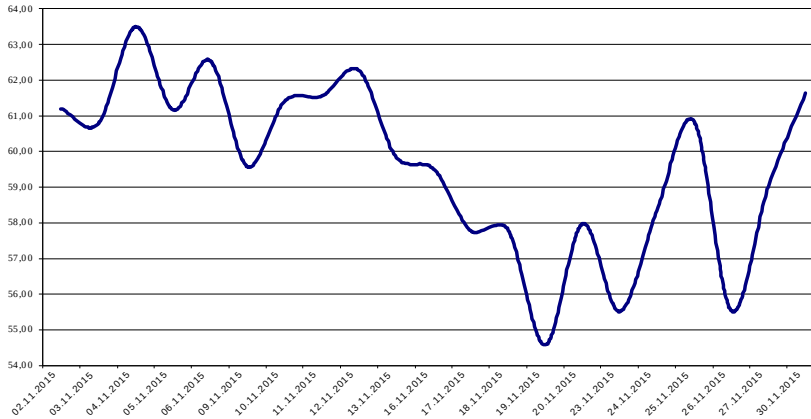

Рис. 1. Капіталізація лістингових компаній фондового ринку за листопад 2015 року, млрд грн [11]

За результатами торгів на організаторах торгівлі обсяг біржових контрактів з цінними паперами протягом січня-листопада 2015 року становив 258,23 млрд грн (таблиця 1).

Протягом січня-жовтня 2015 року порівняно з даними аналогічного періоду 2014 року обсяг біржових контрактів з цінними паперами на організаторах торгівлі зменшився на 53,35% (або на 279,96 млрд грн) (січень-жовтень 2014 року – 524,76 млрд грн).

Зростання вітчизняного фондового ринку має передусім спекулятивний характер. Це пояснюється тим, що в Україні склалась унікальна ситуація, яка характеризується безпрецедентною в світовій практиці перевагою неорганізованого ринку над організованим (80-90%) [8].

У цілому фондовий ринок країни потребує подальшого реформування та удосконалення механізмів функціонування. Незважаючи на досить високу динаміку трансформації, фондовий ринок досі знаходиться на стадії формування та розвитку [9].

Наразі спостерігається тенденція на поступове зростання фондового ринку України і світу в цілому. Це пов'язано з активізацією населення, трейдерів, підприємств та фінансових організацій. Нагальні проблеми, що існують на фондовому ринку України і заважають його подальшому розвитку – це низька ліквідність та капіталізація, масштабний дефіцит внутрішніх грошових ресурсів для інвестицій, низька частка біржового сегменту ринку, недостатнє законодавче регулювання ціноутворення, обмежена кількість ліквідних та інвестиційно привабливих фінансових інструментів, висока фрагментарність біржової та депозитарної структури. Ефективність функціонування фондового ринку залежить перш за все від міцної інфраструктури, що створює належні умови для випуску та подальшого обігу цінних паперів.

Висновки. Для вирішення проблемних питань і стимулювання подальшого розвитку ринку необхідно вирішити наступні завдання: збільшення капіталізації, ліквідності та прозорості фондового ринку; удосконалення ринкової інфраструктури та забезпечення її надійного і ефективного функціонування; удосконалення механізмів державного регулювання, нагляду на фондовому ринку та захисту прав інвесторів; стимулювання подальшого розвитку фондового ринку України.

Таблиця 1.

Обсяг біржових контрактів з цінними паперами
на організаторах торгівлі протягом січня-листопада 2015 року, млн грн *[11, 12, 13]*

Період	Організатор торгівлі										Усього
	УФБ	**КМФБ**	**ІННЕКС**	**ПФБ**	**УМВБ**	**УМФБ**	**СЄФБ**	**ПФТС**	**ПЕРСПЕК-ТИВА**	**УБ**	
Січень	2,43	326,67	0,34	109,97	107,92	3,26	33,28	2 120,04	23 551,14	432,04	**26 687,08**
Лютий	3,54	662,71	0,49	165,64	0,00	2,67	1,30	4 680,67	41 124,03	683,19	**47 324,23**
Березень	2,61	141,86	1,08	83,13	0,28	0,00	1,76	7 687,41	26 710,29	688,37	**35 316,80**
Квітень	267,15	333,85	0,33	43,34	4,41	0,00	1,96	4 699,99	24 478,57	720,72	**30 550,32**
Травень	2,99	203,31	0,41	36,96	5,19	0,00	0,62	2 427,63	22 596,36	421,65	**25 695,11**
Червень	2,92	213,24	0,84	49,35	0,42	0,00	0,57	1 450,98	20 524,72	578,28	**22 821,33**
Липень	3,46	254,65	0,46	85,73	0,00	0,00	0,60	2 294,82	13 137,97	508,75	**16 286,45**
Серпень	3,89	363,62	0,16	5,18	0,45	0,00	0,94	4 260,95	11 871,47	416,33	**16 922,99**
Вересень	2,45	389,74	0,38	2,81	0,00	0,00	0,92	6 252,68	7 867,57	493,87	**15 010,41**
Жовтень	2,77	144,98	0,23	2,99	0,00	0,00	81,35	2 403,64	4 936,99	608,80	**8 181,76**
Листопад	3,49	190,63	0,22	2,93	0,00	0,00	719,16	3 163,07	8 800,23	553,70	**13 433,43**
Усього	**297,69**	**3 225,25**	**4,94**	**588,04**	**118,67**	**5,94**	**842,46**	**41 441,87**	**205 599,34**	**6 105,70**	**258 229,91**

Список використаних джерел

1. Ватаманюк З.Г. Перспективи розвитку ринку цінних паперів в Україні / З.Г. Ватаманюк, О.В. Баула // Фінанси України. – 2007. – № 5. – С. 75-85.
2. Вовчак О.Д. Інвестування: навч. посібн. / О.Д. Вовчак. – Львів: Вид-во "Новий світ 2000", 2008. – 544 с.
3. Науменкова С.В. Зарубіжний досвід організації систем регулювання й нагляду за діяльністю фінансових установ / С.В. Науменкова // Фінанси України – 2009. – № 12. – С. 20-27.
4. Лисенков Ю., Кабулов Д. Фондовий ринок – довірчо-правове забезпечення. – К.ТОВ Задруга, 1998. С. 126
5. Оскольський В.В. Українська фондова біржа: працюємо на економіку // Фінанси України. – 2000. – № 2. – С.46-49.
6. Солодкий М.О. Біржовий ринок / М.О. Солодкий. – К. : Джерело, 2004. – С. 21.
7. Сухітра А.М. Біржова торгівля в Україні: проблеми становлення та розвитку. Буковинська ДФА, м. Чернівці [Електронний ресурс] / А.М. Сухітра, І.М. Сегидін. – Режим доступу: www.rusnauka. com/8-nnd…/60579.doc.htm.
8. Терещенко Г.М. Проблеми становлення та напрями удосконалення функціонування ринку цінних паперів в Україні / Г.М. Терещенко // Фінанси України. – 2007. – № 6. – С. 97-104.
9. Чернишук В.Р. Розвиток ринку цінних паперів: проблеми й перспективи / В.Р. Чернишук, А.П. Данькевич // Фінанси України. – 2008. – № 8. – С. 96-103.
10. Черняєва О.В. Сучасні тенденції розвитку міжнародної біржової діяльності. Українська інженерно-педагогічна академія, Україна [Електронний ресурс] / О.В. Черняєва, Г.Г. Михальченко. – Режим доступу: http://www.rusnauka.com/ 3_SND_2010/ Economics/58249.doc.htm.
11. Офіційна сторінка Національної комісії з цінних паперів та фондового ринку [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.nssmc.gov.ua /fund/analytics.
12. AnnualReports // fbp.com.ua/AnnualReports.aspx.
13. Birga 2015 ua by Denis // issuu.com/denis245/docs/birga2015_ua.

Пащенко А.А.

Науковий керівник:
к.е.н., доцент ***Романишин В.О.***

РОЗВИТОК РИНКУ ЕЛЕКТРОННИХ ГРОШЕЙ В ЄС

В останні роки суттєво зростає інтерес до ринку електронних грошей, оскільки з розвитком інформаційно-комунікаційних технологій електронні гроші мають потенціал замінити собою традиційні засоби оплати. Досвід розвинутих країн у сфері регулювання буде корисним для слабо розвинутого ринку електронних грошей в Україні. В статті розглянуто європейський досвід у визначенні поняття електронних грошей та стан європейського ринку електронних грошей.

Ключові слова: *електронні гроші, платіжні системи, регулювання ринку, розвиток ринку, Європейський союз.*

Пащенко А.А.

РАЗВИТИЕ РЫНКА ЕЛЕКТРОННЫХ ДЕНЕГ В ЕС

В последние годы существенно возрастает интерес к рынку електронных денег, поскольку с развитием информационно-комуникационных технологий електронные деньги имеют потенциал заменить собой традиционные средства оплаты. Опыт развитых стран в сфере регулирования будет полезным для слабо развитого рынка електронных денег в Украине. В статье рассмотрен европейский опыт в определении понятия електронных денег и состояние европейского рынка електронных денег.

Ключевые слова: *електронные деньги, платежные системы, регулирование рынка, развитие рынка, Европейский союз.*

Pashchenko A.A.

DEVELOPMENT OF ELECTRONIC MONEY MARKET IN EU

An interest to electronic money market is constantly growing at recent years because they could replace traditional payment systems with influence of high development of ICT. Developed countries experience in regulations area will be useful for Ukraine. Article describes european experience in electronic money terms definitions and show current state of electronic money market.

Key words: *electronic money, payment systems, market regulations, market development, European Union.*

Постановка проблеми. З розвитком засобів зв'язку та все більш глибоким проникненням їх в різні сфери повсякденного життя в певний час постала проблема переведення деякої частини грошових витрат людини в електронний формат. Стрімке зростання популярності послуг, які надаються онлайн призвело до того, що традиційні платіжні інструменти вже не задовольняють зростаючі потреби у зручності, універсальності, швидкості, захищеності. Як наслідок, для задоволення цих потреб створюються замінники традиційних видів грошей – так звані електронні гроші.

Хоча електронні гроші порівняно недавно увійшли в наше життя, розвиток цього ринку здійснюється доволі стрімко. Але в Україні цей ринок розвинений досить слабо, майже відсутня законодавча база для його функціонування. Тому актуальним є досвід розвинених країн в цій сфері, адже ринок електронних грошей в них більш розвинутий.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Аналіз доступних джерел і публікацій показує, що тема електронних грошей майже не піднімається у вітчизняній науковій літературі і в більшості випадків розглядаються лише деякі теоретичні питання. Огляд українськоо ринку електронних грошей проводився наступними авторами: І. Кравчук [2], П. Севищ [3], Питання електронних грошей більш детально висвітлюється у роботах зарубіжних науковців, зокрема М. Крюгера [8], Ф.Геспелера [7], а також в роботах, виконаних на замовлення регуляторних органів [9, 11, 12].

Мета дослідження. Метою даного дослідження є визначення поняття електронних грошей, аналіз ринку електронних грошей в окремих європейських країнах та доцільність використання досвіду цих країн в Україні.

Основні результати дослідження. Гроші – найбільш важлива частина ринкової економіки. Вони являються товаром, який служить в якості загального еквівалента. Гроші проявляються через їх функції. Зазвичай виділяють чотири функції грошей:

- Міра вартості – це функція, в якій гроші забезпечують вираження і вимірювання вартості товарів, надаючи їй форму ціни;
- Засіб обігу – це функція, в якій гроші є посередником в обміні товарів і забезпечують їх обіг;
- Засіб нагромадження – це функція, що пов'язана із здатністю грошей бути засобом збереження вартості, представником абстрактної форми багатства;
- Засіб платежу – це функція, в якій гроші обслуговують погашення різноманітних боргових зобов'язань між суб'єктами економічних відносин, що виникають у процесі розширеного відтворення.

Однак часто виділяють і п'яту функцію: світові гроші – це функція, в якій гроші обслуговують рух вартості в міжнародному економічному обороті і забезпечують реалізацію взаємовідносин між країнами [6].

Термін "електронні гроші" часто неправильно використовується для позначення широкого спектру платіжних засобів, які базуються на інноваційних технологіях в реалізації роздрібних платежів. Згідно з дерективою ЕС №2009/110/ЕС електронні гроші – це цифровий еквівалент готівки, електронне сховище грошової вартості на електронному носії або на віддаленому сервері; може використовуватися для проведення платежів без необхідності залучення банківських рахунків в процес оплати. Для електронних грошей характерні наступні риси: грошова вартість електронних грошей безпосередньо фіксується на інформаційному носії; платіж електронними

грошима є остаточним; емісія електронних грошей є особливим видом фінансової діяльності (емітенти електронних грошей є спеціальними інститутами, до яких повинен застосовуватися особливий порядок регулювання та контролю за їх діяльністю); електронні гроші є безвідсотковим зобов'язанням їх емітента (подібно готівковим грошам, що випускається центральними банками, електронні гроші не припускають виплати відсотків своїм власникам) [1].

Класифікацію електронних грошей можна провести по двом критеріям – по типу зберігання інформації про стан рахунку та по типу контролю інформації за станом рахунку. По типу зберігання інформації про стан рахунку можна виділити два види електронних грошей – карткові електронні гроші, в яких поточний баланс та інша інформація зберігається на спеціальних носіях (картках) з вбудованим чіпом дял зберігання та обробки даних про транзакцій, та мережні електронні гроші, в яких вся необхідна інформація зберігається в комп'ютерних мережах (Інтернет), а користувач може проводити будь-які транзацкії в будь-який час при наявності доступу до мережі. Також електронні гроші можуть бути централізовані та децентралізовані. В цетралізованих системах електронних грошей всі інформаційні потоки про транзакції зберігаються і контролюються в одному місці. В децентралізованих системах електронних грошей контроль над грошовими потоками може проходити з декількох місць. Усі ці групи можуть бути як анонімними (дозволяють проводити операції без ідентифікації користувача), так і не анонімними (необхідно підтвердження особи учасників) [7]

Найбільш відомими централізованими системами у світі є PayPal, eCash, WebMoney, Payoneer, cashU, та Hub Culture's Ven. До найбільш популярних децентралізованих систем електронних грошей можна віднести системи, що базуються на так званих криптовалютах, а саме: Bitcoin, Litecoin, Monero, Ripple monetary system, Nxt.

Електронні гроші мають багато очевидних переваг над традиційними грошима, але також мають і деякі недоліки. До переваг можна віднести: зручність використання; приватність; менша кількість комісій, що супроводжують транзацкії;

Однак, при користуванні електронними грошима виникають деякі питання, пов'язані з оподаткуванням, боротьбою з відмиванням коштів, а також проблеми з конфіденційністю і можливими витоками приватних даних громадян [11]. Також до недоліків електронних грошей можна віднести їх неконтрольовану емісію, ризики можливих зловживань [7], а також залежність від негативних макроекономічних впливів. Крім того, проблеми, пов'язані з використанням електронних грошей можуть виникати через їх ліквідність, а також внаслідок зобов'язань, що накладаються на емітента [4].

Електронні гроші стають частиною сучасної банківської системи. На це впливають як глобальні фактори (нові інформаційні технології, інтернет), так і локальні фактори (рівень економічного розвитку країни, розвиток ринку, регуляторна система, ступінь інтеграції економіки в міжнародну економіку та фінансові ринки, ступінь прийняття технологічних інновацій). Тому слід очікувати, що кількість транзакцій, проведених в електронних грошах, буде зростати першу чергу в розвинених країнах, таких як країни Європейського союзу. Так, згідно з дослідженнями, проведеними Deutche Bank [12] в Європейському союзі за період 2000-2012 роки середня величина зростання кількості транзакцій була на рівні 11,5%, що є найбільшим показником в порівнянні з темпами зростання кількості транзакцій, які проводилися іншими платіжними інструментами (рис.1).

Згідно статистичних данних Європейського центрального банку [10] теж видно, що використання електронних грошей збільшується в останні роки. На рисунку 2 зображено відносний розподіл кількості транзакцій за інструментами в еврозоні у 2012 році.

Аналіз звіту Європейського центрального банку [9] показав, що набільша кількість транзакцій за допомогою електронних грошей була зареєстрована в Люксембурзі, Нідерландах, Італії, Бельгії та Німеччині. Однак методи, що використовувались для проведення цих транзакцій, значно відрізнялися в різних країнах. Так, велика кількість випущених передплачених карток з електронними грошима була зареєстрована в Нідерландах, Німеччині, Бельгії та Франції.

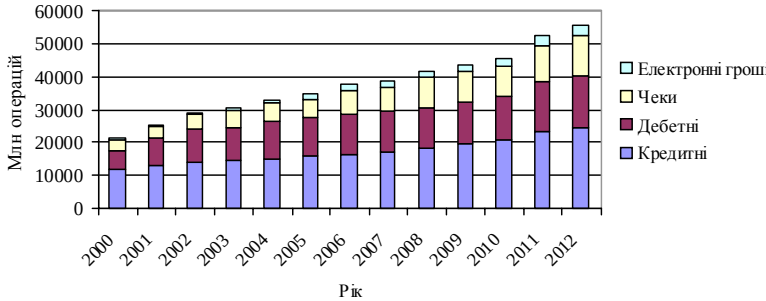

Рис. 1. Кількість транзакцій, проведених різними платіжними засобами в Еврозоні [12]

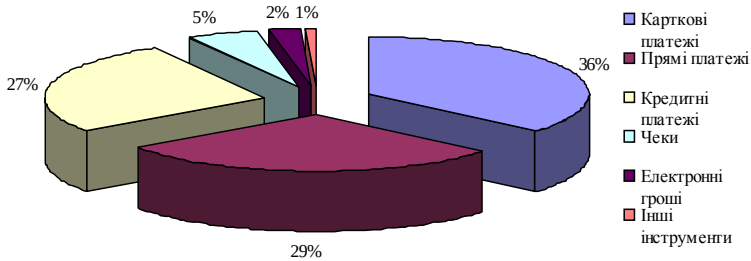

Рис. 2. Кількість транзакцій за інструментами у 2012 році [авторська розробка за даними [9]

В той же час у Люксембурзі, який є країною-лідером по кількості транзакцій в електронних грошах, кількість випущених карток дуже мала, а основна маса платежів проводилася через мережі. За останні роки більше 80% платіжних операцій в Люксембурзі проводилися за допомогою електронних грошей, в той час як у інших країнах ця величина варіюється в межах 0.01-3%. В 2012 році у Люксембурзі було проведено платіжних операцій на 34,8 млрд. евро. У Італії, яка зайняла друге місце, таких операцій було проведено на суму, майже в 3 рази меншу – 12 млрд.евро. Але, не зважаючи на високі темпи зростання, доля електронних грошей в загальному грошовому оббігу дуже мала. Це є наслідком того, що загалом рівень використання населенням електронних грошей не великий. Для прикладу, обсяг транзакцій, проведених за допомогою карток GeldKarte (система електронних грошей в Німеччині) в період з 2002 по 2010 рік залишався приблизно на одному рівні, оскільки була відсутня інфраструктура для оплати такими картками, і вони використовувалися в основному для оплати парковки, квитків на міський транспорт та ін. [12]. Останнім часом зростає популярність цифрових фінансових сервісів, які використовують сучасні способи оплати (технології на основі NFC та ін.), і це дає нові можливості для розвитку ринку електронних грошей. Швидкий розвиток ринку електронних грошей у Люксембургу став можливим завдяки впровадженню передових технологій проведення платежів, а також чітки правилам в цій сфері: кожен емітент електронних грошей отримує банківську ліцензію і фактично визнається банком, діяльність яких чітко прописана в законодавстві. Даний підхід дає можливість значно спростити заходи для регулювання ринку, та пришвидчити перехід від традиційних видів грошей до електронних, що ще раз підверджує статус Люксембурга як одного з лідерів фінансового світу.

В порівнянні з ЄС, в Україні вітчизняний ринок електронних грошей знаходиться на стадії становлення й потребує прийняття заходів з його активізації регулюючими органами (НБУ) для узгодження механізмів його функціонування з міжнародною практикою та впровадження банками сучасних технологій у платіжній сфері. Емітентами електронних грошей в Україні можуть бути лише банки, до яких є суворі вимоги від НБУ. Але ці вимоги не дають можливості для розвитку ринку в Україні електронних грошей, тому можна скористатися досвідом таких країн як Люксембург: взяти за основу директиву ЄС [1], адаптувати під наше законодавство нормативний досвід інших країн, сформувати чіткі правила для роботи систем електронних грошей таким чином, щоб існуючі гравці на ринку електронних грошей України могли легко перейти до роботи в правовому полі. Проведення цих заходів дасть можливість розвиватися як внутрішнім системам електронних грошей, так і дозволить міжнародним системам (таким як Paypal) повноцінно пропонувати усі свої послуги на ринку електронних грошей України.

Висновки. Швидкий розвиток інформаційно-комунікаційни технологій впливає на кожен сегмент сучаного життя. Глобальна економіка теж не залишається осторонь цього розвитку, осільки розвиток ринку електронних грошей призводить до заміни традиційних засобів платежів на нові. Законодавче регулювання ринку електронних грошей в Європейському союзі базується на директиві Європейського центрального банку [1], де описані базова термінологія, класифікація, вимоги до емітентів електронних грошей, вимоги до безпеки. Розвиток ринку електроних грошей в Європейському союзі доволі швидкий (в середньому на 11% в рік у період з 2000 по 2012), однак незважаючи на це, загальна частка в структурі платежів дуже мала завдяки тому, що до останнього часу більш популярними були карткові електронні гроші. З розвитком безконтактних платежів та, не зважаючи на те, що Україна поки що відстає у розвитку ринку електронних грошей, у нас є шанс вийти вперед за рахунок впровадження нових технологі, більш сучасного підходу до регулювання, який буде базуватися на уже набутому досвіді розвинутих країн. А це означає, що уже зараз необхідно проводити дослідження та розробляти нові способи для управління економікою, що буде базуватися на електронних грошах.

Список використаних джерел

1. EC Directive on electronic money, Publications of the European Central Bank and the Bank for International Settlements, 2009/110/EC, 2009.

2. Кравчук І.С.. Особливості емісії та обігу електронних грошей в Україні / І.С. Кравчук // Актуальні проблеми економіки. – 2012. – № 8. – С. 263-271.

3. Світовий досвід і перспективи розвитку електронних грошей в Україні: Науково-аналітичні матеріали. Вип.10 / Сенищ П.М., Кравець В.М., Міщенко В.І., Махаєва О.О., Крилова В.В. – К.: Національний банк України. Центр наукових досліджень. 2008. – 145 с.

4. Athanassiou P., Mas-Guix N.. Electronic Money Institutions – Current Trends, Regulatory Issues and Future Prospects. European Central Bank, Legal working paper series #7/July 2008.

5. Berentsen A., "Digital Money, Liquidity, and Monetary Policy", First Monday, Vol.2 No.7 – July 7th. 1997.

6. Friedman M., Schwartz A. J.. Monetary Statistics of the United States: Estimates, Sources, Methods. – 1970, p. 90.

7. Hespeler F., Solution Algorithm to a Class of Monetary Rational Equilibrium Macromodels with Optimal Monetary Policy Design. Computational Economics 2008, Volume 31, Issue 3, pp 207-223.

8. Krueger M., Innovation and regulation – the case of E-money Regulation in the EU, 2002 // fiste.jrc.es/download/ eur20153en.pdf.

9. Payment statistics for 2012. ECB. // www.ecb.europa.eu/press/pr/date/2013/html/pr130910.en.html.

11. Woda K.. Money Laundering Techniques with Electronic Payment Systems. Information & Security: An International Journal 01/2006; p. 27-47.

10. Popvska-Kamnar N.. The use of electronic money and its impact on monetary policy. – JCEBI, Vol.1 (2014) No.2, pp. 79-92
12. Zahres M.. E-money: Niche market that might be expanding. Deutche Bank Research, 2012 // www.dbresearch.com.

Руденко Ю.А.
Науковий керівник:
к.е.н., доцент ***Штулер І.Ю.***

ЯКІСНА ТА КІЛЬКІСНА ОЦІНКА ЕФЕКТИВНОСТІ УПРАВЛІННЯ НАК "УКРАГРОЛІЗИНГ"

У статті досліджено світовий історичний досвід становлення лізингових відносин. Визначено необхідність та значення лізингу для агропромислового комплексу. Проведено критичний аналіз доходів та витрат НАК "Украгролізинг". Запропоновано джерела формування показників, моніторинг яких надасть змогу підвищити ефективність управління лізинговою компанією.
Ключові слова: *лізинг, лізингові послуги, лізингова компанія, кредит.*

Руденко Ю.А.

КАЧЕСТВЕННАЯ И КОЛИЧЕСТВЕННАЯ ОЦЕНКА ЭФФЕКТИВНОСТИ УПРАВЛЕНИЯ НАК "УКРАГРОЛИЗИНГ"

В статье исследованы мировой исторический опыт становления лизинговых отношений. Определена необходимость и значение лизинга для агропромышленного комплекса. Проведен критический анализ доходов и расходов НАК "Украгролизинг". Предложено источники формирования показателей, мониторинг которых позволит повысить эффективность управления лизинговой компанией.
Ключевые слова: *лизинг, лизинговые услуги, лизинговая компания, кредит.*

Rudenko Y.A.

QUALITATIVE AND QUANTITATIVE EVALUATION OF THE EFFECTIVENESS OF MANAGEMENT NAC "UKRAGROLEASING"

In the article the historical experience of becoming global leasing. The necessity and importance of leasing for agriculture. A critical analysis of revenues and expenditures of NJSC "Ukragroleasing." An sources of indicators monitored will enable to increase the efficiency of managing the leasing company.
Key words: *leasing, leasings services, leasings companies, creadit.*

Постановка проблеми. На сьогоднішній день лізинг в Україні є мало розвиненим порівняно з іншими країнами, які активно застосовують цю форму взаємовідносин. Адже, для укріплення позицій на вітчизняному і світовому ринку агропромисловим підприємствам потрібно збільшити ефективність виробництва, покращити якість надання послуг, і як результат підвищити свою конкурентоспроможність. В цьому випадку, лізинг є одним із варіантів вирішення поточних проблеми та досягнення бажаних результатів. З кожним роком все більше і більше зростають інтереси інвесторів саме до лізингу, адже для його здійснення не потрібно одночасно витрачати значні суми грошових коштів на придбання основних засобів. А як наслідок, він може дати значний поштовх для структурної перебудови української економіки.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Багато вітчизняних та закордонних фахівців звертаються до вивчення лізингу як фінансової послуги. Серед українських науковців можна виділити таких як: О.А. Горбатенко [3], О.Д. Ладюк [8], В.А. Горемикін [4]. Також великий вклад в дослідження лізингу зробили зарубіжні вчені, а саме: О.В. Кобатова [5], О.Н. Чекмарьова [13], В. Хойєр [11]. Однак, незважаючи на велику кількість публікацій, лізинг не є вивченим повністю, і вимагає постійного моніторингу.

Невирішені раніше частини загальної проблеми полягає у комплексному дослідженні якісних та кількісних характеристик ефективності управління компанією, що здійснює надання лізингових послуг в агропромисловості.

Мета дослідження. Оцінка ефективності управління лізинговою компанією та систематизація джерел формування показників, які використовуватимуться для покращення управління її прибутковістю.

Основні результати дослідження. Сьогодні лізинг є одним із фінансових інструментів, за допомогою яких здійснюється інвестування в розвиток економіки. Саме за допомогою лізингу у Європі фінансується в середньому 25-30 % усіх інвестицій. Крім того, це один із найпоширеніших у світовій практиці методів фінансування технічного оснащення та оновлення виробництва, який має давні традиції [9].

В розвинених країнах світу з усього обсягу інвестицій в основні засоби, лізинг становить майже третину, а в решті країн з високими показниками росту – від 10 до 15 %. В Україні лізинг в основні засоби складає лише 1,5 %, а співвідношення річного обсягу ринку лізингу та ВВП – 0,3 %.

Найбільшого розвитку лізинг набув у США. У 1952 році Генрі Шонфельд заснував першу в історії лізингову компанію "United States Leasing Corporation". Спершу він створював її для однієї конкретної лізингової операції, але згодом зрозумів, що цей бізнес є досить перспективним і досить швидко лізингові операції перетнули межі США. Через декілька років було відкрито філії компанії в інших країнах.

У Великий Британії лізингову компанію "Mercantile Leasing Company" було зареєстровано влітку 1960 р. У Франції першу лізингову угоду 22 лютого 1961 року підписала компанія "Локофранс", а вже в 1965 році в країні успішно функціонувало 28 лізингових компаній. У наведених країнах відразу після , того, як лізинг зайняв значне місце в інвестиційному процесі було створено правову базу для його врегулювання [4].

Загалом, аналізуючи економіку України, можна зробити висновок, що потрібно шукати шляхи оновлення матеріально-технічної бази на підприємствах з найменшими фінансовими витратами. Лізинг може вирішити цю проблему, адже за його допомогою можна модернізувати основні фонди підприємств різних форм власності. Ринок лізингових послуг в Україні не задовольняє потреби промисловості, а отже і економіку країни в цілому. Реальний обсяг ринку лізингу в 70 разів менший ніж потреба підприємств в лізингу для оновлення основних засобів.

З усіх зареєстрованих лізингодавців (а це, приблизно, 300 компаній в Україні за 2014 рік), фактично працюють на ринку лізингових послуг лише третина з них. Асоціація "Українське об'єднання лізингодавців" виділяє ТОП-10 найкращих лізингових компаній: БПС-Л, Kapital-Л, ЮВК, АСБ, Евро-Л, Medioleasing, EAGLE, Юнайтед Кар, Europlan, АВАНГАРД. Розмір лізингового портфелю лізингових компаній України за підсумками 2013 року складав 67,1 млрд. грн.. При цьому основними джерелами фінансування лізингових операцій були позикові кошти, в першу чергу банківські кредити, питома вага яких все більше і більше зростає [10].

Для України розвиток ринку лізингових послуг є особливо актуальним, тому що в країні гостро відчувається необхідність оновлення основних засобів в усіх галузях економіки, насамперед в сільському господарстві, де державний фінансовий лізинг займає важливе значення. Саме для виявлення і усунення проблем інвестування в агропромисловий комплекс в 1997 році було створено Державний лізинговий фонд, правонаступником якого сьогодні є Державне публічне акціонерне товариство "Національна акціонерна компанія "Укрaгролізинг".

Компанія повністю фінансується з державного бюджету і за його рахунок забезпечує підприємства аграрної сфери матеріально-технічною базою на умовах фінансового лізингу, які є досить вигідними для лізингоодержувачів (3-7 років під 7% середньорічних за умови внесення попереднього платежу (не менше 10%), на який не нараховується лізинговий платіж. Компанія за державні кошти купує техніку, яку передає аграріям і за це отримує обов'язкові платежі (тіло кредиту та відсотки). На перший погляд діяльність підприємства повинна бути беззбитковою, але проаналізувавши фінансові результати можна говорити зовсім про протилежне.

Так, сума чистого та іншого операційного доходів за період 2010-2014 роки становить 504,1 млн. грн. (рис. 1.) в той же час держава вклала в підприємство 846 млн. грн, отже отримала збиток більше ніж в 40%. (рис. 2) [10]

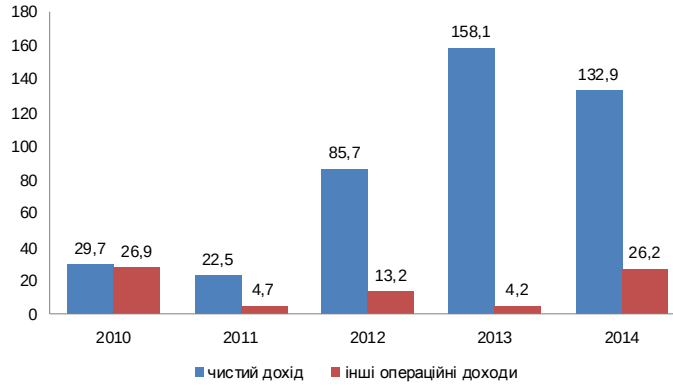

Рис. 1. Сукупні доходи НАК "Украгролізинг", млн. грн [10]

Аналіз рис. 2 дозволяє дійти висновку, що витрати досліджуваного підприємства розподіляються між фондом заробітної плати, утриманням та обслуговуванням структурних підрозділів та на власні потреби компанії. На придбання нової техніки для передачі у лізинг виділяється незначна частина доходу.

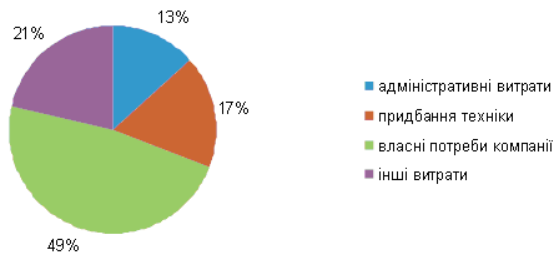

Рис. 2. Витрати НАК "Украгролізинг" за 2014 рік, млн. грн. [10]

Відповідно, результатом неефективного управління компанією є показники чистого фінансового результату. Так, у 2014 році збиток НАК "Украгролізинг" становив 55,5 млн грн, у 2013 – 450,7 млн грн, у 2012 – 16,6 млн грн, у 2011 – 3,1 млн грн, у 2010 – 17,3 млн грн.

На основі проаналізованого можна зробити висновок, що НАК "Украгролізинг" працює не на отримання прибутку, а навпаки своєю діяльністю завдає значного фінансового збитку державі, адже фінансується саме з державного бюджету. НАК "Украгролізинг" освоїла за 5 років близько 1 млрд грн. державних коштів, при цьому не повертаючи ніякого відсотку, кожний фінансовій рік закінчує із збитками.

Основною метою діяльності НАК "Украгролізинг" (відповідно до статуту) є сприяння реалізації державної політики в сфері агропромислового комплексу, забезпечення ефективного функціонування і розвитку виробництва шляхом передачі товаровиробникам на умовах лізингу технічних засобів для зазначеного комплексу, надання виробничих послуг, організації технічного сервісу, отримання прибутку.

На основі вищесказаного можна зробити висновок, що мета створення та функціонування НАК "Украгролізинг" не виконується. Відповідно, все вищезазначене вимагає пошуку шляхів підвищення ефективності управління прибутковістю даного підприємства.Значну роль в цьому відіграє інформаційне забезечення управління прибутком лізингової компанії [10].

Формування процесу інформаційного забезпечення управління прибутком лізингової компанії являє собою процес цілеспрямованого підбору відповідних інформативних показників для використання в процесі аналізу, планування і прийняття оперативних управлінських рішень.

Ці показники формуються за рахунок зовнішніх (що знаходяться поза лізинговою компанією) і внутрішніх джерел інформації. Загальну схему формування показників, які використовуються для управління прибутком компанії представлено на рисунку 3.

Рис. 3. Джерела формування показників, які використовуються для управління прибутковістю лізингової компанії [авторська розробка]

Слід наголосити не менш важливий факт, що основним джерелом управління прибутковістю лізингової компанії, а також джерелом управління прибутковістю окремих лізингових послуг, науковці вважають саме фінансову звітність, від якої залежить ефективність прийняття рішень.

Висновки. Лізинг є прогресивним засобом інвестування, який набув значного поширення в країнах із розвиненою економікою. В Україні лізинг на початковому етапі розвитку, насамперед причиною є недосконала законодавча база і не обізнаність суспільства. Для розширення його діяльності потрібно також збільшити статутний капітал лізингових компаній. Після здійснення цих заходів лізинг може стати одним із ефективних методів фінансування.

Отже, для ефективного розвитку агролізингу в Україні потрібно не тільки залучення коштів, а й раціональне їх використання на потреби аграріїв, а не на збагачення окремих підприємств.

Список використаних джерел

1. Березовська О. Аналіз сучасного стану функціонування лізингового ринку України / О. Березовська // Галицький економічний вісник. – 2011. – №1(30). – С.79-88.

2. Всеукраїнська асоціація лізінга [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.ukrleasing.com.ua

3. Горбатенко О.А. Проблеми та перспективи розвитку лізингових відносин в Україні / О.А. Горбатенко // Фінанси України. – 2012. – №13. – С.123-126.

4. Горемикін В. А. Лізинг: Підручник / В. А. Горемикін. – К.: Основи, 2003. – 942 с.

5. Кабатова Е.В. Лизинг: правовое регулирование, практика. – М.: Инфра-М, 1996. – 208 с.

6. Кулиняк І.Я. Проблеми розвитку лізингових послуг в Україні / І.Я. Кулиняк // Економіка АПК. – 2011. – №4. – С. 45-51.
7. Корінєв В.Л. Сутність та види лізингу для підприємства / В.Л. Корінєв // Держава та регіони. – 2011. – №1. – С. 108-112.
8. Ладюк О. Д. Розвиток лізингу в Україні: переваги і недоліки / О. Д. Ладюк // Финансы, учёт, банки. – 2008. – № 14. – С. 59-65.
9. Національна комісія, що здійснює державне регулювання у сфері ринків фінансових послуг [Електронний ресурс]. – Режим доступу: www.nfp.gov.ua.
10. Національна акційонерна компанія "Укроагролізинг" [Електронний ресурс]. – Режим доступу: www.ukragroleasing.com.ua
11. Хойер В. Как делать бизнес в Европе. – М.: Прогресс, 1990. – 253 с.
12. Цивільний кодекс України: Науково-практичний коментар: У 2 ч. / За заг. ред. Я. М. Шевченко. – К.: Концерн "Видавничий Дім "Ін Юре", 2004. – Ч. 1 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: inyure.ua/ua/store/books/cku_2013.
13. Чекмарева Е.Н. Лизинговый бизнес. – М.: Экономика, 1993. – 127 с.

Самойлова А.О.

Науковий керівник:
д.е.н., професор ***Єрохін С.А.***

ІПОТЕЧНЕ КРЕДИТУВАННЯ В УКРАЇНІ, СУЧАСНИЙ СТАН ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ

У даній статті були досліджені тенденції розвитку іпотечного кредитування в Україні на сучасному етапі розвитку економіки. Проведено аналіз стану розвитку вітчизняного іпотечного кредитування. Визначено основні проблеми та перспективи подальшого розвитку іпотечного кредитування в Україні.

Ключові слова: *іпотека, іпотечне кредитування, іпотечний ринок, банківська установа, процентна ставка.*

Самойлова А.О.

ИПОТЕЧНОЕ КРЕДИТОВАНИЕ В УКРАИНЕ, СОВРЕМЕННОЕ СОСТОЯНИЕ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ

В данной статье были исследованы тенденции развития ипотечного кредитования в Украине на современном этапе развития экономики. Проведен анализ состояния развития отечественного ипотечного кредитования. Определены основные проблемы и перспективы дальнейшего развития ипотечного кредитования в Украине.

Ключевые слова: *ипотека, ипотечное кредитование, ипотечный рынок, банковское учреждение, процентная ставка.*

Samoilova A.O.

MORTGAGE LENDING IN UKRAINE, THE CURRENT STATE AND DEVELOPMENT PROSPECTS

In this article trends of the development of mortgage lending in Ukraine at the present stage of economic were investigated. The analysis of the development of domestic mortgage lending is given. The main problems and prospects of further development of mortgage lending in Ukraine are stated.

Key words: *mortgage, mortgage lending, mortgage market, financial instituion, the interest rate.*

Постановка проблеми. Загальновідомо, що в Україні існують реальні проблеми у сфері житлового будівництва та, відповідно, іпотечних відносин. Проблема забезпечення населення житлом стоїть гостро протягом останніх десятиліть, паралельно існує проблема доступного житла та наявності відповідних механізмів для його придбання. Одним із таких механізмів є іпотечне кредитування. Сьогодні існує

науково обґрунтована думка, що наступні кілька років розвитку житлового іпотечного кредитування сприятимуть виведенню фінансово-банківського сектору України на новий, якісно вищий рівень інституційного розвитку, а ринок, відповідно, отримає нові, захищені, високоліквідні та соціально виправдані довгострокові фінансові інструменти, що дасть можливість різним верствам населення отримати власне житло, залучити інвестиції в житлову галузь, забезпечити роботою велику кількість громадян в сфері житлового будівництва. Особливе значення має довгостроковість цього масового інструмента, який, на жаль, сьогодні не має масового застосування на фінансовому ринку України, що у свою чергу стримує розвиток нових технологій, аграрного сектора, масового фінансування житла, залучення інвестицій в житлову галузь. Прямо чи опосередковано іпотека зачіпає фінансову, бюджетну, кредитно-грошову політику держави та банківську систему та напряму залежить від її сфери.

Іпотека має стати одним із визначальних факторів підвищення якості життя громадян, що розширить їх право та можливості підприємницького самовизначення, дозволить вирішувати житлову проблему у державі, зменшить соціальну напруженість у суспільстві. Відповідно, існує потреба досліджень її особливостей та тенденцій розвитку.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Питаннями визначення проблем та перспектив розвитку іпотечного кредитування займались багато вітчизняних та зарубіжних дослідників. Зокрема, Н. З. Блащук-Дев'яткіна [2] досліджує фінансовий механізм іпотечного кредитування в Україні та шляхи його вдосконалення, А. М. Астахова [1] розглядає в своїх працях проблеми розвитку іпотечного кредитування в Україні, Н. М. Чиж [10] аналізує проблеми та перспективи іпотечного кредитування в Україні. У працях Є. А. Соколовського [9] визначено основні умови пріоритети іпотечного кредитування в посткризовий період. Розглянуто питання рефінансування іпотечних кредитів, заходи, спрямовані на підвищення надійності системи іпотечного кредитування в сучасних умовах.

Однак стан іпотечного кредитування та умови його розвитку постійно змінюються, отже проблематика іпотечного кредитування вимагає перманентного дослідження.

Мета дослідження. Метою статті є дослідження сучасного стану та визначення проблем і перспектив іпотечного кредитування в Україні.

Основні результати дослідження. Іпотечний ринок являє собою систему економіко-правових відносин, що виникають між суб'єктами суспільного відтворення на фінансовому ринку на основі певних економічних принципів і правових норм з приводу акумулювання вільних грошових ресурсів, їх розміщення у формі іпотечних кредитів та рефінансування іпотечних активів з метою досягнення економічного чи соціального ефекту [3, с.224].

Активний розвиток ринку іпотечного кредитування відбувався до кінця 2008 р. Причинами цього були швидкі темпи економічного зростання в країні, вихід на український ринок таких міжнародних фінансових установ, як Unicredit, OTP, Raiffeisen Group та ін. Крім того, у передкризовий період банки активно кредитували купівлю житла як в національній валюті, так і в іноземній. Отримати кредит було не важко. Завдяки цьому відбувалося зростання попиту на житлові кредити.

Після початку фінансової кризи, яка розпочалася з падіння іпотечного ринку США, велику кількість договорів по іпотечних кредитах в Україні було розірвано, внаслідок чого на початок 2010 р. обсяги іпотечного кредитування за даними НБУ скоротилися на 14,204 млрд грн., або на 6,38% відносно початку попереднього року. Скорочення обсягів кредитування продовжувалося до початку 2012 р. [7]

Незважаючи на те, що загальні обсяги кредитування в Україні з 2010 р. неухильно зростають, частка іпотечних кредитів протягом останніх п'яти років скорочується: якщо на 1 січня 2009 р. цей показник дорівнював 30,3 %, то на 1 січня 2014 р.- 18,0 %, на 1 березня цього ж року – лише 17,7 % (рис. 1) [7].

Рис. 1. Динаміка розвитку іпотечного кредитування в Україні [авторська розробка]

У зв'язку з фінансовою кризою постановою НБУ № 458 від 17 грудня 2007 р. [3], яке набуло чинності 13 лютого 2008 р., Нацбанк зобов'язав банки при розрахунку показника достатності загального регулятивного капіталу включати в активи, зважені з урахуванням ризику, сукупну відкриту валютну позицію (з 100% зважуванням) і довгострокові позитивні розриви терміновості активів і пасивів (з 50 % зважуванням). До того ж у цей період Державною іпотечною установою було прийнято стандарт, на основі якого іпотечні кредити повинні були погашати тільки в національній валюті. Це істотно ускладнило видачу та повернення іпотечних кредитів. Більшою мірою це торкнулося саме фізичних осіб. Якщо іпотечні кредити нефінансовим корпораціям з 2012 р. почали поступово зростати, то обсяг кредитів домашнім господарствам зменшувався, починаючи з 2009 р. (рис. 2) [7].

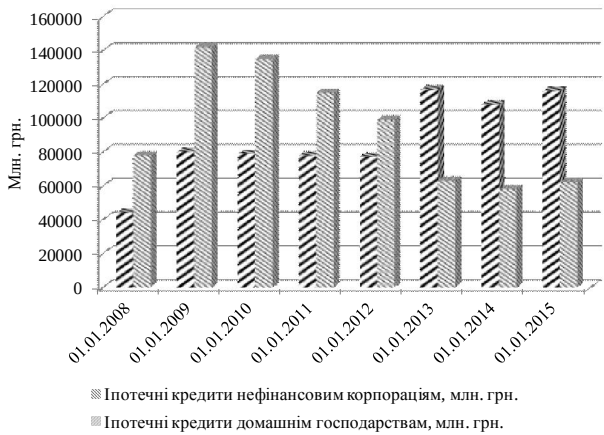

Рис. 2. Обсяги іпотечного кредитування, надані нефінансовим корпораціям і домашнім господарствам [авторська розробка]

На 1 січня 2015 р. обсяг кредитів домашнім господарствам дорівнює 55,147 млрд грн, що на 88,269 млрд грн, або в 2,6 разу, менше значення кінця 2008 р. Це свідчить про недостатні можливості фізичних осіб щодо отримання та обслуговування боргу.

Крім того, аналізуючи обсяг наданих іпотечних кредитів у 2014 році, в першу чергу, варто зазначити, що суттєве погіршення економічної ситуації у даному році було зумовлено несприятливою комбінацією зовнішніх та внутрішніх чинників, дія яких посилювалася накопиченими у попередні роки макроекономічними дисбалансами.

Серед негативних факторів, що обумовлювали економічні тенденції в 2014 році, були: військові дії на сході України та розрив міжрегіональних зв'язків унаслідок анексії АР Крим; низький зовнішній попит унаслідок гальмування економічного зростання країн – основних торгівельних партнерів; ускладнені торговельні відносини з Російською Федерацією; зниження купівельної спроможності населення внаслідок зменшення реальних доходів населення; погіршення фінансових результатів підприємств, звуження кредитної активності, скорочення державного фінансування та високий рівень невизначеності.

Водночас стримували спад економіки такі чинники як рекордний урожай зернових культур та лібералізація доступу українських товарів на ринки ЄС. Відсутність структурних реформ та якісних змін разом із накопиченими макроекономічними дисбалансами посилили негативний вплив вищезазначених факторів на стан економічної активності в 2014 році [7].

Отже, основну частину активних операцій банків у 2014 складали кредитні операції – 66% (1.0 трлн. грн.). За 2014 рік їх обсяг зріс на 95 млрд. грн., або на 10%, а без врахування валютних коливань – скоротився на 139 млрд. грн. (на 15%), в т.ч.: в національній валюті – на 60 млрд. грн. (на 10%); в іноземній валюті – на 79 млрд. грн. (у долар. еквіваленті – на 10 млрд. дол. США) (на 25%).

Обсяг кредитів, наданих юридичним особам, зріс на 103 млрд. грн., або на 15% до 803 млрд. грн., що складає 80% загального обсягу кредитів, а без врахування валютних коливань – скоротився на 87 млрд. грн. (на 12%), в т.ч.: в національній валюті – на 39 млрд. грн. (на 9%); в іноземній валюті – на 48 млрд. грн. (на 20%) (у долар. екв. – на 6 млрд. дол. США).

Рівень доларизації кредитування економіки зріс з 34.8% до 48.0% (без врахування валютних коливань – знизився з 34.8% до 31.9%).

Обсяг кредитів, наданих фізичним особам, зріс на 11 млрд. грн., або на 7% до 179 млрд. грн., а без врахування валютних коливань – скоротився на 27 млрд. грн. (на 16%), в т.ч.: в національній валюті – на 14 млрд. грн. (на 12%); в іноземній валюті – на 13 млрд. грн. (у долар. еквіваленті – на 2 млрд. дол. США) (на 25%).

Рівень доларизації кредитування населення зріс з 31.6% до 43.5% (без врахування валютних коливань – знизився з 31,6% до 28,1%).

Таким чином, основні проблеми іпотечних відносин в Україні є наступними:

- зниження рівня довгострокової ліквідності банківської системи;
- зниження рівня платоспроможності позичальників;
- зростання вартості кредитів у національній валюті [5, с.39];
- недостатній рівень технічного забезпечення процесу іпотечного кредитування (відсутність стабільних і довгострокових ресурсів фінансування іпотеки; низький рівень капіталізації та розвитку інвестування інвесторів в структуровані іпотечні цінні папери; відсутність об'єктивних індексів зміни вартості нерухомості) [6, с.167];
- недостатній рівень розвитку нормативно-законодавчої бази (слабка процедура звернення стягнення; недостатня прозорість участі у прилюдних торгах);
- неврегульованість колекторської сфери [8];
- відсутність гарантійних фондів іпотечного страхування;
- нерозвиненість інфраструктури ринку житла та житлового будівництва;
- недовіра населення до українських банків та побоювання щодо втрати свого житла у разі банкрутства банка-кредитора;
- низька ефективність ринку житлового будівництва;

- неспроможність банківської системи працювати за міжнародними схемами реінвестування;

- відсутність розуміння населенням процесів іпотечного фінансування;

- наявність на ринку іпотечного кредитування в Україні універсальних банків, коли в багатьох розвинених країнах працюють спеціалізовані іпотечні банки;

- досить жорсткі умови надання іпотечних кредитів, особливо щодо першого внеску близько 30 -50 % вартості житла та високі ставки за цими кредитами [4].

Крім того, на розвиток іпотечного кредитування негативно впливає недостатня практика обміну кредитними історіями позичальників між банками, висока вартість ресурсної бази – депозитних коштів, посилення вимог до оцінки платоспроможності потенційного позичальника, недостатній рівень інформованості суспільства відносно системи кредитування покупки житла та ін.

Висновки. У перспективі іпотечне кредитування може стати надійним засобом залучення внутрішніх інвестицій та невід'ємним елементом ринкової економіки України й сприяти соціально-економічному розвиткові нашої держави.

Отже, розвиток іпотеки в Україні значно залежить від економічного зростання, стабільності цін та обмінного курсу національної валюти, удосконалення фінансово-кредитної системи та ринку нерухомості. Іпотечне кредитування – це надійний і вивірений спосіб залучення приватних інвестицій іноземних та вітчизняних інвесторів. Лише надійні гарантії, зокрема застава нерухомості та емісія на її основі іпотечних цінних паперів, дозволять мобілізувати в значних масштабах заощадження населення і спрямовувати їх на інвестування перспективних секторів економіки. Лише в такому разі в Україні можлива поява зарубіжних портфельних інвесторів, які, через придбання іпотечних цінних паперів, здійснюватимуть інвестування української економіки.

Список використаних джерел

1. Астахова А.М. Проблеми розвитку іпотечного кредитування в Україні [Електронний ресурс] / А.М. Астахова // Міжнародна науково-практична інтернет-конференція "Простір і час сучасної науки". – 2007. – Режим доступу: http://intkonf.org/astahova-a-m-problemi-rozvitku-ipotechnogo-kredituvannyav-ukrayini.

2. Блащук-Дев'яткіна Н.З. Ринок іпотечного кредитування житла в Україні: особливості функціонування у 2004-2010 рр. / Н.З. Блащук-Дев'яткіна [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.nbuv.gov.ua/portal/soc_gum/vldfa/2010_18/Blashchuk_devjatkina.pdf.

3. Костюкевич О.І. Іпотечний ринок та його роль у розвитку економіки / О. І. Костюкевич // Фінансово-кредитний механізм активізації інвестиційного процесу : матеріали Міжнар. наук.-практ. конф. – К.: КНЕУ, 2010. – С. 223-225.

4. Ляхова О.О. Іпотечне кредитування в Україні: проблеми та перспективи розвитку / О.О. Ляхова [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=1560

5. Мироненко В. Перспективи розвитку національної системи іпотечного кредитування з урахуванням зарубіжного досвіду // В. Мироненко, Г. Мироненко // Вісник Національного банку України. – 2011. – № 5 (183). – С. 38-41.

6. Нагорний О. В. Фінансовий механізм іпотечного кредитування в Україні та шляхи його вдосконалення [Електронний ресурс] / О. В. Нагорний // Сталий розвиток економіки: [всеукр. наук.-виробн. журнал]. – 2011. – № 1. – С. 164-169.

7. Офіційний сайт Національного Банку України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.bank.gov

8. Пилипець О. Стан та тенденції розвитку іпотечного кредитування в Україні (2012 рік) / О. Пилипець [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.finrep.kiev.ua/download/ fl_nov2012_opylypets_ua.pdf

9. Соколовський Є. А. Пріоритети іпотечного кредитування в посткризовий період / Є. А. Соколовський // Наука й економіка. – 2011. – № 3(23). – С. 138-140.

10. Чиж Н. М. Проблеми та перспективи іпотечного кредитування в Україні / Н. М. Чиж [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.nbuv.gov.ua/portal/soc_gum/en_oif/2010_7_5/40.pdf.

Свідерська Л.І.
Науковий керівник:
д.е.н., професор ***Єрохін С.А.***

ФІНАНСУВАННЯ СОЦІАЛЬНОЇ СФЕРИ РЕГІОНІВ УКРАЇНИ

У статті комплексно досліджено забезпечення соціальної спрямованості бюджетної політики, що передбачає, взаємопов'язані зміни управління соціально-культурними галузями з істотним збільшенням обсягів фінансування, які мають бути синхронними в методологічному і в хронологічному аспектах. Особливим завданням бюджетного планування є раціональний розподіл доходів і витрат між окремими ланками бюджетної системи, забезпечення реального збалансування кожного бюджету, рівномірного надходження доходів протягом року і своєчасного фінансування передбачених у бюджеті заходів.

Ключові слова: *бюджетна політика, фінансування, дохід, бюджет.*

Свидерская Л.И.

ФИНАНСИРОВАНИЕ СОЦИАЛЬНОЙ СФЕРЫ РЕГИОНОВ УКРАИНЫ

В статье комплексно исследовано обеспечения социальной направленности бюджетной политики, предполагает взаимосвязанные изменения управления социально-культурными областями с существенным увеличением объемов финансирования, которые должны быть синхронными в методологическом и в хронологическом аспектах. Особой задачей бюджетного планирования является рациональное распределение доходов и расходов между отдельными звеньями бюджетной системы, обеспечение реального сбалансирования каждого бюджета, равномерного поступления доходов в течение года и своевременного финансирования предусмотренных в бюджете мероприятий.

Ключевые слова: *бюджетная политика, финансирование, доход, бюджет.*

Sviderska L.I.

THE FINANCING OF THE SOCIAL SPHERE OF REGIONS OF UKRAINE

The article comprehensively investigatedensure social orientation of fiscal policy involves management changes related socio-cultural areas with a substantial increase in funding, which must be synchronized in a methodological and chronological aspects. A special task of budget planning is a rational allocation of income and expenses between the individual links of the budget system, providing real-balancing every budget, revenue evenly throughout the year and timely funding budgeted activities.

Key words: *fiscal policy , financing, income budget.*

Постановка проблеми. На данний момент основою являється те, що в Україні діяльність держави в соціальній сфері має надзвичайно важливе значення для життя суспільства. Це зумовлено як різким падінням доходів переважної більшості населення при переході до ринкової економіки, так і традиційною орієнтацією громадян на одержання соціальних послуг сааме від держави.

Обмеженість ринкових методів забезпечення гідного рівня життєдіяльності людини створює об'єктивні умови для державного втручання з метою досягнення зростання суспільного добробуту. У науковій літературі добробут суспільства розглядається як основа реального стану соціальних груп та індивідуумів у соціально-економічній структурі суспільства.

Умови ринкової економіки виявляють різноманітні форми нерівномірного розподілу соціальних благ як стосовно отримання, так і стосовно використання доходів та послуг, а також суб'єктивне ставлення щодо міри задоволення потреб, рівня добробуту кожного члена суспільства.

Де проходить межа між ефективним (тим, що підвищує добробут) та неефективним втручанням держави, залишається предметом гострих дискусій і суперечок, оскільки у багатьох випадках таке втручання заважає оптимальному розподілові доходів для зростання добробуту населення.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Здійснюючи огляд останніх публікацій та досліджень наявної проблеми, слід відмітити значну різноманітність наукових праць. Зокрема, О.Д. Гордей "Соціальний аспект бюджетної політики", висвітлена тема розвитку та укріплення засад самоврядування.

Вивченню особливостей фінансування соціальної сфери присвячені праці багатьох зарубіжних та вітчизняних вчених. В. Бідан [2], О.Д. Василик [4], О. Наєнко [7], І.В. Осьмірко [8], К.В. Павлюк [4], та інші. Як вказує практика, сьогодні існують певні недоліки в фінансуванні соціальної сфери, що є проблемою, яка потребує вирішення.

Мета дослідження. Відповідно,до поставлених проблем виникає необхідність з'ясування особливостей фінансування соціальної сфери регіонів України,розроблення більш збалансованого механізму державного управління та регіонального розвитку та виявити можливості для завершення реформи адміністративно-територіального устрою України.

Основні результати дослідження. Особливістю сучасного розвитку економіки України є зростання ролі соціальної сфери, яка створює сприятливі умови як для духовного, так і для матеріального життя, оскільки якість, асортимент і доступність послуг, котрі надаються, є важливою складовою частиною формування високого рівня життя населення.

Загальною проблемою бюджетного фінансування соціальної політики є декларативність та нормативна непридатність більшості положень законодавства до впровадження в життя.

Проголошення соціальних прав громадян та систематичне їхнє дотримання серйозно підриває і без цього хиткі основи правової держави, яка у своїй політиці повинна керуватися принципом верховенства права.

Зазвичай головною проблемою здійснення соціальної політики, яка, як правило, і визначає межі її здійснення, є проблема фінансування соціальних витрат [6].

Стабільний розвиток соціальної сфери України потребує такого рівня фінансового забезпечення, який би дав змогу стати соціальній сфері одним із важливих факторів переходу до сталого розвитку економіки в цілому.

Характерною ознакою розвитку соціальної сфери останніх років є недостатність обсягів як бюджетного, так і позабюджетного фінансування, що, в свою чергу, негативно позначається на людському потенціалі, який є не лише ключовою метою, а й найважливішим детермінантом і чинником економічного розвитку України [3].

Так, для установ соціальної сфери, котрі фінансуються переважно за рахунок коштів бюджетів різних рівнів, доцільно розширити автономію у сфері залучення та використання фінансових ресурсів. Це дасть змогу не лише самостійно залучати додаткові фінансові ресурси, а й витрачати їх, виходячи з власних потреб. Це може стати стимулом для їхнього подальшого розвитку і навіть виникнення конкуренції за право реалізовувати власні послуги на ринку.

Для суб'єктів господарювання соціальної сфери, котрі використовують комерційний розрахунок як метод організації фінансів, необхідно підвищувати рентабельність діяльності через підвищення якості послуг та застосування ринкових механізмів ціноутворення. Крім того, важливим фактором фінансової підтримки розвитку соціальної сфери можуть бути кредитні ресурси, котрі надаються на пільгових умовах для реалізації соціальних програм [1].

Згідно зі світовою практикою, джерелами прямого і непрямого фінансування соціальної сфери є:

- безпосередні бюджетні витрати;
- податкові витрати у вигляді пільг, відшкодувань, відстрочок;
- страхові внески до державних та недержавних страхових фондів;
- усуспільнення коштів підприємств у вигляді їх зобов'язання щодо виконання соціальних функцій;
- благодійність приватних осіб, фірм та організацій;
- громадські ініціативи – різного роду фонди та збори;
- особисті кошти та зобов'язання громадян;

- кредити;

- надання державного майна для функціонування соціальної сфери, використання державної інфраструктури тощо.

При складанні соціального бюджету в Україні за джерелом фінансових надходжень соціальні витрати поділяються на три групи:

1. Витрати, що фінансуються за рахунок бюджетних виплат, а саме: пільги ветеранам війни і праці, кошти на виплату щорічної разової допомоги ветеранам війни, соціальна допомога малозабезпеченим сім'ям з дітьми, інші види соціального захисту, житлові субсидії, охорона здоров'я, витрати, пов'язані з ліквідацією аварії на ЧАЕС [7].

2. Витрати, що фінансуються за рахунок страхових внесків – короткострокові допомоги Фонду соціального страхування з тимчасової втрати працездатності, витрати Фонду загальнообов'язкового державного соціального страхування на випадок безробіття витрати Фонду страхування від нещасних випадків на виробництві.

3. Витрати з різних джерел – видатки Фонду соціального захисту інвалідів за рахунок Державного бюджету і частково платежів підприємств, пенсії та короткострокові допомоги з Пенсійного фонду за рахунок пенсійних страхових внесків [5].

Для реалізації соціальної політики в державі існує особлива ланка національного господарського комплексу, призначена для задоволення суспільних потреб і фінансується за рахунок держави – соціальна інфраструктура – особливий комплекс галузей народного господарства, таких як освіта, охороназдоров'я, культура, мистецтво, спорт, житлове і комунальне господарство, торгівля та ін.

Сьогодні фінансування соціальної сфери є невід'ємною складовою соціально-економічного розвитку будь-якої країни, а тому проблеми її фінансового наповнення є важливим питанням сьогодення[9].

Зважаючи на ситуацію, що склалась на цей час існує чимало таких проблем, до яких відносять: недостатні обсяги бюджетних коштів для фінансування соціальної сфери, фінансування практично всіх статей соціальних видатків у меншому обсязі, ніж це необхідно для діючої соціальної підтримки населення (зокрема недофінансування системи охорони здоров'я, освіти), відсутність механізмів забезпечення якості соціальних послуг.

Враховуючи сучасний стан і тенденції розвитку вітчизняної економіки, на думку автора, збільшення обсягів бюджетного фінансування в Україні є проблематичним, тому необхідно зосередити увагу на підвищенні ролі та рівня позабюджетного фінансування [2].

Економічні ініціативи щодо регіонального розвитку мають стати одним з найважливіших компонентів державної політики економічних реформ. Відтак органи самоврядування здійснюватимуть весь комплекс політик, що стимулюватимуть економічний розвиток територій: від державного сприяння існуючих видів бізнесу до промотування принципово нових видів економічної активності у виробництві та сфері послуг.

Висновки. Особливістю соціальної політики України в умовах ринкових відносин є надання пріоритету проблемам соціального захисту населення, підвищення ролі особистого трудового доходу і ліквідації системи утримань, формування нового механізму фінансування і регулювання розвитку соціальної сфери

У висновку можна сказати, що на даний період є потреба змінювати докорінно ситуацію, що склалася в державі, виводити соціальну сферу на новий, якісно досконалий рівень функціонування, а саме: розробити систему контролю, котра б забезпечувала цільове надходження коштів, спрямованих на освіту чи охорону здоров'я; поступово забезпечити зростання заробітної плати працівникам соціальної сфери, що стало б стимулом до їх вдосконалення та ефективності надання ними певного роду послуг; затвердити на законодавчому рівні соціальних стандартів, які реалізовуються на території всієї країни; побудувати міжбюджетні відносини відповідно до реальної вартості виконання соціальних функцій, що розраховується на базі соціальних стандартів; перейняти позитивний зарубіжний досвід фінансування та підтримки соціальної сфери західноєвропейських країн. Оскільки проблеми фінансування є і досі актуальними, то потрібно розробляти більш ефективні шляхи їх подальшого вирішення.

Список використаних джерел

1. Аналіз взаємозв'язків патологічних кризових процесів в реальному секторі економіки України / П.В. Проноза, О. Ю. Полякова // Моделювання регіональної економіки. – 2013. – № 1. – С. 219-238.
2. Бідан В. Гуманістична складова соціальної політики в умовах економічних трансформацій / В. Бідан // Україна: аспекти праці. – 2011. – № 5. – С. 41-44.
3. Буздуган Я. Поняття, принципи, форми фінансовог озабезпечення охорони здоров'я в Україні. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: www. viche.info/journal/960.
4. Василик О. Д., Павлюк К. В. Державні фінанси України: Підручник. – К: ЩОС, 2002. – 608 с.
5. Видатки зведеного бюджету України // Державна служба статистики [Електронний ресурс]. – Режим доступу: www.ukrstat.gov.ua
6. Колодізєв О. М. Методологічні засади фінансового забезпечення управління інноваційним розвитком економіки: монографія / О.М.Колодізєв. – Х.: ВД ІНЖЕК, 2009. – 278 с.
7. Наєнко О. Органи місцевого самоврядування та видатки соціального спрямування: проблеми та заходи з їх вирішення / О. Наєнко // Економіка та держава. – 2010. – № 1. – С. 67-68.
8. Осьмірко І. В. Система фінансового забезпечення інноваційного розвитку: поняття, структура та принципи функціонування / І.В. Осьмірко // Бізнесінформ. – 2012. – № 7. – С. 47-49.
9. Оцінка результативності бюджетних програм / Н. В. Кузьминчук // Наукові записки Львівського університету бізнесу та права. – 2012. – Вип. 8. – С. 75-81.
10. Проблеми бюджетного фінансування соціальної сфери та шляхи вирішення / О. В. Корнієнко // Економічний простір: зб. наук. праць. – 2011. – Вип. 46. – С. 172-179.
11. Фахрутдинова Е. В. Роль социальной сферы и социальной политики в обеспечении устойчивого социально-экономического развития страны. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: ecsocman.hse.ru/data/2011/ 10/28/1267245220/1.pdf.
12. Фінанси: навч. посіб. / О.Г.Близнюк, Л.І.Ланкова, В.І.Оспіщев та ін.; за ред. В.І.Оспіщева. – К.: Знання, 2006. – 415 с.
13. Фінанси: Підручник / За ред. С.І.Юрія, В.М.Федосова. – К.: Знання, 2008. – 611 с.
14. Human Development Report 2000-2011. – [Електроннийресурс]. – Режим доступу: hdr.undp.org/en. // United Nations Development Programme Human Development Reporti.

Уманець С.П.

Науковий керівник:
д.е.н., професор ***Єрохін С.А.***

ФОРМУВАННЯ І РОЗПОДІЛ ПРИБУТКУ ТА НАПРЯМКИ ЇХ УДОСКОНАЛЕННЯ

У статті комплексно досліджено особливості формування та розподілу прибутку. Визначено основні етапи та напрямки розподілу прибутку. Узагальнено проблеми ефективності використання прибутку. Подано рекомендації щодо обрання дивідендної політики в сучасних умовах.

Ключові слова: *прибуток, чистий прибуток, дивіденди, дивідендна політика .*

Уманец С.П.

ФОРМИРОВАНИЕ И РАСПРЕДЕЛЕНИЕ ПРИБЫЛИ И НАПРАВЛЕНИЯ ИХ СОВЕРШЕНСТВОВАНИЯ

В статье комплексно исследованы особенности формирования и распределения прибыли. Определены основные этапы и направления распределения прибыли. Обзор проблемы эффективности использования прибыли. Даны рекомендации по избранию дивидендной политики в современных условиях.

Ключевые слова: *прибыль, чистая прибыль, дивиденды, дивидендная политика.*

Umanets S.P.

THE FORMATION AND DISTRIBUTION OF PROFIT AND DIRECTIONS OF THEIR IMPROVEMENT

In the article the features of complex formation and distribution of profit. The basic stages and directions of profit distribution. Overview profit efficiency problems. Recommendations concerning election of dividend policy in modern conditions.

Key words: *profit, net profit, dividend, dividend policy, Features of accounting.*

Постановка проблеми. Ключовим чинником досягнення підприємством стійкої конкурентної переваги є розроблення і реалізація дієвої стратегії управління прибутком на основі загальної стратегічної його орієнтації, що потребує комплексного впровадження відповідних традиційних і сучасних методів та інструментів.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Власне проблему стратегічного управління, формування і використання прибутку в різних аспектах досліджувала велика кількість науковців, серед яких С.М. Баранцева [1], Н.І. Верхоглядова [2], Н.Г. Виговська [8]І.О. Ігнатюк [3], М.Г. Грещак [5], С.Ф. Покропивний [5] та ін. Питання стратегічного управління прибутком активно дискутуються у вітчизняній та зарубіжній науковій літературі. Окремі його аспекти детально висвітлені в наукових працях.

Так, А.М. Поддєрьогін вважає, що процес управління формуванням прибутку містить етапи його аналізу в передплановий період і прогнозування обсягів та оптимального складу його формування у плановому періоді. Основними типовими елементами аналізу прибутку підприємства в передплановий період є: аналіз загальної суми прибутку і показників рентабельності в динаміці; визначення складу загальної суми прибутку за основними його видами; аналіз основних напрямів використання прибутку з метою оцінки достатності прибутку звітного періоду у фінансовому забезпеченні розвитку підприємства та ін. Прогнозування прибутку підприємства проводиться лише в межах його звичайної діяльності в аспекті визначення сум прибутку від операційної діяльності, фінансових операцій та іншої звичайної діяльності.

На думку Г.Г. Кірейцева, політика управління прибутком на підприємстві повинна охоплювати розроблення цінової політики та її оптимізації. Одержання максимального прибутку можливе за оптимального поєднання обсягу реалізації та ціни на продукцію, що випускається. Існують прості і ефективні визначення оптимального співвідношення цін і обсягів реалізації, основною умовою застосування яких є попередній поділ витрат на постійні та змінні. Для підприємства, яке прагне досягти стійкого становища на ринку, встановлення ціни має ключове значення для успіху обраної стратегії. Ціна є інструментом стимулювання попиту і одночасно головним фактором довгострокової рентабельності.

Однак, незважаючи на численні напрацювання з даної тематики, дослідження даної проблеми в сучасних ринкових умовах господарювання залишається актуальним, адже отримання позитивного результату ведення господарювання залежить від багатьох факторів [1].

Мета дослідження. Прибуток виступає не тільки стимулом господарської діяльності підприємств, але й основним джерелом розвитку їхньої діяльності. Таким чином, великої значущості набуває необхідність розробки стратегії по підвищенню ефективності формування, розподілу прибутку та його максимізації.

Основні результати дослідження. Прибуток – це та частина виручки, що залишається після відшкодування всіх витрат на виробничу й комерційну діяльність підприємства.

Характеризуючи перевищення надходжень над витратами, прибуток виражає мету підприємницької діяльності і береться за головний показник її результативності (ефективності).

На формування прибутку, як фінансового показника діяльності підприємства, що відображається у бухгалтерському обліку, в офіційній звітності суб'єктів господарювання, впливає встановлений державою порядок формування витрат на виробниц-

тво продукції (робіт, послуг); обчислення й калькулювання собівартості продукції (робіт, послуг); визначення позареалізаційних прибутків і витрат; визначення балансового (валового) прибутку.

Отриманий підприємством прибуток є об'єктом розподілу. У розподілі прибутку можна виділити два етапи. Перший етап – це розподіл загального прибутку. На цьому етапі учасниками розподілу є держава й підприємство. У результаті розподілу кожний з учасників одержує свою частку прибутку. Пропорція розподілу прибутку між державою і підприємствами має важливе значення для забезпечення державних потреб і потреб підприємств. Це одне з принципових питань реалізації фінансової політики держави, від правильного вирішення якого залежить розвиток економіки в цілому [4].

Пропорції розподілу прибутку між державою (бюджетом) і підприємством складаються під впливом кількох чинників. Істотне значення при цьому має податкова політика держави щодо суб'єктів господарювання. Ця політика реалізується в сумі податків, що сплачуються за рахунок прибутку, у визначенні об'єктів оподаткування, ставках оподаткування, у порядку надання податкових пільг.

Другий етап – це розподіл і використання прибутку, що залишився в розпорядженні підприємств після здійснення платежів до бюджету. На цьому етапі можуть створюватися за рахунок прибутку цільові фонди для фінансування відповідних витрат (рис.1).

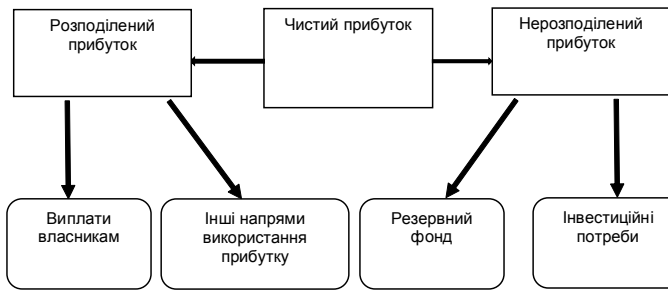

Рис. 1. Схема використання прибутку підприємства [розробка автора]

Враховуючи те, що прибуток є основним джерелом фінансування розвитку підприємства, удосконалення його матеріально-технічної бази, забезпечення всіх форм інвестування. Уся діяльність підприємства спрямується на те, щоб забезпечити зростання прибутку або принаймні стабілізацію його на певному рівні.

Проблема ефективності розподілу прибутку підприємств – одна з найбільш дискусійних у сфері управління підприємствами в останні роки. Процес розподілу прибутку підприємства має багаторівневий характер і залежить від багатьох факторів. Прибуток, що залишається в розпорядженні підприємства, має бути розподілено на дві основні частини:

а) фонд виплати винагороди власникам підприємства у формі дивідендів на акції або процентів на пайові внески;

б) фонди розвитку підприємства в наступному періоді.

Процес такого розподілу прибутку традиційно називається дивідендною політикою підприємства, варіанти якої визначають його власника та фінансові менеджери.

Наступним етапом розподілу прибутку є формування за рахунок нього конкретних фондів розвитку підприємства. Сучасна практика поділяє ці фонди на три основні групи:

а) фонд стимулювання персоналу підприємства;

б) фонд інвестування приросту активів підприємства;

в) резервний або страховий фонд.

Кожен із цих фондів має суто цільове призначення у напрямках майбутнього використання. Формування резервного фонду підприємств регулюється в Україні діючим законодавством [3].

На завершальному етапі розподілу прибутку планується розподіл коштів кожного із сформованих фондів за окремими напрямками витрачання їх. Так, фонд стимулювання персоналу підприємства може бути розподілено на додаткове преміювання працівників за рахунок прибутку, додаткові соціальні виплати персоналу відповідно до колективних та індивідуальних трудових угод тощо. Фонд інвестування приросту активів підприємства може бути розподілено за видами цих активів – основних фондів, нематеріальних активів, власних оборотних коштів тощо.

Серед найбільш складних і принципових питань, пов'язаних із розподілом прибутку, головне – формування пропорцій цього розподілу між виплатами винагороди власникам і формування фондів розвитку підприємства у наступному періоді. Остаточна політика дивідендних виплат формує механізм розподілу прибутку підприємства, за яким, у першу чергу, відповідно до потреби мають бути сформовані необхідні фонди його розвитку в наступному періоді, а лише після цього за рахунок суми, що залишилася, формується фонд дивідендних виплат. Цей тип дивідендної політики формується під пріоритетним впливом інвестиційних можливостей підприємства і загальної суми прибутку, що підлягає розподілу.

У зв'язку з тим, що такий підхід забезпечує переважне реінвестування прибутку на цілі розвитку підприємства, його ринкова вартість зростає високими темпами. Але за цим типом дивідендної політики власники отримують, як правило, більш низький рівень доходу на вкладений капітал, ніж склався на фінансовому ринку, а в деяких випадках і зовсім не отримують дивідендів. Цього типу дивідендної політики притримується зараз переважна більшість державних виробничих підприємств України з метою забезпечення самофінансування свого розвитку [4].

Політика стабільного розміру дивідендних виплат характеризує стабільну суму дивідендів на акції протягом певного періоду часу. Як правило, розмір дивідендів відповідає середній нормі прибутку на вкладений капітал і не залежить від економічних результатів діяльності підприємства. Такий тип дивідендної політики створює умови передбачуваності отримання доходів акціонерами. Але провадити таку дивідендну політику підприємства можуть за умови стабільної економіки і кон'юнктури ринку. Брак таких умов на сучасному етапі економічного розвитку України не дає змоги виробничим підприємствам ефективно провадити цей тип дивідендної політики.

Політика мінімального стабільного розміру дивідендів з надбавкою в окремі періоди поєднує в собі риси обох раніше розглянутих її типів. Встановлений мінімальний стабільний розмір дивідендів дає змогу підприємству забезпечити необхідні інвестиційні потреби, а в ті періоди, коли воно одержує більший розмір прибутку або не має ефективних інвестиційних проектів, що передбачаються до реалізації, розмір дивідендів може бути збільшено. Такий тип політики розподілу прибутку дає змогу підприємству найбільшою мірою врахувати економічні умови своєї діяльності і створює в акціонерів відповідні очікування отриманні "екстра-дивіденду". Але мінімальний розмір дивіденду, що сплачується акціонерам протягом тривалого періоду, веде до зменшення рівня їхніх доходів (у порівнянні з альтернативним інвестуванням капіталу) і не забезпечує відповідно високих темпів зростання ринкової вартості підприємства. У сучасних економічних умовах лише деякі з виробничих підприємств обирають такий тип дивідендної політики, бо вони не можуть гарантувати акціонерам стабільних виплат дивідендів навіть у мінімальних розмірах.

Політика постійного розміру дивідендів заснована на прирості їх у кожному періоді. У практиці західних країн вона набула певного розвитку на підприємствах, що освоїли нову ринкову нішу і перебувають на ранніх стадіях свого життєвого циклу, для яких постійне зростання власного капіталу є нагальною потребою. Ця потреба задовольняється шляхом постійних додаткових емісій акцій, інвестиційна привабливість яких забезпечується постійним зростанням розміру дивідендів. В Україні цей

тип дивідендної політики декларували деякі новостворені акціонерні товариства, але зростання дивідендних виплат забезпечувалось ними не приростом виробничої діяльності (і, відповідно, приростом суми та рівня прибутку), а приростом акціонерного капіталу (тобто за принципом дії так званої "фінансової піраміди"). Така політика призвела до банкрутства більшості таких акціонерних товариств, а решта їх відмовилася від цього типу дивідендної політики [4].

Кошти прибутку, спрямовані на розвиток підприємства в наступному періоді, розподіляються за окремими фондами і напрямками відповідно до умов діяльності і конкретних потреб цього розвитку. При цьому пріоритетними мають вважатися напрямки розвитку підприємства, пов'язані з реалізацією його інвестиційних можливостей. Це дає змогу збільшити суму власного капіталу, що використовується, і відповідно, підвищити ринкову вартість підприємств.

Висновки. Головна вимога, яка пред'являється сьогодні до системи розподілу прибутку, що залишається на підприємстві, полягає в тому, що вона повинна забезпечити фінансовими ресурсами потреби розширеного відтворення на основі встановлення оптимального співвідношення між засобами, що направляються на споживання і накопичення. Обираючи той чи інший тип дивідендної політики в сучасних умовах, підприємство має врахувати такі основні фактори: рівень прибутковості господарської діяльності; вимоги економічного зростання; можливості прискорення або гальмування реальних інвестиційних проектів, що реалізуються; вартість залучення додаткового капіталу на фінансовому ринку; можливості залучення додаткових фінансових ресурсів із альтернативних внутрішніх джерел; стадія життєвого циклу підприємства; рівень ліквідності активів підприємства.

Список використаних джерел

1. Баранцева С.М. Стратегічне управління прибутком торговельного підприємства: автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. екон. наук: спец. 08.00.04 / С.М. Баранцева- Донецьк, 2011. – 12 с.

2. Верхоглядова Н.І. Зміст та значення прибутку як головної рушійної сили ринкової економіки / Н.І. Верхоглядова, С.Б. Ільїна, В.П. Шило // Економічний простір. – 2013. – № 18. – С. 237.

3. Ігнатюк І. О. Питання формування та розподілу прибутку як передумови ефективного функціонування підприємства [Електронний ресурс] / І. О. Ігнатюк. – Режим доступу: http://www.nbuv.gov.ua /portal/natural /NVUU/Ekon/2009_28_3/statti/2_7.ht

4. Пігуль Н. Управління прибутком підприємства [Електронний ресурс]/Н.Пігуль. – Режим доступу: Ошибка! Недопустимый объект гиперссылки.

5. Покропивний С.Ф., Грещак М.Г., Колот В.М. Економіка підприємства – К.:КНЕУ, 2008. – 528 с.

6. Ткаченко Є.Ю. Управління формуванням прибутку в процесі господарської діяльності підприємств машинобудування: автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. екон. наук: спец. 08.06.01 / Є.Ю. Ткаченко. – Запоріжжя, 2012. – 9 с.

7. Удосконалення управління прибутком на підприємстві. Куцик В.І., Бовсуновська О.В. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: intkonf.org.ua.

8. Фінансовий менеджмент: Навчальний посібник / Кірейцев Г.Г, Виговська Н.Г., Петрук О.М. Житомир: ЖІТІ, 2001. – 432 с.

9. Фінансовий менеджмент: підручник / Кер. кол. авт. і наук. ред. проф. А.М. Поддєрьогін. К.: КНЕУ, 2014. – 536 с.

10. Шоломко А.В., Коваленко М.А. Стратегічне управління формуванням та використанням прибутку. підприємства. Фінансові науки Інтернет-журнал. – 2015. – № 8. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: ukdocz.com/doc/

Дегтярьов Ю.М.
Науковий керівник:
д.е.н., професор ***Єрохін С.А.***

ПРОБЛЕМИ ТА НАПРЯМКИ РОЗВИТКУ ІНВЕСТИЦІЙНОЇ ПРИВАБЛИВОСТІ КОМПАНІЇ

У статті досліджено та розглянуто основні та найбільші залучення інвестицій, є підвищення ефективності діяльності підприємства, тобто результатом будь-якого обраного способу вкладення інвестиційних коштів при грамотному управлінні повинен бути зростання вартості компанії і інших показників її діяльності. Сталий конкурентоспроможне функціонування промислового підприємства можливо лише при масштабному розширенні його діяльності, її модернізації, а також при введенні і використанні новітніх технологій. Здійснення всіх цих заходів вимагає своєчасного вишукування джерел додаткових фінансових ресурсів – реальних інвестицій.

Ключові слова: *інвестиції, інвестиційна привабливість*

Дегтярев Ю.Н.

ПРОБЛЕМЫ И НАПРАВЛЕНИЯ РАЗВИТИЯ ИНВЕСТИЦИОННОЙ ПРИВЛЕКАТЕЛЬНОСТИ КОМПАНИИ

В статье исследованы и рассмотрены основные и самые привлечения инвестиций, является повышение эффективности деятельности предприятия, то есть результатом любого выбранного способа вложения инвестиционных средств, при грамотном управлении, должен являться рост стоимости компании и других показателей ее деятельности. Устойчивое конкурентоспособное функционирование промышленного предприятия возможно лишь при масштабном расширении его деятельности, ее модернизации, а также при введении и использовании новейших технологий. Осуществление всех этих мероприятий требует своевременного изыскания источников дополнительных финансовых ресурсов – реальных инвестиций.

Ключевые слова: *инвестиции, инвестиционная привлекательность.*

Degtyarev Y.M.

COMPANY INVESTMENT ATTRACTIVENESS: PROBLEMS AND KEY TRENDS

The main and the most common goal of attracting investments is the increasing of the efficiency of the enterprise, i.e. the result of any chosen way of investment with proper management should be an increase of the company's value and other indicators of its activity. Sustainable competitive functioning of industrial enterprise is possible only by a large-scale expansion of its activities, modernization, as well as the introductionand using of latest technologies. The implementation of all these measures requires timely survey of real investments as additional financial resources.

Key words: *investments, investment attractiveness.*

Постановка проблеми. Стале конкурентоспроможне функціонування промислового підприємства можливо лише при масштабному розширенні його діяльності, її модернізації, а також при введенні і використанні новітніх технологій. Здійснення всіх цих заходів вимагає своєчасного вишукування джерел додаткових фінансових ресурсів – реальних інвестицій.

Під інвестиціями (від латинського investire – одягати) прийнято розуміти вкладення капіталу в об'єкти підприємницької та іншої діяльності з метою отримання прибутку або досягнення позитивного соціального ефекту [1].

Економічна природа категорії "інвестиції" складається в побудові відносин між учасниками інвестиційного процесу з приводу формування і використання інвестиційних ресурсів з метою розширення і вдосконалення виробництва.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. У західній економічній літературі інвестиції розглядаються в єдності двох аспектів: ресурсів (капітальних цінностей) і вкладень (витрат).

Найбільш очевидно такий підхід представлений в роботах Дж. Кейнса, на думку якого, інвестиції – це та частина доходу за поточний період, яка не була використана для споживання і поточний приріст цінностей капітального майна в результаті продуктивної діяльності даного періоду, описував І.А. Бланк [2].

У вітчизняній економічній літературі до 80-х років XX століття термін "інвестиції" для аналізу процесів соціалістичного відтворення практично не використовувався. Більш широке поширення в науковому обігу це поняття отримало набагато пізніше.

Мета дослідження. Основною і найбільш загальною метою залучення інвестицій є підвищення ефективності діяльності підприємства, тобто результатом будь-якого обраного способу вкладення інвестиційних коштів при грамотному управлінні повинен збільшувати вартості компанії і інших показників її діяльності.

Основні результати дослідження. Інвестиції можна розглядати як процес, що відображає рух вартості в ході відтворення основних фондів. Це економічна категорія, система економічних відносин, пов'язаних з рухом вартості, авансованої в основні фонди від моменту мобілізації коштів до моменту їх відшкодування.

У найбільш загальному вигляді інвестиції розуміються як вкладення капіталу з метою його примноження в майбутньому. Такий підхід до даного визначення панує як в європейській і американській літературі, так і у вітчизняній.

Міжнародні стандарти фінансової звітності дають таке визначення: "Інвестиції – це актив, який компанія тримає в цілях нарощення багатства за рахунок різного роду доходів, отриманих від об'єкта інвестування (у формі відсотка, дивіденду і орендної плати), приросту вартості капіталу, або для отримання інвестує компанією інших вигод, що виникають, наприклад, при довготривалих торгових взаєминах".

Таким чином, інвестиції – це вкладення інвестором тимчасово вільного капіталу в певний об'єкт з метою збереження цього капіталу і отримання прибутку або іншого позитивного ефекту.

Всі інвестиції можна умовно розділити на дві групи:

- фінансові
- реальні інвестиції.

Фінансовими інвестиціями прийнято вважати вкладення капіталу в різні фінансові інструменти, насамперед, в цінні папери, а також активи інших підприємств, при їх здійсненні інвестор збільшує свій фінансовий капітал, отримуючи дивіденди та інші доходи [3].

Під реальними інвестиціями розуміють вкладення капіталу в створення активів, пов'язаних із здійсненням операційної діяльності та вирішенням соціально-економічних проблем господарюючого суб'єкта [4].

Іншими словами, реальні інвестиції – це вкладення капіталу у виробництво, тобто це фінансові ресурси, спрямовані на поповнення основних виробничих фондів, ресурсної бази, нематеріальних активів.

Сьогодні залучення реальних інвестицій в економіку – питання її виживання. Діяльність великих промислових підприємств неможлива без залучення додаткових коштів від інвесторів, які в свою чергу переслідують одну лише мета – зберегти і примножити тимчасово вільний капітал.

Інвестори – головні суб'єкти інвестиційної діяльності, якими можуть бути вкладники, покупці, замовники, кредитори та інші учасники інвестування.

Інвестор здійснює самостійний вибір об'єктів інвестування, визначає напрямки, обсяги та ефективність інвестицій, контролює їх цільове використання, є власником створеного об'єкта інвестиційної діяльності. Характерна особливість інвестора полягає у відмові від негайного споживання наявних коштів на користь задоволення своїх потреб в майбутньому на новому, більш високому рівні.

Головним завданням інвестора є вибір об'єкта інвестування, що має найкращі перспективи розвитку і забезпечує високу ефективність вкладень.

Вибір об'єкта вкладення коштів для потенційного інвестора не відбувається спонтанно. Цьому передує складний процес ретельного відбору, аналізу і оцінки всіх можливих претендентів, з яких вибирається найбільш ефективний, привабливий об'єкт інвестування.

У зв'язку з вище викладеним, доцільно розглянути поняття інвестиційної привабливості.

Традиційно таке поняття, як "інвестиційна привабливість", пов'язують з перевагами інвестора у виборі того чи іншого об'єкта інвестування [5].

Інвестиційна привабливість об'єкта інвестування представляє собою систему або поєднання різних об'єктивних ознак, засобів, можливостей, що обумовлюють в сукупності потенційний платоспроможний попит на інвестиції в даний об'єкт інвестування [6].

Інвестиційна привабливість є певну сукупність факторів і характеристик підприємства, що дозволяють інвестору вибрати його в якості об'єкта інвестування.

Інвестиційна привабливість компанії являє собою інтегральну оцінку окремих компаній – об'єктів майбутнього інвестування з позиції перспективного розвитку, ефективності та прибутковості його діяльності.

Визначення інвестиційної привабливості підприємства проводиться інвестором при визначенні доцільності здійснення інвестицій в даний об'єкт.

Розробка інвестиційної привабливості компанії являє собою досить складний і тривалий процес, який включає в себе наступні етапи:

1) складання загальної характеристики підприємства і аналіз рівня економічного розвитку об'єкта інвестування:

а) аналіз майнового стану підприємства передбачає визначення вартості активу компанії, аналіз його структури, оцінку обсягу і складу нематеріальних і необоротних активів;

б) оцінка виробничого потенціалу підприємства має на меті визначення виробничих потужностей підприємства і перспектив їх зростання, рівень модернізації і зносу устаткування і технології виробництва;

в) визначення кадрового рівня підприємства – аналіз забезпеченості підприємства кадрами, укомплектованості штату співробітників, оцінка рівня кваліфікації працівників;

г) аналіз інноваційного потенціалу підприємства передбачає аналіз наявності та використання у виробництві новітніх технологій і можливості впровадження інновацій;

2) оцінка ринкового потенціалу, а також конкурентоспроможності продукції підприємства:

а) визначення ємності ринку і місця, займаного даним підприємством на ринку – аналіз конкурентного середовища, рейтингу компаній даної галузі, визначення сильних і слабких сторін компанії, виявлення можливих шляхів закріплення позицій компанії на ринку і її подальшого зростання;

б) оцінка якості продукції, її конкурентоспроможності – оцінка якості продукції та порівняння її з наявною на ринку аналогічною продукцією, виявлення конкурентних переваг аналізованої продукції, пошук шляхів підвищення її конкурентоспроможності;

в) аналіз цінової політики підприємства;

3) аналіз фінансового стану та фінансових результатів діяльності підприємства:

а) оцінка фінансового стану передбачає проведення аналізу ліквідності та платоспроможності, фінансової стійкості, рентабельності та ділової активності компанії;

б) аналіз фінансових результатів: оцінка поточної прибутковості та ефективності діяльності підприємства, а також перспектив його подальшого розвитку.

Визначення інвестиційної привабливості направлено на формування об'єктивної цілеспрямованої інформації для прийняття інвестиційного рішення. Тому при підході до її оцінки слід розрізняти терміни "рівень економічного розвитку" та "інвестиційна привабливість". Якщо перший визначає рівень розвитку об'єкта – набір економічних показників, то інвестиційна привабливість характеризується станом об'єкта, перспективами його подальшого розвитку, прибутковості і зростання.

Висновки. Аналізуючи інвестиційну привабливість того чи іншого об'єкта вкладення коштів, інвестор визначає не тільки стабільність і прибутковість цього об'єкта, але і всі можливі ризики, пов'язані з ним.

Список використаних джерел

1. Наказ. Методика інтегральної оцінки інвестиційної привабливості підприємств та організацій, затв. Наказом Агенства з питань запобігання банкрутству від 23.02.98, № 22 // Державний інформаційний бюлетень // zakon.nau.ua.

2. Бланк И.А. Инвестиционный менеджмент. – К.: МП "ИТЕМ" ЛТД, "Юнайтед Лондон Трейд Лимитед", 1995. – 448 с.

3. Бочаров В.В. Инвестиционный менеджмент. – СПб.: Питер, 2000. – 160 с.

4. Гайдуцький А.П. Методологічні аспекти інвестиційної привабливості економіки // Регіональна економіка. – 2004. – №4. – С. 81-86.

5. Дука А.П. Теорія та практика інвестиційної діяльності. Інвестування: Навч. посібник. – 2-е вид. – К.: Каравела, 2008. – 432 с.

6. Задорожна Я.Є., Дядечко Л.П. Підвищення інвестиційної привабливості підприємництва як напрямок залучення інвестиційних ресурсів// Інвестиції:практика та досвід. – 2007. – №2. – С. 32-35.

7. Коюда В.О., Лепейко Т.І., Коюда О.П. Основи інвестиційного менеджменту: Навчальний посібник. – К.: Кондор, 2008. – 340 с.

8. Нападовська І.В. Теоретичні та методичні аспекти дослідження інвестиційної привабливості України // Вісник Дон Дует. – 2005. – №4(28). – С. 55-61.

Наукове видання

НАЦІОНАЛЬНА АКАДЕМІЯ УПРАВЛІННЯ

ЗБІРНИК

НАУКОВИХ РЕФЕРАТІВ МАГІСТРАНТІВ НАЦІОНАЛЬНОЇ АКАДЕМІЇ УПРАВЛІННЯ

(АКТУАЛЬНІ ПРОБЛЕМИ ЕКОНОМІКИ – 2016)

Відповідальні за наукове і літературне редагування

Єрохін С.А., д.е.н., професор, *Єрмошенко М.М.,* д.е.н., професор,
Горячева К.С., к.е.н., доцент, *Костинець Ю.В.,* к.е.н., доцент,
Матвійчук-Соскіна Н.О., к.е.н., доцент, *Ромашко О.М.*, к.е.н.,
Серкутан Т.В., к.е.н., доцент, *Соскін О.І.,* к.е.н., професор,
Чередніченко Ю.В., к.е.н., доцент, *Штулер І.Ю.*, к.е.н., доцент,
Щирська О.В., к.е.н., доцент

Відповідальний технічний редактор, комп'ютерна верстка
Цаплюк І.В.

Підписано до друку 29.01.2016.
Формат 60 х $84^{1}/_{16}$. Папір офсетний. Друк офсетний.
Гарнітура Times New Roman Cyr. Ум. друк. арк. 15,63.
Обл.-вид.арк. 21,03. Наклад 300 прим. Зам. 189.

ВНЗ «Національна академія управління»
03151, Україна, Київ, вул. Вінницька, 10
тел., факс: (044) 246-24-44, 246-24-45
E-mail: office@nam.edu.ua
Інтернет: www.nam.kiev.ua; NAU-kniga@ukr.net

Віддруковано в типографії
ТОВ «Наш формат», 02105,
м. Київ, пр-т Миру, 7